

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

ANA CAROLINE NUERNBERG GAVA

**ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO: ESTUDO DE CASO EM UM COMÉRCIO DE
PRODUTOS COLONIAIS LOCALIZADO NO MUNICÍPIO DE NOVA VENEZA – SC**

CRICIÚMA

2018

ANA CAROLINE NUERNBERG GAVA

**ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO: ESTUDO DE CASO EM UM COMÉRCIO DE
PRODUTOS COLONIAIS LOCALIZADO NO MUNICÍPIO DE NOVA VENEZA – SC**

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: Prof. Esp. Manoel Vilsonei Menegali

CRICIÚMA

2018

ANA CAROLINE NUERNBERG GAVA

**ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO: ESTUDO DE CASO EM UM COMÉRCIO DE
PRODUTOS COLONIAIS LOCALIZADO NO MUNICÍPIO DE NOVA VENEZA – SC**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade de Custos.

Criciúma, 10 de julho de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Manoel Vilsonei Menegali - Especialista - (UNESC) - Orientador

Prof. Ademir Borges - Especialista – (UNESC) - Examinador

Prof. Cleyton de Oliveira Ritta - Doutor - (UNESC) - Examinador

Dedico esse trabalho à minha família, em especial aos meus pais e ao meu namorado Maicon, pela paciência, apoio e incentivo que me deram durante minha vida acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que sempre me ilumina em todos os momentos de minha vida e que sempre me dá forças para enfrentar tudo com coragem e determinação.

Aos meus pais, Laércio e Márcia, pelo amor que sempre recebi de vocês e por todo o apoio recebido ao longo da minha caminhada.

Aos meus irmãos, Moisés, Carla e Luis Henrique, que sempre estiveram dispostos a ajudar-me de uma forma ou de outra, agradeço a Deus por ter me dado uma família maravilhosa. Meu amor por vocês será infinito.

Agradeço ao meu namorado Maicon, pela compreensão, paciência, carinho e pelo apoio que tenho recebido durante todo esse tempo. Você é muito especial para mim, te admiro muito.

Aos meus tios, Onévio e Lúcia, por quem tenho enorme carinho e sou grata por tudo o que fizeram por mim durante minha vida acadêmica.

Agradeço ao meu orientador, Manoel Vilsonei Menegali, pelo apoio e pela paciência que teve ao ser meu orientador em meu trabalho de conclusão de curso. Admiro muito o seu profissionalismo.

Agradecer a todos os colegas da turma pelo tempo de convivência e em especial as minhas amigas Camila Matos, Maevy Frello e Monique Pereira, que ao longo desses quatro anos e meio foram minhas companhias em sala de aula, levarei a amizade de vocês para a vida toda.

Aos demais professores do curso que contribuíram para o meu aprendizado durante esses quatro anos e meio de curso.

Enfim, a todos que contribuíram de uma forma ou de outra para o meu crescimento pessoal e profissional.

**“Sonhos determinam o que você quer. Ação
determina o que você conquista.”**

Aldo Novak



ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO: ESTUDO DE CASO EM UM COMÉRCIO DE PRODUTOS COLONIAIS LOCALIZADO NO MUNICÍPIO DE NOVA VENEZA – SC

Ana Caroline Nuernberg Gava¹

Manoel Vilsonei Menegali²

RESUMO: No comércio ou em qualquer outro negócio, é importante que os gestores saibam fazer uma boa gestão, porém, poucos têm o conhecimento e a capacidade técnica para isso. Com o aumento da concorrência, tornou-se indispensável o uso de ferramentas gerenciais para o auxílio nas tomadas de decisões. O uso das mesmas pode garantir o crescimento das organizações, como é o caso da análise custo/volume/lucro, que é considerada como um grande potencial de informações, pois proporciona a análise dos custos de produção, volumes produzidos e lucros desejados. Se for utilizada corretamente, pode ser um importante auxílio aos administradores, fundamentando decisões corretas e em bases técnicas confiáveis, reduzindo ou minimizando os riscos inerentes ao processo decisório cotidiano. Por meio dessa pesquisa, buscou-se responder a seguinte questão-problema: como aplicar o custo/volume/lucro como ferramenta de tomada de decisão em um comércio de produtos coloniais localizado em Nova Veneza – SC? O objetivo geral deste trabalho consiste em: aplicar a metodologia custo/volume/lucro para analisar os gastos de um comércio de produtos coloniais. Para tanto, fez-se uma pesquisa descritiva e abordada uma pesquisa qualitativa. Quanto ao procedimento, foi realizado um estudo de caso e empregou-se uma pesquisa documental. Verificou-se que os gastos fixos e variáveis do micro empreendimento são elevados e que a empresa deve reavaliar os custos dos produtos comercializados, pois apresentou produto com a margem de contribuição negativa.

PALAVRAS-CHAVE: Contabilidade de custos. Análise custo/volume/lucro. Produtos coloniais.

ÁREA TEMÁTICA: Contabilidade de Custos

1 INTRODUÇÃO

O mercado de produtos coloniais teve alto crescimento nesses últimos tempos devido às mudanças nos hábitos alimentares das pessoas. Por esse motivo, os empreendedores estão vendo a oportunidade de investir em comércio voltado para esta área. Para isso, é importante saber fazer uma boa gestão, mas, poucos gestores possuem conhecimento e capacidade técnica para isso.

¹ Acadêmica do curso de Ciências Contábeis da UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.

² Especialista, UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.



Com o aumento da concorrência, tornou-se indispensável o uso de ferramentas gerenciais para o auxílio nas tomadas de decisões. O uso das mesmas pode garantir o crescimento das organizações, como é o caso da análise custo/volume/lucro, que é considerada como um grande potencial de informações, pois proporciona a análise dos custos de produção, volumes produzidos e lucros desejados.

Complementam Wernke, Meurer e Custódio (2004) se utilizada corretamente, a Análise C/V/L pode ser um importante subsídio aos gestores, fundamentando decisões corretas e em bases técnicas confiáveis, reduzindo ou minimizando os riscos inerentes ao processo decisório cotidiano.

Com este estudo pretende-se demonstrar como os componentes da análise C/V/L podem ser utilizados para avaliar o desempenho em um comércio de produtos coloniais.

Diante do exposto, tem-se o seguinte questionamento: como aplicar o custo/volume/lucro como ferramenta de tomada de decisão em um comércio de produtos coloniais localizado em Nova Veneza – SC?

O objetivo geral deste trabalho consiste em: aplicar a metodologia custo/volume/lucro para analisar os gastos de um comércio de produtos coloniais. Para atingir o objetivo geral têm-se como objetivos específicos os seguintes: i) Levantar as informações contábeis da empresa em estudo; ii) Apontar as variáveis: custos fixos, variáveis, diretos e indiretos; iii) Aplicar a ferramenta gerencial custo/volume/lucro para auxiliar na tomada de decisão.

Justifica-se a escolha do tema por ser um assunto importante para gestores de empresas de pequeno porte, e espera-se contribuir acerca das informações das análises custo/volume/lucro, como por exemplo, identificar o produto que mais contribui para o alcance do lucro, e ainda, calcular o ponto de equilíbrio, para obter informações sobre o quanto a empresa poderia reduzir suas vendas sem que opere com prejuízo.

Espera-se que esse estudo, possa contribuir para o comércio, ao evidenciar de forma clara e objetiva os resultados obtidos e fornecer auxílio ao processo decisório. Para que outros gestores de empresas possam usar o material como um subsídio a ponto de tirar suas dúvidas sobre a ferramenta da análise C/V/L. Para próximos pesquisadores, espera-se contribuir com um material em que eles possam utilizar como base de estudo para pesquisas futuras.

O presente artigo está organizado em cinco seções: na seção 1 – introdução; na seção 2 - fundamentação teórica; na seção 3 – metodologia da pesquisa; na seção 4 – apresentação e análise dos resultados; na seção 5 - considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, será apresentado o comércio na cidade de Nova Veneza e como esse ramo cresceu na cidade. Em seguida, os conceitos, nomenclaturas, classificações dos custos, o método de custeio variável, e a análise custo/volume/lucro, necessários para a realização do estudo de caso.



2.1 COMÉRCIO EM NOVA VENEZA

Em janeiro de 1891, o imigrante Miguel Napoli, um italiano original da Sicília, chegou à Nova Veneza para comandar a abertura de estradas, a demarcação das terras e a construção de uma serraria para em junho daquele mesmo ano, receber os colonizadores, um total de 400 famílias. Em outubro, chegaram mais 500 famílias de italianos, oriundas das regiões de Veneza e de Bergamo, e fundaram a Colônia Nova Veneza (SEBRAE, 2010).

Com o passar do tempo, Nova Veneza foi crescendo e se destacando na economia. Segundo SEBRAE (2010, p. 35) “Na avaliação dos setores produtivos de Nova Veneza a agropecuária contribuiu com 7,6%, a indústria com 53,6% e o comércio/serviços com 38,8% do PIB municipal”.

Em 2004, foi fundada a Cooperativa de Produção Agroindustrial Familiar Nova Veneza (Coofanove), localizada no centro de Nova Veneza. A ideia de criar a cooperativa surgiu a partir das dificuldades enfrentadas pelos produtores rurais em comercializar sua produção em uma feira municipal (MARCOLINO et al. 2010).

O Comércio no município é diversificado, na última década vem se desenvolvendo o comércio turístico, que recebe turistas de muitas regiões do país. Tornou-se conhecida por sua cultura, pontos turísticos, e pela diversidade de serviços que proporciona.

2.2 CONTABILIDADE DE CUSTOS

A área de contabilidade de custos trata dos gastos ocorridos na produção de um bem ou serviço. As empresas aderem ao sistema de custos para obter maior controle sobre os valores atribuídos à fabricação de seus produtos.

A contabilidade de custos passou a desempenhar importante função na contabilidade gerencial, que é a utilização dos dados de custos para auxiliar no controle interno e nas tomadas de decisões por parte da gestão.

Para Martins (2010), no que diz respeito ao controle, sua missão é fornecer dados para estabelecer padrões, orçamentos e outras formas de previsão para comparar os valores definidos anteriormente. No que tange a decisão, seu papel serve para medidas de corte de produtos, administração de preços de venda, opção de compra ou produção etc.

2.3 TERMINOLOGIAS UTILIZADAS NA CONTABILIDADE DE CUSTOS

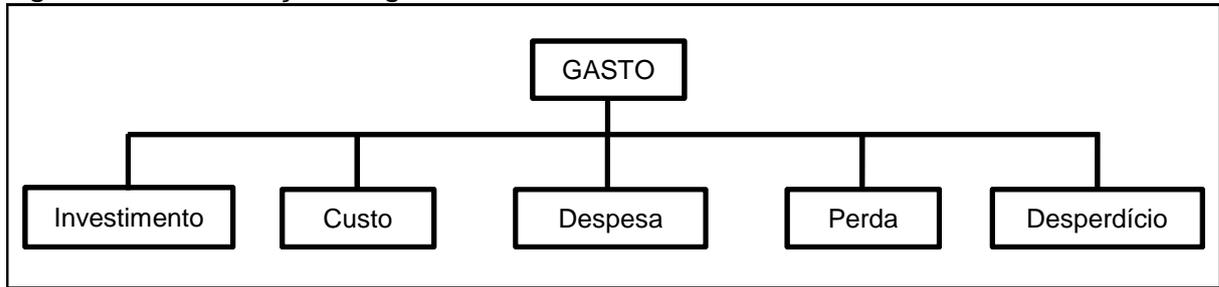
Para discutir sobre a gestão dos custos, é imprescindível conhecer algumas terminologias empregadas na área de custos. A seguir, apresentam-se as referidas terminologias utilizadas na contabilidade de custos.

O gasto é a compra de um produto ou serviço que gera um desembolso financeiro para a empresa. Segundo Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 15), “os gastos somente se concretizam quando os bens adquiridos passam a ser de propriedade da empresa”.

Devido ao conceito abrangente que tem, o gasto é classificado em alguns elementos fundamentais, conforme exposto na Figura 1.



Figura 1- Classificação do gasto



Fonte: Adaptado de Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 15).

Os gastos estão ligados às demais terminologias aplicadas na contabilidade de custos e podem estar relacionados a um investimento como, por exemplo, a compra de uma máquina, ou como consumo de recursos (custos fabris ou despesas administrativas).

O Quadro 1 conceitua cada um dos elementos que pertencem à classificação gasto.

Quadro 1 – Classificação e conceito dos gastos

ELEMENTOS	CONCEITO	EXEMPLOS
Investimento	Segundo Martins (2010), são gastos ativados em função de sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a períodos futuros.	Quando ocorrer a compra de uma máquina, a empresa irá desembolsar recursos com esse ativo, visando um retorno futuro sob a forma de produtos fabricados pelo equipamento, e assim, posteriormente, obter lucro.
Custo	De acordo com Dubois, Kulpa e Souza (2006), os custos são gastos com a aquisição de bens ou serviços usados na produção de outros bens e/ou serviços.	Pode-se apontar como custo a matéria-prima utilizada no processo produtivo, os salários, encargos e benefícios sociais da mão de obra que trabalha na fábrica, o aluguel da fábrica, entre outros.
Despesa	Para Wernke (2011) despesas são gastos necessários para funcionamento da empresa nas áreas administrativa, financeira e comercial.	São exemplos de despesa, o aluguel do escritório central, o seguro do imóvel da filial de vendas, as comissões sobre vendas, entre outros.
Perda	Segundo Dubois, Kulpa e Souza (2006), perda são gastos incorridos de maneira anormal às suas atividades.	Inundações, incêndios, greves, roubos são exemplos de perdas.

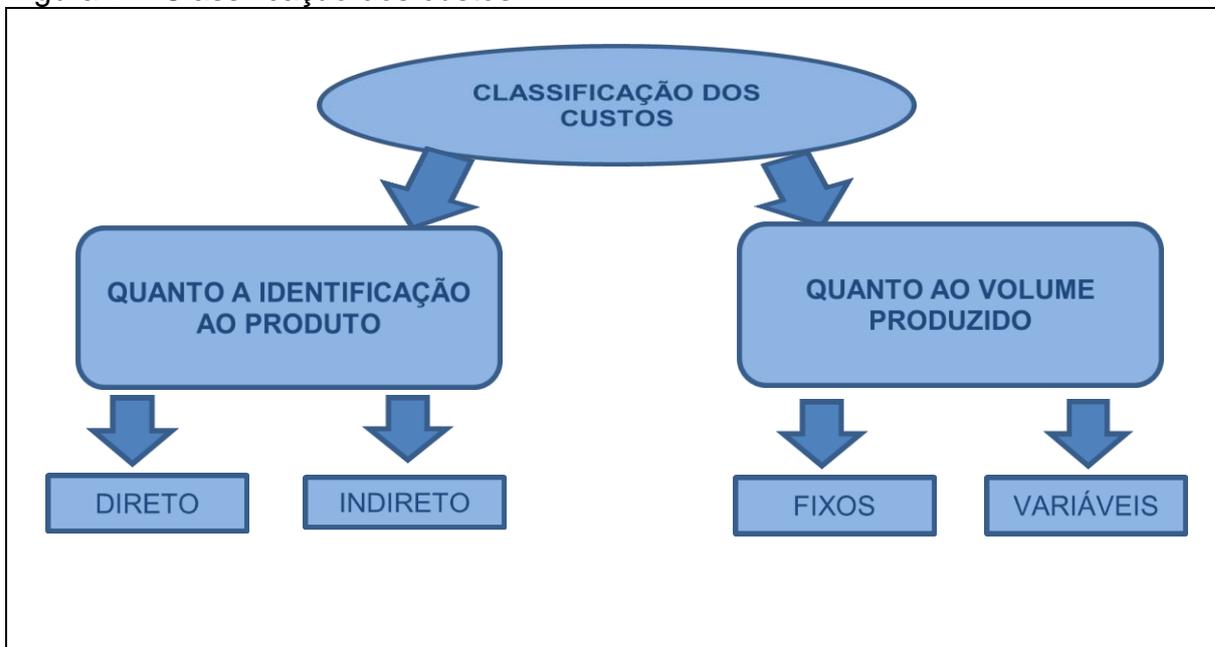


<p>Desperdício</p>	<p>De acordo com Wernke (2005) os desperdícios são os gastos relacionados com atividades que não agregam valor, que implicam perda de tempo e dinheiro desnecessários aos produtos ou serviços.</p>	<p>Podem ser considerados como desperdício, a produção de itens defeituosos, pois o retrabalho das unidades mal fabricadas ocasiona um dispêndio desnecessário, a movimentação dispensável de pessoas, equipamentos, matérias-primas ou produtos.</p>
---------------------------	---	---

Fonte: Adaptado de Martins (2010); Dubois, Kulpa e Souza (2006); Wernke (2011); Wernke (2005).

Para melhor entendimento sobre o procedimento dos custos, pode-se classificá-los de duas formas: quanto à identificação ao produto e quanto ao volume produzido, conforme mostra a Figura 2.

Figura 2 – Classificação dos custos



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Quanto à identificação ao produto, os custos podem ser classificados em Diretos e Indiretos:

Os custos diretos são identificados diretamente e visivelmente no produto sem a necessidade de critérios de rateio.

Na visão de Wernke (2005, p. 7) “são os gastos de fácil ou diretamente atribuíveis a cada produto fabricado no período. São aqueles custos que podem ser identificados com facilidade como apropriáveis a este ou àquele item produzido”. Ressalta Ferreira (2007), quando a empresa fabrica somente um produto todos os custos serão apropriados a esse produto.

São exemplos de custos diretos a matéria-prima consumida, as embalagens aplicadas no processo de produção, a mão de obra diretamente aplicada a determinado produto.



Os custos indiretos não seguem a mesma regra dos custos diretos, necessitam de cálculos para serem distribuídos aos diferentes produtos fabricados pela empresa.

De acordo com Wernke (2005) a atribuição dos custos indiretos acontece por intermédio de rateios, que consistem na divisão do montante pelos produtos ou serviços. São considerados como custos indiretos: o aluguel e o seguro da fábrica, os salários dos supervisores e dos chefes de pessoal de produção, a energia elétrica consumida na fábrica, entre outros.

A classificação dos custos em função do volume de produção dará ênfase às quantidades elaboradas de cada um dos produtos.

Quanto ao volume de produção, os custos podem ser classificados como Fixos ou Variáveis:

Para Wernke (2005), os custos fixos são aqueles cujos valores permanecerem constantes independentemente de oscilações na atividade fabril, não possuindo qualquer vinculação com o aumento ou redução do número de unidades produzidas no mês.

Como exemplos pode-se citar o aluguel da fábrica, o seguro da mesma, o IPTU, entre outros.

Os custos variáveis estão relacionados com o volume de produção, ou seja, eles se modificam de acordo com a quantidade produzida. Portanto, quanto maior for o volume de produção, maiores serão os custos variáveis totais do período (WERNKE, 2005).

São exemplos de custos variáveis a matéria-prima consumida, as horas extras na produção, a mão de obra direta, entre outros.

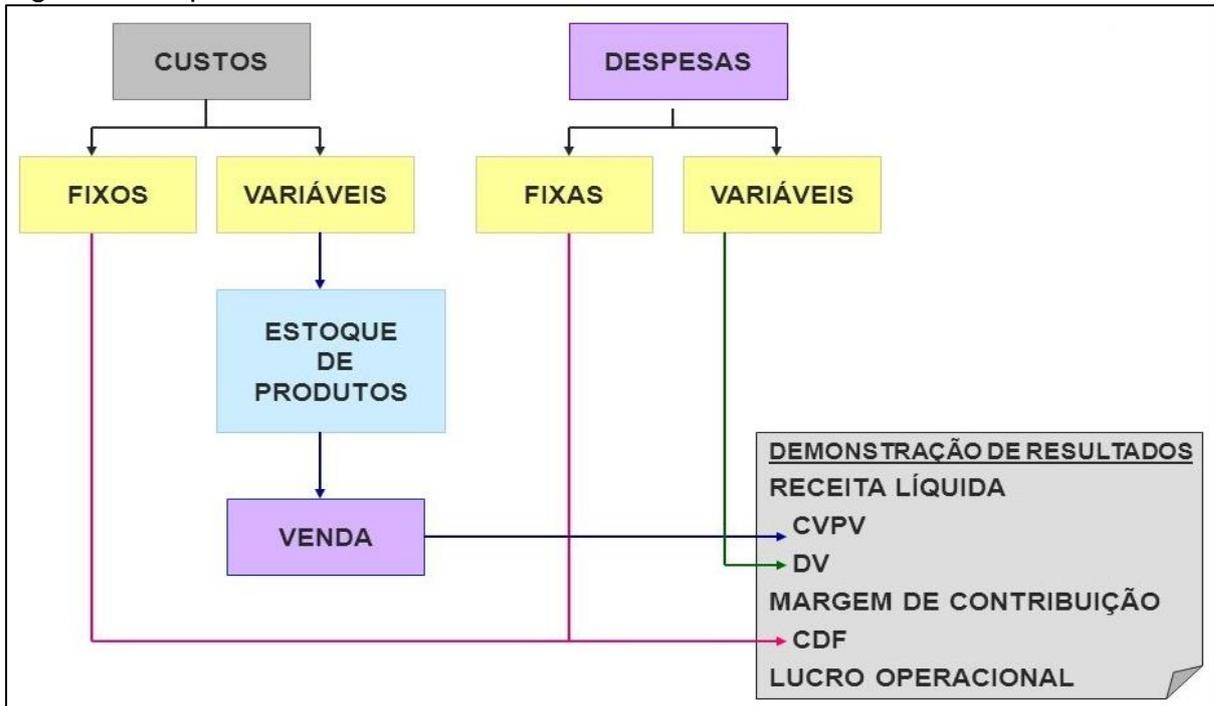
2.4 MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL

De acordo com Dubois, Kulpa e Souza (2006) o objetivo dos métodos de custeio é determinar o custo unitário de um bem ou serviço produzido pela empresa, procurando atribuir os gastos para cada um dos bens ou serviços produzidos.

Diante de vários métodos de custeio, um dos que podem ser utilizados na atividade comercial é o variável. Conforme Martins (2010, p. 198), “[...] no custeio variável, só são alocados aos produtos os custos variáveis, ficando os fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado”, conforme o esquema da Figura 3.



Figura 3- Esquema do método de custeio variável



Fonte: Adaptado de Martins (2010).

Megliorini (2007) complementa que os custos fixos não devem ser alocados diretamente aos produtos, pois esses custos independem de ocorrer produção ou não, incluindo assim apenas os custos decorrentes da produção.

No custeio variável, Ferreira (2007, p. 82) afirma que “[...] são apropriados aos produtos apenas os custos variáveis de produção, sendo os custos fixos lançados diretamente ao resultado, como se fossem despesas”.

2.5 ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO

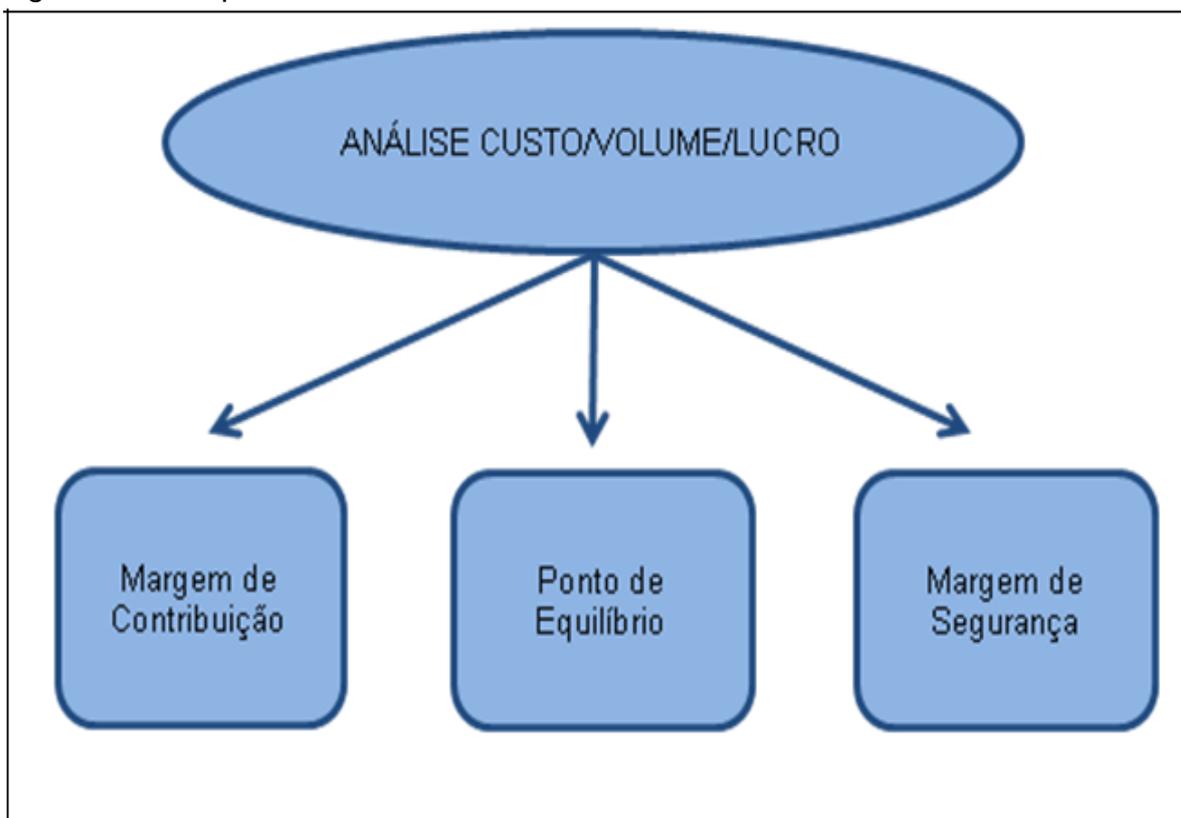
Entre as diversas ferramentas de gestão, a de maior importância é a análise custo/volume/lucro. Sua função é auxiliar os gestores das empresas a tomar decisões importantes sobre seus produtos/serviços.

Dubois, Kulpa e Souza (2006) contemplam dizendo que a análise C/V/L é uma ferramenta que permite estudar e analisar a relação entre receitas totais, custos e despesas.

Wernke (2005) fala que é indispensável aos gestores de empresas onde a concorrência é acirrada, principalmente pelas informações gerenciais que proporciona.

A Figura 4 mostra seus principais componentes.

Figura 4 – Componentes da análise Custo/Volume/Lucro



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Conforme visto na Figura 4, a análise C/V/L é composta por Margem de Contribuição, Ponto de Equilíbrio e Margem de Segurança.

A margem de contribuição é o valor que sobra do preço de venda de um produto depois de deduzir os gastos variáveis. Esse valor deverá ser suficiente para cobrir os gastos fixos, taxas e impostos e, ainda, proporcionar lucro (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2006).

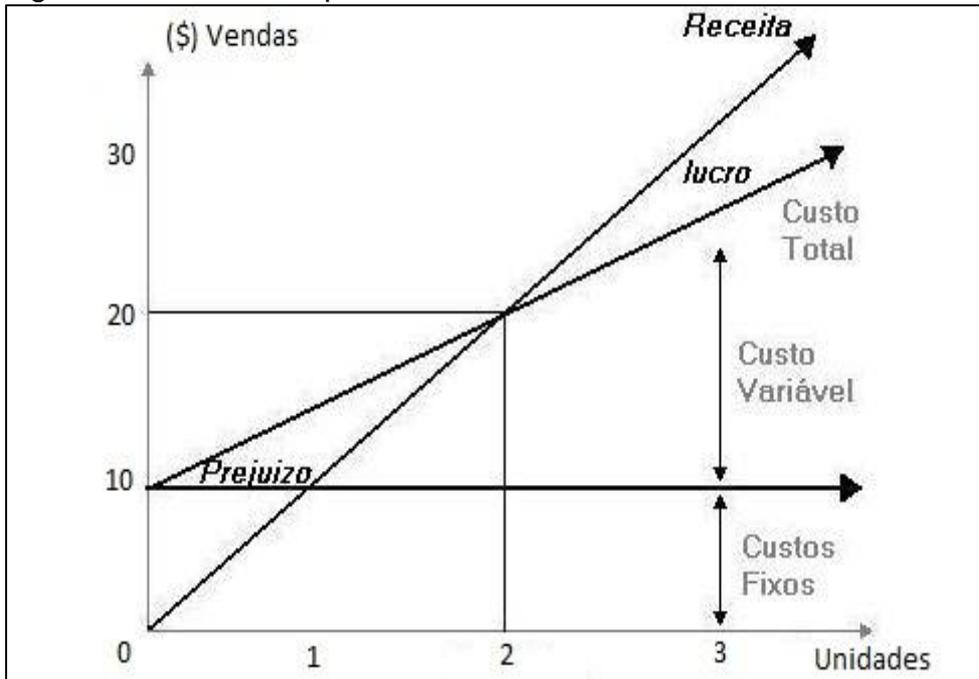
Wernke (2011) complementa que a margem de contribuição é o valor resultante da venda de uma unidade após deduzir o custo unitário da compra e as despesas variáveis associadas à mercadoria vendida.

O ponto de equilíbrio pode ser definido como o nível de vendas, em unidades ou em valor, no qual a empresa opera sem lucro ou prejuízo, ou seja, o número de unidades vendidas é o suficiente para cobrir os gastos fixos e variáveis do período (WERNKE, 2011).

De acordo com Megliorini (2007, p. 125) “[...] o ponto de equilíbrio é obtido quando se atinge um nível de vendas no qual as receitas geradas são suficientes apenas para cobrir os custos e as despesas. O lucro começa a ocorrer com as vendas adicionais, após ter sido atingido o ponto de equilíbrio”, conforme mostra a Figura 5.



Figura 5 – Ponto de equilíbrio



Fonte: Adaptado de Wernke (2011).

Analisando a Figura 5, pode-se concluir que a linha da receita atinge o ponto de equilíbrio, onde é necessário que a empresa venda duas unidades do produto ou obtenha um faturamento no valor de R\$ 20,00. Se a empresa vender mais de duas unidades, a empresa terá lucro, se vender menos de duas terá prejuízo. Segundo Cogan (2002, p.36) “Para um nível abaixo desse ponto, a empresa estará na zona de prejuízo e acima dele, na zona de lucratividade”.

Dependendo da análise a ser realizada e das decisões a serem tomadas, pode-se determinar pelo menos três situações de equilíbrio, o ponto de equilíbrio contábil, o financeiro e o econômico. No Quadro 2, apresenta-se cada um deles e a fórmula para o seu cálculo.

Quadro 2– Pontos de Equilíbrio

PONTO DE EQUILÍBRIO	CONCEITO	FÓRMULA
CONTÁBIL	É calculado para saber o valor mínimo das vendas para que o comércio não tenha lucro e nem prejuízo.	$PEC = \text{Custos e Desp. Fixas} / MC$
FINANCEIRO	É calculado para saber o volume de vendas suficientes para pagar os custos e despesas variáveis, as despesas e custos fixos (exceto depreciação) e outras dívidas que a empresa tenha que saldar no período, como empréstimos e financiamentos bancários.	$PEF = \text{Custos e Desp. Fixas} - \text{Deprec.} + \text{Despesas do Período} / MC$

Continua ...



ECONÔMICO	É calculado para saber o volume de vendas necessárias para a empresa obter determinado lucro. Para o cálculo basta incluir a variável “lucro desejado”.	$PEE = \frac{\text{Custos e Desp. Fixas} + \text{Lucro Desejado}}{MC}$
-----------	---	--

Fonte: Adaptado de Wernke (2011).

O cálculo do ponto de equilíbrio pode beneficiar os administradores de empresas quanto às decisões a serem tomadas, pois informa o quanto a empresa precisa faturar para cobrir seus gastos fixos e variáveis e ainda obter o lucro desejado.

A margem de segurança é o valor das vendas orçadas ou vendas reais, acima daquelas calculadas no PE. Indica em quanto às vendas podem cair sem que a empresa incorra em prejuízo (DUBOIS;KULPA;SOUZA, 2006).

Megliorini (2007, p. 135) colabora dizendo que “[...] quanto maior a margem, maior será a capacidade de geração de lucro e também maior a segurança de que a empresa não incorrerá em prejuízo”.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta seção, descreve o enquadramento metodológico e os procedimentos para a coleta de análise dos dados.

Para análise dos dados utiliza-se a pesquisa qualitativa. De acordo com Pinheiro (2010, p. 20), a pesquisa qualitativa caracteriza-se pela tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características de comportamentos.

Quanto aos fins de investigação, caracteriza-se como pesquisa descritiva. Conforme Cervo, Bervian e Silva, (2007, p. 61) a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los. Procura descobrir, com maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características.

Quanto aos procedimentos, foi realizado um estudo de caso onde as informações foram obtidas a partir dos dados da empresa estudada. De acordo com Pinheiro (2010), o estudo de caso é um estudo profundo de um ou mais objetos, permitindo um amplo e detalhado conhecimento.

Para tal, empregou-se uma pesquisa documental. Para Marconi e Lakatos (2010, p. 157), a pesquisa documental está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômenos ocorre, ou depois.

3.1 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados foram obtidos por meio de entrevistas com o gestor da empresa, o qual disponibilizou planilhas de controle interno, controle de caixa e faturamento, com os dados referentes ao ano de 2017.



4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, descrevem-se as características do micro empreendimento, no ramo do comércio de produtos coloniais, bem como, apontar os gastos envolvidos e os resultados obtidos referentes às análises C/V/L.

4.1. ETAPAS DO ESTUDO

O estudo de caso objetiva a aplicação da metodologia do Custo/Volume/Lucro para analisar os gastos de um comércio de produtos coloniais, observando os dados contábeis e gerenciais de 2017. O Quadro 3 mostra as etapas do estudo de caso.

Quadro 3- Etapas do estudo de caso

Etapa	Descrição da etapa
Primeira	Levantamento e coleta de dados das informações contábeis da empresa em estudo.
Segunda	Identificar os Gastos Variáveis e Fixos.
Terceira	Elaborar com base nas demonstrações contábeis encontradas o demonstrativo de resultado pelo método de custeio variável.
Quarta	Aplicar a ferramenta de C/V/L.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O estudo foi realizado em um micro empreendimento que atua no comércio de produtos coloniais, localizado na cidade Nova Veneza, região sul do estado de Santa Catarina. Fundado em 2002, o empreendimento comercializa vinhos, suco de uva, licores, geleias e cachaças e conta com dois funcionários.

A empresa é optante pelo Simples Nacional, portanto, utiliza um sistema único de tributação. Os proprietários optaram por não divulgar o nome da empresa, por isso, o nome adotado para a instituição, no presente estudo será: De Veneza Comércio Ltda. No Quadro 4 apresentam-se os produtos que a empresa comercializa.

Quadro 4– Produtos comercializados

Produtos	Descrição	Embalagem
A	Vinhos Tintos de Mesa Bordô	750 ml
B	Vinho Branco de Mesa Niágara	750 ml
C	Vinhos Finos Cabernet e Merlot	750 ml
D	Vinhos de Mesa Bag	5 L
E	Vinhos de Mesa Bag	3 L
F	Vinho Licoroso	500 ml
G	Cachaças	500 ml
H	Cachaças Bolso	170 ml
I	Miniaturas	60 ml
J	Suco e Nectar de Uva	1 L
K	Licor Cacau Café	375 ml
L	Licor de Figo	375 ml
M	Licor de Jabuticaba	375 ml
N	Licor de Chocolate	375 ml
O	Geleias e Doces de Frutas Diversos	220 g
P	Geleia Pimenta	220 g

Fonte: Dados da pesquisa (2018).



São comercializados vinhos das uvas Bordô, Niágara, Merlot, Cabernet Sauvignon, além do suco, licores e geleias de frutas de diversos sabores. Os fornecedores são de Nova Veneza e da cidade de Urussanga. Na segunda etapa objetiva-se identificar os Gastos Variáveis e Fixos.

4.2 GASTOS VARIÁVEIS DO COMÉRCIO DE PRODUTOS COLONIAIS

Os custos variáveis estão relacionados com o volume de produção, ou seja, eles se modificam de acordo com a quantidade produzida ou vendida. Na Tabela 1 abaixo, pode-se verificar os custos variáveis do comércio no período estudado.

Tabela 1 – Custos variáveis

Descrição	Acumulado 2017 (R\$)
Produtos para Revenda	380.403,38
Embalagens	8.365,00
Total	388.768,38

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Os custos variáveis do período somaram R\$ 388.768,38, sendo que os produtos para revenda representam a grande maioria dos gastos variáveis do período estudado, seguido das embalagens como, caixas para presentes e sacolas.

As despesas variáveis são essenciais para o faturamento do empreendimento. Elas estão diretamente vinculadas ao volume vendido ou produzido pela empresa em um determinado período, ou seja, quanto maior as vendas, maior serão as despesas. As despesas variáveis são apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2 – Despesas Variáveis

Descrição	Acumulado 2017 (R\$)
Comissão de vendas	29.423,00
Comissão Coofanove	9.487,09
Combustível	5.477,00
Fretes compras	1.533,00
Despesas com cartão	977,00
Total	46.897,09

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

As despesas variáveis somaram um total de R\$ 46.897,09. O valor que mais se destaca é a comissão de vendas com R\$ 29.423,00, seguido da comissão da Coofanove, com R\$ 9.487,09. Dando continuidade a segunda etapa, aborda-se a seguir os gastos fixos.

4.3 GASTOS FIXOS DO COMÉRCIO DE PRODUTOS COLONIAIS

Os gastos fixos são aqueles que não sofrem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição da produção/venda. Na Tabela 3, pode-se verificar os valores das despesas fixas levantadas no período.



Tabela 3 – Despesas fixas

Descrição	Acumulado 2017 (R\$)
Mão de obra (Salários)	83.399,96
Pró-labore	24.000,00
Juros pagos / Tarifas Bancárias	18.759,56
Energia elétrica	9.042,00
Telefone/internet	7.159,00
Propaganda/Feiras e exposições	6.194,05
Depreciação	5.735,80
Contabilidade	4.814,00
Material de expediente (Consumo)	3.826,00
Coofanove Mensalidade	2.585,00
Participações Sociais	1.341,00
Outros gastos	895,00
Ajuda custo	702,00
Total	168.453,37

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O valor total referente às despesas fixas no período foi de R\$ 168.453,37. Os valores com a mão de obra e o pró-labore são os mais representativos, com R\$ 83.399,96 e R\$ 24.000,00 respectivamente, a empresa não classificou nenhum custo fixo na sua comercialização.

4.4 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO – MÉTODO VARIÁVEL

Com base nas demonstrações contábeis, segue o demonstrativo de resultado pelo método de custeio variável, como pode ser observado na Tabela 4.

Tabela 4 – Demonstrativo de Resultado do Exercício – Método Variável

Descrição	Acumulado 2017 (R\$)	AV%
RECEITA BRUTA	679.379,62	108,65%
(-) DEDUÇÕES	3.067,56	0,49%
(-) SIMPLES NACIONAL	50.993,93	8,15%
RECEITA LÍQUIDA	625.318,13	100%
(-) GASTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS	435.665,47	69,67%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	388.768,38	62,17%
(-) DESPESAS VARIÁVEIS	46.897,09	7,50%
= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)	189.652,66	30,33%
= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (%)	30,33%	
(-) GASTOS FIXOS	168.453,37	26,94%
(-) CUSTOS FIXOS	-	0,00%
(-) DESPESAS FIXAS	168.453,37	26,94%
RESULTADO DO EXERCÍCIO	21.199,29	3,39%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Do valor da receita bruta foram deduzidos os impostos e as devoluções chegando à Receita Líquida no valor de R\$ 625.318,13. Deduzindo os gastos variáveis dos produtos vendidos que totalizaram R\$ 435.665,47, resulta em uma



margem de contribuição de R\$ 189.652,66. Logo, este valor será suficiente para cobrir os gastos fixos no valor de R\$ 168.453,37, gerando um resultado do exercício no valor de R\$ 21.199,29. Na última etapa será aplicada a análise C/V/L do micro empreendimento.

4.5 ANÁLISE DE CUSTO/VOLUME/LUCRO

Para realizar a análise do C/V/L, foram extraídas informações diretamente do banco de dados da empresa. Analisaram-se também planilhas mantidas pelo gestor e, por fim, realizou-se a análise dos dados coletados.

4.5.1 Margem de contribuição

Margem de Contribuição é a quantia em dinheiro que sobra da Receita Líquida obtida através da venda de um produto, serviço ou mercadoria após retirar o valor dos gastos variáveis, este composto por custos e despesas variáveis.

A Tabela 5 apresenta o cálculo da margem de contribuição em valor e percentual de cada um dos produtos por ordem de relevância.

Tabela 5 – Margem de contribuição por produto

Prod.	Descrição do produto	Total Vendas	Dev.	Simples Nacional	Receita L.	(-) CV	(-) DV	MC R\$	MC %
E	Vinhos de Mesa Bag 3L	30.120,00	-	2.271,05	27.848,95	33.080,28	2.079,16	- 7.310,49	-26,25%
D	Vinhos de Mesa Bag 5 L	65.587,50	1.039,50	4.866,92	59.681,08	51.398,13	4.527,46	3.755,49	6,29%
I	Miniaturas	1.600,00	-	120,64	1.479,36	1.240,75	110,45	128,17	8,66%
C	Vinhos Finos	90.125,00	300,00	6.772,81	83.052,20	55.336,73	6.221,26	21.494,20	25,88%
B	Vinho Branco de Mesa	19.250,00	17,50	1.450,13	17.782,37	11.392,99	1.328,81	5.060,57	28,46%
G	Cachaças	27.734,00	-	2.091,14	25.642,86	15.933,19	1.914,46	7.795,21	30,40%
A	Vinhos Tinto de Mesa	16.465,00	-	1.241,46	15.223,54	9.202,21	1.136,57	4.884,77	32,09%
F	Vinho Licoroso	19.237,50	-	1.450,51	17.786,99	10.540,51	1.327,95	5.918,54	33,27%
O	Geleias e Doces de Frutas	53.125,00	-	4.005,63	49.119,38	28.292,14	3.667,18	17.160,05	34,94%
P	Geleia Pimenta	4.000,00	-	301,60	3.698,40	2.118,90	276,12	1.303,38	35,24%
J	Suco e Nectar de uva	275.025,00	1.710,56	20.607,91	252.706,53	140.097,46	18.984,78	93.624,29	37,05%
N	Licor de Chocolate	20.349,00	-	1.534,31	18.814,69	8.368,46	1.404,68	9.041,55	48,06%
K	Licor Cacau Café	47.880,00	-	3.610,15	44.269,85	18.619,70	3.305,12	22.345,02	50,47%
M	Licor de Jabuticaba	3.819,00	-	287,95	3.531,05	1.392,62	263,62	1.874,81	53,09%
L	Licor de Figo	3.705,00	-	279,36	3.425,64	1.334,94	255,75	1.834,95	53,57%
H	Cachaças Bolso	1.357,62	-	102,36	1.255,26	419,39	93,72	742,15	59,12%
Total da Vendas 2017		679.379,62	3.067,56	50.993,93	625.318,13	388.768,38	46.897,09	189.652,67	30,33%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Observa-se que o produto que apresentou melhor margem de contribuição foi o produto cachaça de bolso com 59,12%. Em segundo lugar foi o produto licor de figo com 53,57%, e em terceiro, o produto Licor de jabuticaba com 53,09%. Ressalta-se que o produto Vinho de mesa bag 3 litros, resultou uma MC negativa (-26,25%). Isso significa que a empresa deve rever se vale a pena comercializar esse item e analisar a ficha técnica do produto, pois pode ser que tenha algum erro.

4.5.2 Cálculo do ponto de equilíbrio

Com o percentual encontrado da MC, pode-se calcular os pontos de equilíbrio contábil, financeiro e econômico, conforme expostos nas Tabelas 6, 7 e 8.



Tabela 6 – Cálculo ponto de equilíbrio contábil

Descrição	2017	
(+) Custos Fixos	R\$	-
(+) Despesas Fixas	R\$	168.453,37
(=) Total Gastos Fixos	R\$	168.453,37
(/) Margem de Contribuição (IMC)		30,33%
(=) Ponto de Equilíbrio Contábil	R\$	555.420,35

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Viu-se anteriormente que o PEC é o valor capaz de cobrir todos os custos e despesas fixas do período. Esse valor é obtido somando os gastos fixos e dividindo pela taxa da margem de contribuição. O valor do PEC calculado no estudo foi de R\$ 555.420,35, ou seja, esse é o valor mínimo de vendas que o comércio deve conseguir para que não tenha lucro e nem prejuízo. Na Tabela 7 pode-se verificar o cálculo do ponto de equilíbrio financeiro.

Tabela 7 – Cálculo ponto de equilíbrio financeiro

Descrição	2017	
(+) Total Gastos Fixos	R\$	168.453,37
(-) Depreciações	R\$	5.735,80
(+) Dívidas do Período	R\$	12.450,00
(=) Total	R\$	175.167,57
(/) Margem de Contribuição (IMC)		30,33%
(=) Ponto de Equilíbrio Financeiro	R\$	577.558,24

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O PEF é calculado para saber o volume de vendas em reais suficientes para pagar os gastos variáveis e os fixos (exceto a depreciação) e outras dívidas que a empresa tenha que saldar no período dividido pela MC em percentual. O cálculo do PEF, obteve um valor de R\$ 537.992,14. Na Tabela 8, têm-se o cálculo do ponto de equilíbrio econômico.

Tabela 8– Cálculo do ponto de equilíbrio econômico

Descrição	2017	
(+) Total Gastos Fixos	R\$	168.453,37
(+) Lucro desejado	R\$	67.937,96
(=) Total	R\$	236.391,33
(/) Margem de Contribuição (IMC)		30,33%
(=) Ponto de Equilíbrio Econômico	R\$	779.423,74

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Como foi visto anteriormente, o PEE é calculado para saber o valor da venda necessária para obter lucro. É somado o valor dos gastos fixos e o lucro desejado (10% sobre a receita bruta) e dividido pelo índice da MC. Com a realização do cálculo obteve-se um valor de R\$ 779.423,74, ou seja, a empresa deve chegar a uma receita nesse valor para obter o lucro desejado.



4.6 CÁLCULO DA MARGEM DE SEGURANÇA

A margem de segurança identifica o volume de vendas que ultrapassa o PE, ou seja, o quanto as vendas podem cair em unidade ou valor sem que ocorra prejuízo para a empresa. Na Tabela 9 têm-se o cálculo da margem de segurança.

Tabela 9 – Cálculo da margem de segurança

Descrição		2017
(+) Vendas	R\$	625.318,13
(-) Ponto de Equilíbrio Contábil	R\$	555.420,35
(=) Total	R\$	69.897,78
(/) Vendas (\$)	R\$	625.318,13
(=) Margem de Segurança (%)		11,18%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

No período em análise a MS calculada foi de R\$ 69.897,78, representando uma MS em percentual de 11,18%.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise C/V/L é uma ferramenta de gestão importante dentro das organizações, pois com o uso da mesma os gestores conseguem tomar decisões importantes sobre as vendas de seus produtos. São vários os benefícios dos cálculos dos componentes da análise C/V/L. Para descobrir qual o produto mais vantajoso para a comercialização, aplica-se a MC. Se o gestor quer saber o valor necessário para faturamento sem que a empresa fique em prejuízo, deve ser calculado o ponto de equilíbrio.

Este estudo teve por objetivo aplicar a metodologia custo/volume/lucro para analisar os gastos de um comércio de produtos coloniais. O objetivo desse trabalho foi atingido conforme os objetivos específicos apresentados.

Em um primeiro momento, foi desenvolvido um material teórico com os principais conceitos utilizados na contabilidade de custos.

Após, foram coletadas as informações da empresa, e deu-se início ao estudo de caso. A partir do material teórico, pode-se apontar os seus gastos fixos e variáveis, diretos e indiretos.

Após realizar o cálculo da margem de contribuição dos produtos, observou-se que os produtos com maior representatividade foram cachaça de bolso com 59,12%, licor de figo que representa 53,57% e licor de jabuticaba com 53,09%. Observou-se também, que o produto vinho de mesa bag 3 litros obteve uma margem de contribuição negativa de -26,25%, e os produtos vinho de mesa bag 5 litros e miniaturas apresentaram MC muito baixa, com isso o gestor da empresa deve analisar se vale a pena comercializar esse produto.

O Demonstrativo de Resultado gerou um resultado do exercício no valor de R\$ 21.199,29 representando 3,39%. Em relação à receita líquida esse valor é muito baixo, pois, seus custos e despesas são muito elevados. O gestor deve então rever esses gastos a fim de tentar reduzi-los.



Dessa forma, conclui-se que ao conhecer e evidenciar os custos, o comerciante passou a controlar melhor seus gastos mantendo-se firme no mercado obtendo o melhor desempenho na comercialização de seus produtos.

A partir dos estudos apontados nessa pesquisa, sugere-se a ampliação dessa análise para o próximo ano a fim de obter parâmetros de comparação dos gastos envolvidos.

REFERÊNCIAS

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007. 162 p.

COGAN, Samuel. **Custos e preços**: formação e análise. 1 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços**: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. São Paulo: Atlas, 2006. 248 p.

FERREIRA, Ricardo J. **Contabilidade de custos**: teoria e questões comentadas. 4. ed. Rio de Janeiro: Ferreira, 2007.

MARCOLINO, Juliana; ESTEVAM, Dimas de Oliveira; LAZARINI, Joelcy José Sá; MADEIRA, Kristian. **Cooperativa virtual**: o caso da Coofanove de Nova Veneza-SC. In.: II Seminário das Ciências Sociais Aplicadas, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**: o uso da contabilidade de custos como instrumento gerencial de planejamento e controle. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010. 370 p.

MEGLIORINI, E. **Custos: análise e gestão**. 2 ed. – São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

PINHEIRO, José Maurício. **Da iniciação científica ao TCC**: uma abordagem para os cursos de tecnologia. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010. xv, 161 p.

SEBRAE/SC. Santa Catarina em Números: Florianópolis/ Sebrae/SC . Florianópolis: Sebrae/SC, 2010. 118p.

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda**: (ênfase em aplicações e casos nacionais). São Paulo: Saraiva, 2005. 201 p.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos no comércio varejista**. 1 ed. Curitiba: Juruá, 2011.



WERNKE, Rodney; MEURER, Marcelo; CUSTÓDIO, Aline AG. **Análise custo/volume/lucro aplicada em pequena empresa:** estudo de caso em posto de combustíveis. In: Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. 2004.