

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JANDER ROSA COLARES

**APLICAÇÃO DO MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL: ESTUDO DE CASO EM
UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO**

CRICIÚMA

2014

JANDER ROSA COLARES

**APLICAÇÃO DO MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL: UM ESTUDO DE CASO EM
UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO**

Trabalho de conclusão de curso, apresentado para obtenção do grau de bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Fabrício Machado Miguel

CRICIÚMA

2014

TERMO DE APROVAÇÃO

APLICAÇÃO DO MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO

Trabalho de conclusão de curso, apresentado para obtenção do grau de bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com linha de pesquisa em custos.

Criciúma, 23 de Junho de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Fabrício Machado Miguel - Especialista – Orientador

Prof. Esp. Examinador – Marcelo C. Salazar

Assinatura do Acadêmico

Aos meus pais que me deram sempre todo o apoio e suporte necessários para a minha vida, minhas realizações e todo o meu sucesso e a meu avô que hoje não se faz mais presente e que sempre estará em meu coração.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que me deu a vida, saúde e sabedoria para conquistar mais esta grande etapa.

Logo, agradeço á minha família em especial meus pais José e Almiria e a minha irmã Valdirene que sempre me apoiaram na realização dos meus sonhos, sempre estando presente para que nada me faltasse. Agradeço também a minha noiva Malu que esteve ao meu lado em todos os momentos sendo eles bons ou ruins me apoiando e me dando sempre muito amor.

Á todos os meus professores que de alguma forma contribuíram para o meu progresso, em especial ao meu orientador Fabrício que me ajudou muito nessa etapa.

Enfim quero agradecer aos meus amigos e futuros padrinhos do meu casamento, Rafael Espindola da silva, Thiago Michels e do meu amigo Thales de Mattia que fizeram destes meus cansativos quatro anos e meio de curso, um momento único e inesquecível.

Todos ficarão sempre em meus pensamentos e em minha saudade!

“Para se ter sucesso, é necessário amar de verdade o que se faz. Caso contrário, levando em conta apenas o lado racional, você simplesmente desiste. É o que acontece com a maioria das pessoas”.

Steve Jobs

RESUMO

COLARES, Jander rosa. **Aplicação do método de custeio variável: Estudo de caso em uma indústria de confecção**. 2014, 60 p. Orientador: Fabrício Machado Miguel. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma – SC.

Um método de custeio é essencial para o controle dos processos de planejamento e auxilia nas tomadas de decisões. Com a alta competitividade em todos os setores é de fundamental importância, as empresas terem controles de custos para a elaboração de seus preços de venda, proporcionando lucros assim podendo se manter no mercado de atuação. O objetivo deste trabalho é apresentar um método de custeio adequado para atender as necessidades gerenciais de uma indústria de confecção localizada no município de Sombrio. A fundamentação teórica abordou terminologias, classificações de custos e métodos de custeio utilizados em empresas do setor. Tendo essas informações foi utilizado o método de custeio variável por fornecer aos gestores diversas ferramentas para uso gerencial, como: cálculo do ponto de equilíbrio, a margem de contribuição geral e por produtos além de proporcionar a margem de segurança. Após essa etapa foi desenvolvido um estudo de caso dentro da empresa, por meio de documentos foram identificados os custos gerais de fabricação, organograma e também o fluxograma de dois dos principais produtos confeccionados pela empresa dentro da coleção outono/inverno 2014. Após o levantamento dos dados aplicou-se as ferramentas utilizadas no método de custeio variável, obtendo assim informações necessárias para a vida da empresa como: o ponto de equilíbrio e a margem de contribuição.

Palavras – Chave: Controle de custos. Método de custeio variável.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Principais classificações de custos	20
Figura 02 - Custo fixo	22
Figura 03 - Custo variável	23
Figura 04 – Formula da margem de contribuição.....	29
Figura 05 – Ponto de equilíbrio.	30
Figura 06 – Calculo do Mark-up.	31
Figura 07 - imagem da empresa D'luch confecções	33
Figura 08 - Organograma da empresa	36
Figura 09 - Fluxograma de produção	37
Figura 10 - Setor de compras da empresa D'luch confecções.....	38
Figura 11 - Setor de criação e desenvolvimento da empresa D'luch confecções.	39
Figura 12 - Setor de modelagem da empresa D'luch confecções.....	40
Figura 13 - Setor de Pilotagem da empresa D'luch confecções.	40
Figura 14 - Setor de corte da empresa D'luch confecções (mesa 01).	41
Figura 15 - Setor de corte integrado ao estoque da empresa D'luch confecções (mesa 02).	42
Figura 16 - Setor de estoque da empresa D'luch confecções.....	42
Figura 17 - Setor de expedição de corte da empresa D'luch confecções.	43
Figura 18 - Setor de conferência de corte da empresa D'luch confecções.	44
Figura 19 - Setor de acabamento da empresa D'luch confecções (marcação, botoneira, caseadeira e travete).....	45
Figura 20 - Setor de revisão da empresa D'luch confecções.....	46
Figura 21 - Setor de passadoria da empresa D'luch Confecções.	47
Figura 22 - Setor de acabamento da empresa D'luch Confecções (etiquetagem e embalagem).	48
Figura 23 - Setor de expedição para lojas da empresa D'luch Confecções.....	49
Figura 24 - Departamento financeiro da empresa D'luch confecções.....	50
Figura 25 – Gastos Gerais Divididos em Custos e Despesas.	51
Figura 26 – Custos Variáveis dos Produtos Moletom e Casaco.....	52
Figura 27 – Total dos Custos Variáveis.....	52
Figura 28 – Custos Fixos e despesas fixas.....	53
Figura 29 – Custo Fixo Unitário.....	54

Figura 30 – Composição do Mark-up.	55
Figura 31 – Preço de venda dos produtos pelo Mark-up.....	56
Figura 32 – Margem de contribuição unitária	56
Figura 33 – Ponto de equilíbrio	57
Figura 34 – DRE –Demonstração do resultado do exercício.....	58

LISTA DE ABREVIATURAS

UNESC - Universidade do Extremo Sul Catarinense

SC - Santa Catarina

R\$ - Reais

ABC - Activity Based Costing

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços

IPTU - Imposto Predial Territorial Urbano

IPVA - Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores

PIS - Programa de Integração Social

DRE - Demonstração do Resultado do Exercício

MASC - Masculino

FEM - Feminino

MC - Margem de Contribuição

PV - Preço de Venda

CDV – Custo e Despesa Variável

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 TEMA E PROBLEMA	13
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	14
1.3 JUSTIFICATIVA	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 CUSTOS	16
2.2 GASTOS	17
2.3 PERDA	18
2.4 DESPESA	18
2.5 RATEIO	19
2.6 CLASSIFICAÇÕES DE CUSTO	20
2.6.1 Custos Diretos	20
2.6.2 Custos Indiretos	21
2.6.3 Custos Fixos	21
2.6.4 Custos Variáveis	23
2.7 SISTEMAS DE CUSTEIO	23
2.7.1 Método de custeio Variável	24
2.7.2 Custeio Abc	26
2.7.3 Custeio Por Absorção	26
2.8 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	28
2.9 PONTO DE EQUILÍBRIO	29
2.10 MARK-UP	30
3 METODOLOGIA	32
4 ESTUDO DE CASO	33
4.1 HISTÓRICO DA EMPRESA	33
4.1.1 Objetivos Da Empresa	34
4.1.2 Missão	34
4.1.3 Visão	34
4.1.4 Valores	34
4.1.5 Estrutura Organizacional	35
4.1.6 Produtos	36
4.1.7 Processo Produtivo	37

4.2 GASTOS GERAIS DA EMPRESA	50
4.3 CUSTOS VARIÁVEIS.....	51
4.4 CUSTOS FIXOS E DESPESAS FIXAS.....	52
4.5 DESPESAS VARIÁVEIS	54
4.6 MARK-UP.....	55
4.7 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO E PONTO DE EQUILIBRIO	56
4.8 DRE – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	57
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
6 REFERÊNCIAS.....	60

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo serão apresentados tema e problema da pesquisa, bem como, os objetivos para o desenvolvimento deste estudo. Serão evidenciados os aspectos referentes as justificativas e a relevância do trabalho.

1.1 TEMA E PROBLEMA

A globalização econômica tem provocado o aumento da competitividade entre as empresas, levando-as a buscar estratégias para se manterem no mercado. Para que esta instabilidade não ocorra, os gestores devem buscar alternativas que minimizem deficiências, tais como: gastos exagerados, estoques desnecessários, mão de obra excessiva. Assim buscando conseguir a tão almejada lucratividade, pois com uma concorrência acirrada, há diversidade de produtos e serviços semelhantes no mercado e o fator preço, influência a decisão do consumidor no momento da compra.

Ao longo dos anos a contabilidade passou por diversas transformações principalmente no modo de controlar e registrar os bens de cada organização. A área de custo vem ganhando importância pela necessidade de controle maior de estoque e resultados, pois precisou acompanhar o crescimento da contabilidade para atender as necessidades das indústrias.

Há necessidade de diferenciais estratégicos para se manterem no mercado, as empresas têm se utilizado da contabilidade gerencial e da gestão de custo, que podem contribuir decisivamente na obtenção e controle dos custos industriais e na formação do preço de venda.

Um fator que contribui para o custo não é somente a geração de informação, mas também a correta administração dessas informações e a gestão de estratégias para o aumento da competitividade no mercado em que uma empresa está inserida, por isso há a necessidade da utilização de uma Gestão de Custos.

Contudo, existe uma grande dificuldade nas empresas para encontrar o melhor critério de rateio para os custos indiretos, pois as organizações precisam de informações mais precisas. Outra dificuldade consiste em implantar o sistema de

departamentalização, que trata da separação de todos os custos por departamentos, que por sua vez permite o reconhecimento dos custos diretos e dos indiretos, que auxilia na escolha do critério de rateio mais adequado para apuração do custo dos produtos.

No setor têxtil a área de custo é indispensável, pois é com essa ferramenta de gestão que se tem as informações para avaliar os gastos ocorridos dentro do processo produtivo, possibilitando o controle dos estoques e dos custos diretos e indiretos de fabricação e disponibilizando informações para a tomada de decisão. Portanto a gestão de custos permite estabelecer quais as linhas de produtos são mais lucrativos.

Com a crescente expansão do setor na região as empresas devem se preocupar na adequação da gestão de custo e investir em novas tecnologias para estarem preparadas para atender a necessidades de seus clientes.

Pode-se afirmar que os fatores apresentados são responsáveis por uma das grandes mudanças no objeto de preocupação dos empresários na atualidade, que é a necessidade de se ter um ótimo gerenciamento de seus custos de produção de bens ou serviços. (OLIVEIRA, PEREZ JR. 2005)

Diante deste contexto, pergunta-se: Como se configura um método de custeio variável numa empresa do ramo de confecção localizada no Município de Sombrio?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

O objetivo geral da pesquisa consiste em configura um método de custeio variável numa empresa do ramo de confecção localizada no Município de Sombrio.

Para atingir o objetivo geral, apresentam-se os seguintes objetivos específicos:

- Descrever através de fluxograma o processo produtivo da empresa.
- Identificar o custo de produção dos produtos confeccionados.
- Desenvolver o custo do produto utilizando o método de custeio variável para fins gerenciais.

1.3 JUSTIFICATIVA

Com o mercado competitivo em todos os setores, o custo é um fator de extrema importância no que diz respeito à gestão de uma indústria, para a tomada de decisão e outros procedimentos a serem realizados. É com a gestão de custo que se pode verificar de forma exata como está a lucratividade e avaliar se os preços de venda estão de acordo com o mercado onde atua.

Com o significativo aumento de competitividade que vem ocorrendo na maioria dos mercados, sejam indústrias, comerciais ou de serviços, os custos tornam-se altamente relevantes quando da tomada de decisões em uma empresa. Isto ocorre pois, devido à alta competição existente, as empresas já não podem mais definir seus preços de acordo com os custos incorridos, e sim com base nos preços praticados no mercado que atuam. (MARTINS, 2000, p. 23).

Algumas indústrias indiferentes de seu setor de atuação, muitas vezes perdem sua parcela de mercado por não utilizarem o método de custeio adequado para a formação do preço de venda, causando vários problemas, inclusive financeiros. Com um crescimento bem significativo, o sul de Santa Catarina se tornou um grande polo no setor de vestuário, observa-se que um sério problema está afetando esse mercado, é a busca por preços cada vez melhores, mais baixos, onde muitas empresas estão importando matéria prima e mão de obra, assim reduzindo os custos de fabricação e podendo vender seus produtos com um preço mais acessível. Isso acaba gerando um sério problema para as indústrias da região, obrigando-as a terem mais organização e controle de seus processos.

O estudo visa propor melhorias para formação do custo do produto, para que outras empresas de confecções da região possam utilizá-los para e garantir se esta atuando no mercado de maneira mais competitiva, conseqüentemente, podendo de modo mais seguro continuar seus investimentos.

Realizar o estudo do presente tema traz grande importância para a vida acadêmica, permitindo o aprimoramento do conhecimento acerca desta área da contabilidade, podendo, inclusive ser de grande valia na vida profissional agregando informações que podem ser aplicadas no dia-a-dia de qualquer empresa do ramo do vestuário. Contribui para a formação do pesquisador, já que possibilita o aperfeiçoamento na coleta de dados e bibliografia.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo será feita uma breve explanação sobre os conceitos básicos de custos e suas terminologias. Primeiramente evidenciam-se os métodos de custeios e classificação de custos e na sequência será apresentado os principais métodos de custeio existentes.

2.1 CUSTOS

Megliorini (2002) descreve que custos não são investimentos, e sim gastos necessários para a produção de determinado produto, onde estão sempre ligados na área industrial da empresa.

O custo também é um gasto, só que reconhecido como custo, no momento da utilização dos fatores de produção (bens e serviços). Exemplos: a matéria prima quando é comprada é um gasto que imediatamente se tornou investimento, assim enquanto esta no estoque sem ser produzida, no momento em que é utilizada na fabricação de um bem, surge o custo da matéria prima como parte integrante do bem elaborado. (MARTINS, 2010).

Custo é o gasto que uma indústria tem com bens ou serviços utilizados na produção dos mesmos. O custo ocorre somente na área produtiva, desta forma, em elemento inerente ao processo produtivo da empresa. Dubois (2006)

Identificar os custos de produção é de extrema importância, pois muitas vezes os responsáveis pela formação do preço de determinado produto de uma empresa acabam confundindo as despesas com custos, gerando problemas para a formação do preço, podendo deixar o produto com valores de venda fora do mercado.

Uma empresa industrial diariamente tem uma série de gastos para realizar suas atividades administrativas, tais como compras de matéria-prima para a fabricação, aquisição de materiais para escritórios, pagamento de taxas e impostos, manutenção dos bens patrimoniais, a folha de pagamento entre outros. Porém esses gastos nem sempre são custos, alguns são despesas e outros investimentos. Em

uma demonstração de resultados típica de uma empresa industrial, os custos e as despesas são lançados separadamente.

Exemplo: receita de vendas

(-) custo dos produtos vendidos

(=) lucro bruto

(-) despesas administrativas e de venda

(=) lucro operacional

Os custos nas empresas industriais são os gastos relativos à fabricação dos produtos e as despesas referem-se aos gastos da administração da empresa e à geração de receita. Megliorini (2007)

Exemplo: dentro de uma indústria de confecção quando se esta produzindo uma camiseta, o tecido utilizado para essa fabricação é custo, o salário dos funcionários que são responsáveis pela produção do mesmo também é considerado um custo.

2.2 GASTOS

Megliorini (2002) os gastos são os compromissos financeiros de uma empresa sobre a aquisição de bens ou serviços, podendo ser definidos como gastos de investimentos e gasto de consumo.

De acordo com (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. É um conceito abrangente e pode englobar outros termos comuns na área de custos. Ou seja, um gasto pode ser relacionado a algum investimento (como a compra de máquina e equipamentos) ou a alguma forma de consumo de recursos (custos fabris ou despesas administrativas). (WERNKE, 2005, p. 3).

Os gastos de uma forma geral são sacrifícios financeiros que a empresa tem para obtenção de produto ou serviço qualquer, independentemente de sua finalidade. O mesmo só se concretiza quando o bem adquirido passa a ser de propriedade da empresa, também pode ser caracterizado de maneira involuntária, como é o caso de perdas e desperdícios.

2.3 PERDA

Wernke (2005) descreve que as perdas são gastos indesejados no ambiente operacional de uma empresa, como furtos de mercadorias e matérias primas. Além destes tem os erros de produção tornando o produto imprestável para uso ou reaproveitamento que também são classificados como perda, pois não fazem parte das operações normais da entidade.

Martins (2010, p. 26) descreve perda como “bem ou serviço consumido de forma anormal e involuntária”. Não se confundem com as despesas (muito menos com os custos), exatamente por sua característica de anormalidade e involuntariedade; não é um sacrifício feito com intenção de obter receita.

Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 17) afirmam que perda “é todo gasto no qual a empresa incorre quando um determinado bem ou serviço é consumido de maneira anormal as suas atividades, como inundações, incêndios, greves etc.”.

Um dos principais causadores de perdas é a falta de atenção e qualificação de funcionários. Esses muitas vezes ocupam cargos sem treinamentos e acabam gerando prejuízos desnecessários, por esse motivo as empresas devem investir mais em capacitação.

Um exemplo de perda dentro de uma indústria de confecção é quando o pessoal do desenvolvimento faz uma modelagem de forma errada e o corte não tendo como aproveitar, isso é considerado perda.

2.4 DESPESA

As despesas são gastos que a empresa tem para manter a estrutura organizacional, em busca de receitas futuras. Normalmente as despesas são reconhecidas apenas no momento de seu uso, na ocorrência do fato gerador.

Exemplos:

- Salários, encargos e benefícios sociais do pessoal administrativo.
- Comissões sobre as vendas.

De acordo com Ferreira (2007) as despesas têm como objetivo a realização de receitas, podendo decorrer da redução do ativo ou aumento do

passivo. Todo empresário sabe que quando ocorre uma despesa esta reduzindo seu patrimônio, a geração de receitas devem cobrir as despesas, gerando lucro. Esse sacrifício patrimonial correspondente a despesas se deve ao fato de elas não gerarem uma contrapartida que se incorpore ao patrimônio.

Stark (2007) descreve que as despesas reduzem o patrimônio líquido e têm características de representar sacrifícios para obtenção de receitas. Sendo assim pode-se dizer que é o dispêndio ocorrido fora da área de produção, exemplo: o esforço financeiro relativo á realização da venda.

O conceito despesa é o valor gasto com bens ou serviços para obtenção de receitas, diretamente ou indiretamente. Esse conceito identifica no caso de uma fábrica, os gastos não relacionados com a produção, mais que são fundamentais para o funcionamento da organização, que são os gastos ligados as atividades gerenciais da empresa como despesas de vendas, administrativas e financeiras. Como exemplo de despesa temos o gasto com comissão dos vendedores e as propagandas (despesas de vendas)

2.5 RATEIO

O rateio para as empresas acaba sendo um dos desafios mais complicados e um dos motivos é a falta de capacitação de funcionários para a aplicação desse método dentro de uma área de produção que é grande, por isso muitas vezes esse processo acaba sendo feito de forma totalmente errada, prejudicando diretamente a empresa.

Para Dubois, Kulpa e Souza (2006) o rateio é um artifício pelo qual consegue aplicar os custos indiretos nos produtos fabricados pela empresa. Usando um critério de proporcionalidade, os custos indiretos são distribuídos de acordo com a proporção utilizada adequadamente as exigências do bem quando acabado, isso se traduz como base de rateio.

De acordo com Martins (2010, p. 79)

todos os custos indiretos só podem ser apropriados, por sua própria definição, de forma indireta aos produtos, isto é, mediante estimativas, critérios de rateios, previsão de comportamento de custos etc. Todas essas formas de distribuição contêm, em menor ou maior grau, certo subjetivismo; portanto, a arbitrariedade sempre vai existir nessas alocações, sendo que às vezes ela existirá em nível bastante aceitável, e em outras oportunidades só a aceitamos por não haver alternativas melhores.

Para determinar qual a melhor forma de rateio, deve-se analisar que quanto maior for a parcela dos custos identificado nos produtos, mais preciso será o custo final obtido. Assim elege-se a melhor forma de rateio, aquela que o custo indireto tenha sido consumido na mesma proporção.

2.6 CLASSIFICAÇÕES DE CUSTO

Segundo Megliorini (2007) a classificação dos custos é importante para atender as finalidades para quais são apurados, para facilitar isso o custo deve ser classificado quanto ao volume e quanto ao produto fabricado.

1. Quanto aos produtos fabricados: devem ser classificados em diretos e indiretos.
2. Quanto ao volume de produção: devem ser classificados em fixos e variáveis.

Para facilitar o processo de entendimento dos custos eles devem ser classificados em: Custos diretos, custos indiretos, custos fixos e custos variáveis, conforme mostra a figura abaixo.

Figura 01 - Principais classificações de custos

Classificação	Categorias	
Quanto a identificação	Diretos	Indiretos
Quanto ao volume produzido	Variáveis	Fixos

Fonte: Wernke (2008).

2.6.1 Custos Diretos

Os custos diretos dentro de uma área de produtiva torna-se algo fácil de ser apurado, conforme indica seu próprio título.

Conforme Wernke (2005, p. 7)

os custos diretos são gastos fácil ou diretamente atribuíveis a cada produto fabricado no período. São aqueles custos que podem ser identificados com facilidade como apropriáveis a este ou aquele item produzido. Por suas características próprias e objetividade de identificação no produto pronto, esses gastos são atribuídos aos artigos produzidos por medições ou por controles individuais (como ficha técnica), sem a necessidade de se recorrer a algum tipo de divisão ou rateio mais complexo.

Megliorini (2007) ressalta que os custos diretos são aqueles que têm uma medida exata, pode ser medido conforme seu consumo, exemplo desse custo é a matéria prima e a mão de obra direta. Caso tenham outros custos que possam também serem medidos no consumo do produto, estes podem ser considerados como custo direto. Exemplo é a energia, caso uma indústria tenha um medidor nas máquinas utilizadas na produção este custo poderá ser considerado direto.

Os custos diretos são aqueles que de fato foram consumidos no produto, podendo ser medidos de forma exata. Exemplos: na fabricação de uma camiseta, a quantidade de tecido utilizada é um custo direto, o salário dos funcionários que fazem parte da produção também é considerado custo direto.

2.6.2 Custos Indiretos

Wernke (2005, p. 8) descreve que “custos indiretos englobam os itens de custos em que há dificuldades de identificá-los às unidades de produtos fabricados no período”.

Os custos indiretos segundo Megliorini (2007) são os custos apropriados aos produtos em forma de rateio ou apropriação. Em geral são empregados como base de rateios, períodos em horas de emprego de mão de obra, quantidade em quilos de matéria prima consumida. Um exemplo bem tradicional é a energia elétrica que pode ser rateada na proporção às horas de utilização das máquinas pelos produtos, os custos indiretos não estão diretamente identificados no produto, devendo ser utilizados critérios de rateios, exemplo destes custos: dentro de uma indústria têxtil o aluguel da fábrica, salário dos chefes de produção entre outros são considerados custos indiretos.

2.6.3 Custos Fixos

Os custos fixos são aqueles que independentemente da quantidade produzida será o mesmo, ou seja, vão ocorrer da mesma forma, com mais ou menos produção, exemplos: aluguel, depreciação entre outros.

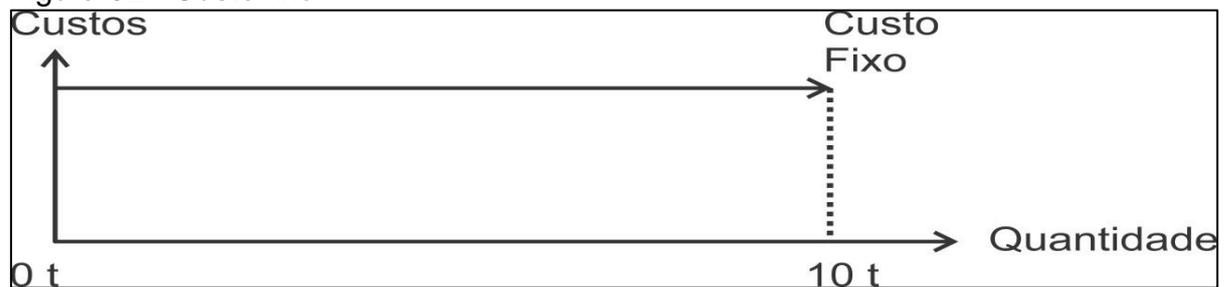
“Custos fixos são aqueles cujos valores totais tendem a permanecer constantes (fixos) mesmo havendo alterações no nível de atividade operacional do período”. (WERNKE, 2005, p. 8).

De acordo com Megliorini (2007, p. 10)

são aqueles que decorrem da manutenção da estrutura produtiva da empresa, independentemente da quantidade que venha a ser fabricada dentro do limite da capacidade instalada. Exemplos desse comportamento são o custo do aluguel e a depreciação. Assim, tomando como base o exemplo citado, tanto faz a fábrica produzir 0 quanto produzir 10 toneladas de produtos – os custos fixos permanecerão os mesmos.

O gráfico a seguir facilita o entendimento desse conceito. Ele representa o comportamento do custo fixo: em qualquer volume de produção entre 0 e 10 toneladas, esse custo não se altera.

Figura 02 - Custo fixo



Fonte: Megliorini (2007, p. 10)

Observando a gráfico acima, percebe-se que os custos fixos são aqueles que independente se a fábrica esta produzindo em maior escala ou em menor, ele se mantém da mesma maneira. Assim também acontece com as venda, vendendo mais ou menos o custo fixo será o mesmo.

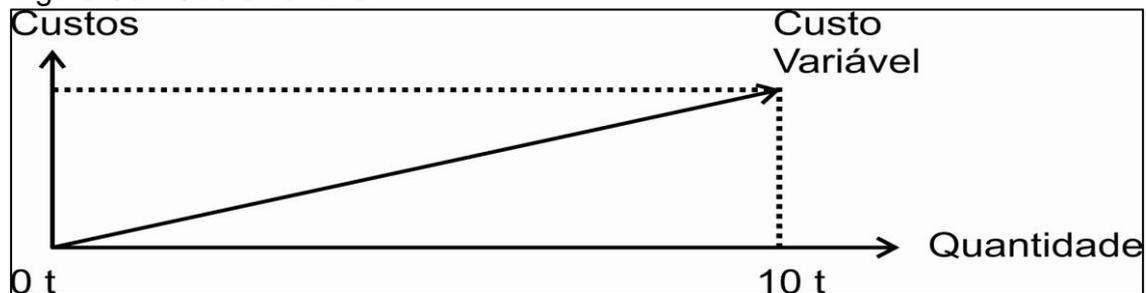
Esse custo deve ser visto de maneira bem importante, pois em alguns casos, pode ter produtos que estão sendo produzidos e não gerando lucro individualmente, mais de certa forma ajudando para redução do custo total de outros.

2.6.4 Custos Variáveis

Os custos variáveis podem aumentar ou diminuir conforme o volume produzido. Exemplo: o custo da matéria prima, quanto mais produção maior o consumo da matéria prima; a energia elétrica, quanto mais tempo uma máquina estiver produzindo maior será a energia gasta. Megliorini (2007)

O gráfico abaixo demonstra bem como funciona esse o custo variável:

Figura 03 - Custo variável



Fonte: Megliorini (2007, p. 11)

O custo variável é o que a qualquer variação da quantidade produzida, o custo acompanha essa mesma variação. Como exemplos de custos variáveis pode se citar: mão de obra direta e matéria prima.

2.7 SISTEMAS DE CUSTEIO

Um sistema é um conjunto de elementos estruturados que funcionam como um organismo para atingir um determinado objetivo.

Na visão de Ferreira (2007, p. 81)

Um sistema de custeio consiste num critério por meio do qual os custos são apropriados à produção. De acordo com o sistema adotado, determinados custos podem ou não fazer parte dos custos de produção. Portanto, é preciso que a pessoa interessada nas informações fornecidas pela contabilidade de custos considere qual foi o sistema de custeio adotado pela empresa e quais os seus efeitos sobre a composição dos custos de produção.

É de fundamental importância as empresas definirem uma forma de custeio, pois é ela que vai garantir a formação do custo de determinado produto, gerando retorno financeiro a atividade.

Os sistemas de custeio determinam a forma de valoração dos objetos de custeio. Existem vários métodos de custeio, que cada empresa adota de acordo com

sua necessidade dentre eles estão o custeio por absorção, o custeio variável e custeio ABC, esses são os métodos de custeio tradicionais todos eles tem relação com o conceito de que o comportamento dos custos varia de acordo com a quantidade fabricada, sendo considerados métodos de custeio baseados no volume. Megliorini (2007).

2.7.1 Método De Custeio Variável

Megliorini (2007) descreve que o método de custeio variável consiste em apropriar aos produtos somente os custos variáveis, sejam diretos ou indiretos. O custeio variável é estruturado para atender a administração da empresa, pois é por esse método de custeio que obtém-se a margem de contribuição de cada produto, linha de produtos etc., o que possibilita aos gestores utilizá-la como ferramenta para o processo decisório.

O sistema de custeio variável também é conhecido como sistema de custeio direto, em virtude de os custos variáveis serem, como regra, diretos. Mas, em razão, de nesse método serem apropriados à produção tanto os custos variáveis diretos quanto os variáveis indiretos, parece ser mais adequada a expressão sistema custeio variável. (FERREIRA, 2007 p. 82).

Ainda segundo o autor, se a produção de um período for toda vendida, o lucro bruto pelo método de custeio variável seria maior que o apurado pelo custeio por absorção. Isso ocorre pelo motivo da não apropriação dos custos fixos aos produtos no sistema variável e a consequente redução do custo dos produtos vendidos, como os custos fixos integrarão o custo dos produtos vendidos no método por absorção e estarão nas despesas operacionais no custeio variável o lucro líquido será igual nos dois métodos.

Para Dubois, Kulpa e Souza (2006) o custeio variável é definido como aquele que no qual os custos fixos são alocados aos resultados como despesas, independente da quantidade produzida, já os custos e despesas variáveis são de extrema importância para a obtenção da margem de contribuição. Sendo essa uma das grandes vantagens desse método de custeio, podendo ser utilizado para a tomada de decisão.

Observa-se que os gastos variáveis são os elementos mais importantes, sendo responsáveis diretos na produção, os mesmos existindo somente em função

da produção porque a partir do momento que a empresa deixar de produzir esses gastos não irão mais existir.

Comparado ao custeio por absorção Megliorini (2002) aponta que a diferença entre ambos está no tratamento dos custos fixos, no custeio por absorção são rateados aos produtos e no custeio variável são tratados como custos do período, como as despesas indo diretamente para o resultado. Esse método permite aos administradores utilizar os custos como ferramentas auxiliares para tomada de decisões, tais como: a) quais os produtos que estão dando mais lucro; b) quais produtos devem ser cortados da linha de produção; c) que produtos proporcionam melhor rentabilidade quando existem fatores que restringem a produção; d) qual o preço mínimo a ser vendido; e) decidir se é mais viável comprar ou fabricar entre outros.

Para Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 30) as vantagens do custeio variável são:

- a) Elimina as variações nos resultados oriundos da qualidade produzida e vendida, uma vez que o lucro líquido não é afetado por variações nos inventários.
- b) Facilidade de obtenção da margem de contribuição por tipo de produto elaborado.
- c) Maximização da margem de contribuição em valores totais mediante a visualização dos produtos com maior margem de contribuição unitária.
- d) É uma ferramenta adequada para a tomada de decisão, pois só considera como custo do produto os elementos variáveis.
- e) Facilita aos gerentes industriais o entendimento do processo de custeio dos produtos, pois os custos variáveis são, geralmente, de sua responsabilidade. O custeamento variável é totalmente integrado com o custo padrão e o orçamento flexível, possibilitando o correto controle de custos.
- f) O custeamento variável proporciona maior clareza no planejamento do lucro e na tomada de decisão.
- g) Oferece condições para os gerentes avaliarem o seu próprio desempenho de forma mais significativas, uma vez que eles só podem ser responsabilizados pelos custos variáveis (controláveis) e não por aqueles contratados pela alta direção, como os custos fixos.

As desvantagens do método de custeio variável na visão de Crepaldi (2004, p. 230) são: “a) não é aceito na elaboração dos relatórios contábeis, pois fere os princípios fundamentais de contabilidade; b) o valor dos estoques não mantém relação com o custo total”.

Destaca-se que a utilização do método de custeio variável é a melhor opção para fins gerenciais, tendo como calcular de forma exata a margem de contribuição, o ponto de equilíbrio e a margem de segurança de cada produto,

porém não é aceito para fins fiscais, por esse motivo destaca-se que é importante usar paralelamente ao custeio por absorção.

2.7.2 Custeio Abc

Segundo Berti (2006, p. 73) “o ABC, custo baseado em atividades, veio como um novo procedimento a se desenvolver, com o objetivo de mensurar (medir) o consumo de recursos da organização nas atividades empresariais”.

Afirma Berti (2006) que o método de custeio ABC permite uma melhor visualização dos custos através de análise das atividades dentro da empresa, sendo que esse método de custeio pode ser aplicado em qualquer tipo de empresa que utilize a contabilidade de custo, não necessariamente sendo ela industrial.

Para Megliorini (2007, p. 152)

a proposta do custeio ABC é apropriar os custos indiretos às atividades, pois, conforme a filosofia por ele apregoada são elas as geradoras de custos. Assim, cada um dos custos indiretos deve ser relacionado às suas respectivas atividades por meio de direcionadores de recursos, que melhor representam as formas de consumo desses recursos, e, em seguida, apropriado aos produtos, serviços, ou outros objetos de custeio, conforme os direcionadores de atividades mais adequados.

Stark (2007) descreve que o custeio ABC é um método que permite medir o custo das atividades e dos objetos de custo. Tendo três premissas básicas: 1) os produtos requerem atividades; 2) as atividades consomem recursos; 3) os recursos custam dinheiros.

2.7.3 Custeio Por Absorção

O custeio por absorção é caracterizado em agrupar todos os custos de um determinado produto, mercadoria ou serviço, sendo eles fixos, variáveis, diretos e indiretos. Todos os custos podem ser aplicados diretamente ou indiretamente. As despesas não estão inclusas no custo, vão diretamente para o resultado, por isso deve-se separar os gastos do período em despesas, custos e investimentos, também os custos em diretos e indiretos. É o método oficial adotado no Brasil pela Lei Federal n. 6.404/76, aplicadas nas sociedades anônimas e demais pessoas jurídicas de direito privado. Megliorini (2007)

Para entender melhor esse processo Megliorini (2007), apresenta um exemplo deste método de custeio, em uma empresa que produz carteiras escolares, identificando os três elementos de custos envolvidos:

1. Materiais: é a matéria prima, o que integra fisicamente o produto a ser fabricado, sendo essa a parte visível do custo.
2. Mão de obra: é necessária para transformar a matéria prima no produto, isso sendo ela somente a mão de obra direta, aquela que esta ligada diretamente ao processo de produção, a que age sobre a matéria prima dando origem ao produto.
3. Demais custos: além dos custos que podem ser quantificados diretamente no produto, existem outros que estão envolvidos na fabricação, como energia elétrica, manutenção, depreciação entre outros. Como não podem ser quantificados no produto são custos indiretos de fabricação.

Segundo o raciocínio de Wernke (2005, p. 19) entre as vantagens do custeio por absorção deve se destacar os seguintes pontos:

Atender a legislação fiscal (imposto de renda) e deve ser utilizado quando a empresa busca o uso do sistema de custos integrado à contabilidade. A integração do sistema de custo à contabilidade ocorre quando os valores apropriados de custos estão inseridos na contabilidade, quando a apropriação é realizada com a observância dos princípios contábeis e os valores de custo de cada produto estão apoiados em registros, cálculos e mapas que evidenciam o trajeto desde a origem (registros contábeis) até o destino (produtos acabados ou em elaboração);

Permite a apuração dos custos por "centros de custos", pois para ser adotado o custeio por absorção requer que a empresa seja dividida contabilmente em "centros de custos". Com isso é possível avaliar o desempenho de cada departamento da organização.

Por absorver todos os custos de produção (independentemente do tipo de custos), permite a apuração do custo total de cada produto.

Complementa Wernke (2005) que esse é o método mais adequado para finalidades contábeis, avaliando os estoques, e determinar o valor dos produtos vendidos a ser registrado no DRE.

Leone (2000, P. 242) afirma que:

o custeio por absorção é aquele que faz debitar ao custo dos produtos da área de fabricação, sejam esses custos definidos como custos diretos ou indiretos, fixos ou variáveis, de estrutura ou operacionais. O próprio nome critério é revelar dessa particularidade, ou seja o procedimento é fazer com que cada produto ou produção (ou serviço) absorva parcela dos custos diretos e indiretos, relacionados à fabricação.

Berti (2009) afirma que ainda tendo outros métodos de apuração de custos mais modernos, o custeio por absorção por sua aceitação fiscal e dentro dos princípios fundamentais de contabilidade acaba sendo o método de apuração de custo mais utilizado no país.

Verifica-se então que neste método, os custos diretos são tratados de forma objetiva, pois podem ser atribuídos diretamente ao produto, já os indiretos por precisar de critérios de rateios são considerados subjetivos, mas ambos são atribuídos para encontrar o valor final do produto.

Berti (2009, p. 61) complementa algumas vantagens:

O custeio por absorção é o método de apuração de custos de produção aceito pela legislação fiscal, cujo art. 290 do RIR/99 prevê que os custos de produção de bens e serviços vendidos compreenderá, obrigatoriamente:

- a) o custo da aquisição de matérias-primas e quaisquer outros bens ou serviços aplicados ou consumidos na produção;
- b) o custo de pessoal aplicado na produção, inclusive de supervisão direta, manutenção e guarda das instalações de produção;
- c) os custos de locação, manutenção\reparo e os encargos de depreciação dos bens aplicados na produção;
- d) os encargos de amortização diretamente relacionados com a produção;
- e) os encargos de exaustão dos recursos naturais utilizados na produção.

Portanto, a legislação fiscal descreve como integrante dos custos de produção itens diretos e indiretos, fixos ou variáveis, de onde se conclui que o método de custeio por absorção é o aceito para fins de apuração de lucro real e da base de cálculo da contribuição social sobre o lucro.

Descreve Stark (2007) que esse critério considera como componentes de custos todos os elementos ligados á produção sendo eles diretos ou indiretos. Dessa forma o custo de cada unidade produzida é composto pelos custos variáveis, acrescidos de uma parcela referente aos custos fixos atribuídos ao setor ou ao período do processo produtivo. Procedendo dessa maneira o custeio por absorção reconhece que o custo unitário do produto é afetado pela quantidade produzida, mesmo o custo variável não se alterando os custos fixos unitários produzidos decrescem à medida que a quantidade produzida se eleva.

2.8 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Segundo Crepaldi (2004, p. 231) o significado de margem de contribuição “representa o valor que cobrirá os custos e despesas fixos da empresa e proporcionará o lucro”.

A figura abaixo demonstra a formula da margem de contribuição.

Figura 04 – Formula da margem de contribuição.

$$MC = RV - (CDV)$$

Fonte: Crepaldi (2004, p. 231)

MC = margem de contribuição

RV = vendas totais

CDV = custo e despesa variável total

Para Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 180) a margem de contribuição é:

Um elemento útil para as decisões. Por exemplo, a empresa pode estar sofrendo prejuízos com determinado produto e, ainda assim, continua operando, se a margem de contribuição for suficientemente elevada. Como alguns custos e despesas fixas não são elimináveis em curto prazo como (depreciação e aluguéis), a contribuição obtida será benéfica. Por outro lado, se a margem de contribuição for negativa e não houver expectativa ou possibilidade de reverter esta situação, as receitas são menores do que os gastos variáveis totais. Neste caso seria melhor abandonar o produto e, em termos globais, será melhor encerrar as atividades da empresa.

A diferença entre o preço unitário de venda e os gastos variáveis é a margem de contribuição, portanto o valor que sobra de cada unidade vendida deverá ser suficiente para cobrir os custos e despesas fixas e ainda proporcionar o lucro.

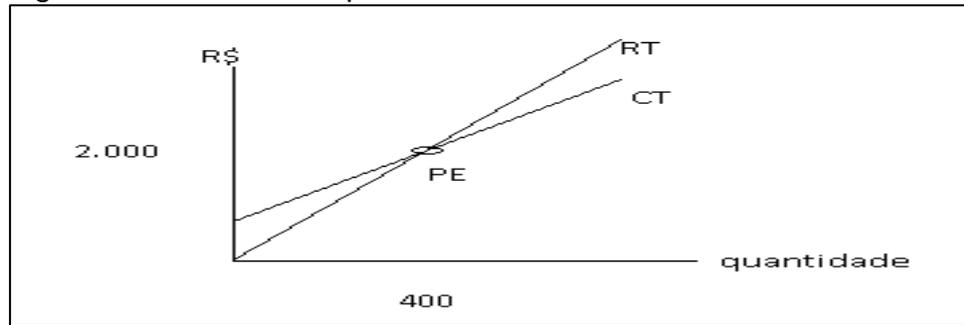
Observa-se que a margem de contribuição é de extrema importância para o planejamento da empresa, pois é nesse momento que deve ser avaliado quais os produtos que estão trazendo benefícios para a empresa e quais não estão tendo rentabilidade.

2.9 PONTO DE EQUILÍBRIO

Dubois, Kulpa e Souza (2006) descrevem que a partir do momento que a empresa conhecer todos os seus gastos, custos e a formação do preço dos seus produtos, ela poderá saber qual a quantidade de cada produto deverá ser vendida para começar a ter lucros.

Para uma empresa iniciar sua produção é claro que ela deverá ter gastos de produção, antes de iniciar suas vendas ela vai estar com os gastos maiores que as receitas, porém a partir do momento que a mesma começar a vender, no momento que as receitas se igualarem com as despesas é nesse ponto neutro que se denomina o ponto de equilíbrio.

Figura 05 – Ponto de equilíbrio.



Fonte: Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 175)

Observando a figura acima fica mais fácil para entender o momento em que se atinge o ponto de equilíbrio, em uma empresa que vende certo produto, até o nível de 400 unidades vendidas sua despesa supera sua receita, daí em diante suas receitas passam a superar suas despesas, logicamente é no momento em que se vende a marca de 400 unidades que se chega ao ponto de equilíbrio supondo que cada produto vendido seja pelo valor de R\$ 5,00 chegando aos R\$ 2'000,00.

Conhecer o ponto de equilíbrio é de fundamental importância para as empresa, pois é ele que mostra qual o volume que deve ser vendido para que a mesma não tenha prejuízos.

2.10 MARK-UP

Antes de qualquer consideração sobre qual deve ser o preço de venda, é necessário o conhecimento de um elemento que é o Mark-up, sendo ele um dos métodos mais simples utilizados para a determinação dos preços dos produtos a serem vendidos. Dubois, Kulpa e Souza (2006).

Ele consiste em adicionar uma margem de lucro aos custos dos produtos, assim:

$$\text{Mark-up} = \% \text{ desejada} \times \text{Custo unitário}$$

Essa margem de lucro deve ser representada por um percentual, que ao ser adicionado aos custos totais do produto, deverá dar um preço de venda no qual deve superar todas as despesas e tendo margem para satisfazer o lucro desejado pela empresa.

Segundo Wernke (2005) existem duas maneiras de se calcular o Mark-up, que são: o divisor e o multiplicador, independente de qual forma seja apurado o valor será o mesmo.

Figura 06 – Calculo do Mark-up.

TOTAL ITV (IMPOSTOS, TAXAS, VENDAS)	23,65%
TOTAL MC (MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO)	31%
O FATOR MARK-UP SERÁ DADO POR:	
PREÇO DE VENDA	100%
MENOS (-)	
ITV	23,65%
MC	31,00%
(=) MARK-UP DIVISOR	45,35%
MARK-UP MULTIPLICADOR (100%/45,35%)	2,20507

Fonte: Cogan (1999, p. 134)

Tendo isso, a seguir será apresentado um exemplo pratico de aplicação do Mark-up, tem-se o seguinte:

Mark-up divisor:

Matéria prima = R\$ 350,00

Outros custos variáveis = R\$ 250,00

Total = R\$ 600,00

(dividido pelo Mark-up divisor) = 45,35%

Preço de venda = R\$ 1.323,04

Mark-up multiplicador:

(vezes o Mark-up multiplicador) = 2,20507

Preço de venda = R\$ 1.323,04

Verifica-se para o índice encontrado pelo Mark-up, deverá cobrir os impostos e taxas aplicadas sobre as vendas, bem como as despesas fixas administrativas e de vendas e os custos de fabricação além de proporcionar o lucro desejado pela empresa.

3 METODOLOGIA

Para efetuar um estudo metodológico, é necessário definir procedimentos para alcançar melhores objetivos elencados. A metodologia pode ser entendida de acordo com Barros e Lehfeld (2000, p. 1) que “corresponde a um conjunto de procedimentos utilizados por uma técnica, ou disciplina, e sua teoria geral. O método pode ser considerado como uma visão abstrata da ação”.

Os procedimentos de pesquisas a serem utilizados para o desenvolvimento desse projeto serão pesquisa bibliográfica, descritiva e análise documental e qualitativa.

Em relação aos objetivos deste trabalho, realizou-se uma pesquisa descritiva. Segundo Andrade (2005, p.124) nesta pesquisa “os fatos são observados, registrados, analisados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles”.

A pesquisa bibliográfica de acordo com Andrade (2005) é aquelas informações extraídas de livros, revistas e artigos a respeito do tema em estudo. Sendo essa fundamental para o desenvolvimento do trabalho. É nela que o autor terá o conhecimento geral do tema a apresentar.

Em relação a análise documental segundo Andrade (2005) esta análise baseia-se nas informações internas da empresa, como planilhas, fichas, dentre outras, sendo elas muitas vezes não publicadas.

Quanto á abordagem do problema utilizou-se uma pesquisa qualitativa, pois procura entender o porquê e o que ocasiona tal problema, segundo Richardson (199, p. 80) “todos os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de um problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”.

Com isso analisou-se os dados da área de custos de uma empresa, com o intuito de apresentar melhorias para a mesma.

4 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo será apresentado o histórico e a caracterização da empresa em estudo, seu processo produtivo e a estrutura dos custos da organização. Brevemente será apresentada uma proposta de aplicação do método de custeio variável para a formação do preço de venda do produto.

4.1 HISTÓRICO DA EMPRESA

A empresa D' Luch Confeccões Ltda. surgiu há 20 anos. Fundada por Valdinei Luchina da Silva e situada no bairro Sanga da Toca em Araranguá, SC, a mesma tinha como razão social, Voo Livre confecções e trabalhava somente com representação. Após casar-se com Ana T. Machado da Silva e mudar-se para a cidade de Sombrio, o fundador juntamente com sua esposa mudaram a razão social da empresa para D'luch confecções. Esta mudança ocorreu no ano de 2001, quando o proprietário conseguiu colocar algumas peças consignadas na loja Game Fashion, no shopping japonês, km 435 da BR 101, foi a partir desse momento que a empresa começou a crescer.

Figura 07 - imagem da empresa D'luch confecções



Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

Com uma boa aceitação da linha surf wear, por se situar em uma área litorânea tendo um grande público alvo, logo o Sr. Luchina comprou uma loja dentro do mesmo shopping. Visando o crescimento foi criada uma marca denominada surf.com, com o segmento surf wear, feminino e masculino.

A mesma conta atualmente com uma loja própria atacadista localizada no atacado Prime, em São João do Sul. Sua produção (costura) no momento é 100% terceirizada, contando com 25 fábricas ao todo.

4.1.1 Objetivos Da Empresa

A empresa tem como objetivo atender e satisfazer seus clientes, com finalidade de fidelizar os mesmos, buscando aumentar seus negócios e também proporcionar empregos ao município onde se localiza e aos vizinhos, trazendo benefícios a todos.

4.1.2 Missão

“ser referência no mundo da moda, consolidando parcerias entre fornecedores, consumidores e colaboradores, visando qualidade e responsabilidade social”.

4.1.3 Visão

A empresa busca promover e consolidar sua marca, abrangendo e adquirindo novos consumidores, tendo como premissa a qualidade e a agilidade na execução de seus produtos e serviços.

4.1.4 Valores

Os valores integram-se em todas as ações da D'luch confecções e são baseados em:

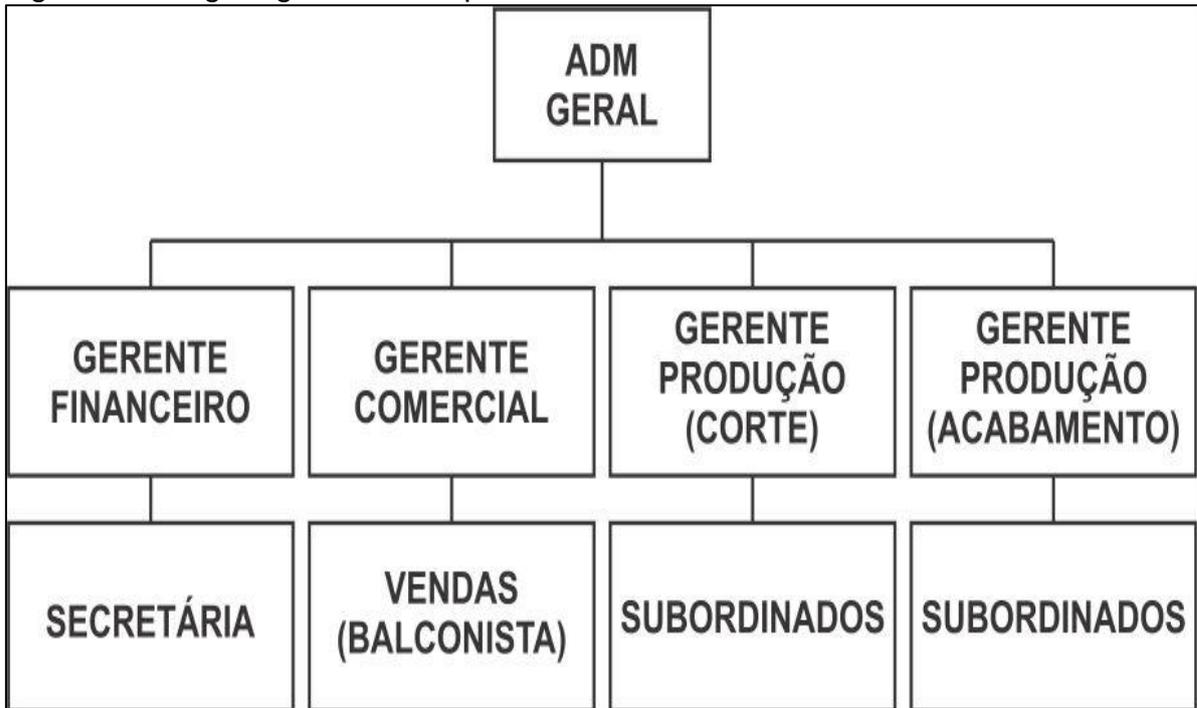
- a) Ética: a empresa obtém princípios ao desempenhar suas atividades, tais como: a honestidade e a moralidade, a fim de realizar sempre um trabalho digno, respeitando assim seus colaboradores, fornecedores e principalmente seus clientes;
- b) Integridade: a empresa em estudo busca em todas suas ações e transações ser justa e íntegra perante os fatos, trabalhando de maneira correta na realização de sua atividade;
- c) Competência: a D'luch confecções busca realizar seu trabalho com um alto padrão de qualidade, em todos os setores da organização, para assim satisfazer seus clientes;
- d) Honestidade: exercer sua atividade empresarial de maneira digna, cumprindo com suas obrigações e respeitando os colaboradores, concorrentes e clientes;
- e) Efetividade: trabalhar da melhor maneira possível, a fim de alcançar os objetivos propostos através do planejamento estratégico apresentado na empresa.

4.1.5 Estrutura Organizacional

A empresa atualmente conta com a participação de 42 colaboradores diretos, sendo que 31 deles estão ligados diretamente com a produção entre eles 02 são, encarregados (gerente), um de produção (corte) e outro de produção (acabamento), os outros colaboradores estão na loja sendo um deles é gerente (comercial) de vendas.

Para ter uma melhor compreensão de como funciona o sistema hierárquico da empresa, tendo em vista que a mesma se trata de uma empresa de pequeno porte é possível perceber que tudo está sobre os olhos do administrador pelo qual deve se passar todas as mudanças sendo elas comerciais ou produtivas. A seguir será apresentado o organograma da empresa.

Figura 08 - Organograma da empresa



Fonte: D'luch confecções (2014)

Exposto o organograma observa-se que a empresa está separada em quatro setores, sendo eles: financeiro, comercial, produção (corte), produção (acabamento). Onde todos têm uma ótima comunicação em si, assim mantendo-se uma estrutura bem organizada.

4.1.6 Produtos

A empresa em estudo possui um portfólio amplo de produtos na linha surf wear, sendo eles voltados para o público adulto feminino e masculino. A produção de verão conta na linha feminina com blusas, shorts, vestidos, camisas e saias. Já a linha masculina é composta por camisetas, bermudas, regatas, camisas, e polos. A produção de inverno é composta no geral entre masculino e feminino por casacos, jaquetas, calças, moletoms, blusas e camisas.

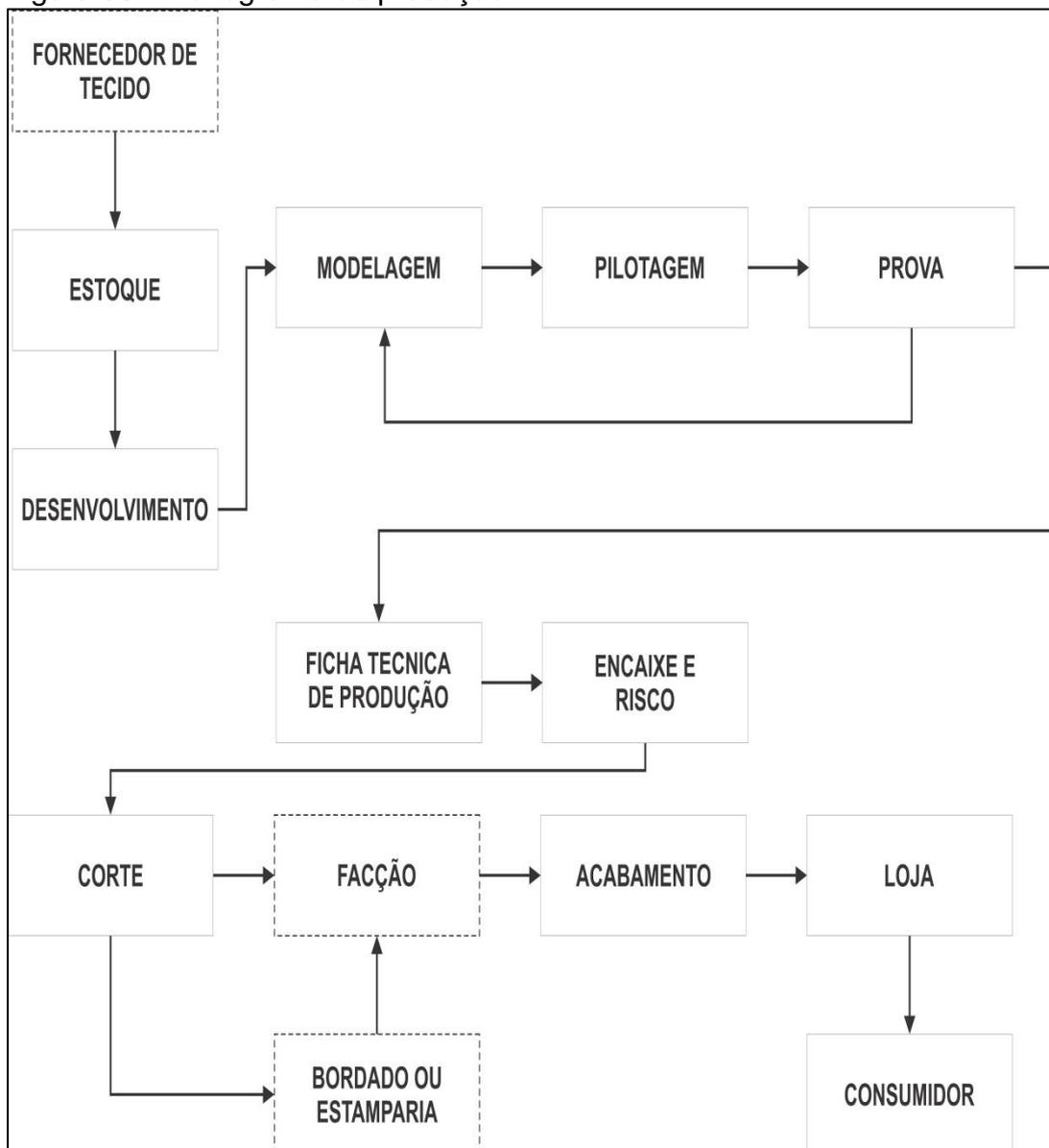
Para a realização deste estudo foi selecionado dois dos principais produtos da coleção de inverno, que é o moletom canguru masculino e o casaco feminino.

4.1.7 Processo Produtivo

O processo produtivo consiste em um conjunto de etapas para confeccionar os produtos fabricados pela empresa.

A confecção do moletom tem início no setor de desenvolvimento (criação), passando por vários outros como será apresentado a seguir no fluxograma produtivo da empresa.

Figura 09 - Fluxograma de produção



Fonte: D'luch confecções (2014)

Primeiramente a área de compras de matéria prima, a atividade é realizada pelas estilistas, que após viagens e pesquisas de tendências, fazem a

aquisição dos materiais necessários para utilização na coleção. Estes artigos são comprados, alguns de empresa nacional outros de importadora.

Figura 10 - Setor de compras da empresa D'luch confecções



Fonte: D'luch confecções (2014)

O setor de desenvolvimento e criação conta com quatro colaboradores, sendo 03 estilistas que após pesquisas de tendências, desenvolvem o produto e sua ficha técnica, e um desenhista que desenvolve todo trabalho gráfico da empresa, como as estampas utilizadas nas peças, etiquetas de tamanho, *tags* e catálogos.

Figura 11 - Setor de criação e desenvolvimento da empresa D'luch confecções.



Fonte: D'luch Confeccões (2014).

O setor de modelagem é constituído por apenas um colaborador. O mesmo produz as modelagens no sistema *Audaces*, baseadas nas fichas de produto desenvolvidas pelas estilistas. Após esta etapa a modelagem é impressa e entregue ao setor de pilotagem.

Figura 12 - Setor de modelagem da empresa D'luch confecções.



Fonte: D'luch Confecções (2014).

O setor de pilotagem da empresa é composto por dois colaboradores, os mesmos recebem a modelagem impressa e a partir daí a recortam e produzem as peças até ficarem perfeitas.

Figura 13 - Setor de Pilotagem da empresa D'luch confecções.



Fonte: D'luch confecções (2014)

O setor de corte e estoque é constituído por seis colaboradores, dentre eles quatro cortadores, um auxiliar de corte responsável pela contagem e marcação

dos moldes e outro profissional responsável pelo recebimento e organização de toda matéria prima que dá entrada no setor.

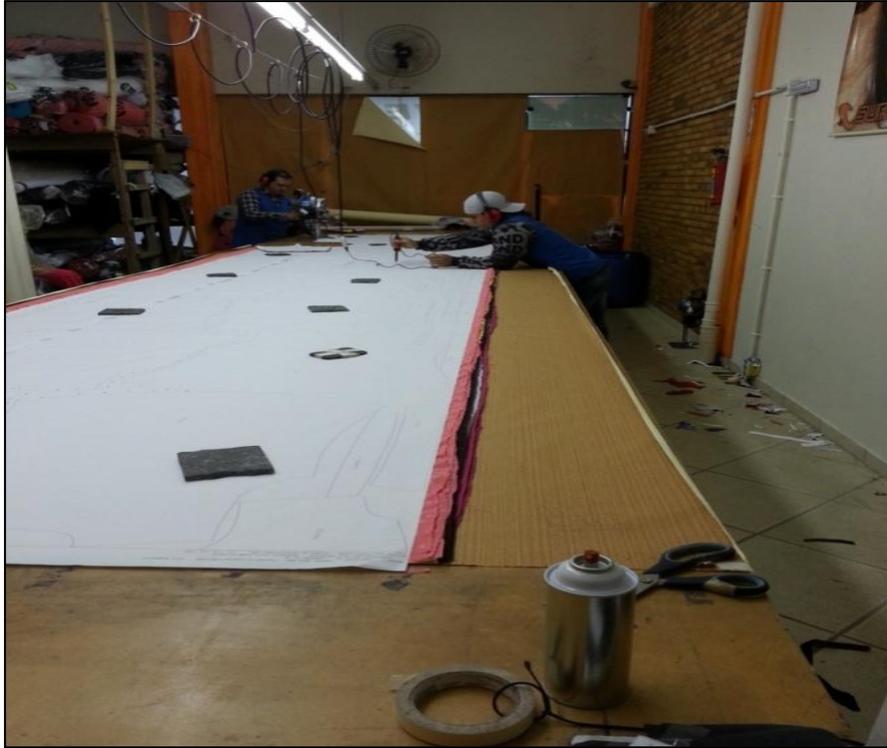
Hoje a empresa possui duas mesas de corte, uma independente e outra integrada ao setor de estoque.

Figura 14 - Setor de corte da empresa D'luch confecções (mesa 01).



Fonte: D'luch confecções (2014)

Figura 15 - Setor de corte integrado ao estoque da empresa D'luch confecções (mesa 02).



Fonte: D'luch confecções (2014)

O estoque onde fica toda a matéria prima a ser utilizada na produção, em algumas ocasiões quando o estoque não comporta a quantidade que se é comprado é utilizado e espaço da antiga fabrica.

Figura 16 - Setor de estoque da empresa D'luch confecções.



Fonte: D'luch confecções (2014)

O setor de expedição de corte da empresa conta com apenas um colaborador, o mesmo tem como tarefa lançar os cortes no sistema para que se haja

um controle de percurso, como a saída para estamparia e bordado e também liberando os mesmos para enfim serem produzidos pelas facções.

Figura 17 - Setor de expedição de corte da empresa D´luch confecções.



Fonte: D´luch Confecções (2014).

O setor de conferência de corte é constituído por um funcionário, que tem como função fazer a contagem das peças após a chegada da facção, o mesmo faz esta conferência a partir de uma nota de controle emitida pelo setor anterior, onde consta a quantidade deste corte, e a data em que foi emitido para a facção. Este setor é responsável também pelas peças com defeito que precisam ser devolvidas a facção para conserto.

Figura 18 - Setor de conferência de corte da empresa D´luch confecções.



Fonte: D´luch Confecções (2014).

O setor de acabamento conta com seis colaboradores, esse departamento é um dos maiores da empresa, pois é onde se concentra o maior número de aparelhagens. Dentre os funcionários deste setor encontram-se um operador de travete, um de caseadeira, dois de botoneira e dois na marcação das peças (casa e botão), neste mesmo local estão dispostos outros quatro equipamentos utilizados pelo setor de pilotagem, duas máquinas retas, uma overloque e uma cinco fios.

Figura 19 - Setor de acabamento da empresa D'luch confecções (marcação, botoneira, caseadeira e travete).



Fonte: D'luch Confecções (2014).

O setor de revisão nas épocas de pico conta com quatro profissionais, este setor é muito importante no processo produtivo, pois é ele que detecta todos os problemas existentes em uma peça, desde um fio puxado até defeitos em costuras. O mesmo realizando corretamente seu trabalho, ainda contribui para o enriquecimento da mercadoria e da marca, pois um produto bem acabado desperta ainda mais desejo ao consumidor final.

Figura 20 - Setor de revisão da empresa D'Íluch confecções.



Fonte: D'Íluch Confecções (2014).

O setor de passadoria da empresa conta com três colaboradores, sendo que todas as peças existentes na produção passam pelas suas mãos. Por este motivo eles ainda analisam mais uma vez as peças para que não haja a possibilidade de algumas saírem com defeitos. Este setor também se torna muito importante no processo, pois cada tecido necessita de cuidados específicos, e para evitar maiores prejuízos é preciso profissionais capacitados operando o setor.

Figura 21 - Setor de passadoria da empresa D'luch Confeções.



Fonte: D'luch Confeções (2014).

O setor de acabamento (etiquetagem e embalagem) conta com dois funcionários, um é responsável pela dobra das peças seguindo o padrão exigido da empresa, e outro pela etiquetagem e embalagem do produto. Toda a estética, desde a embalagem do produto adequada até a garantia de que o mesmo não cheguem na loja em mau estado, como também o controle da mercadoria separando as peças e seus respectivos tamanhos. Todo este trabalho depende deste setor, pois todas precisam ser bem dobradas e embaladas e, sobretudo etiquetadas corretamente para que não haja problemas de contagem e controle de tamanhos.

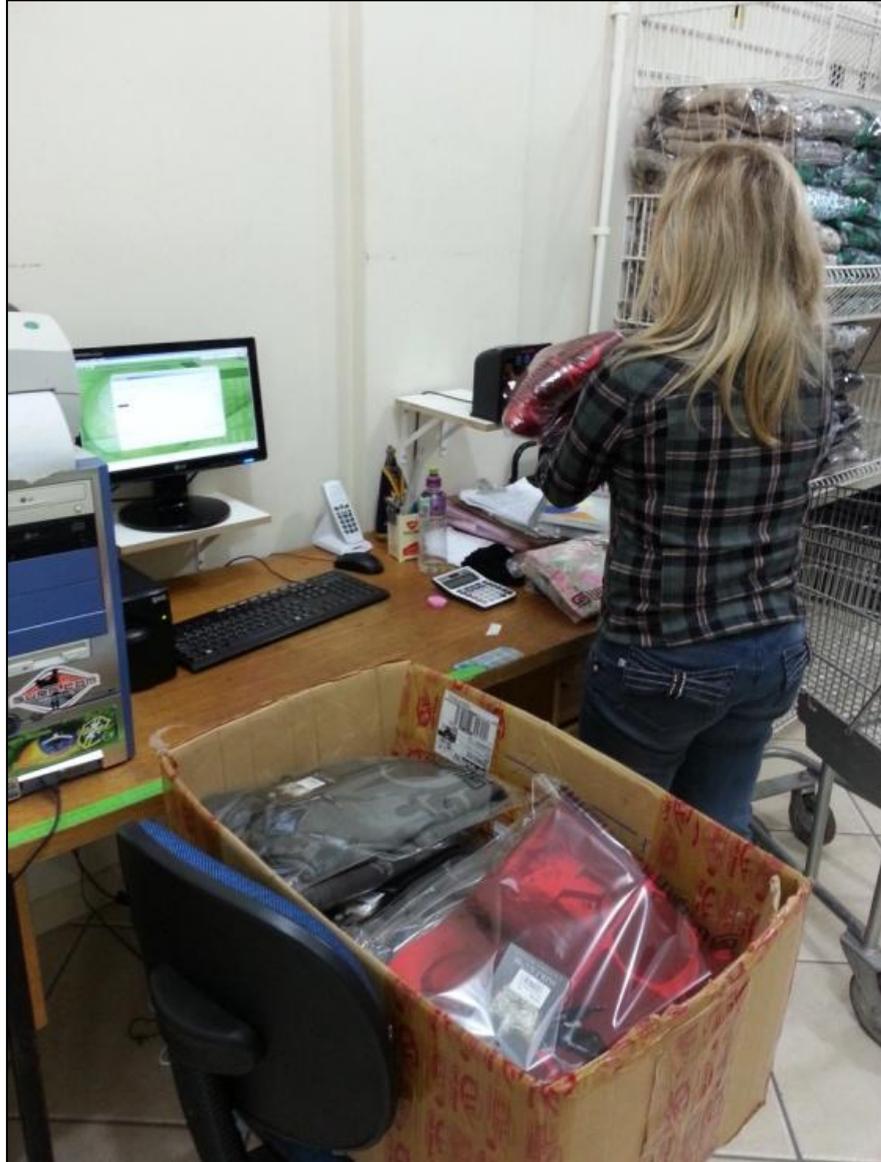
Figura 22 - Setor de acabamento da empresa D'luch Confeccões (etiquetagem e embalagem).



Fonte: D'luch Confeccões (2014).

O setor de expedição que encaminha os produtos para as lojas conta com um profissional para o trabalho manual e um sistema computadorizado que dá entrada e saída de toda mercadoria. Este setor é de muita importância, pois o trabalho precisa ser realizado com cuidado para que a quantidade de peças que esta saindo corresponda com a quantidade que realmente irá para a loja.

Figura 23 - Setor de expedição para lojas da empresa D'luch Confecções.



Fonte: D'luch Confecções (2014).

Por fim o setor financeiro da empresa, que conta com um operador responsável, desde pagamentos até homologação de funcionários, e também uma secretaria, responsável pela separação de notas fiscais, recepção e recados.

Figura 24 - Departamento financeiro da empresa D'íuch confecções.



Fonte: D'íuch Confecções (2014).

4.2 GASTOS GERAIS DA EMPRESA

Nesta capítulo, será apresentado todos os gastos e custos ocorrido em todo o processo produtivo e de venda da empresa em estudo, sendo assim separados em dois grupos primeiro os custos de fabricação e segundo as despesas administrativas e de vendas.

Abaixo segue a tabela com os custos e despesas de produção.

Figura 25 – Gastos Gerais Divididos em Custos e Despesas.

CUSTOS	DESPESAS
MATERIA PRIMA	SALARIOS E ENCARGOS (ADMINISTRATIVO/VENDA)
SALARIOS E ENCARGOS (PRODUÇÃO)	AGUA, ENERGIA, TELEFONE, INTERNET
MANUTENÇÃO EQUIPAMENTOS FABRICA	CONDOMINIO
DEPRECIÇÃO	MATERIAL DE ESPEDIENTE E ESCRITORIO
SEGURANÇA E MEDICINA DO TRABALHO	MATERIAL ESCRITORIO (LOJA)
ENERGIA ELETRICA (PRODUÇÃO)	MATERIAL DE LIMPEZA
	SEGUROS (VEICULOS)
	COMBUSTIVEL E LUBRIFICANTES
	SISTEMA/SOFT
	PUBLICIDADES
	TARIFAS BANCARIAS
	IPTU, IPVA E ALVARA
	COMISSÕES
	ENERGIA ELETRICA (ADMINISTRATIVA/VENDA)

FONTE: Elaborado pelo autor

Os custos são alocados diretamente no setor produtivo, já as despesas são gastos que a empresa tem nas outras áreas como no setor administrativo e de vendas, tais como: telefone, condomínio da loja, energia elétrica dos setores, administrativo e de vendas entre outros.

Tendo em vista os custos e as despesas gerais, na sequência será apresentado o custo variável de dois dos principais produtos confeccionados pela empresa.

4.3 CUSTOS VARIÁVEIS

Como a empresa confecciona uma grande variedade de produtos em cada coleção, foi selecionado dois dos principais produtos produzidos da coleção outono/inverno 2014, que são eles: casaco de moletom feminino e o moletom canguru masculino.

Analisando a ficha técnica dos produtos selecionados, verifica-se que são utilizados diversos tipos de matéria prima, assim foi criada uma tabela para descrever cada um deles.

Figura 26 – Custos Variáveis dos Produtos Moletom e Casaco.

MATÉRIA PRIMA	MOLETOM CANGURU MASC.	CASACO DE MOLETOM FEM.
TECIDO (MOLETOM)	R\$ 17,82	R\$ 20,61
TECIDO (MEIA MALHA)		R\$ 0,56
TECIDO (FLANELA)	R\$ 1,50	
COSTURA (TERCEIRIZADA)	R\$ 8,00	R\$ 11,00
BOTÃO		R\$ 1,05
CORDÃO CAPUZ	R\$ 0,50	
REBITES	R\$ 0,12	
ILHÓS	R\$ 0,10	
TECIDO (RIBANA)	R\$ 1,80	
TAG	R\$ 0,14	R\$ 0,14
ETIQUETAS	R\$ 0,10	R\$ 0,10
BORDADO	R\$ 5,43	
CUSTO UNITÁRIO	R\$ 35,51	R\$ 33,46

FONTE: D'luch confecções (2014)

Os tecidos utilizados nestas peças são apurados pelo consumo de cada uma delas, de tecido no moletom canguru masculino foram 0,782 kg de moletom, 0,16 cm de flanela e 0,076 kg de ribana. No casaco utilizou 0,904 kg de moletom e 0,025 kg de meia malha e um total de sete botões, os outros materiais são valores unitários já fuxicados.

A costura esta como custo variável por ser um serviço terceirizado, em algumas empresas ela pode ser considera custos de produção quando a mesma é executada dentro da fábrica.

A empresa durante a coleção produz em média nove mil peças por mês, tendo isso pode se afirmar que o custo variável de produção é a multiplicação dos custos variáveis dos produtos em estudo pela quantidade produzida como demonstra a figura abaixo.

Figura 27 – Total dos Custos Variáveis.

PRODUTO	VALOR VARIÁVEL UNITÁRIO	QUANTIDADE PRODUZIDA (MÊS)	CUSTO VARIÁVEL TOTAL
MOLETOM MASCULINO	R\$ 35,51	4000	R\$ 142.040,00
CASACO FEMININO	R\$ 33,46	5000	R\$ 167.300,00
TOTAL	R\$ 68,97	9000	R\$ 309.340,00

Fonte: Elaborado pelo autor

4.4 CUSTOS FIXOS E DESPESAS FIXAS

Destacam-se neste item todos os custos fixos de produção da empresa em estudo, juntamente com suas despesas fixas separadas por setores.

Figura 28 – Custos Fixos e despesas fixas.

GASTO COM PESSOAL	Custos		Despesa Administrativa		TOTAL
	DESENVOLVIMENTO	PRODUÇÃO	ADMINISTRATIVO	LOJA	
QUADRO PESSOAL	5	24	2	11	42
SALÁRIOS FIXOS	R\$ 8.800,00	R\$ 30.340,00	R\$ 3.900,00	R\$ 10.680,00	R\$ 53.720,00
ENCARGOS (FGTS, INSS, MULTA)	R\$ 805,34	R\$ 2.776,60	R\$ 356,91	R\$ 2.477,96	R\$ 6.416,81
13 SALÁRIO	R\$ 733,46	R\$ 2.528,76	R\$ 325,05	R\$ 890,15	R\$ 4.477,42
FÉRIAS	R\$ 977,89	R\$ 3.371,51	R\$ 433,38	R\$ 1.186,82	R\$ 5.969,60
MÉDICO/SEGURANÇA TRABALHO	R\$ 35,48	R\$ 170,32	R\$ 14,20		R\$ 220,00
FIXO OPERACIONAL					
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 94,44	R\$ 613,89	R\$ 141,67	R\$ 900,00	R\$ 1.750,00
ÁGUA	R\$ 9,68	R\$ 46,45	R\$ 3,87		R\$ 60,00
ALVARÁ	R\$ 1,56	R\$ 10,11	R\$ 2,33	R\$ 313,56	R\$ 327,56
MANUTENÇÃO MAQUINAS	R\$ 60,00	R\$ 150,00	R\$ 30,00		R\$ 240,00
DEPRECIÇÃO	R\$ 80,00	R\$ 280,00	R\$ 40,00		R\$ 400,00
TELEFONE	R\$ 325,00	R\$ 650,00	R\$ 325,00		R\$ 1.300,00
INTERNET	R\$ 44,00	R\$ 22,00	R\$ 33,00		R\$ 99,00
SISTEMA/SOFT	R\$ 131,64	R\$ 131,64	R\$ 131,64	R\$ 329,08	R\$ 724,00
CONDOMÍNIO (LOJA)				R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
MAT. ESCRITÓRIO (FÁBRICA)	R\$ 83,33	R\$ 83,34	R\$ 83,33		R\$ 250,00
MAT. ESCRITÓRIO (LOJA)				R\$ 300,00	R\$ 300,00
SEGURO (VEICULO)	R\$ 20,03	R\$ 70,11	R\$ 10,02		R\$ 100,16
COMBUSTÍVEL/LUBRIFICANTES	R\$ 240,00	R\$ 840,00	R\$ 120,00		R\$ 1.200,00
IPTU	R\$ 10,83	R\$ 70,42	R\$ 16,25		R\$ 97,50
SISTEMA DE SEGURANÇA	R\$ 35,56	R\$ 106,67	R\$ 35,56	142,21	R\$ 320,00
TOTAL CUSTO PESSOAL	R\$ 11.352,17	R\$ 39.187,19	R\$ 5.029,54	R\$ 15.234,93	R\$ 70.803,83
TOTAL CUSTO OPERACIONAL	R\$ 1.136,07	R\$ 3.074,63	R\$ 972,67	R\$ 6.984,85	R\$ 12.168,22
TOTAL	R\$ 12.488,24	R\$ 42.261,82	R\$ 6.002,21	R\$ 22.219,78	R\$ 82.972,05

Fonte: elaborado pelo autor

Os custos e despesas aqui apresentados foram disponibilizados pela empresa, tendo como base de cálculo para a média os meses de março, abril e maio. Os critérios de rateio utilizados para a distribuição desses custos e despesas nos setores em sua maioria foram elaborados pelo autor.

Sabe-se que o administrativo e a loja são considerados despesas fixas do período que totalizam R\$ 28.221,99, os outros setores são considerados como custos fixos que somam R\$ 54.750,06.

Os gastos com pessoal, depreciação e manutenção de máquinas foram disponibilizados pela empresa, que não informou quais os critérios utilizados para o rateio.

O autor utilizou diferentes critérios de rateio, alguns em cima do número de funcionários, como o médico/segurança do trabalho, outros pela área da fábrica, como a energia elétrica, IPTU e alvará, outros por pontos de consumo, como internet, sistema (soft), telefone e outros por setores, como o material de escritório.

Pode ser visto que o setor produtivo sendo o maior e mais importante é onde se aloja a maioria dos custos fixos. A loja tem uma grande parcela nesses custos por ter um espaço amplo seu condomínio tem um valor bem significativo.

Além dos custos variáveis por produtos o custo fixo também deve ser rateado para cada produto, dessa forma segue abaixo a figura com o rateio dos custos fixos por produtos utilizando como base a quantidade total produzida.

Figura 29 – Custo Fixo Unitário

CUSTO FIXO			
DESCRIÇÃO	MOLETOM CANGURU MASC. 44,44%	CASACO MOLETOM FEM. 55,56%	
CUSTO FIXO	R\$ 24.330,93	R\$ 30.419,13	
CUSTO FIXO UNITÁRIO	R\$ 2,70	R\$ 3,38	

Fonte: elaborado pelo autor

Considerando que a empresa produziu no mês de maio 9000 peças, observa-se que o critério de rateio foi feito pela quantidade produzida, sendo que para o moletom canguru masculino teve 44,44% da produção e o casaco de moletom feminino 55,56%, ficando com os respectivos valores de custo fixo para cada peça como mostra a figura acima.

4.5 DESPESAS VARIÁVEIS

As despesas variáveis são aquelas que a empresa tem de acordo com a venda do produto, como: as comissões dos vendedores, ICMS e a comissão dos guias e do shopping.

Observa-se que a alíquota de PIS e COFINS é de 3,65%, pois a empresa enquadra-se na modalidade cumulativa, ICMS 13,3%, pois a venda é feita para vários estados, comissão dos guias e do shopping totalizam 13% e a comissão dos vendedores que totalizam 3,65%, todas as despesas variáveis chegam á marca de 33,60%, esses percentuais foram disponibilizados pela empresa.

Tendo essas informações pode ser definida a formação do preço de venda como demonstra o capítulo a seguir.

4.6 MARK-UP

Para a formação do preço de venda, utilizou-se o método baseado no custo dos produtos acrescidos pelo Mark-up.

Sabe-se que o preço de venda deve ter capacidade para cobrir todos os custos e despesas e ainda gerar o lucro desejado pela empresa. A mesma devendo ter conhecimento para estar com o preço de acordo com o mercado, assim se tornando mais competitiva e podendo ampliar seus negócios.

De acordo com uma pesquisa feita com o proprietário da empresa, a margem desejada de lucro é em média de 13%, sabendo que pode sofrer uma pequena alteração por ser uma empresa que não trabalha com pedidos exatos tendo sempre ao final de cada coleção algumas sobras de produtos, sendo elas sempre controladas, as despesas fixas de acordo com a empresa totalizam em média 3,76% do faturamento médio e o custo fixo corresponde a 8,06%.

A figura a seguir apresenta o percentual das despesas variáveis e fixas, custo fixo e a margem de lucro desejada, compondo assim o Mark-up.

Figura 30 – Composição do Mark-up.

	MARK-UP
Despesas variáveis	33,60%
Despesas fixas	3.76%
Custos fixos	8,06%
Margem de lucro	13%
Total	58,42%

Fonte: elaborado pelo autor

A seguir será apresentado pelo fator Mark-up divisor e multiplicados, a sugestão do preço de venda dos produtos em estudo.

Para se encontrar o Mark-up divisor utiliza-se o total do Mark-up encontrado na figura acima, diminuindo o 100% que representa o valor de venda, chegando ao índice do divisor que é 41,58% ou 0,4158. Para o Mark-up multiplicador divide-se o 100% representado pelo valor de venda pelo total do Mark-up divisor, chegando ao índice de 2,4050.

A figura abaixo demonstra o valor de cada produto pelo Mark-up

Figura 31 – Preço de venda dos produtos pelo Mark-up

	MOLETON CANGURU MASC.	CASACO MOLETOM FEM.
CUSTO VARIÁVEL UNITÁRIO	R\$ 35,51	R\$ 33,46
MARK-UP DIVISOR	0.4158	0.4158
MARK-UP MULTIPLICADOR	2,4050	2,4050
VALOR DE VENDA	R\$ 85,40	R\$ 80,47

Fonte: elaborado pelo autor

Observa-se que após identificar todas as despesas fixas e variáveis de cada produto com a respectiva margem de lucro desejada pela empresa, pode-se definir que o valor de venda do moletom canguru masculino deve ser de R\$ 85,40 e o casaco de moletom feminino por R\$ 80,47. Esse por sua vez cobrindo todas as despesas e os gastos, tendo ainda capacidade de geral lucro.

4.7 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO E PONTO DE EQUILÍBRIO

Para se encontrar a margem de contribuição de cada produto deve-se utilizar a seguinte formula:

$$MC = PV - (CDV)$$

Onde:

MC = margem de contribuição

PV = preço de venda

CDV = custos e despesas variáveis

Conhecendo o valor de venda dos produtos calculados na figura 31, pode-se calcular a margem de contribuição como é apresentado na figura 32:

Figura 32 – Margem de contribuição unitária

	Moletom canguru masculino	Casaco moletom feminino
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	MC = 85,40- (35,51 + 28,69)	MC = 80,47 - (33,46 + 27,03)
	MC = 21,20	MC = 19,98

Fonte: elaborado pelo autor

Verifica-se que a margem de contribuição desses produtos são positivas, para se chegar a uma margem de contribuição total, deve-se multiplicar a margem unitária pela quantidade estimada de vendas, que são representadas pelas

seguintes quantidades: moletom canguru masculino, 4000 unidades; casaco de moletom feminino, 5000 unidades.

Com as informações apresentadas anteriormente, pose-se definir que a margem de contribuição total do moletom masculino é de R\$ 84.800,00 e a do casaco feminino é de R\$ 99.900,00. Nota-se que a margem de contribuição do casaco feminino é maior, tendo essa significativa diferença pela quantidade vendida.

O ponto de equilíbrio é o momento em que as vendas se igualam com os custos e despesas da empresa, não gerando lucro ou prejuízo. Por se tratar de uma empresa que confecciona diversos produtos será utilizado a seguir o calculo do ponto de equilíbrio para múltiplos produtos.

Com as informações anteriores apresentadas no trabalho, pode-se fazer o calculo do ponto de equilíbrio, a figura 33 apresenta esse calculo:

Figura 33 – Ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio unidades = $184.700,00 / 9.000 = 20,52$
$= 82.972,05 / 20,52 = 4.044$ unidades

Fonte: elaborado pelo autor

Tendo essas informações para calcular o ponto de equilíbrio individualmente para cada produto em unidades deve-se colocar o percentual de vendas de cada um deles no total de unidades, nesse caso é 4.044, assim a quantidade correspondente para o moletom é de 1.797 unidades e o casaco 2.247 unidades.

Para saber o ponto de equilíbrio em reais, é só multiplicar o ponto de equilíbrio em unidades pelo valor de venda de cada produto. Tendo essas informações acima e na figura 31, pode-se definir que o ponto de equilíbrio do moletom masculino em reais é de R\$ 153.463,80 e o do casaco feminino é de R\$ 180.816,09. Então para que a empresa não tenha prejuízo seu faturamento mensal deve ser superior á R\$ 334.279,89. Caso contrário á mesma estará tendo prejuízos no período.

4.8 DRE – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Neste tópico será apresentado o resultado do exercício da empresa com base no estudo realizado utilizando o método de custeio variável.

Para o calculo considerou-se a quantidade média vendida, deduzindo os custos e as despesas variáveis, tendo a margem de contribuição de cada produto. Após diminuindo desta margem os custos e as despesas fixas do período apresentados na figura 28, resultando no lucro de cada produto. Como mostra a figura a seguir:

Figura 34 – DRE –Demonstração do resultado do exercício

	MOLETOM MASC.	CASACO FEM.	TOTAL
RECEITAS DE VENDAS	R\$ 341.600,00	R\$ 402.350,00	R\$ 743.950,00
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 142.040,00	R\$ 167.300,00	R\$ 309.340,00
(-) DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 114.760,00	R\$ 135.150,00	R\$ 249.910,00
(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 84.800,00	R\$ 99.900,00	R\$ 184.700,00
(-) CUSTOS FIXOS	R\$ 24.330,93	R\$ 30.419,13	R\$ 54.750,06
(-) DESPESAS FIXAS	R\$ 12.541,85	R\$ 15.680,14	R\$ 28.221,99
(=) RESULTADO DO EXERCÍCIO	R\$ 47.927,22	R\$ 53.800,73	R\$ 101.727,95

Fonte: elaborado pelo autor

Nota-se que a empresa no final do período obteve lucro em todos os produtos, sendo que no moletom masculino o lucro foi de R\$ 47.927,22 e no casaco feminino foi de R\$ 53.800,73 totalizando um lucro geral de R\$ 101.727,95.

Com as informações apresentadas durante o trabalho sabe-se que tem maneiras para melhorar ainda mais o seu resultado.

5 Considerações Finais

Diante de um ambiente altamente competitivo ter conhecimento de seus custos é fundamental para qualquer empresa, podendo buscar alternativas para reduzir os mesmos, sendo assim é indispensável a adoção de um método de custeio para atender suas necessidades. Conhecer um método de custeio é essencial para ter uma gestão adequada de custos, podendo significar a diferença entre o sucesso e o fracasso.

O objetivo geral desse trabalho consistiu em apresentar um método de custeio para atender as necessidades gerenciais da empresa, neste caso utilizou-se o método de custeio variável.

Inicialmente, foram apropriados todos os custos com pessoal e operacional dentro de seus respectivos lugares, também os custos de dois dos principais produtos confeccionados, após tendo esse conhecimento formou-se o preço de venda utilizando o Mark-up, na sequência calculou-se o ponto de equilíbrio e a margem de contribuição de cada um dos produtos, por fim foi elaborado o DRE onde pode ser visto que os produtos confeccionados estão trazendo benefícios a empresa.

Destaca-se que o método de custeio variável é uma ótima ferramenta de apoio para a empresa em estudo, pois através dele poderá aperfeiçoar o uso dos seus recursos e melhorar a estratégia de preços a praticar. Como cada entidade tem sua própria maneira de administrar essa pesquisa limita-se em aplicar o método de custeio variável em uma indústria de confecção em sombrio.

Contudo ressalto todo o aprendizado, tanto durante a vida acadêmica quanto na realização deste trabalho. Foi de grande valia tudo o que aqui foi estudado, como as citações de autores consagrados e também aquilo que foi desenvolvido durante esse período. Estes estudos contribuirão não somente em minha vida pessoal como principalmente profissional, pois tudo que com esforço se é aprendido, jamais será esquecido.

6 Referências

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de Metodologia** - Um Guia para a Iniciação Científica. São Paulo: MC GRAW-HILL, 2000.
- BERTI, Anélio. **Contabilidade e análise de custos**. Curitiba: Jarú Editora, 2009.
- COGAN, Samuel. **Custos e preços: Formação e Análise**. 1. Ed. São Paulo, 1999.
- DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2006.
- FERREIRA, Ricardo J. **Contabilidade de custos: teoria e questões comentadas** - 4 ed. Rio de Janeiro: Editora Ferreira, 2007.
- LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: Planejamento, Implantação e Controle**. 3 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2000.
- LEONE, George S. Guerra. **Curso básico de contabilidade de custos**. 2. ed. São Paulo, 2002.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos** - 10 ed. São Paulo: Editora Atlas/S.A, 2010.
- MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão** – 2. Ed. São Paulo: Pearson-Prentice Hall, 2007.
- MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- NASCIMENTO, Jonilton Mendes. **Custos: planejamento, controle e gestão na economia globalizada**. 2. Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2001.
- RICHARDSON, Robert Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. Ed. São Paulo: Atlas: 1999.
- STARK, José Antonio. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda: Ênfase em aplicações e casos nacionais**. São Paulo: Saraiva, 2005.