



TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

CIÊNCIAS CONTÁBEIS - 2018

FAAG - FACULDADE DE AGUDOS



FAAG
FACULDADE DE AGUDOS

**TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO DA FAAG –
FACULDADE DE AGUDOS GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS
CONTÁBEIS – 2018**

ÍNDICE

ESTRUTURAÇÃO DE CUSTO E FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE UMA
MICROEMPRESA..... 03

FACULDADE DE AGUDOS - FAAG

**WEVERTON APARECIDO CHARME
LEONARDO VICTOR ROMANI**

**ESTRUTURAÇÃO DE CUSTO E FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE UMA
MICROEMPRESA**

AGUDOS-SP

2018

**WEVERTON APARECIDO CHARME
LEONARDO VICTOR ROMANI**

**ESTRUTURAÇÃO DE CUSTO E FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE UMA
MICROEMPRESA**

TCC apresentado do curso de Ciências
Contábeis pela Faculdade de Agudos –
FAAG.
Orientador: Luiz Henrique Oliveira Avelino

AGUDOS-SP

2018

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Custeio por Absorção.....	18
Figura 2 - Custeio ABC	20

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - PEPS.....	13
Tabela 2 - CMP	14
Tabela 3 - UEPS	15
Tabela 4 - Custos	16
Tabela 5 - Margem de Contribuição	23
Tabela 6 - Margem de Contribuição para Diversos Produtos.....	24
Tabela 7 - Ponto de Equilíbrio	25

RESUMO

Diante de toda competitividade do mercado em todo o mundo, cada vez mais as empresas tem necessitado de resultados e recursos financeiros com rapidez e segurança. Quando falamos de uma empresa de grande porte, fica claro que a maior parte das análises e decisões tomadas pelos gestores, é com base em documentos e demonstrações contábeis, que são informações precisas e que mostram a real situação da empresa ao longo dos anos.

Quando falamos, porém, de uma microempresa, grande parte dos empresários não fazem ideia de como anda a contabilidade ou de sua devida importância na tomada de decisão frente às situações, pelo contrário, utilizam apenas por ser uma obrigatoriedade exigida pelo governo. Por conta disso, muitas dessas pequenas empresas deixam de seguir um planejamento adequado, corrigir processos falhos ou até mesmo deixam de lucrar por conta de decisões erradas.

A Contabilidade de Custo fornece informações importantíssimas, principalmente ao pequeno empresário, fazendo com que ele saiba com clareza quais seus custos fixos, mensais, despesas e ainda mais importante, como elaborar um preço de venda adequado, tornando assim uma vantagem competitiva frente aos demais concorrentes.

Palavras-chave: Apuração de Custos. Preço de venda. Microempresas. Princípios Contábeis. Métodos de valorização.

ABSTRACT

In the face of all market competitiveness worldwide, more and more companies have needed results and financial resources quickly and safely. When we speak of a large company, it is clear that most of the analyzes and decisions taken by managers are based on documents and financial statements, which are accurate information and show the real situation of the company over the years.

When we speak of a micro-enterprise, however, most entrepreneurs have no idea how accounting or decision-making are handled in the face of situations, but instead use it only as a compulsory requirement of the government. Because of this, many of these small businesses fail to follow proper planning, correct failed processes or even fail to profit from the wrong decisions.

Cost Accounting provides important information, especially to the small business owner, so that he or she knows clearly what their fixed costs, monthly costs and expenses are, and even more important, how to elaborate an adequate selling price, thus making them a competitive advantage over other competitors .

Keywords: Cost Analysis. Sale price. Microenterprises. Accounting Principles. Valuation methods.

SUMÁRIO

1 TEMA	8
1.1 INTRODUÇÃO	8
2 PROBLEMA	9
3 HIPÓTESE	9
4 OBJETIVOS	9
4.1 OBJETIVO GERAL	9
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
5 JUSTIFICATIVA	10
6 METODOLOGIA	10
6.1 MODALIDADE DE PESQUISA	10
6.1.2 Coleta dos dados (negrito)	11
6.1.3 Análise e interpretação	11
6.1.4 Ambiente de pesquisa	11
7. REVISÃO DE LITERATURA	11
7.1 CONTABILIDADE DE CUSTO	11
7.2 PRINCÍPIOS CONTÁBEIS	12
7.2.1 Princípio do registro pelo valor original	12
7.2.2 Princípio da competência	12
7.2.3 Princípio prudência	12
7.2.4 Princípio entidade	12
7.2.5 Princípio continuidade	12
7.2.6 Princípio oportunidade	13
7.3 MÉTODOS VALORIZAÇÃO DE ESTOQUE.....	13
7.3.1 PEPS	13
7.3.2 Custo médio	14
7.3.3 UEPS	15

8 CUSTO DE FABRICAÇÃO	16
8.1 ELEMENTOS DO CUSTO.....	17
8.1.2 Mão de obra	17
8.1.3 Gastos gerais de fabricação.....	17
8.2 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS	18
9 CUSTEIO	18
9.1 CUSTEIO POR ABSORÇÃO.....	18
9.2 CUSTEIO ABC (BASEADO EM ATIVIDADES)	19
9.3 CUSTEIO RKW (PLENO).....	20
10 PRECIFICAÇÃO	21
11 PONTO DE EQUILÍBRIO	21
12 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	22
13 CONCLUSÃO	25
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26

1. TEMA

Estruturação de Custo e Formação de Preço de venda de uma Microempresa.

1.1– Introdução

A Contabilidade de Custos nasceu da Contabilidade financeira, quando da necessidade de avaliar estoques na indústria, mais especificamente com o início da Revolução industrial. Anteriormente a esse período, os produtos eram fabricados por artesãos que, via de regra, não constituía pessoas jurídicas e pouco se preocupavam com o cálculo de custos.

A contabilidade nessa época tinha sua aplicação maior no segmento comercial, sendo utilizada para apuração do resultado do exercício. Porém, com o incremento da indústria surge a necessidade de cálculo de custos para formação de estoques.

Os comerciantes para apurar o resultado do exercício somavam as receitas e subtraíam delas o custo da mercadoria vendida, gerando o lucro bruto. Do lucro bruto eram deduzidas as demais despesas e, assim, encontravam o lucro ou prejuízo do período (esse sistema de apuração ainda hoje é utilizado pela contabilidade).

2. PROBLEMA

Qual a contribuição da contabilidade de custos para formação correta dos preços de venda?

3. HIPÓTESE

Com a grande concorrência vivida pelas empresas no cenário atual, o uso da contabilidade de custos deverá proporcionar um melhor conhecimento na estruturação custos e formação de preço de venda, permitindo assim uma maior segurança e tranquilidade à organização.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo geral

Verificar os custos e formação de preço de venda para distribuidora de bebidas "Beer & Cia", empresa situada na cidade de Macatuba-SP.

4.2. Objetivos específicos

Conceituar contabilidade de custo demonstrando como é importante para gerir a empresa.

Contemplar atividades da empresa dentro do sistema de custo.

Verificar as vantagens e desvantagens em seguir ou não uma análise estruturada para formação de custo e preço de venda

Demonstrar o preço de venda recomendável com base nos custos mostrados nesse trabalho

5. JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa visa mostrar ao proprietário da empresa a importância da contabilidade de custos para seu negócio. O conhecimento dos custos envolvidos na execução do preço de venda a ser definido é mais uma ferramenta que o proprietário pode ter para auxiliá-lo no processo de gestão. Em um mercado cada vez mais competitivo, o sucesso de qualquer tipo de empreendimento depende basicamente da sua forma de gerenciamento, da habilidade técnica e administrativa de seu gestor. Com essa pressão, o conhecimento dos custos torna-se altamente relevante quando da tomada de decisão. Conhecê-los é essencial para saber se, dado preço, o produto é rentável, ou, se não rentável, se é possível reduzir seus custos. A contabilidade de custos apresenta-se como uma eficiente ferramenta no processo de gestão. Auxilia no controle e na tomada de decisão e é com base em seus resultados que o administrador deve tomar medidas quanto ao corte de despesas, produto em específico, fixação de preços, etc. Assim, a contabilidade vem gerando informações e proporcionando um melhor gerenciamento de custos em todas as empresas, independentemente do seu porte.

6. METODOLOGIA

Neste item será apresentado tipo de metodologia, traçando linha de estudo para elaboração desse trabalho.

6.1 Modalidades de pesquisa

Utilizou-se de forma aplicada, pois há o interesse de aplicarmos as descobertas na prática da empresa, sendo assim terá base para resolver problemas de custos e formação de preço através das descobertas.

Teve como procedimento técnico a pesquisa bibliográfica, utilizando como base material já publicado, como livros, artigos e até mesmo informações disponibilizadas na Internet. Para Fachin (2006, p. 122) pesquisas bibliográficas “são todas as obras escritas, bem como a matéria constituída por dados primários ou secundários que possam ser utilizados pelo pesquisador ou simplesmente pelo leitor”.

Também se utilizou documentos disponibilizados pelo proprietário da empresa, como tabela dos produtos com preço de vendas, despesas, custos diretos e indiretos.

6.1.2 Coleta dos dados

A coleta de dados se deu inicialmente através de conversas com proprietário da empresa no intuito de obter as primeiras informações, como a historia da empresa e como foi adquirida, e principalmente com a coleta de informações através das tabelas dos produtos com preço de venda, despesas, custos diretos e indiretos que não eram classificados corretamente.

6.1.3 Analise e interpretação

Os dados obtidos foram analisados e verificou-se que o proprietário não possuía conhecimento em classificar e estruturar os custos. O objetivo desse estudo é fazer com que o mesmo saiba a importância de obter esse conhecimento, tanto para saber exatamente seus custos e despesas quanto para que o preço de vendas da empresa seja competitivo no mercado em que atua.

Os livros e materiais publicados na Internet tiveram sua importância no tocante da teoria, ou seja, para assim melhor avaliar e analisar os dados, relacionando custo e preço de venda da empresa.

6.1.4 Ambiente de pesquisa

Proprietário da empresa começou a vida profissional trabalhando em um escritório de contabilidade na área de Departamento Pessoal, percebendo que precisava de uma renda extra para complementar seu salário adquiriu a empresa e passou a empreender no mês de fevereiro/2018.

7. REVISÃO DE LITERATURA

Nesta parte origina-se o referencial teórico de pesquisa para trazer conhecimento.

7.1 Contabilidade de custo

Historicamente a contabilidade de custo surgiu com vinda das empresas industriais a partir do século XVIII, para atribuir custos aos estoques de produto

fabricados pelas empresas, custo antes que era feito pela contabilidade financeira, que se limitava a atribuir custo desses bens conforme constava no documento de compras emitido pelo fornecedor.

Com a industrialização tornou-se mais complexa, pois, segundo Ribeiro (2011, p.13) além dos valores pagos para fornecedores havia necessidade de inclusão nesses custos valores com mão de obra, matéria prima e gastos gerais de fabricação.

7.2 Princípios contábeis

Princípios e as convenções orientam os procedimentos contábeis, seja qual for ramo da contabilidade.

7.2.1 Princípio do registo pelo valor original

Esse princípio estabelece que todos os componentes dos patrimônios bens, direitos e obrigações ou responsável pela variação patrimonial, despesas, custo e receita, devem ser registrado na contabilidade pelos valores originais constando no documento que comprovem esse ingresso no patrimônio da entidade.

7.2.2 Princípio da competência

Determina que os efeitos das transações ou outros sejam reconhecidos no momento em que acontece independentemente do pagamento ou recebimento

7.2.3 Princípio prudência

Adoção do menor valor para componente do ativo a maior valor para o passivo, sem que esse apresentar alternativa igualmente valida para quantificação das mutações patrimoniais.

7.2.4 Princípio entidade

Reconhece patrimônio como objeto da contabilidade, necessidade de diferenciação do patrimônio particular do da entidade.

7.2.5 Princípio continuidade

Pressupõe que a entidade continuará em operação no futuro (componentes patrimoniais levam em conta esta circunstancia).

7.2.6 Princípio oportunidade

Processo de mensuração e apresentação dos componentes patrimoniais para produzir informações íntegras e tempestivas.

7.3 Métodos valorização de estoque

7.3.1 PEPS

É a sigla usada para, “Primeiro que entra, primeiro que sai”, o que entra no estoque primeiro deve ir embora primeiro, chega por último vai embora por último, com isso é possível realizar o gerenciamento do seu estoque de maneira segura.

Uma das vantagens de usar essa valorização de estoque é que o cálculo de valores do estoque não será em estimativa, toda operação realizada no estoque tem custo e lucro real, outra vantagem é diminuição de prejuízo com perdas de itens, o método evita que os produtos novos saiam antes dos que estão no estoque há mais tempo.

Para ficar mais claro imagine uma loja que comercializa um produto X, no seu estoque há 100 modelos cujo preço é R\$ 10,00 cada, custo do estoque é R\$1.000,00, antes do fornecedor receber próximo pedido, foram vendidos 80 unidades, é comprado mais 100un, digamos que valor do produto subiu, agora cada uma custa R\$ 11,00, segundo método adotado através do PEPS, das próximas 100 unidades 20 terão valor de R\$10,00 e 80 de R\$11,00.

A partir disso será facilmente calculado o valor que será recebido sobre cada peça vendida, se a diferença do segundo lote não for repassada para o consumidor, teremos então R\$ 1,00 a menos de lucro sobre cada unidade desse produto X.

Tabela 1 - PEPS

PEPS	Cerveja Brahma Lata 350 ml		
	ENTRADA	SAÍDA	SALDO

DATA	HISTÓRICO	QUANT.	UNIDADE	TOTAL	QUANT.	UNIDADE	TOTAL	QUANT.	UNIDADE	TOTAL
4	COMPRA	100	1,69	169,00				100	1,69	169,00
6	COMPRA	50	1,63	81,50				50	1,63	81,50
TOTAL PARCIAL								150		250,50
7	VENDA				50	1,69	84,50			
TOTAL PARCIAL								100		166,00
14	COMPRA	15	1,74	26,10				15	1,74	26,10
TOTAL PARCIAL								115		192,10
18	VENDA				50	1,69	84,50			
					50	1,63	81,50			
					5	1,74	8,70			
TOTAL GERAL		165		276,6	155		259,2	10		17,40

(Autoria própria)

7.3.2 Custo Médio Ponderado

Também chamado de “Preço médio”, é obtido através de uma média do custo de aquisição, mais não para por aqui, tem divisões ponderado fixo e móvel sendo que móvel é obtido através das despesas que podem variar de acordo com produção, preço de custo é fator primordial para conceber o estoque final e custo das mercadorias, valor de cada item muda de acordo com compra ou produção, já fixo é obtido através de uma média de materiais disponíveis num determinado período de tempo; O cálculo é feito da seguinte forma custo total dos materiais disponíveis na produção ou consumo e em seguida divide-se valor para quantidade equivalente dos mesmos materiais, nesse caso quanto maior a produção menor será custo médio ponderado fixo.

Tabela 2 - CMP

CMP	Cerveja Brahma Lata 350 ml		
	ENTRADA	SAÍDA	SALDO

DATA	HISTÓRICO	QUANT.	UNIDADE	TOTAL	QUANT.	UNIDADE	TOTAL	QUANT.	UNIDADE	TOTAL
4	COMPRA	100	1,69	169,00				100	1,69	169,00
6	COMPRA	50	1,63	81,50				50	1,63	81,50
TOTAL PARCIAL								150	1,66	250,50
7	VENDA				50	1,66	83,00			
TOTAL PARCIAL								100		167,50
14	COMPRA	15	1,74	26,10				15	1,74	26,10
TOTAL PARCIAL								115	1,70	193,60
18	VENDA				15	1,7	25,50			
					90	1,7	153,00			
TOTAL GERAL		165		276,6	155		261,5	10		15,10

(Autoria própria)

7.3.3 UEPS

É a sigla usada para o “Último que entra, primeiro que sai”, valor do estoque é extraído do último preço, inflação aumentaria o valor do produto e conseqüentemente valor de vendas em contrapartida o estoque estaria com valor menor, CMV também teria um valor menor, resultado do exercício ficaria subavaliado perante DRE.

Por conta da supervalorização do preço do produto ao final do exercício, resulta em um crédito positivo de materiais. Justamente por esse motivo, a legislação fiscal no país não aceita a utilização desse sistema, até porque também reduz o resultado tributável.

Tabela 3 - UEPS

UEPS	Cerveja Brahma Lata 350 ml		
	ENTRADA	SAÍDA	SALDO

DATA	HISTÓRICO	QUANT.	UNIDADE	TOTAL	QUANT.	UNIDADE	TOTAL	QUANT.	UNIDADE	TOTAL
4	COMPRA	100	1,69	169,00				100	1,69	169,00
6	COMPRA	50	1,63	81,50				50	1,63	81,50
TOTAL PARCIAL								150		250,50
7	VENDA				50	1,63	81,50			
TOTAL PARCIAL								100		169,00
14	COMPRA	15	1,74	26,10				15	1,74	26,10
TOTAL PARCIAL								115		195,10
18	VENDA				15	1,74	26,10			
					90	1,69	152,10			
TOTAL GERAL		165		276,6	155		259,7	10		16,90

(Autoria própria)

8. CUSTO DE FABRICAÇÃO

Custos de fabricação, soma dos gastos e serviços aplicados para fabricação de um bem.

Segundo Ribeiro (2013) Para que você possa diferenciar, de forma cristalina, custo de despesa em uma empresa, pense assim: “A despesa vai para o resultado enquanto que o custo vai integrar o valor do produto”; “a despesa não será recuperada enquanto que o custo será recuperado por ocasião da venda do produto”.

Por outro lado, o custo, ao integrar o valor do produto fabricado, será totalmente recuperado pela empresa por ocasião da venda do respectivo produto.

- O custo integra o produto; vai para o estoque e aumenta o Ativo Circulante;
- A despesa reduz o lucro; vai diretamente para o Resultado e reduz o Patrimônio Líquido.

Tabela 4 - Custos

Custo		
Aluguel do Prédio	R\$	950,00
Manutenção de Refrigeradores	R\$	175,00

Manutenção do Veículo	R\$	350,00
Depreciação de Refrigeradores	R\$	129,16
Depreciação do Veículo	R\$	108,33
Energia Elétrica	R\$	1.850,00
Consumo de Água	R\$	85,00
Fretes e carretos	R\$	350,00
Combustível para entrega dos produtos	R\$	280,00
Imposto s/ venda	R\$	2.150,85
Total	R\$	6.428,34

(Autoria própria)

8.1 Elementos do custo

São três os elementos componentes do custo de fabricação. Materiais, Mão de Obra e Gastos Gerais de Fabricação sendo, materiais os utilizados no processo de fabricação podendo ou não entrar na composição do produto, classificado em matéria prima é substancia bruta principal e indispensável na fabricação do produto, materiais secundários aplicado na fabricação em quantidades menores que matéria prima, materiais auxiliares são todos que são necessários não entram na composição do produto e embalagem destinada a acondiciona ou embalar antes da saída da área de fabricação Ribeiro (2011, p.26).

8.1.2 Mão de obra

Esforço aplicado na fabricação, não se inclui só os gastos com salários, mas também cesta básica, vale transporte, refeições, plano de saúde, encargo sociais como a previdência e fundo de garantia (FGTS) Ribeiro (2011, p.27).

8.1.3 Gastos gerais de fabricação

São demais gastos necessários para fabricação que não se enquadram materiais e mão de obra como alugueis, energia elétrica, serviços de terceiros,

manutenção da fábrica, depreciação de máquinas, seguro contra roubos e incêndio, materiais de higiene e limpeza. Ribeiro (2011, p.28).

8.2 Classificações dos custos

Em relação aos produtos, os custos são divididos em diretos e indiretos, custos diretos são aplicados diretamente na fabricação e seus valores e quantidades são identificados facilmente em cada produto.

Custos indiretos não integram o produto e é impossível uma segura identificação das quantidades e valores no produto final. Ribeiro (2011, p.33).

Custos fixos e variáveis são classificados em relação ao volume de produção. O fixo não se altera mesmo que a produção sofra alterações, já o variável como o próprio nome diz, sim.

Há ainda situações em que alguns custos fixos podem sofrer pequenas variações em decorrência de aumentos no volume da produção, como ocorre, por exemplo, com o consumo de telefones, de materiais de limpeza etc., entretanto, esses custos não perdem a condições de fixos, uma vez que podem variar até um determinado limite da variação do volume da produção e depois permanecem estáveis novamente (RIBEIRO, 2011, p.35).

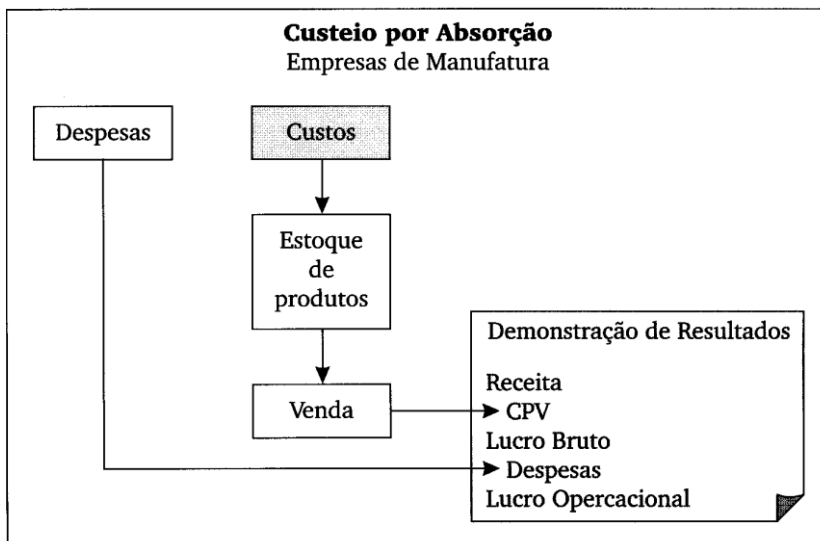
9 CUSTEIO

Martins (2003) cita que Custeio significa Apropriação de Custos. Assim, existe Custeio por Absorção, Custeio Variável, ABC (Baseado em atividades) e RKW (Pleno).

9.1 Custeio Por Absorção

É o mais comum e também o mais utilizado pelas empresas. Segundo Martins (2003 p.4) o custeio de absorção tem origem da metodologia dos princípios contábeis usualmente aceitos, onde se baseia na apropriação dos custos de produção diretamente aos bens fabricados.

Figura 1 - Custeio por Absorção



(Contabilidade Fácil, p.25, 9ª Edição, 2003, Editora Atlas)

No Custeio por Absorção, a depreciação dos equipamentos e outros imobilizados amortizáveis utilizados na produção devem ser redistribuídos aos produtos elaborados; portanto vai para o ativo na forma de produtos, e só vira despesa quando da venda dos bens (MARTINS, 2006, p.38).

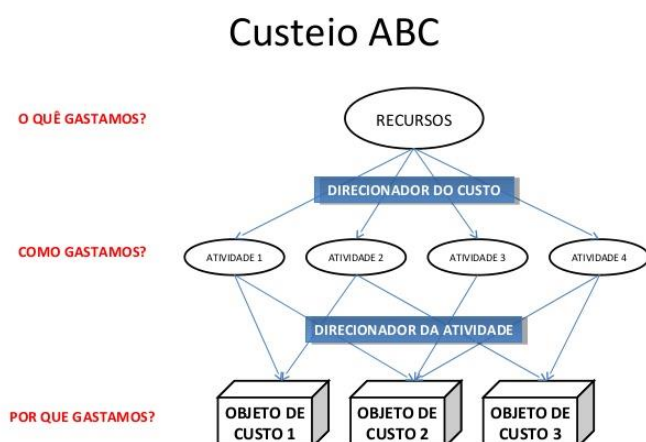
9.2 Custeio Abc (Baseado Em Atividades)

É um sistema que tem como característica a atribuição dos custos indiretos aos produtos, por meio de atividades.

Segundo Ribeiro (2011 p.267) Atividades é um conjunto de recursos humanos, financeiros, materiais e mercadológicos que visam a produção de bens ou a prestação de serviços.

Recursos são gastos da entidade com energia elétrica, aluguel, materiais, depreciação, salários etc., que podem ser classificados tanto como despesa quanto custo.

Figura 2 - Custeio ABC



<https://pt.slideshare.net/haralan1/gesto-de-custos-terminologia-bsica-livre-31870373>

9.3 Custeio Rkw (Pleno)

É o único custeio que utiliza as despesas também no preço de venda. Teve início na Alemanha por volta de 1900.

Este sistema de custeio foi utilizado antes da determinação atual da legislação fiscal (custo de absorção) brasileira, e sua principal vantagem era de que em qualquer aumento de um item (custo ou despesa) seria possível calcular o seu efeito no preço final do produto.

No sistema RKW além dos custos são apropriadas as despesas aos produtos. O sistema é simples; distribuem-se aos produtos os custos diretos e indiretos, pelo custeio de absorção, e as despesas de vendas (administrativas, financeiras, vendas etc.). Com isso a empresa chega ao total gasto na produção e venda dos produtos, considerando os gastos antes, durante e depois da produção. Neste sistema os custos e despesas são primeiramente atribuídos aos setores/departamentos de produção e em seguida alocados nos produtos.

Como ferramenta de gerenciamento de custo, este custeio serve como base para fixar o preço de venda do produto, uma vez que, calculados os custos e as despesas, basta adicionar a margem de lucro que a empresa espera alcançar. Com a evolução da importância do estudo de custos de produção, atualmente tem sido pouco

utilizado, porém qualquer critério de fixação de preços de venda com base em custo de produção e despesa terá algo a ver com o sistema RKW.

10. PRECIFICAÇÃO

Precificação é a atividade de marketing preocupada com a colocação de preços para novos produtos e o ajuste de preços para produtos existentes.

Dentro da estrutura dos 4 P's do Marketing os produtos e serviços oferecidos, aliados à política de preços das empresas determinam o posicionamento da empresa diante do mercado. A definição de preços segundo Barbosa (2010, p. 50), deve considerar o contexto geral do negócio: estrutura de custos, valor percebido pelo cliente, produtos alternativos, concorrência, tecnologia aplicada da entidade, além de valores intangíveis como marca, satisfação do cliente, etc.

Muitas decisões de compras são feitas com base nos preços dos produtos. A maioria dos consumidores possui desejos e necessidades sem limites, porém recursos limitados. A alocação destes recursos de forma eficiente aperfeiçoara a satisfação dos indivíduos de uma sociedade. O comprador, portanto, de modo geral, somente comprará algum produto ou serviço se o preço justificar o nível de satisfação que poderá derivar de sua compra.

Para Barbosa (2010, p. 50), a única forma de garantir rentabilidade na precificação é por meio da prática de preços que sejam superiores aos custos. Apesar de essa afirmativa parecer óbvia, uma grande quantidade de empresas simplesmente não tem condições de colocá-la em prática por causa da incapacidade de estimar os custos de produção corretamente, ocasionando assim diversos problemas como falta de lucro e capital de giro.

11. PONTO DE EQUILÍBRIO

Segundo (RIBEIRO, 2011, p.479) ponto de equilíbrio é o estágio alcançado pela empresa no momento em que sua receita se equipara com os custos e despesas totais.

Quando a empresa trabalha com diversos produtos, o que é a situação mais comum, os preços, custos e despesas variáveis é diferenciado também para cada um, o que provoca a impossibilidade de cálculo de um ponto de equilíbrio global (MARTINS, 2003, p. 278).

O ponto de equilíbrio alcançado por uma empresa não é um estágio fixo que se aplica a todas as empresas e em todos os momentos. Cada empresa terá seu ponto de equilíbrio, o qual poderá referir-se ao movimento global da empresa ou apenas a uma de suas atividades ou produtos. (RIBEIRO, 2011, p. 499).

Logo, podemos concluir que, se em determinado período a empresa realizar vendas abaixo de seu ponto de equilíbrio, não conseguirá cobrir seus custos e despesas (obtendo prejuízo). Quando seu volume de vendas for maior que o ponto de equilíbrio, será obtido lucro.

12. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A margem de contribuição é importante para evidenciar os produtos que mais contribuem com a lucratividade da empresa e, com isso, possibilitar análises quanto à descontinuidade de produtos não rentáveis para a empresa.

Segundo (DUBOIS, 2009, p.184) Margem de contribuição é “a diferença entre o preço de venda unitário e os gastos variáveis por unidade (.). A margem é o valor que sobra de cada unidade vendida”.

Com isso as margens de contribuição devem ser suficientes para cobrir os custos, despesas, impostos e, ainda, proporcionar lucro.

O autor (DUBOIS, 2009, p. 184) enfatiza que “Margem de contribuição negativa é impensável. Se a mesma for pequena, a empresa deverá ter condições de produzir e vender muitas unidades para poder cobrir os seus gastos fixos”.

Podemos visualizar o ponto de equilíbrio e margem de contribuição através do seguinte exemplo:

Para o exemplo definimos uma despesa fixa no valor de R\$ 7.350,00 e uma despesa variável por produto de R\$ 25,00. Na tabela a seguir exibimos quatro períodos para evidenciar o ponto de equilíbrio e a margem de contribuição do produto.

Tabela 5 - Margem de Contribuição

	Níveis de produtos e vendas (em unidades)			
	Cerveja Heineken Barril 5L			
Período	X1	X2	X3	X4
Quantidade de Vendas	1	2	210	211
Vendas em R\$	R\$ 60,00	R\$ 120,00	R\$ 12.600,00	R\$ 12.660,00
(-) Custos e despesas variáveis	R\$ 25,00	R\$ 50,00	R\$ 5.250,00	R\$ 5.275,00
(=) Margem de Contribuição	R\$ 35,00	R\$ 70,00	R\$ 7.350,00	R\$ 7.385,00
(-) Custos e despesas fixas	R\$ 7.350,00	R\$ 7.350,00	R\$ 7.350,00	R\$ 7.350,00
(=) Lucro	(R\$ 7.315,00)	(R\$ 7.280,00)	R\$ -	R\$ 35,00

(Autoria própria)

Com a tabela acima evidenciamos que, para que a empresa possa cobrir todos os gastos fixos e consequentemente atingir o ponto de equilíbrio, necessita vender 210 unidades do produto. A partir de 211 unidades a empresa passa a obter lucro em sua operação.

Podemos identificar o ponto de equilíbrio em quantidade vendida através da seguinte fórmula:

$Q = \text{Custos e Despesas Fixos} / (\text{Preço de venda unitário} - \text{Custos e despesas variáveis unitários})$ ou apenas $Q = \text{Custos e despesas fixos} / \text{Margem de contribuição}$

Para nosso exemplo ficaria:

$$Q = 7.350,00 / (60 - 25)$$

$$Q = 7.350,00 / 35$$

$$Q = 210 \text{ Unidades.}$$

A empresa, porém, comercializam mais de um produto. Com isso, torna-se necessário identificar as margens de contribuição de cada produto.

Podemos demonstrar esse ponto de equilíbrio de diversos produtos.

Tabela 6 - Margem de Contribuição para Diversos Produtos

	Cerveja Brahma Lata 350 ml	Água sem gás 510 ml	Heineken Long Neck	Energético 2L	Totais
Valor Unitário	2,85	2,00	6,10	11,90	
Quantidade Vendida	1867	350	1377	228	3822
Receitas	5.320,95	700,00	8.399,70	2.713,20	17.133,85
% de Participação	31,06%	4,09%	49,02%	15,84%	100%
Custo Variável Unitário	1,69	0,47	3,49	4,90	
(-) Custo Variável Total	3.155,23	164,50	4.805,73	1.117,20	9.242,66
Margem de Contribuição	2.165,72	535,50	3.593,97	1.596,00	7.891,19
Margem de Contribuição dos Produtos (7.891,19/17.133,85)					0,46
Custos Fixos					7.350,00
Ponto de Equilíbrio (7.350/0,46)					15.958,78
Lucro do Período					1.175,07

(Autoria própria)

Conforme demonstramos acima somamos as vendas dos produtos e deduzimos as despesas e o custo fixo chegando ao lucro do período de R\$ 1.175,07 e obtendo uma margem de contribuição de R\$ 7.891,19.

Para identificar o ponto de equilíbrio em valores podemos utilizar a fórmula

$$PE = \text{Custos e despesas fixos} / \text{índice Margem de contribuição}$$

$$PE = 7.350 / 0,46 = 15.958,78$$

Ou seja, quando a empresa atingir o faturamento de R\$ 15.958,78 ela atinge seu ponto de equilíbrio.

Podemos identificar a quantidade necessária de cada produto para contribuir com o ponto de equilíbrio. Para identificar essa quantidade mínima de cada produto

basta multiplicar o % de participação de cada produto pelo ponto de equilíbrio. Podemos exemplificar isso conforme a tabela 7.

Tabela 7 - Ponto de Equilíbrio

Produto	Preço Unitário (1)	% Participação nas Vendas (2)	Receita PE (3)	Quantidade e PE (3/1)
Brahma Lata 350 ml	2,85	31,06%	4.956,80	1.739
Água sem gás 510 ml	2,00	4,09%	652,71	326
Heineken Long Neck	6,10	49,02%	7.822,99	1.282
Energético 2L	11,90	15,83%	2.526,27	212
Total		100,00%	15.958,78	3.560

(Autoria própria)

13. CONCLUSÃO

A Contabilidade de Custos é umas das áreas de maior importância no meio empresarial, se bem utilizada, fornece as informações necessárias para se alcançar rentabilidade e resultados expressivos (que é o objetivo de toda organização privada).

Essa área da Contabilidade deveria ser vista como instrumento obrigatório por todo empresário, visto que é através dos custos e das despesas que as empresas nascem, movimentam recursos e crescem, tornando-se lucrativas.

Ao analisar todo o processo da empresa BEER & CIA, desde a compra de produtos até a venda, diversas falhas foram constatadas, como por exemplo, a fixação de preço de venda com base apenas nos concorrentes, sem levar em conta seus próprios custos, perdendo o controle da organização e deixando de ter rentabilidade em diversos itens, deixando de lado seu planejamento inicial.

Segundo Silva Junior (2000), o pleno conhecimento das variáveis financeiras da empresa, é imprescindível para a sobrevivência de toda a organização, bem como para sua gestão e crescimento. Nesse contexto, o controle efetivo de custos é a peça

essencial para que os gestores e proprietários conduzam a empresa em busca de seu objetivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RIBEIRO, Osni moura. Contabilidade de custos 2. ed. São Paulo: Saraiva 2011

Fundamentos de metodologia Odília Fachin Disponível em: <http://maratavarespsictics.pbworks.com/w/file/etch/74302802/FACHIN-Odilia-fundamentos-de-Metodologia.pdf> acesso em: 17 maio 2018 19:23

CONSTANTE, Fabrico **CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL SÃO JOSE** Disponível em: <https://usj.edu.br/wp-content/uploads/2015/07/Contabilidade-como-ferramenta-gerencial.pdf> 17 Maio 2018 20:09

BARBOSA, Osmar. **Vender, controlar, melhorar: uma visão geral de custos e produção na indústria gráfica.** Título Independente, 2010.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: um Enfoque Administrativo.** Edição 9ª. Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1987.

LEONE, George. **Custos: planejamento, implantação e controle.** Edição 3ª. Editora Atlas, 2000.

LEONE, George S Guerra, LEONE, Rodrigo José Guerra. **Os 12 mandamentos da Gestão de Custos.** Edição 1. Editora FGV 2007

Entenda de forma simples os 4 P's de Marketing. Disponível em: <http://www.logovia.com.br/blog/empreendedorismo/4-ps-de-marketing/> acessando em 29-05-2016.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** Edição 8ª. Editora Atlas, 2001.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** Edição 9ª. Editora Atlas, 2003.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** Edição 10ª. Editora Atlas, 2010.

MARTINS, Eliseu; **Contabilidade Fácil**, p.24, 9ª Edição, 2003, Editora Atlas

<http://www.escoladecontas.tcm.sp.gov.br/images/cursos/bdi/rkw.pdf> acessado em 22/05/2018 19h07min Custeio RKW,

https://www.google.com.br/search?q=CUSTEIO+ABC&rlz=1C1CAFB_enBR798BR798&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJIYC20ajbAhUES5AKHWGWBkEQ_AUICygC&biw=1598&bih=809#imgrc=d5dwCH166ISRsM: acessado em 28/05/2018 11h41minh

DUBOIS, Alexy. Gestão de custos e formação de preço de venda. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

SILVA JUNIOR, J.B. et al. Custos – Ferramenta de Gestão – Coleção Seminários CRC – SP/Ibracon. Editora Atlas, 2000

<https://blog.egestor.com.br/o-que-sao-peps-ueps-e-custo-medio/> acessado em 23/10/2018 19h08min.

<https://www.contabeis.com.br/artigos/3527/por-que-o-metodo-ueps-nao-e-autorizado-no-brasil-para-a-mensuracao-dos-estoques/> acessado em 23/10/2018 19h08min

(Contabilidade Fácil, p.24, 9º Edição, 2003, Editora Atlas).