

CARLOS RODRIGO SUCO

**O NECESSÁRIO CONHECIMENTO DOS CUSTOS PARA A
SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS**

Monografia apresentada como
requisito parcial para a obtenção do
grau de especialista em Controladoria
da Universidade Federal do Paraná.

Prof. Orientador: Ademir Clemente

CURITIBA

2008

Reflexão

“Atualmente o mercado global oferece um universo ilimitado de oportunidades para novos empreendedores, porém tão importante quanto enfrentar este desafio é saber como manter-se por meio do conhecimento e gestão dos custos que influem na atividade desenvolvida”

Dedicatória

*Dedico este trabalho à minha família
pelo apoio e compreensão durante
toda esta jornada.*

Agradecimentos

Agradeço a todos os professores do Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Paraná, pelos ensinamentos, mas acima de tudo pelo respeito e dedicação com que realizam a arte de ensinar.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	DEFINIÇÃO DE CUSTO.....	14
2.1	CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS.....	14
2.2.1	CUSTOS PARA A DETERMINAÇÃO DO LUCRO E DA AVALIAÇÃO DO PATRIMÔNIO.....	14
2.2.2	CUSTOS PARA CONTROLE DAS OPERAÇÕES.....	15
2.2.3	CUSTO PARA PLANEJAMENTO E TOMADA DE DECISÕES.....	15
2.3	TIPOS DE CUSTO.....	16
2.3.1	CUSTOS DIRETOS.....	16
2.3.2	CUSTO INDIRETO.....	16
2.3.3	CUSTO IMPUTADO.....	16
2.3.4	CUSTOS RATEADOS.....	17
2.3.5	CUSTOS COMUNS.....	17
2.3.6	CUSTOS CONTROLÁVEIS E NÃO CONTROLÁVEIS	17
2.3.7	CUSTOS FUNCIONAIS	18
2.3.8	CUSTOS ESTIMADOS	18
2.3.9	CUSTO PADRÃO.....	18
2.3.10	CUSTO INVENTARIÁVEL E NÃO INVENTARIÁVEL.....	19
2.3.11	CUSTOS HISTÓRICO	19
2.3.12	CUSTO FABRIL.....	19
2.3.13	CUSTOS DE TRANSFORMAÇÃO.....	20

2.3.14	CUSTO DAS MERCADORIAS FABRICADAS.....	20
2.3.15	CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS (CMV).....	20
2.3.16	CUSTOS REAIS OU CUSTOS POR NATUREZA.....	21
2.3.17	CUSTO PRIMÁRIO.....	21
2.3.18	CUSTOS FIXOS	21
2.3.19	CUSTOS SEMIFIXOS	22
3	LUCRO	23
3.1	LUCRO MARGINAL.....	23
3.2	LUCRO OPERACIONAL	24
3.3	LUCRO ECONÔMICO	24
3.4	LUCRO CONTÁBIL	24
3.5	LUCRO FISCAL	24
4.	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	25
5.	PONTO DE EQUILÍBRIO	28
6.	MARGEM DE SEGURANÇA OPERACIONAL.....	29
7.	ALAVANCAGEM.....	30
8.	ANÁLISE DO CUSTO-VOLUME-LUCRO.....	33

9.	CONCLUSÃO.....	40
10.	BIBLIOGRAFIA.....	41

RESUMO

Em face ao atual contexto competitivo, é primordial para as empresas, conhecer os custos necessários para a sua sobrevivência. O entendimento destes e a sua aplicação podem permitir que uma organização determine as melhores práticas de fabricação, por meio de decisões gerenciais e estratégicas embasadas em dados.

Assim, este trabalho realiza uma breve explanação conceitual sobre os custos, com o objetivo de demonstrar aqueles custos que são fundamentais para uma empresa.

1. INTRODUÇÃO

A atual economia nacional e suas interações com o mercado global, leva a uma alta competitividade, embasada cada vez mais por informações precisas, necessárias para a tomada de decisão.

Assim ter a disposição ferramentas gerenciais é um fator decisivo para o sucesso empresarial.

Neste contexto, o estudo das características específicas do produto, juntamente com os seus custos e despesas, agregados ao seu valor unitário, dimensionamento do mercado consumidor, análise da concorrência, adoção de estratégias mercadológicas capazes de incrementar as vendas e conquistar novos mercados, são pontos fundamentais a serem levados em consideração quando da implementação da estrutura funcional e organizacional da empresa.

Diante do acima exposto, este trabalho visa demonstrar os benefícios que o gestor poderá obter através das demonstrações de diferentes cenários que a ferramenta análise custo – volume- lucro simula.

Cabe salientar ainda, que uma empresa também possui seus fatores limitantes, que podem comprometer seu desempenho, caso não sejam considerados, como por exemplo, a sua capacidade produtiva.

A análise custo-lucro está diretamente ligada aos conceitos de margem de contribuição unitária ou índice de margem de contribuição. Em verdade, praticamente todas as aplicações e uso dos custos para decisões de curto prazo tomam como base esses conceitos.

PEREZ, OLIVEIRA e COSTA (2001) ressaltam que a margem de contribuição possui fundamental importância nas tomadas de decisão, servindo até de conceito fundamental para o custeio variável, e ainda, em

se falando de produtos, a margem de contribuição é a diferença entre o preço e a soma dos custos mais as despesas variáveis.

WERNKE (2001) afirma que “margem de contribuição é o valor resultante da venda de uma unidade, depois de deduzidos os custos e as despesas variáveis associados ao produto comercializado, assim tal valor servirá para pagar os custos fixos e gerar lucro.

A partir do momento em que a empresa consegue deduzir os seus custos e, seguindo a linha de raciocínio exposta, ela passa a ter a possibilidade de analisar a chamada Margem de Segurança Operacional, a qual é a diferença entre o total de vendas planejada e as vendas no ponto de equilíbrio da empresa.

Segundo LEONE (2000) a margem de segurança é a diferença entre o que a empresa pode produzir e comercializar, em termos de quantidade de produtos e a quantidade apresentada pelo seu ponto de equilíbrio.

Nesta linha SANTOS (1990), defende que a margem de segurança operacional é a diferença entre o total de vendas normais e as vendas do ponto de equilíbrio de uma empresa.

Assim, mesmo quando as margens de lucro são determinadas pelas forças de oferta/demanda, onde aparentemente a empresa não tem o poder de decidir sobre o preço, cabe a ela, determinar o melhor mix de produtos para fabricar e vender, dado seus preços de mercado e margens de segurança.

Para ELISEU MARTINS, “custo é um gasto relativo a um bem ou serviço utilizado na produção de outros bens e serviços”, e adiciona que “o custo é também um gasto, só que reconhecido como tal, isto é, como custo no produto ou execução do serviço”.

Para o Professor CIBILIS VIANA “custo é consumo”. No entanto, a bibliografia sobre a definição de custo é vasta, mas nenhum dos autores

explica o termo básico, mas sim, explicam o objeto de custeio, como por exemplo, o custo direto, fixo e demais tipos de custos.

Atualmente as exigências fiscais (que ocorrem tanto pela Lei como pelas autoridades), levam as empresas a criarem e manterem uma contabilidade de custos integrada e coordenada com a escrituração mercantil. Caso esse sistema exigido pela legislação não exista, o fisco tem o poder de arbitrar o valor dos estoques para efeito do cálculo do imposto de renda e da contribuição social, desconsiderando assim toda a escrituração contábil.

A Lei das Sociedades por Ações (nº 6.404/769), em seu artigo 177, determina que a escrituração contábil deve ser feita de acordo com os princípios contábeis legalmente aceitos no Brasil. Assim, o sistema de custos que atende tais exigências é aquele denominado custeio por absorção.

Conforme acima exposto o não conhecimento de custos por parte das empresas, leva a geração de uma série de problemas como por exemplo a tomada de decisões estratégicas, de como se planejar, atuar e sobreviver no atual mercado competitivo. O objetivo geral é demonstrar a importância do conhecimento dos tipos de custo existentes nas empresas e que são vitais para a sua sobrevivência. O objetivo específico é uma análise dos custos por objeto de custeio, como custo por produto, departamento e centro de custo, análise dos custos variáveis e não variáveis, ponto de equilíbrio, relação custo – volume – lucro e margem de segurança operacional.

Com base no acima exposto, a ferramenta de pesquisa é composta basicamente por pesquisa bibliográfica técnica e conceitual, de conteúdo voltado para a área de custos e administração financeira; b) utilização de conceitos, e fórmulas, capazes de formarem e ilustrarem o cenário conceitual proposto para este tipo de trabalho.

Este estudo visa auxiliar as empresas que não possuem um sistema de custos estruturado e, por conseguinte possuem dificuldades para se manterem no mercado, seja por falta de competitividade, seja por má aplicação dos recursos.

O sucesso de uma empresa está diretamente relacionado ao conhecimento que detém de si mesma, ou seja, de dar a importância de um sistema de custos bem estruturado e eficiente, capaz de detectar e demonstrar não apenas as situações – problema, mas também apontar o caminho para obter a melhor solução e a competitividade, obedecendo às suas limitações.

2. DEFINIÇÃO DE CUSTO

Para Eliseu Martins, “custo é um gasto relativo a um bem ou serviço utilizado na produção de outros bens e serviços”, e ainda “custo é também um gasto, só que reconhecido como tal, isto é, como custo no momento da utilização dos fatores de produção para a fabricação de um produto ou execução de um serviço”.

2.1 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS

Há vários tipos de custos, porém estes podem ser definidos por meio da atividade exercida pela empresa, ou seja, a contabilidade estabelecerá quais são os custos que atenderão a atividade desenvolvida.

Porém não existe um consenso sobre qual a nomenclatura a ser utilizada, o mesmo ocorrendo com os conceitos. Vários autores dão diversas definições diferentes para cada um dos custos, bem como podem utilizar os termos de formas variadas, por isso, quando adotado por uma empresa, esta deve certificar-se de que as informações que está utilizando estão corretas.

Algumas Classificações de Custos

2.1.1 Custos para Determinação do Lucro e da Avaliação do Patrimônio

2.1.2 Custo histórico ou real, custo por natureza, custo fabril, primário, de transformação , de mercadorias fabricadas e custo das mercadorias vendidas (CVM).

2.1.3 Custos para Controle de Operações

2.1.4 Custo direto e indireto, custo-padrão, estimado e pela responsabilidade.

2.1.3 Custos para Planejamento e Tomadas de Decisão

Custo fixo, variável e semi-variável

Já Depuch e Birnberg, pertencentes à escola dos métodos quantitativos classificam os custos da forma abaixo descrita, a seguir:

- a) Para a relação custo-volume-lucro: fixos, variáveis e semi-variáveis por degrau;
- b) Pela análise dos custos por unidade de custeio: custo por departamento, por produto e por centro de custos;
- c) Pela análise dos custos por produtos: primários, diretos e indiretos;
- d) Pelo seu controle: controláveis e não controláveis;
- e) Pela aplicação a decisões: incrementais, empatados e custo de oportunidade;
- f) Por outras considerações: custos comuns e conjuntos

2.2 TIPOS DE CUSTOS

2.2.1 Custos Diretos

É todo custo que se identifica com as obras de forma lógica e econômica.

2. Custos Indiretos

Custos que dependem do emprego de recursos, de formas de rateio, ou de parâmetros definidos.

2.2.3 Custos Imputados

Não aparecem nas demonstrações contábeis convencionais, pois não envolvem desembolso de caixa, e são usados para a realização de estudos comparativos quando da necessidade da empresa.

Como exemplo podemos citar o custo do capital social aplicado às operações e aluguel de instalações próprias.

2.2.4 Custos Rateados

Sempre são indiretos, pois o rateio é realizado sempre mediante o emprego de critérios e taxas que resultam na divisão proporcional de um montante global e comum.

2.2.5 Custos Comuns

São aqueles que em determinados processos produtivos, podem ter uma fase na produção, comum a dois ou mais produtos. Os custos desta fase devem ser rateados e alocados de acordo com os critérios adotados pela empresa.

2.2.6 Custos Controláveis e Não – Controláveis

São importantes porque permitem a distinção dos custos quanto à sua responsabilidade. A princípio, “todos” os custos “são” controláveis dentro de uma organização, exemplo:

- Controláveis – material próprio
- Não – Controláveis – depreciação

2.2.7 Custos Funcionais

São identificados com as diversas atividades da empresa, ou seja, são aqueles apresentados nas Demonstrações de Resultado logo depois do Lucro Bruto e podem ser operacionais ou não – operacionais.

2.2.8 Custos Estimados

São os custos destinados a resolver certos problemas de controle e planejamento. Podemos citar por exemplo os custos referentes a projetos de viabilidade econômica.

2.2.9 Custo – Padrão

São aqueles pré-determinados, e são utilizados em planejamento, controle, tomada de decisão, sendo calculados com base nos processos operacionais e aplicados geralmente em operações repetitivas quando estas já possuem os seus indicadores definidos. Podemos citar como sendo algumas das vantagens deste tipo de custo:

- eliminação das falhas nos processos produtivos;
- aprimoramento dos controles;
- melhorar o processo de cálculo do custo real;
- ferramenta de avaliação de desempenho.

2.2.10 Custo Inventariável e Não – Inventariável

Como inventariáveis podemos definir como aqueles debitados aos produtos que estão sendo fabricados, e que, no momento seguem as etapas de produção até o momento da venda.

Já os custos não – inventariáveis, são aqueles que não tem condições de ser debitados aos produtos, porque são pouco significativos ou não possuem relação com o processo de produção.

2.2.11 Custo Histórico

São aqueles registrados contabilmente, ou seja, que realmente ocorreram sem nenhum tipo de julgamento subjetivo.

2.2.12 Custo Fabril

É o total dos custos de material direto, mão-de-obra direta e das despesas indiretas de fabricação debitada a produção durante um certo período de tempo.

2.2.13 Custo de Transformação

É o custo de produção de um produto, que abrange a mão-de-obra direta e as despesas indiretas que compõem o processo de fabricação. Assim torna-se muito importante para uma empresa ter os seus custos de transformação criticamente acompanhados, para que possa realizar análises, redução de custos e assim aumentar, por exemplo a sua rentabilidade.

2.2.14 Custo das Mercadorias Fabricadas

Surge quando agrupamos os seguintes itens:

Estoque Inicial + Custo Fabril + Estoque Final

O custo de fabricação visa demonstrar o custo de fabricação de um produto/mercadoria em um determinado período de tempo.

2.2.15 Custos Reais ou Custos por Natureza

Todas as contas da empresa, dispõem deste tipo de classificação. Devem ser primárias as preocupações da administração da empresa com custos como aluguel, salários, energia, material por exemplo.

2.4.16 Custo Primário

Trata-se da soma do material direto e da mão-de-obra.

2.4.17 Custos Fixos

São aqueles que não sofrem alterações quer a empresa produza ou não, isto é, permanecem inalterados qualquer que seja o nível de produção da empresa. Podemos citar como exemplo os custos com pessoal e os impostos indiretos.

Possuem ainda como característica:

a) custos fixos totais: quanto maior o volume de produção ou venda, menores serão os custos fixos por unidades (até o limite da capacidade instalada);

b) os custos fixos totais independem das quantidades produzidas ou vendidas.

2.4.18 Custos Semifixos

São os gastos que permanecem constantes dentro de determinados intervalos, alterando-se de forma gradativa até o momento em que atingem um novo patamar de atividade, geralmente em função de decisões referentes ao aumento ou diminuição do nível de atividade.

3. LUCRO

Podemos definir lucro como sendo:

- a) Rendimento auferido pelo investimento em capital em um empreendimento, ou resultante de uma venda, ou prestação de serviço, já descontados os seus custos operacionais, sejam eles diretos e/ou indiretos, em um determinado intervalo de tempo. Em termos contábeis, o lucro representa a diferença entre a receita e as despesas de produção e comercialização; e o lucro líquido corresponde ao lucro bruto menos os valores inerentes à depreciação do capital fixo;
- b) Pode também, ser considerado como a diferença entre receita e o custo de operação. Quando nesta conta estão incluídos os gastos com insumos, energia e outras despesas, mais os impostos e a remuneração dos empregados, obtemos o lucro bruto. Se subtrairmos a desvalorização patrimonial e as despesas financeiras chegamos ao lucro líquido.

3.1 Lucro Marginal

Corresponde a diferença entre a receita bruta e o custo variável de cada produto e/ou serviço prestado pela empresa.

3.2 Lucro Operacional

É o lucro bruto menos as despesas operacionais, mais o efeito de equivalência patrimonial.

3.3 Lucro Econômico

Podemos considerar como sendo o valor ganho do grupo, empresa e/ou unidade⁴ de negócio descontado o retorno mínimo exigido ao capital empregado.

Lucro Econômico = Lucro (após os impostos) – Custo de Capital

3.4 Lucro Contábil

Entendido como sendo a receita menos os custos explícitos, ou seja, custos que exigem desembolsos monetários.

3.5 Lucro Fiscal

Entende-se como lucro apurado para pagamento de impostos incidentes sobre o lucro (IR e CSLL). Em suma é o lucro contábil ajustado ao fisco.

4. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A análise custo-volume-lucro está diretamente relacionada com os conceitos de margem de contribuição unitária e de razão de contribuição, ou índice de margem de contribuição.

Perez, Oliveira e Costa (2001) ressaltam que a margem de contribuição tem grande importância nas tomadas de decisões, é um conceito fundamental para o custeio variável. E que em termos de produto a margem de contribuição é a diferença entre o preço e a soma dos custos e das despesas variáveis.

Wernke (2001) diz que “margem de contribuição é o valor resultante da venda de uma unidade, depois de deduzidos os custos e despesas variáveis associados ao produto comercializado. Tal valor contribuirá para pagar os custos fixos e gerar lucros”.

Para obtermos uma margem de contribuição da empresa ou de um produto, precisamos conhecer de forma clara o que são custos /despesas fixos de custos/despesas variáveis. Outro conceito que deve ficar bem definido é o mês de competência do custo/despesa, pois este é o que chamamos de regime de competência, ou seja, a que mês pertence a despesa analisada.

Podemos assim citar algumas vantagens e desvantagens da margem de contribuição, como por exemplo:

1. é utilizada para avaliar a viabilidade da aceitação de pedidos em condições especiais;

2. auxilia a identificar quais produtos necessitam maiores esforços de vendas;
3. é fundamental para analisar se determinado segmento produtivo deve ser abandonado ou não;
4. auxilia no entendimento da relação entre custos, volume, preços e lucros;
5. serve para a tomada de decisão no curto prazo.

4.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA

Representa a parcela do preço de venda que resta para a cobertura dos custos e despesas fixas e para a geração do lucro por produto vendido. A razão de contribuição é a margem de contribuição dividida pelas vendas e esta ligada a lucratividade do produto e a razão de contribuição relaciona-se com sua rentabilidade.

4.2 CONTRIBUIÇÃO MARGINAL

Os custos de uma empresa podem ser agrupados em custos estruturais fixos e custos marginais, que veiculam a idéia de diferença entre o preço de venda e o custo marginal.

Assim o lucro marginal leva-nos a noção da demonstração marginal da conta de resultado. Supondo-se que a empresa esteja fabricando e vendendo 600 unidades e que seu custo fixo seja de R\$ 1.200,00 assim teremos:

DEMONSTRAÇÃO DO LUCRO		
(NO PONTO DE EQUILIBRIO)		
Vendas: 600 unidades a R\$ 4,00	R\$ 2.400,00	100%
(-) Custos marginais: 600 und a R\$ 1,60	R\$ 960,00	40%
= Lucros Marginais	R\$ 1.440,00	60%
(-) Custos estruturais fixos	R\$ 1.200,00	50%
= Lucro Operacional	R\$ 240,00	10%

Assim obtemos o custo marginal $(R\$ 1,60 / R\$ 4,00) \times 100 = 40\%$

Isto significa que 40% do preço de venda é representado pelo custo marginal, onde temos 60% de diferença total, esse percentual é denominado de índice do lucro marginal.

5. PONTO DE EQUILÍBRIO

Também denominado ponto de ruptura, é o nível de vendas em que o lucro é nulo. É a informação do faturamento mínimo que uma empresa precisa para cobrir todo o seu gasto e não incorrer em prejuízo.

Para determinarmos o ponto de equilíbrio a empresa deve classificar de forma adequada seus custos estruturais fixos, e conhecer o lucro marginal formado pelo “mix” dos produtos vendidos no mesmo período.

Principais Condições para Aplicação

Para que seja possível a aplicação das relações custo – volume - lucro na análise do ponto de equilíbrio, devemos realizar as seguintes suposições básicas:

- a) o comportamento dos custos e das vendas deve ser determinado e linear dentro do intervalo de relevância que representa a amplitude da capacidade instalada;
- b) separar os custos em seus componentes fixos e marginais;
- c) admitir-se a linearidade dos custos mediante a equação: $Y = A + BX$, que após a dedução, constituir-se-á nos pontos de equilíbrio em unidades de valores.

Y = custo total

A = custo fixo total

B = taxa marginal

X = volume das atividades

6. MARGEM DE SEGURANÇA OPERACIONAL

Esta é a diferença entre o total de vendas planejadas no mês e as vendas no ponto de equilíbrio da empresa.

Assim, quanto maior for a margem de segurança operacional, maiores serão as possibilidades de negociação de preço envolvendo as relações custo – volume – preço, principalmente quando a empresa participa de um mercado competitivo.

A margem de segurança operacional de uma empresa pode ser apurada em unidades, valor e porcentagem. Conhecido o percentual da margem de segurança operacional e a margem do lucro marginal de uma empresa, podemos chegar ao percentual do lucro que a empresa terá ao final das operações.

Leone (2000) ressalta que a “margem de segurança, nos estudos de ponto de equilíbrio é a diferença do que a empresa pode produzir e comercializar, em termos de quantidade de produtos, e a quantidade apresentada no ponto de equilíbrio”.

Assim temos:

MS em quantidade = vendas em quantidade – ponto de equilíbrio em quantidade

MS em \$ = MS em quantidade * preço de venda

MS em % = MS em quantidade / vendas atuais em quantidade

7. ALAVANCAGEM

7.1 Alavancagem Empresarial

É o produto de uso de ativos ou fundos a custo fixo para multiplicar retornos para os proprietários da empresa. Em geral, aumentos de alavancagem resultam em elevações de retorno e risco, ao passo que diminuições de alavancagem produzem o efeito contrário.

Por grau de alavancagem na estrutura de capital da empresa entenda-se a combinação de capital de terceiros de longo prazo com capital próprio mantido por ela, pode afetar significativamente seu valor, pelo efeito retorno e o risco. Ao contrário de algumas causas de risco, porém a administração exerce controle quase completo sobre o risco adicionado pelo uso da alavancagem.

Em virtude do seu efeito sobre o valor, o administrador financeiro deve saber como medir e avaliar a alavancagem, particularmente ao tomar decisões quanto à estrutura do capital.

Perez, Oliveira e Costa (2001) tem como definição, “ a alavancagem ocorre quando o crescimento percentual nos juros é maior que o crescimento percentual das vendas, ou seja, um impulso nas vendas gera um impulso maior nos lucros”.

7.2 Grau de Alavancagem Operacional (GAO)

Diz respeito a relação entre a receita de vendas e o resultado operacional, representa o efeito que um aumento na quantidade de vendas provocará no resultado.

Pode ser calculado pela divisão da margem de contribuição do ponto sob análise pelo lucro operacional no mesmo ponto.

7.3 Grau de Alavancagem Financeira (GAF)

Refere-se a relação entre o resultado operacional e o lucro líquido por ação ordinária da empresa (LPA), representa o efeito que o aumento no lucro operacional provocara no lucro antes do imposto de renda.

7.4 Grau de Alavancagem Total (GAT)

Relação entre a receita de vendas e o LPA, representa o efeito que um aumento no nível de vendas provocará no lucro antes do IR.

Pode ser calculado pela divisão da margem de contribuição do ponto sob análise pelo lucro antes do IR, no mesmo ponto, ou ainda, pela multiplicação do GAO pelo GAF.

7.5 Custos Fixos e Alavancagem Operacional

As variações de custos operacionais fixos afetam a alavancagem operacional de maneira significativa, as empresas, as vezes podem incorrer em custos operacionais fixos, em lugar de custos operacionais variáveis, e em ocasiões podem substituir um tipo de custo pelo outro.

Por exemplo, uma empresa poderia fazer pagamentos fixos de aluguel em vez de pagamentos iguais a certa porcentagem de vendas.

8. ANÁLISE DO CUSTO – VOLUME – LUCRO

O estudo das relações entre receita, despesas e lucro líquido é denominado de análise de custo – volume – lucro.

A análise do custo – volume – lucro propicia uma ampla visão financeira do processo de planejamento. Ele examina o comportamento das receitas totais, dos custos totais e do lucro à medida que ocorre uma mudança no nível de atividade, no preço de venda ou nos custos fixos.

Assim a análise do custo – volume – lucro está baseada nas seguintes suposições:

1. os custos totais podem ser divididos em uma parte fixa e em outra parte que é variável com relação ao nível de atividade;
2. o comportamento das receitas e dos custos totais é linear dentro de uma determinada faixa de atividade. O que significa dizer que os preços de venda são constantemente dentro de uma determinada faixa de atividade; a produtividade é constante; e os custos dos insumos de produção também são constantes dentro da faixa de atividade considerada. A caracterização da não – linearidade pode ocorrer: no caso das receitas reduções no preço de vendas a um nível mais alto. Da mesma forma, os custos variáveis unitários podem diminuir quando o nível de atividade aumentar. Isto ocorre à medida que os empregados vão aprendendo a manipular os processos mais eficientemente.
3. o preço de venda unitário, os custos variáveis e os custos fixos são conhecidos;

4. a análise abrange tanto um único produto quanto supõe de um dado mix de receita de produtos permanecerá constante mesmo quando a quantidade total de unidades vendidas se alterar;
5. todas as receitas e custos podem ser adicionados e comparados sem levar em consideração o valor do dinheiro no tempo;

A análise de custo – volume – lucro pode ser usada para examinar várias alternativas de simulação, levadas em consideração por um gestor, qual seria o melhor cenário, ou seja, o que demonstre um menor grau de impacto no lucro operacional.

8.1 IMPACTO DOS CUSTOS COM O VOLUME, PREÇO E MIX DE PRODUTOS

De um lado a empresa tem o mercado e a concorrência também atuando nesse mercado. De outro lado a empresa necessita de informações de custo para analisar simultaneamente os reflexos de aumento e/ou redução de custos, preços volumes e *mix* de produtos.

Existem situações em que a empresa tem que manter os preços constantes com aumentos de custo e busca compensação através de incrementos de volumes.

Por isso é de extrema importância o uso das ferramentas gerenciais que propiciam analisar as relações de custo – volume – lucro dos negócios de uma empresa. Porém para isto é necessário manter um banco de dados atualizado e com priorização dos seguintes dados:

- custos fixos;
- lucro marginal por produto;
- mix de produtos planejados e realizados;
- evolução dos preços e venda dos produtos;
- sistema que otimize a produção e as vendas;
- sistema que apure o lucro marginal de cada produto e do lucro da empresa.

Os dados acima citados são essenciais para qualquer análise de custo – volume – lucro, e é essencial que sua comparação seja adequada para a obtenção de conclusões que mereçam confiança.

Custo – volume – lucro são os fatores que são medidos no planejamento e na variação do lucro.

8.2 PAPEL DO CUSTO DO PRODUTO NAS DECISÕES SOBRE PREÇO E MIX DE PRODUTOS

Mesmo quando os preços são fixados pelas forças de oferta/demanda do mercado global e, a empresa tem pequena ou nenhuma influência sobre o preço do produto, a empresa ainda tem de decidir pelo melhor mix de produtos para fabricar e vender, dados os seus preços de mercado e margens e, ainda o uso dos recursos e sua capacidade.

De modo similar a análise de custo de produto é também significativa quando a empresa esta decidindo em como repartir melhor os recursos entre Marketing e Promoção.

8.3 ANALISE COM FATOR LIMITANTE

Na análise de custo – volume – lucro devem ser levados em consideração os seguintes aspectos:

- Variação de um componente: considerar mudança no preço sem a influência nos demais componentes; na realidade, quando muda um componente, pode mudar o outro;
- Custos fixos e marginais: o comportamento do custo fixo não é tão constante, e o custo marginal tem certos aspectos que não variam sempre proporcionalmente ao volume;
- Análise estatística : as dificuldades existentes na montagem dos dados para análise não levam em consideração todo o dinamismo envolvido nas empresas e no dia – a – dia dos negócios.

Quando existir um fator que limita a produção (ex: tempo escasso, falta de matéria-prima, etc), a análise deve ser feita em função deste fator limitante.

8.3.1 Margem de Contribuição e o Fator Limitativo da Produção

O empresário busca sempre maximizar o lucro da empresa. Nas empresas que fabricam diversos produtos, uma das formas de melhor encontrar o lucro é por meio da análise do mix de produção.

Esta tarefa pode ser efetuada com base simplesmente na análise das diversas margens de contribuição da cada produto. No entanto se houver restrições na produção, o gestor deve analisar qual será a melhor combinação de produtos fabricados e vendidos.

8.3.2 Limitações no Ponto de Equilíbrio

Quando a empresa trabalha com diversos produtos e estes possuem custos e despesas fixas diferentes para cada um, temos a impossibilidade de calcularmos o ponto de equilíbrio global.

Exemplo:

Custos e despesas variáveis:	
Produto A	\$ 400 / unidade
Produto B	\$ 200 / unidade
Produto C	\$ 350 / unidade
Custo e despesas fixas	\$ 400.000
Preço de venda:	
Produto A	\$ 600 / unidade
Produto B	\$ 350 / unidade
Produto C	\$ 600 / unidade

Caso demonstrássemos apenas o produto A, o ponto de equilíbrio seria de apenas 2.000 unidades, se só com o B, de 2.667 unidades e o C com 1.600 unidades.

Haveria possibilidade de se calcular caso todos tivessem a mesma margem de contribuição, teríamos assim um numero de ponto de equilíbrio em unidades, tanto para um como para outro produto. O ponto de equilíbrio só não seria definido em reais, pois dependeria das diversas composições possíveis entre os três produtos.

Poderia ainda ser calculado se, a margem de contribuição fosse, mesmo que diferente em reais, iguais para todos em termos de porcentagem sobre o preço de venda. Aí também haveria um ponto de equilíbrio único definido em reais, sem definição quanto as quantidades, já que estas estariam dependendo também das diferentes combinações possíveis entre eles.

8.3.3 TAXA DE INFLAÇÃO

Na alta inflação, toda análise da relação custo – volume – lucro só faz sentido se todos os valores estiverem em moeda constante e dentro do conceito de valor presente.

Não faz sentido e não funciona na prática calcular esse conceito, se os gastos fixos e variáveis não estiverem na mesma unidade monetária.

O ponto de equilíbrio não pode ser calculado como um todo para a mesma empresa com diversos produtos, a não ser que estes tenham a mesma margem de contribuição por produto ou mesmo por porcentagem de margem de contribuição sobre o preço de venda.

9. CONCLUSÃO

As informações e conceitos demonstrados neste contexto, certamente não serão suficientes para definir um “market share” da empresa, da mesma forma, que não foram suficientes para esgotar o arcabouço conceitual sobre o tema proposto, no entanto darão significativa ajuda aos gestores de um ponto de partida.

O objetivo do conteúdo apresentado foi dar uma visão geral e prática sobre a ferramenta análise custo – volume – lucro, não tornando o leitor destes capítulos apto a compreender a complexa sistemática que envolve este tema, porém certamente apresentou pontos extremamente relevantes, e que se forem observados atentamente, podem fazer a diferença na tomada de decisão.

Através da contabilidade de custos, além de obter o custo da elaboração dos produtos de forma precisa, pode-se analisar qual produto contribui mais para a estrutura de gastos fixos da empresa, tal análise é realizada através do estudo da margem de contribuição.

A empresa também verifica qual o volume mínimo necessário para cobrir todos os seus gastos fixos e variáveis, ou seja, o seu ponto de equilíbrio.

A análise custo – volume – lucro possibilita ao gestor simulações de estratégias que poderá aplicar ao seu nicho empresarial, aplicando qual o melhor cenário que se adapta as suas necessidades.

Espero ter contribuído de forma a esclarecer dúvidas e mais ainda, tendo sido capaz de instigar interesse sobre o tema, fazendo com que este contexto seja infinitamente explorado e melhorado.

10. BIBLIOGRAFIA

SANTOS, Joel J. **Análise de Custos – Remodelando com ênfase para Sistema de Custeio Marginal, Relatórios e Estudos de Caso** . 4 ed.. Ed. Atlas

IUDÍCIUS, Sérgio de. **Contabilidade Gerencial**. 6ª. edição. Editora Atlas

BORNIA, Antônio César. **Análise Gerencial de Custos – Aplicação em Empresas Modernas**. Ed. Bookman

BRUNI, Adriano e FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de Preços**. 3ª. edição. Editora Atlas

CLEMENTE, Ademir & SOUZA, Alceu. **Decisões Financeiras e Análise de Investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações**. Editora Atlas, 2006.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de Contabilidade de Custos**. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas

WERNKE, Rodney. **Gestão de Custos: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas

PEREZ JUNIOR, José Hernandez. OLIVEIRA, Luiz Martins de & COSTA, Rogério Guedes. **Gestão Estratégica de Custos**. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas 2001.

SANTOS, Joel J. **Análise de Custos**. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas 2001

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 10ª. Ed. Person Addison Wesley, 2004.

SILVA, José Pereira da. **Análise Financeira das Empresas**. 3ª. Ed. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas

GONÇALVES, Eugênio Celso., BAPTISTA, Antônio Eustáquio.,
Contabilidade Geral. 4ª. Ed. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas 1998.

OLIVEIRA, Luis Martins., PEREZ JUNIOR, José Hernandez.
Contabilidade de Custos para não Contadores. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas
2000.