

ANÁLISE GERENCIAL DO CUSTO – VOLUME – LUCRO PELO MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL/ DIRETO

MANAGEMENT ANALYSIS OF COST - VOLUME - PROFIT METHOD FOR VARIABLE COSTING/ DIRECT

¹QUIEZI, J. M.; ² ALBANEZ. W.

^{1e2}Departamento de Ciências Contábeis - Faculdades Integradas de Ourinhos–FIO/FEMM.

RESUMO

De uma forma prática se discute a implantação do conhecimento da Margem de Contribuição que cada produto oferece à empresa, como forma de evidenciar aqueles que fazem a receita da empresa ser maior, e assim, as estratégias para o mercado consumidor será voltada a estes produtos. Na tomada de decisão sobre o custo – volume – lucro, identifica-se qual decisão tomar em relação à expectativa de quanto e como produzir com os dados fornecidos pela Margem de Contribuição e o Ponto de Equilíbrio. Para a empresa a identificar estes valores vai proporcionar o descobrimento da necessidade mínima de produção e vendas de cada produto para que a empresa não tenha lucro ou prejuízo. Com este intuito de proporcionar um melhor direcionamento para a produção, encontram-se os fatores que podem limitar a produção, então, desta forma o gestor empresarial necessita conhecer a rentabilidade que cada produto oferece por fator limitante para assim definir a produção e vendas por produtos pela empresa fabricados. Para a Contabilidade o Método do Custeio Variável/ Direto não é aceito, mas para a análise gerencial, é de suma importância conhece – lo, pois, irá apontar qual caminho o gestor deve tomar quanto a sua produção e venda dentro do mercado consumidor. E assim, alavancar suas vendas e reduzir seus custos, atingindo uma maior rentabilidade para a empresa.

Palavras-chave: Margem de Contribuição, Custo-Volume-Lucro, Ponto de Equilíbrio.

ABSTRACT

From a practical way to discuss the deployment of knowledge of margin contribution that each product offers the company as a way to highlight those who make the company's revenue to be greater, and so the strategies for the consumer market will be focused on these products. In deciding on the cost - volume - profit, which identifies the decision taken regarding the expectation of how much and how to produce the data provided by Contribution Margin and Breakeven. For the company to identify these values will provide the discovery of the basic needs of production and sales of each product that the company has no profit or loss. With this order to provide a better direction for the production, are factors that may limit production, so, so the business manager needs to know the profitability of each product offers a limiting factor for this set production and sales pos products manufactured by the company. Accounting for Method of Variable Costing / Direct is not accepted, but for the analysis and management is of paramount importance knows - it therefore will point which way the manager must take as its production and sales in the consumer market. And so, leverage their sales and reduce costs, achieving greater profitability for the company.

Keywords: Contribution Margin, Cost-Volume-Profit, Breakeven.

INTRODUÇÃO

Para as empresas modernas que hoje atuam no mercado econômico, onde está cada vez maior a concorrência, é de suma importância garantir o conhecimento da Margem de Contribuição que cada produto oferece a empresa, sendo que o valor gerado por produto poderá influenciar na tomada de decisão, de qual custo está interferindo no ganho de receita.

A partir da Margem de Contribuição unitária, descobre-se o Ponto de Equilíbrio da produção. Quanto é necessário produzir para a empresa cobrir seus gastos de fabricação, ou mesmo a quantidade mínima necessária que a empresa tenha lucro ou prejuízo.

Ainda há o seguinte questionamento: estes dados fornecidos pela Margem de Contribuição e o Ponto de Equilíbrio, poderão ser levados em consideração para o momento decisório na tomada de decisão para um gestor?

Com estes dados, analisa-se o produto de uma forma quase que específica, pois estabelece o valor que ele aloca a rentabilidade nas vendas, e quanto é preciso fabricar dele, para poder cobrir os gastos mínimos de fabricação.

Na elaboração da demonstração do lucro pelo custeio variável/direto, há restrições impostas por certas críticas, e mesmo pela legislação e ao fisco, pois as argumentações impostas a este tipo de custeio, seriam estas, que ferem os princípios fundamentais da contabilidade, o qual se encaixaria no princípio contábil da Competência, mas na real análise do custeio variável, identifica, que consegue sim, chegar ao valor real que compete a cada saída de produto, assim identifica-se qual será o valor mínimo de receita para um certo período de produção e vendas.

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, fundamentada em arquivos bibliográficos, em livros, artigos e periódicos, os quais debatem sobre o tema abordado.

ANÁLISE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO PARA TOMADA DE DECISÕES

Para qualquer empresa, é de suma importância conhecer o valor mais aproximado do lucro obtido com sua produção, e para que ocorra maior lucro, devem-se compreender quais são as delimitações de custos que a mesma impõe.

Diante desta questão, os gestores têm como principal função obter informações sobre a produção, para que possa identificar qual o fator de limitação

de cada produto, constituindo a real responsabilidade de cada item produzido ao lucro ou prejuízo obtido pela empresa. Cabe ao administrador utilizar, as técnicas da Contabilidade Gerencial para descobrir os custos que cada produto agrega, e qual a sua Margem de Contribuição para um resultado positivo, após suas vendas.

Para a Contabilidade Gerencial, um forte indicador da obtenção de lucro, é a Margem de Contribuição do produto. Quando a conhecemos, podemos identificar qual o custo que está afetando diretamente o lucro, sendo ele um causador de lucro ou prejuízo.

O Custeio Marginal parte do princípio de um produto, uma mercadoria ou serviço responsável apenas pelos Custos e pelas Despesas Variáveis que geram. (BERTÓ; BEULKE, 2005, p. 34). Assim a Margem de Contribuição é conhecida através da subtração do valor das vendas líquidas, descontando os Custos Variáveis e as Despesas Variáveis. Os Custos Variáveis e as Despesas Variáveis são os gastos que oscilam conforme a produção e vendas. Supondo então, que quanto maior o número de produção e vendas, maior serão seus Custos Variáveis e Despesas Variáveis, portanto, maior será a Margem de Contribuição. Sendo então os Custos Fixos e Despesas Fixas, um valor que não varia conforme o volume de produção e vendas maior também será o resultado operacional líquido. Assim, se a atividade da empresa estiver dentro de sua capacidade, os gastos fixos se mantêm inalterados, define-se então, que quanto maior o montante físico, menor será o valor alocado a cada unidade da Despesa Fixa e Custo Fixo, e vice – versa.

Nesse sentido, Bornia (2002, p. 71), assim se manifesta para a tomada de decisões.

Na utilização dos custos para o auxílio à tomada de decisões, a previsão ou o planejamento do lucro da empresa é um ponto importante. Um conjunto de procedimentos, denominados análise de custo – volume - lucro, determina a influência no lucro provocada por alterações nas quantidades vendidas e nos custos.

Assim, logo após a apresentação da Margem de Contribuição ao gestor, cabe a ele decidir qual produto terá total apoio da empresa, uma vez que a tomada de decisão em curto prazo, terá como reflexo, o lucro ou prejuízo, que de imediato se conhecerá.

BERTÓ e BEULKE (2005, p. 34) definem que, para que haja um resultado positivo da empresa, é necessário que soma da Margem de Contribuição de todos os produtos seja maior que o custo e a despesa fixa do período.

Com a utilização do conhecimento da margem de contribuição podem-se conhecer então a relação entre o custo, o volume produzido e o lucro obtido.

Tal como Bornia (2002, p. 71), a análise de custo – volume – lucro, está intimamente relacionada com os conceitos de Margem de Contribuição Unitária, e de Razão de Contribuição, ou Índice de margem de Contribuição. Todavia, a empresa deverá identificar todos os custos fixos para, então diferenciá-los dos variáveis.

O autor refere ainda que, a Margem de Contribuição Unitária está ligada à lucratividade do produto e a razão de contribuição relaciona-se com sua rentabilidade (lucratividade/ investimento). Assim, quanto maior for a margem de contribuição unitária do produto, melhor será sua contribuição para o resultado da empresa. Utilizando o Custeio Marginal, podemos ter uma idéia mais adequada do mercado, devido a este tipo de sistema estar diretamente ligado a competitividade que o mercado impõe, mostrando para a empresa os custos que realmente afetam a produção, considerando desta forma uma das melhores maneiras de se definir o preço de venda, sendo já descoberto os custos que cada produto terá dentro da produção.

É imperioso que o conjunto dos produtos num mix de produção e vendas gere uma margem suficiente para cobrir também os Custos e Despesas Fixas (que, embora não apropriados previamente, continuam existindo), sem o que não ocorre a formação do resultado para a empresa no período. (BERTÓ; BEULKE, 2005, p. 35).

CONTROLE DE PRODUÇÃO ATRAVÉS DO PONTO DE EQUILIBRIO

Ponto de Equilíbrio, também conhecido como Ponto de Ruptura (*Break – even – Point*), é o significado de quanto seria necessário produzir e vender para manter seus gastos fixos e variáveis, ou seja, um ponto onde não há lucro ou prejuízo, sendo possível manter seus gastos de fabricação, sem a geração de lucro.

Bornia (2002, p. 74) define que o Ponto de Equilíbrio, ou Ponto de Ruptura, é o nível de vendas em que o lucro é nulo.

Este é um dado gerencial de suma importância, para qualquer gestor, que auxilia na tomada de decisões em curto prazo, pois, identifica-se a quantidade necessária de produção mínima para conseguir subsidiar todos seus custos.

Então, o Ponto de Equilíbrio, significa o momento em que a empresa não está obtendo lucro, ou mesmo prejuízo, o ponto onde seu faturamento está conseguindo absorver os custos totais desta produção. Quando há um preço de venda unitário constante para um certo volume de vendas, a nossa receita total será estável, e

assim, consegue-se identificar a quantidade necessária de produção para manter-se em atividade. A cada porcentagem no aumento das vendas, também se alteram os seus gastos, surgindo uma mudança no Ponto de Equilíbrio.

Há empresas, que fabricam vários produtos, para achar seu ponto de equilíbrio, pode ser um pouco dificultoso, sendo que os preços de venda e seus custos variam de produto para produto, portanto, não podendo adotar um Ponto de Equilíbrio global. Caso contrário estará à empresa distorcendo os valores de custos que cada produto está realmente utilizando.

Então, deve-se analisar os custos e segregar àqueles produtos a que se identificam, e fazer um rateio. Com o conhecimento dos custos fixos e variáveis de cada produto, acha-se suas respectivas Margens de Contribuição, e logo após calcular seu ponto de equilíbrio específico.

Já com o Ponto de Equilíbrio determinado a cada item de produção, a empresa poderá alcançar uma maior alavancagem de suas receitas, tendo em vista um mercado consumidor que absorve, uma quantidade maior de produtos. Quando seu preço de venda é menor, consegue-se identificar dentro do período de produção, quanto tempo leva-se para alcançar o Ponto de Equilíbrio em unidades fabricadas e vendidas.

Observa-se outro fator que pode influenciar a tomada de decisão, é quanto seria necessário produzir para se obter lucro, ou algum valor em específico de lucro.

Ao acharmos o ponto de equilíbrio, descobre-se quanto é necessário para a empresa produzir para não ter prejuízo, mas podem-se delimitar nossas vendas, a um suposto valor de lucro que queira ser atingido.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO COM FATOR DE LIMITAÇÃO

Para os gestores de uma empresa, é quase como um desafio conseguir ganhar mercado na venda de seus produtos, e como conseguir manter o baixo custo de fabricação, mas manter a qualidade. São questões pertinentes, e nem sempre suas soluções são de fácil resolução.

Ao colocar um destes fatores em discussão, abrem-se diversos tipos de soluções para resolver estes problemas. Para um bom início de desenvolvimento da resolução destes quesitos, pode-se então conhecer um cálculo que ajude na tomada de decisões.

Precisa-se primeiramente conhecer o mercado consumidor, fazer uma pesquisa e descobrir a quantidade que é consumida de cada produto produzido.

Conhecido o mercado, então se decide em maximizar o lucro da empresa em questão, mas para isto, necessita-se atingir a capacidade máxima da produção. Com a produção alavancada, os custos variáveis tendem a aumentar, sendo sua variação de acordo com a produção.

Cada produto tem os seus custos fixos e variáveis de produção, supostamente os custos fixos não variam conforme a produção, sendo assim, eles se mantêm com o mesmo valor durante todo o período de produção. Dentro de uma empresa, há fatores que limitam a produção, ou até mesmo, atingir a produção máxima de cada produto, cada produto encontra-se fatores de limitação diferentes, pois cada um necessita de diferentes gastos para completar sua produção. Então, Bornia (2002, p.73) menciona que, quando existir um fator que limita a produção (tempo escasso, falta de matéria-prima, etc), a análise deve ser feita em função deste fator limitante.

E assim como Wernke (*apud* Santos, 2008, p.52) define o quanto é prestativo conhecer a rentabilidade de cada produto, sendo que, ajudam a administração a decidir que produtos devem merecer maior esforço de venda, serem colocados em planos secundários ou simplesmente tolerados pelos benefícios de vendas que possam trazer a outros produtos.

A uma empresa que fabrica diversos produtos, é necessário achar aquele que têm a maior Margem de Contribuição, para que se maximize sua fabricação e venda.

Supondo que um fator de limitação sejam as horas disponíveis para a fabricação. Utiliza-se o conceito de Margem de Contribuição, da forma em que achada o valor de Contribuição que cada item de produção gere, divide-se o valor achado pela quantidade utilizada de horas para sua produção. O produto que apresentar maior Margem de Contribuição por hora de fabricação, então, fabricam-se mais deste produto.

Com estes dados em mãos, deve-se, sim investir na produção do produto que contenha a maior Margem de Contribuição, cujo fator de limitação são as horas, sempre enfatizando a maximização das vendas deste produto.

E assim como Martins (2006, p. 191) defini a importância do conhecimento do fator de limitação. Conceitua-se então que a Margem de Contribuição continua sendo o elemento chave em matéria de decisão, só que agora não por unidade, mas pelo fator limitante da capacidade produtiva.

Para cada empresa, há diversos tipos de limitações, dentre os quais seus gestores tem que analisar de forma precisa para não cometer erros quanto a escolha na quantidade a ser produzida de cada produto. Mas se a empresa tem diversos fatores que limitam sua produção de todos os itens fabricados, o gestor deve-se basear em algum programa específico, ou algum *software* mais preciso para a tomada de decisão.

Portanto, se não houve limitação na capacidade produtiva, interessa o produto que produz maior Margem de Contribuição por unidade, mas, se existir, interessa o que produz maior Margem de Contribuição pelo fator limitante da capacidade. (MARTINS, 2006, p. 191).

Entende-se que deve-se analisar os gastos de fabricação de cada item, para que se obtenha uma maior receita, sem deixar de fabricar outros produtos.

EXEMPLOS PRÁTICOS

Para melhor elucidar a diferenciação entre o Método de Custeio por Absorção e o método em questão, o Direto ou Variável, pode-se destacar um exemplo com cada método de custeio, a seguir, exemplos:

Uma determinada empresa teve uma produção de 12.500 unidades, mas no mês de julho/200X, vendeu somente 80% (ou 10.000 unidades) de sua produção.

Temos os seguintes gastos para a fabricação e vendas:

Custos Variáveis	R\$	4,00/ un
Despesas Variáveis	R\$	3,50/ un
Custos Fixos	R\$	80.000,00
Despesas Fixas	R\$	50.000,00
Preço de venda	R\$	25,00/ un

Método Variável

Preço de Venda	25,00 x 10.000 un	R\$ 250.000,00
(-) Custos Variáveis	4,00 x 10.000 un	(R\$ 40.000,00)
(-) Despesas Variáveis	3,5 x 10.000 un	(R\$ 35.000,00)
(=) Margem de Contribuição	17,50 x 10.000 un	R\$ 175.000,00
(-) Custos Fixos		(R\$ 80.000,00)
(-) Despesas Fixas		(R\$ 50.000,00)
(=) Resultado		R\$ 45.000,00

Absorção

Preço de Venda	25,00 x 10.000 un	R\$ 250.000,00
(-) Custos Variáveis	4,00 x 10.000 un	(R\$ 40.000,00)
(-) Custos Fixos	*6,40 x 10.000 un	(R\$ 64.000,00)
(=) Lucro Bruto		R\$ 146.000,00
(-) Despesas Variáveis	3,50 x 10.000 un	(R\$ 35.000,00)
(-) Despesas Fixas		(R\$ 50.000,00)
(=) Resultado		R\$ 61.000,00

Observação: Os custos fixos totais foram rateados para a capacidade total de produção, ou seja, R\$ 80.000,00 dividido por 12.500 unidades.

Pode-se analisar a partir destas demonstrações que se têm um valor menor em relação ao lucro, no entanto, eliminam-se as flutuações nos resultados em relação à produção do período, pois absorve todos os gastos fixos que a empresa já tem para qualquer quantidade produzida ou vendida.

Outro exemplo, mas com fator de limitação para as horas disponíveis a produção.

Uma empresa tem estes relatos abaixo em questão ao mês anterior as vendas.

Tabela 1. Dados dos produtos fabricados.

Produto	Tempo de fabricação (h)	Preço de Venda (R\$)	Quantidades Vendidas (un)	Custo Variável (R\$/un)	Despesas Variáveis (R\$/un)
A	3	R\$ 10,00	1.500	R\$ 2,00	R\$1,00
B	2,5	R\$ 12,00	1.700	R\$ 2,00	R\$ 2,00
C	4	R\$ 15,00	1.300	R\$ 3,00	R\$ 2,00

	Produto A	Produto B	Produto C
Preço de Venda	R\$ 10,00	R\$ 12,00	R\$ 15,00
(-) Custos Variáveis	(R\$ 2,00)	(R\$ 2,00)	(R\$ 3,00)
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 1,00)	(R\$2,00)	(R\$ 2,00)
(=) Margem de Contribuição	R\$ 7,00	R\$ 8,00	R\$ 10,00
E(/) Qtd Horas	3	2,5	4
(=) M.C. / Horas	R\$ 2,33	R\$ 3,20	R\$ 2,50

Quando há um número de horas que limita a produção, necessita-se escolher qual o produto vai se enfatizar a produção, neste caso, seria escolhido o Produto B, por sua Margem de Contribuição ser maior por Hora, do que os Produtos A e C.

CONCLUSÃO

Um gestor necessita de ferramentas-chaves para tomar decisões em curto prazo, isto implica em ter dados referenciais que torne mais ágil o seu posicionamento perante cada problema que se deparar.

As informações fornecidas pelo Ponto de Equilíbrio transcendem apenas a fornecer quantas unidades a empresa precisa produzir e vender, mas sim, como ele poderá agir no mercado consumidor. Ele obterá dados suficientes, para quais produtos vai enfatizar a produção, se é possível atingir sua produção máxima havendo um aumento constante na receita.

Para a contabilidade, o custeio Variável/Direto não é válido, por somente levarem em consideração os Custos Variáveis, sendo que os Custos Fixos são considerados como um Custo do período, pois independem do volume de produção.

Mas o Custeio Variável apresenta a Margem de Contribuição de cada produto, se baseando na dedução da Receita de Renda com a Despesa Variável. Este tipo de Custeio não pode ser apresentado para a Contabilidade, mas é de indispensável utilização para os administradores de qualquer organização.

Conclui-se então que é possível o gestor tomar como parâmetro as informações obtidas com o Ponto de Equilíbrio e a Margem de Contribuição que cada produto oferece a empresa, pois, chega-se a um valor ideal de custo, e assim, saber o preço de venda que poderá repassar ao mercado, alavancando suas vendas.

REFERÊNCIAS

- BERTÓ, D. J.; BEULKE, R. **Gestão de custos**. São Paulo: Saraiva, 2005.
BORNIA, A. C. **Análise gerencial de custos**. São Paulo: Bookman, 2002.
MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
WERNKE, R. Avaliação da rentabilidade dos segmentos de mercado com o uso dos conceitos de margem de contribuição e valor presente: estudo de caso em distribuidora de mercadorias de pequeno porte. *Revista Brasileira de Contabilidade*, ano XXXVII, n. 170, p. 49-54, mar/ abr. 2008.