



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL**

***CAMPUS CERRO LARGO***

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**LINDILENE GOMES ESCOBAR**

**A ANÁLISE CUSTO, VOLUME E LUCRO NA GESTÃO DE UMA EMPRESA  
COMERCIAL DO RAMO DE FARMÁCIAS: UM ESTUDO DE CASO**

**CERRO LARGO**

**2016**

**LINDILENE GOMES ESCOBAR**

**A ANÁLISE CUSTO, VOLUME E LUCRO NA GESTÃO DE UMA EMPRESA  
COMERCIAL DO RAMO DE FARMÁCIAS: UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação como  
requisito para obtenção de grau de Bacharel em  
Administração da Universidade Federal da  
Fronteira Sul – UFFS/Cerro Largo.

Orientador: Prof. Me. Fabrício Costa de Oliveira

**CERRO LARGO**

**2016**

## DGI/DGCI - Divisão de Gestão de Conhecimento e Inovação

Escobar, Lindilene Gomes

A análise Custo Volume e Lucro na gestão de uma empresa comercial do ramo de farmácias: um estudo de caso/ Lindilene Gomes Escobar. -- 2016.

61 f.

Orientador: Fabricio Costa Oliveira.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Administração , Cerro Largo, RS, 2016.

1. Análise Custo, Volume e Lucro. 2. Margem de Contribuição. 3. Ponto de Equilíbrio. 4. Custos. I. Oliveira, Fabricio Costa, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

**LINDILENE GOMES ESCOBAR**

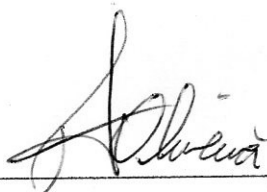
**A ANÁLISE CUSTO, VOLUME E LUCRO NA GESTÃO DE UMA EMPRESA  
COMERCIAL DO RAMO E FARMÁCIAS: UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração pela Universidade Federal da Fronteira Sul.

Orientador: Prof. Mês. Fabricio Costa de Oliveira

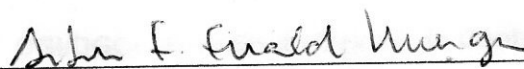
Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:  
16/11/2016

BANCA EXAMINADORA



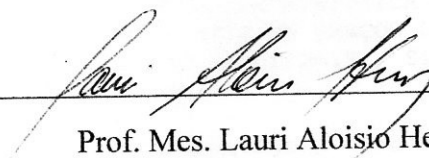
---

Prof Mes. Fabricio Costa de Oliveira



---

Prof. Mes. Artur Filipe Ewald Wuerges



---

Prof. Mes. Lauri Aloisio Heckler

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo verificar de que forma a análise de custo, volume e lucro pode contribuir para a gestão de uma farmácia comercial. Com o intuito de alcançar o objetivo geral proposto, a pesquisa foi elaborada em forma de estudo de caso. Os dados foram coletados mediante os acessos ao software da empresa que possibilitou a geração de relatórios dos históricos de vendas, enfocando nos seis primeiros meses do ano de dois mil e dezesseis. As vendas desses seis meses foram divididas em seis grandes grupos de produtos cadastrados no sistema de gerenciamento da empresa, são eles éticos, manipulados, genéricos, perfumaria, similares e diversos. Posteriormente foi elaborado quadros com as demonstrações dos resultados obtidos nos seis meses estudados, também foi feito o rateio dos custos por quantidade vendida e por custo do produto. Diante disso, os resultados dos cálculos da margem de contribuição e de ponto de equilíbrio financeiro dos grupos, bem como a melhor visualização dos custos e despesas, possibilitam ao gestor a segurança para planejar e tomar decisões concernentes à gestão empresarial. Com base no período estudado, o gestor pode verificar a continuidade ou descontinuidade da venda de alguns grupos, assim poderá definir suas metas para que se consiga obter mais lucro e consequentemente, posicionar-se melhor diante dos concorrentes.

**Palavras-chave:** Análise de custo, volume e lucro. Ponto de equilíbrio. Margem de contribuição.

## **ABSTRACT**

The present study aimed to verify how a cost, volume and profit analysis can contribute to a commercial pharmacy management. In order to achieve the general goal proposed, a case study was elaborated. Data were collected upon the access of company's software that enable the development of a historical sales report, focusing on the first six months of the year two thousand and sixteen. Sales during these six months were divided on six great groups of products registered on the company's management system, they are ethic, manipulated, generic, perfumery, similar and various. Afterwards, a board was elaborated, demonstrating results obtained from the six month study, also, a costs proration by quantity soled and product cost was elaborated. Thereat, results of the contribution margin and breakeven point of the groups, as well as a better view of costs and expense, enable the manager to safely plan and make decisions referring to the company's management. Based on the studied period, the manager can verify the continuity or discontinuity of some groups' sales, and define goals so he can obtain more profits and consequently, better allocate in face of its competitors.

Keywords: Cost, volume and profit analysis. Breakeven point. Contribution margin.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Gastos dos seis meses estudados.....	32
Quadro 2 – Classificação dos custos e despesas.....	33
Quadro 3 – Históricos de vendas por grupo de produtos do mês de janeiro.....	35
Quadro 4 – Continuação dos resultados obtidos no mês de janeiro.....	35
Quadro 5 – Resultados obtidos no mês de fevereiro.....	38
Quadro 6 – Continuação dos resultados obtidos no mês de fevereiro.....	38
Quadro 7 – Resultados obtidos no mês de março.....	40
Quadro 8 – Continuação dos resultados obtidos no mês de março.....	41
Quadro 9 – Resultados obtidos no mês de abril.....	43
Quadro 10 – Continuação dos resultados obtidos no mês de abril.....	43
Quadro 11 – Resultados obtidos no mês de maio.....	45
Quadro 12 – Continuação dos resultados obtidos no mês de maio.....	45
Quadro 13 – Resultados obtidos no mês de junho.....	47
Quadro 14 – Continuação dos resultados obtidos no mês de junho.....	48

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	3
1.1	TEMA E PROBLEMA	4
1.2	OBJETIVOS	5
1.2.1	Objetivo Geral	5
1.2.2	Objetivos específicos	5
1.3	JUSTIFICATIVA	6
<b>2</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA</b>	7
<b>3</b>	<b>REVISÃO DE LITERATURA</b>	8
3.1	GESTÃO FINANCEIRA	8
3.2	GESTÃO DE CUSTOS	10
3.2.1	Custos	11
3.2.2	Custos fixos	12
3.2.3	Custos variáveis	13
3.2.4	Custos Diretos e Indiretos	13
3.2.5	Despesas	13
3.2.6	Receita	14
3.2.7	Lucro	16
3.3	RELAÇÃO CUSTO/VOLUME/LUCRO (CVL)	17
3.3.1	Ponto de equilíbrio	18
3.3.2	Margem de contribuição	20
3.4	MÉTODOS DE CUSTEIO	21
3.4.1	Método de Custeio por absorção	22
3.4.2	Método de Custeio direto ou variável	23
3.4.3	Método de Custeio baseado em atividades – ABC	24
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b>	26
4.1	CARACTERIZAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO	26
4.2	PROCEDIMENTO DE COLETA DOS DADOS	27
4.3	PROCEDIMENTO DE ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	28
<b>5</b>	<b>ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS</b>	30
5.1.1	Análise do Histórico de vendas do mês de janeiro	34
5.1.2	Análise do histórico de vendas do mês de fevereiro	37
5.1.3	Análise do histórico de vendas do mês de março	39
5.1.4	Análise do Histórico das vendas do mês de abril	42
5.1.5	Análise do histórico de vendas do mês de maio	44
5.1.6	Análise do histórico de vendas do mês de junho	46



5.1.7 Análise do ponto de equilíbrio.....	49
<b>6 CONCLUSÃO.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>53</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A busca constante pela excelência empresarial demanda que toda a organização possua uma administração eficiente. A nova maneira de competir no mundo exige que toda empresa esteja comprometida com a melhoria contínua de suas atividades, mantendo atitudes proativas em relação às constantes mudanças da economia, da sociedade, da cultura e do meio ambiente. As práticas administrativas usadas por gestores, em tempos passados, não mais podem atender tantas mudanças informacionais do contexto atual (SOUZA E CLEMENTE, 2011).

A empresa, segundo Souza e Clemente (2011) é uma entidade que objetiva, acima de tudo, gerar lucro, sendo este último, um indicador de eficiência que faz com que o capital dos proprietários cresça. Dessa forma, ainda segundo os autores, uma organização deve monitorar e planejar suas atividades diárias, de modo que tenham um controle sobre os procedimentos que às mantêm funcionando, e com isso, formularem estratégias competitivas eficientes para promover seu crescimento.

Estas estratégias competitivas, segundo Porter (1991 apud Souza e Clemente, 2011, p. 42), podem ser classificadas em: Liderança de custos, diferenciação ou foco. Na presente pesquisa, será frisada a necessidade do controle de custos para que se tente identificar estratégias de redução dos mesmos. Por outro lado, as empresas que adotam esta estratégia de redução de custos, enfocando na satisfação do consumidos, devem também encarar os custos como consequências financeiras de estratégias implantadas, que nada mais são do que um desembolso da empresa, tendo por objetivo gerar receita (SOUSA E CLEMENTE, 2011).

De acordo com Iudícibus (2010), há uma grande relevância para todos os níveis, desde o gerenciamento até a noção de custos, principalmente as relações de custo, volume e lucro. Ainda sobre estas relações, Iudícibus e Mello (2013), dizem que quando bem conduzidas, essas ferramentas se tornam muito eficientes na análise dos custos, e podem ser tomadas como um instrumento de grande utilidade para a tomada de decisão. Não obstante, podem promover um grande subsídio na geração de informação, pois possibilita que, entre outros benefícios, haja um melhor posicionamento em relação aos concorrentes.

Entre muitos conceitos financeiros e contábeis, foram escolhidos dois tipos de análises, sendo que estes se relacionam entre si com intuito de gerar informações úteis para administração de uma pequena empresa. A primeira análise diz respeito ao ponto de equilíbrio e a segunda refere-se à margem de contribuição. Ambas fazendo parte da contabilidade de custos e se encontram dentro da análise de Custo/Volume/Lucro, que tem como função a geração de informações plausíveis para a tomada de decisão (PADOVEZE, 2010).

Pensando nesse fator é que este trabalho foi elaborado, visto que a empresa estudada é de porte pequeno e não possui uma gestão de custos formalizada. Com isso, o presente estudo tem como objetivo determinar em que sentido a análise Custo/Volume/Lucro pode auxiliar no processo de gestão nos primeiros seis meses do ano de 2016.

A análise mencionada foi aplicada em forma de estudo de caso. Na primeira seção o estudo aborda a introdução, composta pela contextualização do tema, o objetivo geral, os objetivos específicos e a justificativa. Na segunda seção será apresentada a caracterização da empresa. Na terceira seção será exposta a revisão bibliográfica, onde será conceituada a Gestão Financeira, Gestão de custos, Análise Custo, Volume e Lucro e seus componentes: O ponto de equilíbrio e a Margem de Contribuição. Posteriormente foram definidos conceitos que serão utilizados para a análise dos dados, são eles: Custos, Custos fixos e variáveis, Custos diretos e indiretos, Despesas, Receita, Lucro, e Métodos de Custeio. Na quarta seção será apresentada a metodologia, onde serão expostos os procedimentos metodológicos utilizados.

Por conseguinte, pode-se verificar como a análise Custo Volume e Lucro pode contribuir para o gerenciamento de uma organização. No caso da empresa e em estudo foi possível identificar os grupos de produtos que geram mais lucros e aqueles grupos que tiveram problemas no período de vendas. Também foi visualizado claramente os custos e despesas da empresa.

## 1.1 TEMA E PROBLEMA

A gestão de custos é importante para qualquer organização empresarial, pois ela identifica, coleta, mensura, classifica e relata informações necessárias para os gestores,

para que estes planejem, controlem e cheguem a melhor decisão (HANSEN E MOWEN 2011).

Neste contexto, é através das contabilizações dos custos que se obtém informações necessárias para a empresa, por exemplo, os recursos para se produzir, fabricar, vender, e entregar o produto ao cliente. Diante da competitividade que cada vez se acirra mais, as empresas devem ter uma boa gestão de custos, sendo essa, capaz de fornecer informações ágeis e seguras para a tomada de decisão (ROCKENBACH, 2010).

Neste sentido, a empresa objeto desta pesquisa não possui uma gestão de custos formalizada, ou seja, não tem informações para apresentar, por exemplo, um controle financeiro que ofereça uma análise completa do percurso dos custos dentro da organização. Atualmente, a empresa é gerenciada pelo proprietário, o mesmo já possuindo grande experiência em gestão e com base em controles de rotina, vai conduzindo o negócio. Diante destes fatos, é que se põe em evidência a importância de uma análise do Custo/Volume/Lucro, pois este contribuirá para a geração de informações essenciais e precisas.

Com isso é que surge o problema do presente trabalho: Como a utilização da Análise Custo, Volume e Lucro pode melhorar a gestão de uma empresa comercial do ramo de farmácias?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Verificar de que forma a análise Custo, Volume e Lucro pode auxiliar a gestão de uma empresa comercial do ramo de farmácias.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Examinar o histórico de vendas nos primeiros seis meses do ano de dois mil e dezesseis.
- Definir e classificar os custos e despesas operacionais.
- Determinar o ponto de equilíbrio e a margem de contribuição da empresa nos primeiros seis meses do ano de dois mil e dezesseis.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

Diante da condição competitiva que toda a empresa está submetida, há uma grande necessidade de que estas consigam se manter no mercado. Para que isto aconteça as organizações devem cuidar bem de suas atividades em geral, ou seja, ter uma boa gestão e um olhar especial para redução de custos que é um fator relevante para obtenção de mais lucro (MAHER, 2001).

A empresa estudada não possui nenhuma gestão de custos formalizada, por conta disso que este trabalho se torna relevante, pois permitirá que esta possua informações úteis que irão auxiliar o gestor ou proprietário na busca pela melhor decisão. Dessa maneira, para a empresa, este trabalho terá grande importância visto que poderá trazer resultados desconhecidos que farão com que ela se posicione melhor diante da concorrência.

Para a pesquisadora, a realização deste estudo contribuirá para que aprofunde seus conhecimentos nesta área relacionando a teoria à prática. Para os demais acadêmicos, o trabalho poderá servir como estímulo para que este assunto seja cada vez mais explorado. Por outro lado, é de extrema importância que o acadêmico consiga conciliar os conceitos e cálculos ensinados durante a graduação com situações reais que irão se deparar no decorrer de suas carreiras profissionais.

## 2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa objeto deste estudo está localizada na cidade de Cerro Largo - RS, é considerada de pequeno porte, visto que a mesma possui 07 colaboradores. Possui trinta e quatro anos de atuação no mercado, é bastante tradicional na cidade, tem prédio próprio e sua contabilidade é realizada por um escritório terceirizado.

Os produtos comercializados na farmácia são os medicamentos de três categorias (ético, similar e genérico), bem como perfumaria (higiene e beleza), correlatos, ortopédicos, chás entre outros. A farmácia conta com o serviço de tele - entregas, e é aberta nos domingos e feriados, e também são oferecidos serviços de recargas telefônicas de todas as operadoras.

A empresa em estudo possui um software integrado de gerenciamento, nele é feito o cadastro dos produtos e com isso é possível que seja registrado quando uma mercadoria entra e sai da empresa. Também nele é feito os lançamentos dos gastos mensais da organização. Cada colaborador tem seu *login*, algumas informações são de uso exclusivo do gerente, como por exemplo relatórios de fechamento de caixa. Com seus *logins* os funcionários podem fazer acesso ao sistema e acompanhar suas vendas e seus descontos, bem como verificar um possível equívoco em uma venda, e neste caso fazer o cancelamento, pois fica registrado no sistema toda a movimentação feita por cada usuário.

Para que seja preservado o nome da empresa, este não será revelado e para que seus dados financeiros não sejam expostos, será aplicado um coeficiente multiplicador, mantendo-se a devida proporção em todos os valores levantados nos indicadores de análise.

### 3 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção será apresentada a definição de alguns pontos importantes do trabalho que, sendo que estes servirão como embasamento teórico para a continuidade da pesquisa.

#### 3.1 GESTÃO FINANCEIRA

Em meados de 1970, a ênfase da gestão financeira incidia sobre distintas maneiras de atingir bons resultados na administração do capital de giro e nas melhores interpretações de balanços patrimoniais, além das demonstrações de resultados. Atualmente, gestores financeiros dispõem de muitas ferramentas sofisticadas para resolver problemas difíceis dentro das organizações. Toda a área de finanças, hoje em dia, é mais ampla e recai sobre a forma de administrar com eficiência os recursos escassos, e além disso, investir em projetos que possibilitem mais retorno (GROPPELLI E NIKBAKHT, 2010).

Desse modo, pode-se dizer que o avanço da área das finanças veio juntamente com a globalização, pois foi durante essa época que surgiu a internet e com ela os softwares financeiros, estes capazes de resolver cálculos matemáticos e armazenar dados. Compreende-se, também, que o surgimento da internet impulsionou a difusão da comunicação no mundo, e com isso, tornou-se mais fácil o acesso de administradores a qualquer tipo de informação (KRABBE, 2011).

Gestão Financeira é a arte e a ciência de administrar recursos financeiros para maximizar a riqueza dos acionistas e tem o gestor de finanças como o principal responsável, sendo encarregado pela criação de valor e pela minimização de riscos, por esse motivo, este deve se envolver no negócio como um todo (LEMES; RIGO; CHEROBIN, 2010). Para complementar as ideias dos autores acima, encontramos a colaboração de Groppelli e Nikbakht, (2010) que defendem que finanças são aplicações de uma série de princípios econômicos e financeiros que visam maximizar a riqueza ou o valor total de um negócio.

Não obstante, a função da administração financeira dentro das organizações, depende também, do porte das empresas, ou seja, em empresas menores muitas vezes não há um órgão específico para o gerenciamento de operações de finanças, ficando estas funções, distribuídas entre contador e proprietário. À medida que a empresa cresce, é

fundamental que se profissionalize o gerenciamento de funções financeiras (SILVA, 2012).

A partir disso, pode-se afirmar que a gestão de finanças possui um papel muito importante dentro de qualquer empresa, pois pode ajudar a diminuir possíveis dificuldades financeiras. Segundo Lemes, Rigo e Cherobin (2010), estas dificuldades financeiras são situações nas quais as organizações não possuem caixa operacional suficiente para atender a seus compromissos financeiros.

Pode ser considerada uma empresa com dificuldades financeiras aquela cujos fluxos de caixa gerados por todos os procedimentos da organização não são o bastante para cobrir as obrigações existentes. Por esses motivos, as empresas se obrigam a tomar providências que não seriam necessárias caso essa tivesse caixa suficiente. Várias situações podem comprometer uma empresa, por exemplo, a não geração de caixa para pagar os juros, ou custos elevados, esses e outros impasses podem fazer com que a organização tenha que liquidar seus ativos (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2011).

Para efetivar uma melhor compreensão acerca do que se trata a gestão de finanças é necessário conhecermos alguns conceitos importantes que fazem parte de toda essa análise. Desse modo, será apresentada a definição de receitas, despesas e custos. As despesas podem ser consideradas, segundo Martins *et al* (2010), como o consumo de bens e serviços, que de forma direta, ou indiretamente, ajudam a produzir uma receita. Estes mesmos autores, definem receita como sendo a entrada de elementos para o ativo da empresa, sob a forma de dinheiro ou direitos a receber, correspondendo, normalmente, a venda de mercadorias ou prestação de serviços.

Já os custos, de acordo com Ferreira (2014), podem ser definidos como o gasto essencial para a produtividade de bens ou serviços. Correspondendo também, a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços. Alguns exemplos de custos podem ser os salários, aluguel e matéria prima.

Por conseguinte, a gestão financeira também engloba a gestão de custos, e aqui pode-se citar a relação Custo/Volume/Lucro como uma ferramenta de grande utilidade dentro da gestão de finanças. A análise custo, volume e lucro é conhecida como ponto de equilíbrio ou ponto de ruptura, e se caracteriza como sendo um instrumento da gestão financeira, típica de curto prazo, utilizando os resultados de fatores como lucro, custo,



receitas e volume de produção, com enfoque na geração de informações. (LEMES; RIGO; CHEROBIN.2010).

### 3.2 GESTÃO DE CUSTOS

O ambiente econômico atual criou uma necessidade de rever a estruturação da gestão de custos. As pressões das competições entre empresas, o avanço das tecnologias de informação entre outros fatores, modificaram a economia, fazendo com que muitos empresários busquem técnicas eficientes e inovadoras para gerenciar suas empresas. Por sua vez, essa busca por melhoria fez com que a contabilidade, bem como a gestão de custos, fosse mais levada em conta pelos gestores. As informações geradas pelo controle destas atividades aumentaram a vantagem competitiva e proporcionaram benefícios econômicos, fazendo com que as metas organizacionais sejam alcançadas (HANSEN E MONWEN, 2001).

Por este motivo, diz-se que a gestão de custos tem uma grande relevância dentro das organizações, sendo a responsável pelo controle dos gastos gerados pelas atividades da empresa. As organizações buscam a redução dos custos e o aumento da produtividade de várias formas. Porter (1999 *apud* Souza e Clemente, 2011, p. 42) apresenta a liderança de custos como uma das principais estratégias para que a empresa consiga um bom lugar no mercado. Contudo, para que haja liderança em relação aos custos, deve-se haver uma boa gestão dos mesmos (PADOVEZE, 2010).

O gerenciamento de custos é o conjunto de ações que os gestores tomam para satisfazer os clientes enquanto, continuamente, reduzem e controlam os gastos. (Dallora *et al.* 2008). Por outro lado, a utilização da gestão de custos, segundo Padoveze (2010), exerce o papel de facilitar o desenvolvimento e a implementação das estratégias competitivas.

De acordo com Hansen e Mowen (2001), a administração de custos exige um profundo estudo da estrutura de custos da empresa. Os autores ainda complementam que os administradores necessitam ser capazes de determinar os custos a curto prazo, principalmente, de suas atividades e processos, e a partir disso, definir os custos de produtos, serviços entre outros objetos de interesse da empresa. Segundo os mesmos

autores, os custos de atividades e processos não aparecem nas demonstrações financeiras, sendo que estes, são importantes e cruciais para um controle dos gastos.

É importante destacar que, para obter-se um estudo completo dos custos é necessário ter conhecimento de como estes são classificados. Existem duas classificações muito importantes, a primeira quanto ao seu comportamento em relação ao volume de produção dos serviços em custos fixos e variáveis, e a segunda, quanto à forma de apropriação em relação aos produtos e serviços em custos diretos e indiretos (PADOVEZE, 2010).

### **3.2.1 Custos**

Os custos são parte muito importante das atividades de uma organização, tradicionalmente conceituados como o valor de todos os bens e serviços usados para produção de outros bens e serviços (SOUZA E CLEMENTE, 2011). Nota-se que este conceito se restringe mais a realidade das indústrias, no caso de empresas comerciais, no caso da farmácia em estudo, os custos podem ser descritos como gastos destinados a realização de atividades rotineiras da empresa.

Para melhor exemplificar os custos, encontrou-se na literatura a colaboração de Maher (2001, p. 64) que acredita que “os custos representam um sacrifício de recursos”. Ou seja, ele afirma que o preço de cada coisa que compramos em nosso dia-dia é medido pelo sacrifício que fazemos para adquiri-lo. Por outro lado, pode-se dizer que o custo de tudo que compramos, independentemente de ser pago agora ou no futuro, é estabelecido pelo seu preço.

É importante destacar que, segundo Bornia (2010), os custos se diferenciam dos gastos, pois este último, refere-se aos insumos adquiridos pela empresa, independentemente de terem sido usados ou não, enquanto os custos estão diretamente ligados aos insumos utilizados. Com isso, pode-se dizer que todo custo é um gasto, entretanto, todo gasto não é um custo.

Por conseguinte, sabe-se que a apuração adequada, a análise, o controle e o gerenciamento dos custos de atividades de produção e serviços, são antigas preocupações dos empresários e dos gestores das organizações, isso justifica-se pela busca constante de melhor posicionamento perante a concorrência e a sociedade. Desse modo, para a

realização das atividades rotineiras da empresa, as organizações efetuam uma série de gastos que devem ser devidamente organizados, classificados e ainda codificados pelos contadores (PEREZ; OLIVEIRA; COSTA, 2011).

Via regra, uma das primeiras atividades do contador é separar os gastos em dois grupos: custos e despesas, sendo esta última classificada como fixas ou variáveis. Essa separação é fundamental para verificar o resultado do período. A classificação, tanto dos custos como das despesas, se dá com o comportamento em relação ao volume e aos custos, esta classificação é muito importante para, por exemplo, se fazer o rateio dos custos à análise do ponto de equilíbrio, e a margem de contribuição.

### **3.2.2 Custos fixos**

De acordo com Ferreira (2014, p. 49), define-se como custo fixo “os custos cujo valores totais independem da quantidade produzida”, ou seja, não sofrem alterações se produzido mais ou menos. Pode-se entender por que esta classificação diz respeito ao volume, pois volume é a quantidade produzida ou vendida. De certo modo, um exemplo de custo fixo seria o aluguel.

Para Hansen e Mowen (2001), os custos fixos são aqueles que, no seu total, são constantes enquanto os níveis das atividades variam, ou seja, uma empresa pode vender uma média de produtos e mesmo dessa forma, terão estes custos intactos. Alguns exemplos encontrados na literatura de custos fixos dizem respeito aos alugueis e a mão de obra, visto que em cada período, estes gastos são definidos independentemente do que se é produzido ou vendido (MARTINS, 2010).

Martins (2010) afirma que é importantíssimo que se diga que os custos fixos não são eternamente do mesmo valor, na maioria das vezes há duas causas prováveis para sua modificação, uma delas é a variação de preços ou então a mudança na tecnologia, este último ocorre quando se troca uma máquina, por exemplo. É importante ressaltar que existe custos semifixos, por exemplo, a energia elétrica, pois esta possui uma parcela fixa e outra variável, pois quando associada à produção do produto ela se torna uma despesa variável, contudo, para este trabalho a energia elétrica será classificada como uma despesa fixa, visto que não é utilizada para fins de produção.

### **3.2.3 Custos variáveis**

Outra classificação quanto ao volume, classifica os custos como variáveis. Ferreira (2014, p. 49) define custo variável como sendo “aquele custo cujo os valores totais variam de acordo com a quantidade”, ou seja, o oposto do custo fixo. Com isso, podemos identificar como custo variável em uma empresa, por exemplo, as matérias – primas e embalagens.

Segundo Hansen e Mowen (2001), os custos variáveis são definidos como “custos que, no total, variam em proporção direta às mudanças em um direcionador de atividades”. Em outras palavras, os custos variáveis nada mais são do que aqueles que variam juntamente com a quantidade de vendas.

### **3.2.4 Custos Diretos e Indiretos**

Quanto a apropriação aos produtos ou serviços, os custos podem ser diretos ou indiretos. Ferreira (2014, p.39) classifica os custos diretos como sendo aqueles custos mais diretamente ligados com a produção ou produtos, ou então, custos apropriados diretamente a cada produto fabricado. Com isso, Ferreira (2014) também define custo indireto como aqueles custos ligados ao produto, porém, não identificados de forma precisa, por exemplo, aluguel e seguro de uma fábrica.

Por conseguinte, é importante conhecer e ter bem explícito os conceitos das classificações dos custos. Nesta pesquisa é de extrema relevância todas essas informações, pois irá se trabalhar diretamente com eles para se chegar ao objetivo. É necessário que ainda sejam definidos o ponto de equilíbrio e a margem de contribuição. Esses conceitos fazem parte da análise Custo/Volume/Lucro, de forma que o presente estudo apresente um bom embasamento teórico que permita um entendimento dos assuntos abordados nesta pesquisa.

### **3.2.5 Despesas**

Despesa é o valor dos insumos consumidos para o funcionamento da empresa. Diferente do custo, ela não está diretamente ligada com as atividades de fabricação, mas sim, com a administração geral da organização e a comercialização do produto (BORNIA, 2010).

Ferreira diz que:

A despesa é a redução patrimonial intencional com o objetivo de realização de receitas. Pode decorrer da redução do ativo e do aumento do passivo exigível. Representa um sacrifício patrimonial voluntário, necessários a geração de receitas. Quando incorre numa despesa, o empresário sabe que está reduzindo o patrimônio. Mas seu objetivo é a geração de receitas que cubra as despesas, gerando lucro (Ferreira, 2014, p. 26).

Com isso, pode-se dizer que este sacrifício patrimonial mencionado são as despesas quando não geram uma contrapartida, ou seja, não se agrega nada ao patrimônio, ou ainda, as despesas são, por sua vez, um gasto indispensável. Partindo desta ideia, podemos citar como despesas os salários da administração, encargos de lei, materiais de escritório, dispêndios financeiros, comissões de vendedores, propaganda e publicidade.

Não obstante, Maher (2001, p. 64) define despesa como “um custo lançado contra a receita de um período contábil”. A despesa aqui é citada como custo, isso porque a contabilidade usa, geralmente, o termo custo para definir todo e qualquer gasto, não que isto esteja errado, contudo, existe uma terminologia correta para cada coisa. Para complementar, o mesmo autor diz que as despesas são deduzidas das receitas dos períodos em questão, e que estas muitas vezes são usadas como sinônimos de custos apesar de serem distintos.

As despesas também são classificadas como fixas ou variáveis. As despesas fixas são aquelas que não variam em função do volume de vendas, um exemplo seria a propaganda. Já as despesas variáveis são aquelas que variam conforme as vendas, por exemplo, a comissão de vendas e os fretes com entrega de mercadorias (SILVA, 2010). Já que foi mencionado acima, as despesas são um mal necessário para geração de receita, contudo, se torna importante conhecer o conceito de receita e a importância de sua existência para as empresas.

### **3.2.6 Receita**

Existem inúmeras definições para o termo “receita”, por este motivo, torna-se importante o destaque de algumas definições, afim de utilizar o conceito mais apropriado. A maioria dos conceitos relaciona “receita” com o afeito no ativo da empresa e até mesmo, ao Patrimônio dos acionistas, isso faz com que se perca a natureza da verdadeira definição do termo, pois está mais direcionado à aspectos de mensuração e reconhecimento, do que com seu real significado financeiro (SWERTS E CARDOSO, 2013).

Com o intuito de definir o termo “receita” de forma a abranger mais as definições alternativas, focando também, o efeito no Patrimônio dos acionistas, Iudícibus diz que:

Receita é a expressão monetária válida pelo mercado do agregado de bens e serviços da entidade, em sentido amplo, em determinado período de tempo, e que provoca um acréscimo concomitante, no ativo e no patrimônio líquido, considerado separadamente da diminuição do ativo (ou acréscimo do passivo) e do Patrimônio Líquido provocados pelo esforço de produzir tal receita (Iudícibus, 1991, p. 132)

Para complementar esta definição, Hendriksen e Van Breda (1999) afirmam que receitas são entradas ou outros aumentos dos ativos de uma organização, ou também, a liquidação de seus passivos, ou ainda, as duas coisas decorrentes da entrega ou produção de bens, ou outras atividades decorrentes de operações normais ou principais da empresa ou entidade.

No que diz respeito a mensuração da receita, estes mesmos autores defendem que devesse medir pelo valor de troca do produto ou serviço da empresa, expressando as variações futuras, estas correspondendo a perda de valor da moeda ou ainda, o valor atual dos fluxos futuros de dinheiro. As vendas a prazo devem ter uma atenção especial, pois estas representam riscos e custos de oportunidade para aplicação de recursos. Hendriksen e Van Breda (1999) afirmam que para algo ser considerado receita, este deve obedecer às seguintes características: ser parte do produto da organização, apresentar uma medida, possuir valor preditivo ou valor como *feedback*, e poder ser verificado com precisão.

Com isso, conclui-se que a receita das empresas estão mais relacionadas aos recursos oriundos de venda de mercadorias ou de uma prestação de serviços. Muitas vezes, desta receita, ainda são feitas algumas deduções. Sabe-se também, que o principal gerador de receita nas empresas comerciais é a venda, conseqüentemente, com isso, presume-se que haja mais lucro para as organizações.

### 3.2.7 Lucro

O lucro é um indicador de eficiência de toda a organização, pois faz com que o capital dos proprietários aumente. Desse modo, o lucro pode ser descrito como “tudo que se pode tirar da empresa, de tal forma que ao final do período, ela esteja em situação idêntica à que estava no início” (SOUZA; CLEMENTE, 2011 p. 7).

Para que se entenda melhor o conceito de lucro, vamos conceituar: lucro bruto, lucro líquido e lucro operacional. O lucro bruto é a diferença entre a venda de mercadorias e o custo dessa mercadoria vendida, não considerando despesas administrativas, de vendas e financeiras e tradicionalmente, após cobrir o custo de fabricação do produto é destinado uma parte à remuneração das despesas com vendas, a administração e o financeiro, bem como os impostos.

Já o lucro operacional é aquele obtido através da diferença entre o lucro bruto e as despesas operacionais. E por último o lucro líquido pode ser descrito como a sobra que pertence aos empresários. Após as deduções necessárias, como o Lucro depois do Imposto de renda, se faz a dedução das participações previstas, por exemplo, de debêntures de empregados e administradores. Posteriormente, a essas deduções, encontram-se o lucro líquido, que é a sobra líquida à disposição dos sócios ou acionistas (IUDICIBUS; MARION, 2009).

E o que acontece com este lucro? Normalmente uma parcela é distribuída aos donos da empresa, sócios ou acionistas, em dinheiro ou em capital investido, por exemplo. Mais tarde este lucro pode ser incorporado ao capital social do patrimônio líquido.

O entendimento destes conceitos básicos (lucro, custos, despesas, receita) é de fundamental importância para o embasamento teórico deste trabalho, uma vez que seu objetivo principal é verificar a importância da análise custo/volume/lucro para uma farmácia comercial. Esses conceitos, acima citados, são essenciais para os cálculos propostos no método. O ponto de equilíbrio e a margem de contribuição, que serão calculados, nos darão suporte para uma análise a curto prazo da empresa em estudo. A relação custo, volume (quantidade) e lucro será melhor definida durante o decorrer do estudo, logo, poder-se-á chegar a um resultado onde o objetivo geral e os objetivos específicos do trabalho sejam alcançados.

### 3.3 RELAÇÃO CUSTO/ VOLUME/LUCRO (CVL)

A sobrevivência de qualquer organização depende principalmente de sua capacidade de gerar lucro. O lucro de um produto é formado pela diferença entre o preço de venda e seu custo unitário, sendo que este deve incorporar todos os custos e despesas existentes. Com isso, a análise Custo/Volume/Lucro que será estudada e definida neste estudo, buscará apresentar o comportamento dos custos e do lucro em função do nível de atividade. Mais especificamente, a análise CVL considera os custos e as receitas como parte produzida e vendida em certo período. A presente relação proporciona informações indispensáveis sobre a estrutura de custos e os riscos operacionais da empresa (SOUZA E CLEMENTE, 2011).

Este conceito será de primordial importância para a elaboração e concretização deste estudo. Essa análise é uma ferramenta utilizada para gerar informações a curto prazo, ou seja, é uma análise que objetiva demonstrar a lucratividade do negócio, levando em consideração, o volume produzido e todos os custos necessários para a produção do lucro. (MARION E IUDÍCIBUS, 2009).

Os gestores precisam compreender a inter-relação entre estes três elementos, o custo, o volume e o lucro, para que possam, a partir disso, planejarem e tomarem as devidas decisões. Essa análise tem fundamental importância, pois tem como função definir a relação entre os custos utilizados no processo de elaboração de orçamentos e também, as alterações nos custos que impactam no lucro, podendo chegar a conclusão de que mais volume não significa mais lucro (MAHER, 2001).

Segundo Maher (2001), a análise de Custo, Volume e Lucro pode ser descrita como um método para avaliar o impacto que vários tipos de custos, sendo estes fixos e variáveis, tem em um determinado produto, em sua fabricação, e dado o seu nível de demanda. Isso, segundo o mesmo autor, é muito importante, pois ajuda a administração a determinar a forma de fabricar o produto, as exigências feitas pelo cliente, em relação a qualidade como o preço, tudo isso, com o intuito de gerar lucro para a empresa.

Por tanto, pode-se dizer que a análise CVL é baseada na concepção da maximização de lucros, sendo este lucro, definido como a diferença entre a receita total e o custo total, com base nisso, a tarefa do administrador passa a ser a implantação de ações e medidas mais lucrativas possíveis (MAHER, 2001). A análise custo, volume e



lucro pode ser considerada fundamental para um estudo completo dos retornos financeiros dentro da empresa, ela pode auxiliar na identificação de pontos fracos e fortes (FERREIRA, 2014).

Conclui-se, que a análise CVL pode fornecer informações precisas, visto que hoje, as empresas vivenciam um mercado turbulento e para sobreviver necessitam de informações no tempo certo. Por outro lado, com a utilização de softwares e planilhas eletrônicas, os gestores possuem inúmeras opções de como fazer funcionar estas análises nas empresas (DALMONECH et al, 2003).

Não obstante, a análise CVL, nesta pesquisa, irá utilizar três tripés, sendo eles: a margem de contribuição, o ponto de equilíbrio e uma breve noção sobre a alavancagem operacional. Estes três elementos são de suma importância para a realização deste estudo, visto que serão colocados em prática para que se possa alcançar os objetivos propostos.

Com isso, podemos entender que as relações CVL, quando postas no gráfico do ponto de equilíbrio, podem ser de grande utilidade para o gerenciamento nas atividades de planejamento das operações, pois a relação entre estas três variáveis, através de simulações, possibilita saber com antecipação os resultados de certas decisões e de determinadas atividades. A seguir será definido o ponto de equilíbrio e sua utilização nas empresas.

### **3.3.1 Ponto de equilíbrio**

O ponto de equilíbrio será uma das aplicações da gestão de custos nesta pesquisa, pode ser descrito como o volume de vendas para qual o lucro é igual a zero, ou seja, é o ponto onde a empresa não possui lucro nem prejuízo e com isso, pode-se dizer, que a empresa estará bem se o resultado de suas operações for superior a este ponto (MAHER, 2001).

Segundo Santos (2000, *apud* Zorzal, 2008, p.166), a análise do equilíbrio entre receitas de vendas e custos, é um instrumento muito útil para o processo de decisão gerencial. Para o autor, “o ponto de equilíbrio será obtido quando o total dos ganhos marginais, que é a somatória de todos os produtos comercializados, equivalerem ao custo estrutural fixo do mesmo período de tempo objeto de análise. ”

Uma outra contribuição é feita por Lemes, Rigo e Cherobin (2010), eles usam a expressão “ponto de ruptura”, e o definem como o ponto em que a quantidade de produção de vendas, de bens ou serviços, cujos custos totais e receitas operacionais totais provindas dessa quantidade, são iguais, não havendo lucro nem prejuízo.

Ainda para complementar estas definições, Silva (2012) defende que,

O ponto de equilíbrio representa as receitas, que a empresa precisa produzir ou vender para pagar custos e despesas. No ponto de equilíbrio não existe lucro nem prejuízo, o lucro é zero. A partir de volumes adicionais de produção ou vendas é que a empresa começa a lucrar. O ponto de equilíbrio também é conhecido como ponto de ruptura ou *Break-even point*. (2012, SILVA, p.162).

Para se obter o ponto de equilíbrio é necessário que tenhamos conhecimento de algumas informações, como por exemplo, a classificação dos custos em fixos ou variáveis e o cálculo da margem e contribuição. Efetuando os cálculos necessários, é possível que se chegue a um resultado que auxilie a empresa na tomada de novas decisões (COSTA; OLIVEIRA; PEREZ, 2011). Dessa forma, a fórmula utilizada para o cálculo do ponto de equilíbrio será:

$$PE = \frac{\text{Custos Fixos}}{\text{Margem de Contribuição}}$$

No que diz respeito a sua importância e utilização, Marion e Iudícibus (2009) acreditam que o ponto de equilíbrio pode ser considerado de fundamental importância para o estudo dos custos, pois no estudo do ponto de equilíbrio acontece o estudo de três variáveis, sendo elas, o custo, o volume e o lucro. E por meio deste relacionamento, pode-se detectar o mínimo que uma organização precisa vender para não ter prejuízo. Segundo estes mesmos autores, é neste momento que as receitas totais alcançam os custos totais.

Existem diferenças marcantes, mas estas não tão divulgadas a respeito do ponto de equilíbrio entre contadores e economistas, por exemplo, os contadores dizem que as curvas de vendas dos custos variáveis, em verdade, são linhas retas. Os economistas dizem que estas são curvadas isso, segundo eles, por que o preço de venda nunca continua o mesmo, e que várias vezes é preciso baixar o preço para vender mais itens. Para contrapor essa ideia, os contadores dizem que há uma faixa no volume de produção e vendas, e esta, sempre se mantém estável, e que há uma proporcionalidade constante, ou seja, o preço de venda por unidade não muda.

Outra diferença para estes profissionais diz respeito aos custos variáveis. Para os contadores, os custos variáveis fazem parte de um volume constante, ou seja, o custo variável por unidade é fixo. Entretanto, para os economistas, o custo variável unitário altera-se à medida que se produz mais ou menos quantidades de produtos (LEONE E LEONE, 2010).

Essas limitações ao uso e interpretação do ponto de equilíbrio são de extrema importância, visto que possibilitam estimular discussões a respeito do aprimoramento dessas teorias. No presente estudo, bem como, na maioria dos trabalhos, é utilizado a versão dos contadores, pois são eles que estudam mais frequentemente estes conceitos e os colocando-os em prática.

Portanto, observa-se que o ponto de equilíbrio auxilia em informações para uma gestão de curto prazo, ou seja, não se pensa em planejamento em uma empresa que não obtém lucros. Vale ressaltar a importância da análise do ponto de equilíbrio, desse modo, possibilitando a verificação de qual a situação atual da empresa. Apesar disso, o ponto de equilíbrio não pode ser feito sem que antes seja realizado o estudo da margem de contribuição unitária, sendo este, de cada item vendido ou produzido em uma determinada empresa (KRABBE, 2011).

### **3.3.2 Margem de contribuição**

É a diferença entre o preço do produto vendido e os custos e despesas variáveis para cada unidade desse produto, ou seja, significa que em cada unidade do produto vendida, a empresa lucra um determinado valor. Para saber o total geral do produto para a empresa, multiplica-se pelo total vendido, assim tem-se a margem de contribuição. (PADOVEZE 2010).

Em outras palavras, Padoveze (2010) define margem de contribuição como sendo uma margem bruta que é obtida pela venda de um produto, também pode-se dizer que margem de contribuição é o mesmo que lucro variável unitário, ou seja, preço da venda unitária deduzida dos custos e despesas variáveis necessários para produzir e vender o produto.

A importância da utilização da margem de contribuição, segundo Costa, Oliveira e Perez (2011), no auxílio para tomadas de decisão da gerência, este cálculo, é em termos de produto, a diferença entre o preço de venda, a soma dos custos e das despesas variáveis.

Segundo estes mesmos autores, a margem de contribuição vem a ser aquela parcela do preço da venda que passa os custos e as despesas variáveis, e que logo contribui para a quitação dos custos fixos, e finalmente, para a formação do lucro.

Ferreira (2014) afirma que, se não há algum tipo de limitação na capacidade de produzir de uma organização, o produto que dará mais lucro será aquele que apresentar maior margem de contribuição. Apesar disso, a margem de contribuição constitui um fator importante para a determinação do ponto de equilíbrio. Ambas as análises, ponto de equilíbrio e margem de contribuição, devem ser estudadas cuidadosamente para que se tenha um resultado preciso que transmita informações úteis.

Ainda vale ressaltar que a margem de contribuição bruta espelhada no potencial de geração de resultados da área industrial, antes do ressarcimento dos custos fixos, pode ser interpretada como o quanto cada unidade de um determinado produto contribui para o resultado da empresa antes dos custos fixos (SOUZA E CLEMENTE 2011).

Segundo estes mesmos autores, os custos de produzir sempre se concretizam, entretanto, a margem de contribuição não, por que ela só existe se existir venda, se não existir vendas não existirá margem de contribuição. Isso é importante para provar que as vendas são a geração de riqueza de qualquer empresa. Partindo deste pressuposto, é que existem as despesas variáveis de vendas, que são aquelas oriundas da proporção de determinadas vendas, por exemplo, a comissão dada à os vendedores, servindo como incentivo para que ocorram mais vendas, logo, passa-se a obter maior margem de contribuição por unidade vendida.

### 3.4 MÉTODOS DE CUSTEIO

Os métodos de custeio são ferramentas de extrema importância para a geração de informações relevantes para a tomada de decisões, eles devem ser compatíveis com os objetivos da organização (LEONCINE, et al 2012).

De acordo com Ferreira (2014, p. 139), “os sistemas de custeio são um critério pelo qual os custos são apropriados a produção”. Portanto, de acordo com o método adotado, determinados custos podem ou não fazerem parte dos gastos de produção ou das vendas, por isso é sempre importante que seja exposto qual o método utilizado pela contabilidade para saber seus efeitos sobre a composição dos custos.

A literatura apresenta diversos métodos de custeio que podem ser utilizados tanto pelas organizações industriais quanto pelas comerciais e prestadoras de serviços, sejam elas, com ou sem fins lucrativos, esses métodos são utilizados para, entre muitas outras noções, determinar o valor dos objetos de custeio; reduzir custos, melhorar os processos; eliminar desperdícios; decidir entre produzir ou terceirizar; e eliminar, criar e aumentar, ou diminuir, a linha de produção de certos produtos. Dentre esses métodos, se encontram o custeio por absorção, o método de custeio direto ou variável, ou ainda, o método de custeio baseado em atividades (ABC).

### **3.4.1 Método de Custeio por absorção**

Esse método foi desenvolvido na Alemanha no século XX, era conhecido como RKW (*Reichskuratorium Fur Wirtschaftlichkeit*). Com este método, todos os gastos ocorridos no período eram apropriados a produção por meio de rateio. Nessa época, as despesas administrativas não tinham relevância, pois todos os esforços eram direcionados a produção. Com o passar dos anos, e o desenvolvimento da economia, as despesas administrativas começaram a fazer diferença nos gastos, logo começaram a ser levadas em conta. É importante ressaltar que este método, no Brasil, é adotado pela legislação comercial e pela legislação fiscal (PEREZ; OLIVEIRA; COSTA, 2011).

De acordo com Ferreira (2014), neste método apropriam-se a produção e todos os custos fixos e variáveis, tanto os diretos quanto os indiretos, sendo assim, os custos fixos e variáveis são, de certa forma, estocados e lançados nos resultados apenas quando ocorre venda dos produtos correspondentes.

Para Bornia (2010), no custeio por absorção, a totalidade dos custos (fixos e variáveis) é distribuída aos produtos. Desta forma, relaciona-se principalmente com a avaliação dos estoques, ou seja, tanto os custos diretos como indiretos incorporam-se ao produto, os primeiros, por meio de apropriação direta, e os indiretos, por meio de sua atribuição com base em critérios de rateio.

Para complementar, Santos (2009) defende que o método de custeio por absorção é considerado básico para a avaliação de estoques pela contabilidade societária, com enfoque em fins de levantamento de balanço patrimonial e da demonstração do resultado do exercício. No custeio por absorção, todos os custos de produção compõem o custo do

bem ou serviço, as despesas não fazem parte do custo dos bens ou serviços (CPV – custo do produto vendido ou CSP – custo do serviço prestado), ou seja, são lançadas diretamente nos resultados, enquanto que os custos, tanto diretos quanto indiretos, são apropriados a todos os bens e serviços.

### **3.4.2 Método de Custeio direto ou variável**

O custeio direto, ou variável, tem origem na sociedade norte americana no início do século 30. Esse sistema tem como pressuposto primordial a venda como objeto gerador de riqueza para a firma. Partindo desta ideia, este tipo de custeio espelha o resultado operacional da empresa como uma função de vendas (SOUZA E CLEMENTE, 2011).

Segundo os mesmos autores, o custeio direto classifica os custos como fixos ou variáveis. Ferreira (2014) restringe o custeio variável aos custos variáveis, os custos fixos são lançados diretamente ao resultado, como se fossem despesas. Martins (2010) complementa dizendo que devem ser alocados aos produtos os custos variáveis, ficando, desse modo, os fixos separados e considerados como despesas do período de forma direta ao resultado, e para os estoques, só vão os custos variáveis.

De acordo com Maher (2001), o custeio variável é um sistema de contabilização onde os custos variáveis de produção são atribuídos aos produtos. Diferente do custeio por absorção, onde todos os custos da produção, fixos ou variáveis, são atribuídas as unidades produzidas. Outra diferença, entre estes dois custeios, é exposta por Ferreira, que afirma que toda a produção ou venda iniciada, acaba em um determinado período, o lucro bruto, pelo custeio variável, será maior do que aquele apurado pelo método do custeio de absorção, isso ocorre pelo fato do sistema variável de custeio não apropriar os custos fixos aos produtos.

Apesar disso, o lucro líquido será o mesmo nos dois métodos, isso por que, no custeio por absorção os custos fixos são integrados ao produto, e no custeio variável estarão nas despesas operacionais. De modos distintos, os dois tipos de custos são contabilizados (Maher, 2001).

Por tanto, entendemos que o custeio variável veio para substituir o método do custeio por absorção, que elimina a necessidade de rateio, visto que o custeio por absorção possui o problema com o rateio dos custos indiretos de fabricação. Por outro lado, vale lembrar que este método não é aceito pelo fisco nem pelos contadores, pois trata custo

fixos como despesas. Já para os empresários, eles são melhor utilizados por que proporciona maior visibilidade das variações.

Para concluir, o custeio variável ou direto, possui vantagens e desvantagens. Uma vantagem, segundo Berti (2002), seria a facilidade que os gerentes encontram em interpretar os custos, e o mais importante, para este trabalho, é que a partir deste método de custeio é possível visualizar melhor a relação custo/volume/lucro. As desvantagens, que são apontadas por este mesmo autor, dizem respeito a dificuldade na classificação dos custos como fixos ou variáveis, além do uso deste método ser para curto prazo.

### **3.4.3 Método de Custeio baseado em atividades – ABC**

O custeio, baseado em atividades, surgiu nos anos 60, nessa década, a empresa General Eletric (GE) obtinha muitos produtos com uma carga pequena de custos diretos e uma carga desproporcional de custos indiretos alocados a seus produtos. Foi aí, que a contabilidade desta empresa identificou custos indiretos de fabricação que não estavam relacionados com a quantidade dos produtos. Para resolver este problema a GE construiu um sistema de rateio de custos baseado em atividades (SOUZA; CLEMENTE, 2011).

A sigla ABC quer dizer: *activity based costing*. Segundo Bornia (2002), a idéia principal do ABC é tomar os custos das várias atividades da empresa e entender seu comportamento, encontramos bases que representem as relações entre os produtos e essas atividades.

Para Martins (2010), o ABC é um método de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções que são induzidas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos. Para Ferreira (2014), o método de custeio ABC permite reduzir as distorções que são feitas pelo método de absorção, se este sistema for adotado com apropriação mais adequada dos custos indiretos, por exemplo, um produto que for considerado mais lucrativo pelo método tradicional de apropriação dos custos indiretos pode perder esta posição.

Maher (2010 p. 280) define o custeio ABC como sendo um “método em que os custos são inicialmente atribuídos a atividades e depois a os produtos, com base no consumo de atividades pelos produtos. O mesmo autor afirma que uma atividade é uma tarefa que uma organização realiza para entregar um produto ou serviço, com isso, o

custeio, baseado por atividades, fundamenta-se no conceito de que produtos consomem atividades e atividades consomem recursos.

Em relação ao sistema ABC, este obedece a uma sequência de apropriação dos custos, primeiramente – departamentos, depois atividades e por último, produtos. Dessa forma, o trajeto dos custos é dado à apropriação dos departamentos de produção, posteriormente, distribuídos para as atividades correspondentes. Por último, a relação entre as atividades e os produtos são definidas por meio da alocação dos custos da atividade aos produtos.

Com isso, podemos dizer que a diferença entre o ABC e os outros métodos de custeio, dizem respeito ao tratamento dado aos custos indiretos. Esse custeio mostra que pessoas administram atividades e não custos, pois são as atividades que custam dinheiro e devem ser efetuadas de modo mais eficiente possível (MAHER, 2010).

Como os demais métodos, o método ABC, também possui vantagens e desvantagens, como vantagem ele identifica os custos no processo produtivo e não por volume produzido, o que facilita localizar as tarefas dispendiosas com maior precisão e também facilita a determinação de custos relevantes, desse modo facilita a avaliação, a eficiência e a eficácia da atividade. Como vantagens, pode-se dizer, que devido ao seu minucioso detalhamento, o mesmo pode tornar-se inviável por exigir um número excessivo de informações fazendo com que seja dificultado seu entendimento (MARTINS, 2010).



## 4 METODOLOGIA

Nesta seção serão descritos todos os procedimentos metodológicos, desde a caracterização e classificação da pesquisa, bem como a maneira que será feita a coleta dos dados e a análise dos mesmos.

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO

Este capítulo trata da metodologia que será utilizada na pesquisa, esta será elaborada por meio de um estudo de caso que será realizado em uma empresa de pequeno porte, a mesma não possuindo nenhuma gestão de custos formalizada. O embasamento teórico foi realizado através de pesquisas bibliográficas dos livros da biblioteca da Universidade Federal da Fronteira Sul - *Campus* Cerro Largo, e ainda baseado na leitura de artigos científicos. Os dados necessários para a determinação da análise do Custo, Volume e Lucro, foram coletados na empresa por meio de dados de anotações de controle interno, relatórios mensais retirados do software da empresa e demonstrações contábeis. A classificação da pesquisa, assim como, os procedimentos utilizados, serão descritos a seguir.

Quanto a classificação do presente estudo, este trata-se de uma pesquisa qualitativa. Segundo Malhotra (2012), a pesquisa qualitativa é a metodologia de pesquisa não estruturada, que proporciona melhor visão e compreensão do contexto do problema, e ainda, segundo Beuren (2004), na pesquisa qualitativa

Concebem-se análises mais aprofundadas em relação ao fenômeno que está sendo estudado. A abordagem qualitativa visa destacar características não observadas por meio de um estudo quantitativo, haja vista a superficialidade deste último. (BEUREN, 2004, p.2).

Do ponto de vista da natureza científica, a pesquisa classifica-se como aplicada, sendo que está, tem como objetivo gerar informações para a prática e solucionar problemas. A mesma envolve verdades e interesses locais como finalidade a resolução de um problema específico (SOUZA; FIALHO; OTANI, 2007).

Não obstante, este trabalho é característico de aplicação, visto que serão colocadas em práticas duas análises, a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio. Estas

aplicações irão gerar informações, que proporcionarão a empresa conhecer mais profundamente o caminho dos custos e suas influências no preço de venda e lucro, estes dois últimos podem ser considerados os pontos específicos da organização que merecem ser melhor conhecidos.

No que diz respeito aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, Severino (2010) afirma que, além de analisar e registrar e interpretar os fenômenos, a pesquisa descritiva busca identificar as causas. A presente pesquisa busca fazer uma análise dos custos operacionais e dos resultados das análises, estas sendo de extrema importância para se chegar ao objetivo geral do trabalho.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, a pesquisa classifica-se como documental e estudo de caso. A pesquisa documental, segundo Severino (2010), é feita através de materiais que não receberam um tratamento analítico, estes podem ser relatórios e balanços patrimoniais, por exemplo. Serão usados relatórios gerenciais e anotações da gerência, com enfoque na captação de informações necessárias para a determinação de uma margem de contribuição, assim como, o ponto de equilíbrio, por este motivo, esta pesquisa se classifica como documental.

Ainda quanto à classificação da pesquisa, a mesma será em forma de estudo de caso, visto que este caracteriza-se por ser um trabalho de um acontecimento em particular. Ou ainda também, a presente pesquisa trata-se de um estudo empírico, pois investiga um fenômeno real, dentro de um contexto real, com informações verdadeiras (GILL, 1999).

Para resolver o problema da pesquisa será necessário saber qual é a margem de contribuição unitária e o ponto de equilíbrio da empresa, com isso, será necessário que a organização disponibilize dados reais sobre suas operações. Por este motivo, é que será descrito a seguir, um plano de coleta e análise dos dados.

## 4.2 PROCEDIMENTO DE COLETA DOS DADOS

Quanto ao plano de coleta de dados, utilizar-se-ão dados secundários, estes referentes aos seis primeiros meses do ano de 2016, como relatórios, análise de demonstrativos contábeis e, principalmente, informações geradas pelo software da empresa (TRIER Sistemas Integrado de Farmácias e Drogarias), onde consta toda a mercadoria que entrou e toda a mercadoria que saiu, bem como, o imposto embutido no

preço de cada item. Serão utilizados documentos, como por exemplo, demonstração do resultado líquido e balanços Patrimoniais do período a ser analisado, cedidos pelo escritório que faz a contabilidade da empresa.

Para obter-se a receita mensal dos seis meses será buscado o documento chamado “Memória Fiscal”, este fornecido pelo software da empresa. Neste documento encontra-se toda a venda bruta mensal do período desejado. Além disso, o mesmo sistema fornece dados necessários para que se possa obter a margem de contribuição, por exemplo, o preço de custo, o preço de venda de cada item e a quantidade vendida de cada produto.

A contabilização dos custos operacionais será feita mediante os dados coletados de planilhas elaboradas pela empresa, e também, o acesso ao sistema onde é feito mensalmente o lançamento das despesas e custos, tais como as folhas de pagamento, luz, água e telefone.

#### 4.3 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para o alcance dos objetivos propostos no estudo será descrito um pré roteiro com os dados e informações necessários para o alcance destes. O primeiro objetivo específico diz respeito ao histórico de vendas nos primeiros seis meses do ano de dois mil e dezesseis. Para obter estes dados serão feitos acessos ao sistema da empresa, e de lá serão coletadas informações sobre as mercadorias, o que foi vendido neste período, sua quantidade e seu preço. Para o alcance deste objetivo, optou-se por fazer uma análise dos grupos cadastrados no sistema da empresa, com o objetivo de simplificar a análise, mantendo o objetivo principal, que é verificar a utilidade da análise Custo, Volume e Lucro para a empresa em estudo.

Para que sejam determinados os custos e despesas operacionais, estes serão retirados de planilhas que servem como controle interno da empresa. Estes gastos operacionais serão classificados como variáveis ou fixos, baseando-se na definição de Ferreira (2014) que diferencia os custos por variação da quantidade produzida, ou seja, o custo fixo depende da quantidade produzida ou vendida, já os custos variáveis variam de acordo com a quantidade vendida ou produzida, logo, serão somados para obter seus totais mensais. Assim podemos verificar sua variação mensal, bem como sua influência no

resultado financeiro da empresa, atendendo ao segundo objetivo específico do trabalho, que é determinar e classificar os custos e despesas operacionais.

Para que se consiga determinar a margem e contribuição e o ponto de equilíbrio, sendo este o terceiro objetivo específico, será necessário que todos os dados citados acima já estejam disponíveis para fins de análise e aplicação nas fórmulas. Para a margem de contribuição de cada grupo cadastrado no sistema da empresa, será necessário o histórico de vendas e os custos variáveis. Neste caso, para este cálculo, será utilizada a receita bruta, menos as deduções necessárias que são o custo do produto e as despesas variáveis.

Para o cálculo do ponto de equilíbrio serão necessários: os custos fixos totais mais as despesas fixas totais, e por seguinte, isso será dividido pelo resultado do cálculo da margem de contribuição. Neste cálculo será identificado quando o lucro da empresa estudada é zero, ou ainda, quantas unidades de produtos deveriam ser vendidas para que a empresa não tenha prejuízo.

Com base nas informações e procedimentos descritos, é possível que o problema da pesquisa seja respondido, pois será possível que seja feita uma análise da importância do custo/volume/lucro da empresa, no período desejado. Com base na explicação de Maher (2001), a análise CVL pode ser de fundamental importância, pois pode fornecer um estudo sobre os retornos financeiros que a empresa pode proporcionar, e ainda, pode identificar pontos fracos, com isso o estudo poderá ser considerado de relevância.

Todos os dados gerados serão formatados em planilhas do software *Calc*, as quais, serão construídas pela pesquisadora. Nas planilhas serão apresentados todos os grupos junto com seu preço total de custo, preço de total de venda e margem de contribuição unitária, também serão expostos os custos operacionais, devidamente classificados.

Com isso, presume-se que os objetivos propostos sejam alcançados e, para concluir o estudo, será feita a discussão dos resultados. Nesta discussão serão comparados os resultados obtidos com o Referencial Teórico do trabalho, então será possível que sejam feitas sugestões para melhoria e aperfeiçoamento das atividades gerenciais, a fim de reduzir custos e obter uma maior lucratividade da empresa objeto deste estudo.

## 5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para que o primeiro objetivo específico proposto fosse alcançado, como descrito no método, foi feito um acesso ao sistema gerencial do estabelecimento em estudo, para se obter o histórico das vendas realizadas no período escolhido do mês de janeiro de dois mil e dezesseis até o mês de junho de dois mil e dezesseis. A partir deste histórico foi feita a análise mensal dos resultados obtidos e o que estes podem auxiliar na gestão da empresa. Também foi feito um levantamento dos gastos (custos e despesas) e sua classificação para o rateio e realização dos cálculos.

Com intuito de gerar informações úteis, de uma forma mais simplificada, optou-se por fazer uma análise por grupo de produtos, pois a empresa possui seis grandes grupos que estão cadastrados no sistema. O primeiro grupo é o grupo um (1), neste grupo estão contidos todos os medicamentos da categoria dos éticos, ou de referência, que são aqueles conhecidos pela marca. O grupo 8 é o grupo dos manipulados, estes pertencem a produção de medicamentos magistrais elaborados no laboratório da farmácia. O grupo 30 é o grupo da perfumaria (higiene e beleza), sendo shampoos, cremes, protetor solares, esmaltes, esponjas, maquiagem entre outros. O grupo 33 é o grupo da categoria dos genéricos, ou seja, são aqueles produzidos a partir de um medicamento ético. O grupo 40 pertence a categoria dos medicamentos similares, que são aqueles que possuem o mesmo princípio ativo do medicamento ético e são sempre identificados pelo nome comercial. O grupo 42 está cadastrado como representante de produtos diversos, onde constam chás, produtos manipulados industrializados, anticoncepcionais, fitoterápicos.

Nestes cálculos foram considerados o preço de custo, juntamente com os impostos de compra e venda, e também o rateio dos custos conforme a apropriação mais conveniente. Os dois critérios utilizados foram a quantidade vendida e o custo do produto. Os salários dos funcionários, a energia elétrica, o telefone, o escritório de contabilidade, propagandas e embalagens (do grupo 8) foram rateadas pela quantidade vendida. Já em relação a água, internet, e o material de expediente, o rateio foi feito pelo custo do produto.

Para que fosse alcançado o segundo objetivo do trabalho, foi necessário a coleta dos dados referentes aos gastos da empresa no período de janeiro até o mês de junho de dois mil e dezesseis. Estes dados foram coletados através de um acesso ao sistema onde pode-se verificar todos os gastos registrados pela empresa no período em estudo.

Quadro 1- Gastos dos seis meses estudados

Gastos Mensais	Janeiro (R\$)	Fevereiro (R\$)	Março (R\$)	Abril (R\$)	Maió (R\$)	Junho (RS)	Total (R\$)
Salários e Encargos sociais	129,07	124,52	140,62	147,94	158,38	153,22	853,76
Energia Elétrica	6,02	6,43	5,97	5,79	4,68	4,97	28,66
Telefone	1,69	1,07	1,22	1,52	1,60	1,25	8,32
Material de expediente	0,31	0,24	0,56	0,84	1,26	1,77	4,98
Escritório de contabilidade	13,21	12,88	13,60	15,92	14,60	14,80	85,62
Água	0,63	0,58	0,70	0,65	0,71	0,67	3,93
Internet	0,80	0,80	0,80	0,80	1,11	1,11	5,40
Embalagens	0,32	-	-			1,51	1,83
Propagandas	24,30	24,30	24,30	25,16	24,92	24,92	24,92
Total	176,32	170,81	187,78	193,43	207,26	204,23	1139,83

Fonte: elaborado pela autora

No quadro 1, para a elaboração dos cálculos com salários e encargos sociais foi somado os mesmos, considerando encargos e impostos que foram adicionados com a folha de pagamento de cada colaborador. Houve alteração no quadro de colaboradores a partir do mês de abril, e é importante ressaltar que não foi o pagamento de comissões, registrado no sistema, que faz com que houvesse a ausência dessa despesa variável. Vale ressaltar que nestes gastos foram considerados apenas os que representam desembolso de dinheiro do caixa da empresa o que exclui, por exemplo, a depreciação.

Os outros gastos foram normalmente somados, pode-se perceber que o gasto com internet aumentou a partir do mês de maio, isso por que foi investido em um plano melhor e mais rápido. Juntamente com o material de expediente, somado a alguns registros de materiais de limpeza. Quanto às embalagens, estas aparecem apenas em dois meses, pois há um estoque grande dessas embalagens armazenadas em outro local que supriram a necessidade de alguns meses, por isso, é importante dizer que as embalagens estão colocadas por aquisição nas respectivas datas e não por utilização. A propaganda também aumentou, isso se deve ao fato de que a farmácia decidiu patrocinar mais um programa de rádio para melhor divulgar suas promoções. Com os custos e despesas já expostos podemos verificar no quadro 2 abaixo sua classificação:

Quadro 2- Classificação dos custos e despesas

<b>Custos</b>	<b>Custos Fixos</b>	<b>Custos Variáveis</b>	<b>Despesas</b>	<b>Despesas Fixas</b>	<b>Despesas Variáveis</b>
Embalagens	X		Material de Expediente	X	
Salários	X		Propaganda	X	
			Energia Elétrica	X	
			Água	X	
			Telefone	X	
			Escritório de contabilidade	X	
			Internet	X	

Fonte: Elaborado pela autora.

Estas classificações foram elaboradas conforme os conceitos utilizados para definir os tipos de gastos, se ele é um custo ou uma despesa, e ainda se é fixo ou variável. Lembrando, que são considerados custos aqueles gastos ligados as atividades rotineiras da empresa, e despesas são aqueles gastos mais relacionados com a administração geral e a comercialização do produto (BORNIA, 2010).

Quanto a classificação, como fixos ou variáveis, podemos dizer que a empresa em estudo possui mais gastos fixos, tais como energia elétrica, água, salários, telefone e internet, ou seja, valores que não dependem da quantidade vendida (FERREIRA, 2014). Foi a partir desta classificação que o rateio dos custos foi elaborado.

## 5.1 HISTÓRICO DE VENDAS

Para o alcance do objetivo geral do trabalho, que diz respeito a análise custo/volume/lucro, e de como essa análise pode contribuir para a gestão de uma empresa comercial do ramo de farmácias, foi necessário que se alcançasse os objetivos específicos propostos. Um deles, que diz respeito aos gastos e suas classificações, já foi demonstrado, com isso se tornou possível a realização dos demais objetivos. Para o alcance dos dois objetivos específicos restantes foram criadas planilhas no *Calc*, e logo transformadas em quadros. Estes quadros contém a determinação da margem de contribuição, que é um item proposto em um dos objetivos específicos do estudo. Também foi elaborado o cálculo do ponto de equilíbrio mensal por quantidade vendida, também sendo um indicativo importante da análise CVL. Com isso, foi possível analisar os resultados, e assim chegar a uma conclusão que respondesse o objetivo geral da pesquisa.

Nos quadros que foram elaborados, com os históricos de venda por grupo, pode-se identificar muitas informações, a primeira coluna é a identificação do grupo, a segunda menciona as quantidades vendidas no período, a terceira coluna diz respeito ao valor dos custos dos produtos, ou seja, quanto a farmácia pagou para o fornecedor por aquela quantidade vendida. Logo temos o valor da venda ou quanto em dinheiro foi adquirido com a venda daqueles produtos antes das deduções dos custos. Em seguida aparece a margem de contribuição, que é segundo Padoveze (2010), uma margem bruta que é obtida pela venda de um produto, quanto maior está margem for, melhor é para a empresa.

Em seguida o quadro apresenta a porcentagem de participação na margem de contribuição que cada grupo possui. Posteriormente, é mostrada a participação de cada grupo nos custos e nas vendas gerais, este cálculo é importante para sabermos qual é a representatividade destes produtos nas vendas da empresa e, também se estes estão custando muito caro para a farmácia. Em seguida, é apresentado o custo total já com o rateio dos gastos indiretos, fixos e variáveis, ao lado está a participação de cada grupo nestes custos já com o rateio. Por último, está o lucro líquido de cada grupo e, ao lado deste, a porcentagem de participação no lucro total que cada grupo possui.

É fundamental que, para a interpretação dos números obtidos pelos cálculos, alguns conceitos sejam lembrados, tais como, o de custos, que são, segundo Souza e Clemente (2011), o valor de todos os bens e serviços utilizados para a produção de outros bens e serviços, neste caso, todos os bens e serviços usados para as vendas dos produtos. Maher (2001) defende que estes custos são um sacrifício de recursos, logo, os custos descritos no quadro representam tudo que foi sacrificado para a concretização dos resultados obtidos.

O lucro, por sua vez, é definido como um indicador de eficiência (SOUZA E CLEMENTE, 2011). O lucro é o que sobra para os empresários após as deduções necessárias (IUDICIBUS E MARION, 2009). Sabe-se que, para obter mais lucro a solução é vender mais, ou seja, fazer com que a quantidade de itens vendidos aumente. Neste contexto é que fica claro o objetivo principal deste estudo, que é a verificação a partir da análise Custo, Volume e Lucro, e de como ela pode auxiliar na gestão desta empresa.

Por conseguinte, foi elaborado uma análise dos custos, uma demonstração das quantidades vendidas, e o lucro que foi gerado a partir dessas quantidades. A partir disso,



foi possível elaborar sugestão de melhorias na gestão desta empresa, pois possibilitou-se verificar os grupos mais e menos lucrativos.

### 5.1.1 Análise do Histórico de vendas do mês de janeiro

Abaixo estão os quadros 3 e 4, estes, correspondentes ao histórico de vendas por grupo de produtos, tendo eles, registro no sistema gerencial da empresa do mês de janeiro de dois mil e dezesseis.

Quadro 3 - Históricos de vendas por grupo de produtos do mês de janeiro

Grupo	Quantidade vendida	Total do custo (R\$)	Total da Venda (R\$)	Margem de contribuição (R\$)	% MC
1	958	220,58	270,58	R\$ 50,00	22,67%
8	847	17,30	50,38	R\$ 33,08	191,25%
30	1254	134,23	201,54	R\$ 67,31	50,15%
33	656	54,17	121,73	R\$ 67,56	124,72%
40	919	32,66	67,86	R\$ 35,20	107,80%
42	162	24,71	38,75	R\$ 14,05	56,85%
<b>TOTAL</b>	<b>4796</b>	<b>483,64</b>	<b>750,83</b>	<b>R\$ 267,20</b>	

Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 4- Continuação dos resultados obtidos no mês de janeiro

Grupo	% no custo	% vendas	% MC	Custo total (R\$)	% Custo	Lucro (R\$)	% Lucro
1	45,61%	36,04%	18,71%	256,18	38,82%	14,40	15,85 %
8	3,58%	6,71%	12,38%	48,45	7,34%	1,93	2,12%
30	27,75%	26,84%	25,19%	180,28	27,32%	21,26	23,40%
33	11,20%	16,21%	25,28%	78,20	11,85%	43,53	47,90%
40	6,75%	99,04%	13,17%	66,17	10,03%	1,69	1,86%
42	5,11%	55,16%	5,26%	30,68	4,65%	8,07	8,88%
<b>TOTAL</b>				<b>659,96</b>		<b>90,88</b>	

Fonte: elaborado pela autora.

O mês de janeiro é geralmente caracterizado como um mês de poucas vendas, pois as pessoas geralmente saem viajar para fora da cidade e, conseqüentemente, deixam de comprar na mesma. Com o histórico de vendas analisado, pode-se ter um conhecimento de como esta redução nas vendas interfere no lucro final. O mês foi analisado a partir dos grupos de mercadorias, e com isso possibilitou-se ver qual deles tem maior quantidade

vendida e maior margem de contribuição, menos participação no custo e maior participação no lucro.

O primeiro grupo a ser analisado foi o grupo dos medicamentos de marca (ético ou de referência). Pode-se verificar que foi vendida 958 unidades de medicamentos éticos, o total do custo desta quantidade foi de R\$ 220,58, o que o identifica, como sendo o maior número, no que diz respeito, ao preço de custo de compra. Isso deve-se ao fato de que medicamentos éticos são geralmente mais caros, pois são medicamentos de marca e seus preços são definidos por tabela.

A margem de contribuição deste grupo ficou em R\$ 50,00, em números pode ser considerado um dos maiores, entretanto, não pode ser considerado a maior margem, visto que o preço de custo destes medicamentos é mais alto. Por este motivo, também é que ele tem a maior participação nos custos e nas vendas, sendo respectivamente, de 45,61% e 36,04%. Após o rateio dos custos, estes medicamentos continuam também com grande participação nos custos. Sendo assim, ele possui a terceira maior participação no lucro final sendo responsável por 15,85% do mês de janeiro.

O segundo grupo analisado foi o grupo 8, este é representado pelos manipulados, e possuem uma quantidade vendida de 847 unidades no primeiro mês de dois mil e dezesseis. Seu custo, constado no sistema, é o menor de todos os grupos, e corresponde a R\$ 17,30, isso quer dizer que o material (componentes) comprados para sua fabricação são mais acessíveis. Com tudo, ele é um dos que possui também o menor valor nas vendas, mas isso é superado na margem de contribuição que nos mostra que os produtos manipulados são um dos mais rentáveis, mesmo eles apresentando um valor de venda menor. Estes produtos correspondem à 191,25% da margem de contribuição, a melhor margem comparando aos outros grupos.

Um outro ponto favorável destes produtos, é que eles possuem a menor participação nos custos, sendo a mesma de 3,58% antes do rateio, e 6,71% no custo final, já com os rateios, onde ele passa a ser o segundo com menor participação. Esse fato, acontece em virtude, do custeio das embalagens que foram feitas somente para este grupo 8, pois são os únicos produtos que precisam de embalagens próprias para seu armazenamento. Ao final, vale dizer que sua participação no lucro final é pequena, pois ele é um produto que é trabalhado com um valor monetário menor.

O terceiro grupo analisado é o 30, que correspondente à perfumaria, com itens de higiene e beleza. Este grupo foi o mais vendido em termos de quantidade, corresponde a 1254 itens, alcançando o primeiro lugar em quantidade e o segundo lugar em maior custo. Seu total de venda corresponde a R\$ 201,54, o que não ultrapassa os medicamentos de marca que possui o maior total. A margem de contribuição da perfumaria é a maior de todas, corresponde à R\$ 67,31 correspondente a 50,15%. A sua participação no custo após o cálculo de rateio é de R\$ 180,28, o que equivale à 27,75%. Esta participação mais alta nos custos pode ser dita como investimento, pois a perfumaria é o segundo grupo mais lucrativo para a farmácia sendo responsável por R\$ 21,26 do lucro correspondente à R\$ 23,40%.

O grupo 33 é o grupo dos medicamentos genéricos, sua quantidade vendida no mês de janeiro foi de 656 unidades, sendo o segundo menor valor em termos de itens vendidos. O custo desta quantidade vendida foi de R\$ 54,17 e o valor da venda foi de R\$ 121,73, para entender se isto é um bom resultado obtemos o valor da margem de contribuição que é de 124,72%, sendo esta, a segunda maior margem, ficando atrás somente dos medicamentos manipulados. A participação nos custos dos genéricos é de 11,20% antes do rateio e, de 11,85% depois do rateio, com isso, proporciona um lucro de R\$ 43,56, sendo um número bastante satisfatório corresponde a 47,90 % do lucro total. Embora fossem vendidos menos itens deste medicamento, o mesmo apresentou um bom resultado, por isso torna-se rentável que seja investido na sua venda.

O grupo 40 é o grupo dos similares, e teve 919 itens vendidos no mês de janeiro, sendo a terceira maior quantidade registrada no sistema, seu valor de custo é de R\$ 36,66 e seu valor total de venda é de R\$ 67,86, o que corresponde a uma margem de contribuição de R\$ 35,20 da quantidade vendida, esta margem é a segunda menor, por este motivo, talvez, que sua venda não é tão incentivada, pois sua participação nas vendas é de 9,04%, representando a segunda menor participação.

A participação nos custos deste grupo é de 6,75%, a mesma pode ser considerada baixa, em relação à os outros grupos, quanto a participação no lucro, estes possuem 1,86% correspondente a R\$ 1,19 com a venda dos 919 produtos, ou seja, a cada uma unidade vendida lucra-se R\$ 0,0012. Não é indicado dar descontos neste tipo de medicamento.

O último grupo, o grupo de número 42, é representante dos diversos, este grupo foi responsável pela menor quantidade de itens vendidos 162 itens. Seu valor de venda

foi o mais inferior correspondente a R\$ 38,75, a margem de contribuição destes itens é a menor de todas, R\$ 14,05, com isso proporcionou um lucro de R\$ 8,07 equivalente a 8,88% de participação nos lucros. O que influenciou, nestes números, foi o baixo número de itens vendidos, pois a participação no lucro, apesar da baixa quantidade de produtos vendidos, não é das piores.

### 5.1.2 Análise do histórico de vendas do mês de fevereiro

Os quadros 5 e 6 apresentam o histórico de vendas do mês de fevereiro de dois mil e dezesseis. Com isso, foi feita a análise de dados com base nos resultados dos cálculos obtidos.

Quadro 5- Resultados obtidos no mês de fevereiro

Grupo	Quantidade	Valor dos custos (R\$)	Valor de vendas (R\$)	Margem de contribuição (R\$) %	
1	827,00	179,03	224,92	45,89	25,63%
8	399,00	7,61	25,20	17,59	231,25%
30	1072,00	122,85	185,55	62,69	51,03%
33	615,00	46,17	98,04	51,87	112,33%
40	773,00	23,46	46,38	22,91	97,67%
42	147,00	19,82	30,49	10,67	53,81%
<b>TOTAL</b>	<b>3833,00</b>	<b>398,95</b>	<b>610,58</b>	<b>211,62</b>	

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 6- Resultados obtidos no mês de fevereiro

Grupo	% Custo	% Vendas	% MC	Custo Total (R\$)	% custo	Lucro (R\$)	% Lucro
1	44,11%	36,77%	21,62%	216,19	37,91%	8,73	21,08%
8	1,90%	4,12%	8,29%	25,25	4,42%	- 0,04	-0,04%
30	30,75%	30,33%	29,54%	170,59	29,91%	14,96	36,13%
33	11,56%	16,03%	24,44%	73,46	12,88%	24,58	59,37%
40	5,87%	7,58%	10,80%	57,62	10,10%	- 11,24	-27,15%
42	4,96%	4,98%	5,03%	26,38	4,63%	4,11	9,93%
<b>TOTAL</b>				<b>569,48</b>		<b>41,09</b>	

Fonte: Elaborado pela autora

No mês de fevereiro de dois mil e dezesseis foram vendidos 3833 produtos cadastrados no sistema, 963 itens a menos que no mês de janeiro. O primeiro grupo, que é o grupo número 1 dos medicamentos de marca, obteve a quantidade de 827 itens

vendidos, seu valor de custo foi de R\$ 179,03 e seu valor de venda foi de R\$ 224,92, obtendo assim, uma margem de contribuição de R\$ 45,89, a qual pode ser considerada a terceira melhor margem. A participação nos custos é maior do que nas vendas 44,11% e 36,77% respectivamente, isso se explica pelo fato de que o medicamento de marca tem um preço de compra maior. Com o rateio dos custos, seu valor de custo aumenta, sendo ele de R\$ 256,18. Com isso, estes medicamentos geraram um lucro de R\$ 14,40 no mês de fevereiro, sendo este, menor que do mês anterior.

O segundo grupo é o de número 8, grupo dos manipulados, estes por sua vez, tiveram uma venda de 399 itens, um custo de R\$ 7,61 e um valor de venda de R\$ 25,20 o que proporciona uma margem de R\$ 17,59, o que a leva a ser abaixo do mês anterior. A participação nos custos é de 1,90% e nas vendas é de 4,12%, com o rateio dos custos, a participação destes se aproxima da participação nas vendas sendo de 4,42%. Com isso o resultado gerado por esse grupo foi um prejuízo de - R\$ 0,04 no lucro final.

O grupo 30, representado pela perfumaria (higiene e beleza), foi responsável pela maior quantidade de itens vendidos, sendo de 1072 produtos. A participação nos custos foi de R\$ 122,85 e nas vendas foram de R\$ 185,55, tendo assim uma margem de R\$ 62,69 sendo a maior margem do mês. A participação nos custos e nas vendas são bem próximas, sendo de 30,75% nos custos e 30,33% nas vendas. O total das vendas que é de R\$ 185,55, menos os custos totais de R\$ 170,59, gerando um lucro de R\$ 14,96 em produtos da perfumaria. A perfumaria foi o segundo grupo mais rentável ficando atrás dos genéricos.

O próximo é o grupo dos medicamentos genéricos, sendo que este vendeu uma quantidade de 615 itens, sendo um valor de custo de R\$ 46,17 e um valor de venda de R\$ 98,04, o que produziu uma margem de R\$ 51,87, sendo a segunda maior margem do mês de fevereiro. A participação nos custos foi de 11,56% e nas vendas de 16,03%. O custo total ficou em R\$ 73,46 e o lucro R\$ 24,68, e pode ser considerado o grupo mais lucrativo novamente.

Percebe-se que os genéricos tiveram a segunda maior margem de contribuição, porém não chegaram a ser os mais lucrativos. A perfumaria tem a maior margem, porém, não é a mais lucrativa. Está é uma questão interessante e que muitas vezes confunde os gerentes, segundo Padoveze (2010), a margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda e o custo. Então a perfumaria tem um custo um pouco mais elevado e um valor de venda maior em virtude da quantidade vendida. Isso lhe proporcionou uma maior

margem, em compensação, os genéricos geram mais lucro porque tiveram um custo final menor e um valor de venda também alto. A perfumaria precisou ser vendida, praticamente, o dobro dos genéricos para ser o segundo grupo com resultado melhor.

O próximo grupo é o grupo 40, representados pelos medicamentos similares, os quais foram vendidos no mês de fevereiro 773 unidades, uma quantidade inferior em relação ao mês anterior. O preço de custo foi de R\$ 23,46 e o preço de venda foi de R\$ 46,38, desse modo, proporcionando uma margem de R\$ 22,91. A participação nos custos e nas vendas destes produtos foram bem próximas, sendo elas de 5,87% e 7,58%. O custo total foi de R\$ 57,62 e o lucro gerado por estas vendas foi bastante baixo, de -R\$ 11, 24, o que faz com que a vendas destes medicamentos causem prejuízo a empresa. Neste caso, pode ser que seja necessário à procura de fornecedores mais baratos, não usar descontos, aumentar o preço e vender mais para melhorar seu resultado.

O último grupo deste mês é o grupo dos diversos, destes foram vendidos 147 itens, o mais baixo número até agora. Seu custo foi de R\$ 19,82 e sua venda de R\$ 30,40 o que faz com que haja uma margem de R\$ 10, 67. A participação nos custos e nas vendas, em porcentagem, são muito próximas correspondem a 4,96% e 4,98%. O total do custo se finaliza em R\$ 26,38 e o lucro deste grupo foi de R\$ 4,11.

Com isso é possível notar que o mês de fevereiro de dois mil e dezesseis foi bastante precário, pois dois grupos deram prejuízos, sendo eles os manipulados e os medicamentos similares, e conseqüentemente, os dois que possuem menor margem de contribuição, também foram os menos vendidos em termos de volume.

### 5.1.3 Análise do histórico de vendas do mês de março

Os quadros 7 e 8 exibirão os resultados obtidos no mês de março de dois mil e dezesseis, logo foi feita uma análise dos resultados obtidos.

Quadro 7- Resultados obtidos no mês de março:

Grupo	Quantidade	Valor do custo	Valor da Venda (R\$)	Margem Contribuição(R\$)	% MC
1	924	223,03	272,98	49,95	22,39%
8	459	10,57	29,41	18,85	178,32%
30	1083	114,99	173,17	58,18	50,59%
33	872	52,55	107,26	54,70	104,10%

<b>Grupo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor do custo</b>	<b>Valor da Venda (R\$)</b>	<b>Margem Contribuição(R\$)</b>	<b>% MC</b>
40	918	36,54	75,71	39,18	107,23 %
42	115	22,64	34,67	12,03	53,13%
<b>TOTAL</b>	<b>4371</b>	<b>460,33</b>	<b>693,21</b>	<b>232,89</b>	

Fonte: Elaborado pela autora.

#### Quadro 8- Continuação dos resultados obtidos no mês de março

<b>Grupo</b>	<b>% Custos</b>	<b>% Vendas</b>	<b>% MC</b>	<b>Custo Total (R\$)</b>	<b>% Custo</b>	<b>Lucro (R\$)</b>	<b>% Lucro</b>
1	48,38%	39,32%	21,76%	260,34	41,63%	11,37	21,28%
8	2,29%	4,24%	8,21%	28,65	4,58%	5,65	10,57%
30	24,95%	24,95%	25,35%	158,06	25,28%	13,32	24,94%
33	11,40%	15,45%	23,83%	87,05	13,92%	10,73	20,08%
40	7,93%	10,91%	17,07%	72,77	11,64%	11,29	21,14%
42	4,91%	4,99%	5,24%	27,26	4,36%	1,41	2,65%
<b>Total</b>				<b>634,14</b>		<b>53,76</b>	

Fonte: Elaborado pela autora

No mês de março de dois mil e dezesseis foram vendidos 924 itens do grupo 1, medicamentos éticos, a segunda maior quantidade neste mês. O valor do custo da venda desta quantidade é de R\$ 223, 03 e o valor bruto da venda é de R\$ 272, 98, o que resulta em uma margem de contribuição de R\$ 49, 95 sendo a terceira melhor margem do mês. O custo total desse grupo com o rateio foi de R\$ 260,34 correspondente a 41, 63% do custo, o que faz com que este grupo seja responsável pelo maior custo registrado no mês de março. A participação no lucro é de R\$ 11, 37, sendo a segunda maior em relação aos demais grupos. Com isso, pode-se observar que os medicamentos éticos, neste mês de março, superaram o mês de fevereiro, pois vendeu-se em torno de 100 unidades a mais de medicamentos éticos.

O grupo 8, que é representado pelos manipulados, vendeu 459 itens, uma quantidade superior se comparado aos meses de janeiro e fevereiro. A margem de contribuição deste grupo é de R\$ 18,85, pode ser considerada uma margem boa, porém deve ser levado em conta que está quantidade é ainda muito inferior à dos outros grupos. Seu custo após o rateio é de R\$ 28,65 o segundo menor custo. Com isso, o grupo dos manipulados é responsável por R\$ 5, 65 do lucro deste mês.

O grupo 30 (perfumaria), por sua vez foi responsável pelo maior número de itens vendidos sendo este número de 1083. O valor do custo foi de R\$ 114,99 e da venda foi de R\$ 173, 17 o que faz com que haja uma margem de R\$ 58,18, a maior margem do mês

de março e a menor dos três meses analisados até aqui. A participação nas vendas é maior do que no custo, o que faz com que este grupo gere um lucro de R\$ 13,32, pela tabela pode-se observar que é o maior lucro correspondente a 24,94 %.

O grupo 33 que é o grupo dos genéricos, e este teve uma quantidade vendida de 872 itens cadastrados. Isso gerou um custo de R\$ 52,55 e vendas de R\$ 107,26 o que resultou em uma margem de R\$ 54,70, a segunda maior margem ficando atrás somente da perfumaria. Observa-se que a perfumaria obteve um número maior em itens vendidos, por isso possui a maior margem, os genéricos por sua vez, com um número bem menor de itens vendidos, resultaram em uma margem bem próxima à da perfumaria, o que comprova, mais uma vez, que vale muito a pena a farmácia vender medicamentos genéricos. Para finalizar, observa-se que este grupo proporcionou um lucro de R\$ 10,73 com uma participação de 20,08% das vendas do mês.

O grupo 40 (medicamentos similares) obteve um número de 918 itens vendidos. Seu custo foi de R\$ 36,54 e seu valor na venda total foi de R\$ 75,71, o que proporcionou uma margem de contribuição de R\$ 39,18. Seu lucro foi de R\$ 11,29, não foi um dos piores valores de lucro, visto que foram vendidos um número considerável destes medicamentos. Por isso que, apesar de não ter uma margem tão grande, ele consegue contribuir consideravelmente no lucro. Isso prova o que já se sabe, quanto maior o volume vendido, melhor. Para Morante (2009), todo negócio deve ser rentável para proporcionar aos sócios o merecido reembolso do capital empregado. Isso é demonstrado por Gitman (2011), que diz que há muitas medidas de rentabilidade, todas essas medidas juntas, permitem que os analistas avaliem o lucro da empresa em um dado nível de vendas. Ainda para Matarazzo (2003), os índices de rentabilidade mostram qual a rentabilidade do que foi investido e também pode ser considerada uma medida de comparação da empresa ano a ano.

Dos produtos cadastrados no grupo 42 (diversos), foram vendidos 115 itens. Por se tratar de uma quantidade inferior de venda, este grupo obteve a menor margem de contribuição, sendo esta de R\$ 12,03. O que colaborou para um lucro de R\$ 1,41 na receita da farmácia.

No mês de março foram vendidos 4371 itens cadastrados no sistema da empresa. A margem de contribuição total ficou em R\$ 232,89, o que proporcionou um lucro de R\$ 53, 76. Com isso, pode-se observar que a empresa possui custos elevados, pois o valor



total da venda foi de R\$ 693,21 e o valor dos custos totais, já com o rateio, foi de R\$ 634,14. É preciso vender mais, e ainda conseguir fornecedores mais baratos, para conseguir aumentar as vendas sem aumentar o preço.

#### 5.1.4 Análise do Histórico das vendas do mês de abril

Os quadros 9 e 10 contêm os resultados do histórico de vendas do mês de abril de dois mil e dezesseis. Nestes constam o fechamento com os cálculos que serão usados para a análise desse mês.

Quadro 9- Resultados obtidos no mês de abril

Grupo	Quantidade	Valor do custo	Valor da venda (R\$)	Margem Contribuição (R\$)	% Mc
1	1461	416,37	667,41	251,04	60,29%
8	1103	16,04	46,39	30,35	189,21%
30	1157	123,55	184,65	61,11	49,46%
33	997	80,23	158,28	78,06	97,3%
40	975	35,21	76,14	40,93	65,38%
42	153	28,83	43,67	14,84	116,24%
<b>TOTAL</b>	<b>5846</b>	<b>700,23</b>	<b>1.176,55</b>	<b>476,33</b>	<b>51,49%</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 10- Continuação dos resultados obtidos no mês de abril

Grupo	% custo	% Venda	Par % M.C	Custo total (R\$)	% custo	Lucro (R\$)	% Lucro
1	59,43%	56,69%	52,67%	465,36	52,05%	202,05	71,35%
8	2,29%	3,94%	6,37%	52,06	5,82%	- 5,67	2%
30	17,63%	15,69%	12,82%	161,68	18,08%	22,98	8,11%
33	11,45%	13,45%	16,38%	113,00	12,64%	45,29	15,99%
40	5,03%	6,47%	8,59%	67,12	7,51%	9,02	3,19%
42	4,11%	3,71%	3,11%	33,91	3,79%	9,76	3,45%
<b>TOTAL</b>				<b>33,91</b>		<b>9,76</b>	

Fonte: elaborado pela autora.

Neste mês de abril, o grupo 1 que é o grupo dos medicamentos éticos, vendeu 1461 itens. Pode-se notar que houve um aumento significativo nesta quantidade se comparado aos meses anteriores, isso se deve ao fato de que neste mês foi feita a venda de vacinas antigripais que foram incluídas neste grupo. Estas vacinas proporcionaram um

aumento significativo neste mês, fazendo com que se diferenciasse dos demais em termos de itens vendidos no grupo 1. Foram vendidos em torno de 400 doses de vacinas, então no mês de abril, no grupo 1, foram vendidos 971 medicamentos.

Em consequência das vendas de vacina, o grupo 1 possuiu a maior margem de contribuição do mês de abril, possuindo um valor de R\$ 251,04. O custo total deste grupo foi de R\$ 465,36 e o valor de venda total foi de R\$ 667,41, o que resultou em um lucro de R\$ 202,05. Com isso, pode-se dizer que este grupo foi muito rentável devido a venda de vacinas antigripais, é lucrativo para a empresa sempre investir neste produto.

O grupo 8, dos medicamentos manipulados, vendeu 1103 itens. O valor de seu custo após o rateio foi de R\$ 52,06, o que é bastante alto para sua quantidade. O valor total de venda é de R\$ 46,39. Com isso, os manipulados deste mês geraram um prejuízo de -R\$ 5,67 ou -2%. A margem deste grupo ficou em R\$ 30,35 sendo ela, uma das menores. Para superar este prejuízo, uma sugestão seria um aumento no valor da venda total, ou ainda uma diminuição no custo total.

Do grupo 30, que é a perfumaria, foram vendidos 1157 itens, a segunda maior quantidade do mês. Seu preço de custo variável direto é de R\$ 123,55 e seu valor total de venda é de R\$ 184,65. Após o rateio dos custos indiretos, o custo total foi de R\$ 161,68. O lucro destes itens vendidos foi de R\$ 22,98 um dos maiores do grupo 30 desde o início do ano.

O grupo dos genéricos, 33, teve uma quantidade 997 itens vendidos. Seu preço de custo variável direto foi de R\$ 80,23 e seu valor de venda foi de R\$ 158,28. A margem de contribuição ficou em R\$ 78,06, como sempre este grupo é muito lucrativo, seu custo final aumentou um pouco subiu para R\$ 113,00, e o seu lucro ficou apenas atrás dos medicamentos éticos, com um valor de R\$ 45,29, sendo este maior que dos meses anteriores.

O grupo 40, o grupo dos similares, teve uma quantidade vendida de 975 produtos. O preço de custo antes do rateio inicial é de R\$ 35,21 e o valor total de venda é de R\$ 76,14, a margem de contribuição é de R\$ 40,93 nesse mês. A participação nos custos é de 5,03% e nas vendas é de 6,47%. Pode-se dizer que é um dos grupos de produtos menos vendidos. O lucro deste grupo foi de R\$ 9,02, exceto os prejuízos causados pelos manipulados, este foi o menor lucro do mês de abril.

Do grupo dos diversos (42) foram vendidos 153 itens. O custo variável direto foi de R\$ 28,83 e o valor total de venda foi de R\$ 43,67, obtendo assim, uma margem de contribuição de R\$ 14,84. O custo, após os rateios, aumentou para R\$ 67,12, o que faz com este grupo proporcione um lucro de R\$ 9,76.

### 5.1.5 Análise do histórico de vendas do mês de maio

Nos quadros 11 e 12 estão dispostos os resultados das vendas por grupo de produtos no mês de maio de dois mil e dezesseis.

Quadro 11- Resultados obtidos no mês de maio

Grupo	Quantidade	Total do custo (R\$)	Total da venda	Margem de Contribuição(R\$)	M.C %
1	981	239,87	292,82	52,94	22,07%
8	1173	22,74	68,99	46,24	203,34%
30	986	106,60	161,02	54,42	51,05%
33	902	76,36	151,76	75,40	98,74%
40	849	31,17	68,09	36,92	118,43%
42	225	28,57	45,77	17,20	60,20%
<b>TOTAL</b>	<b>5116</b>	<b>505,32</b>	<b>788,44</b>	<b>283,12</b>	<b>56,06%</b>

Fonte: Elaborado ela autora

Quadro 12- Resultados obtidos no mês de maio

Grupo	% custo	% vendas	% M.C	Custo Total (R\$)	% Custo	Lucro (R\$)	% Lucro
1	47,44%	37,11%	18,68%	247,29	45,80%	45,53	18,27%
8	4,50%	8,74%	16,31%	30,01	5,56%	38,98	15,64%
30	21,08%	20,40%	19,20%	113,24	20,97%	47,78	19,17%
33	15,10%	19,23%	26,60%	82,30	15,24%	69,45	27,87%
40	6,17%	8,63%	13,02%	36,52	6,76%	31,57	12,67%
42	5,65%	5,80%	6,07%	30,11	5,58%	15,66	6,28%
<b>TOTAL</b>				<b>539,47</b>		<b>248,97</b>	

Fonte: Elaborado pela autora

No mês de maio de dois mil e dezesseis foram vendidos 981 itens do grupo dos medicamentos éticos. Neste mês também houve venda da vacina da gripe, ainda que menos unidades, houve uma colaboração para que este grupo fosse um dos mais rentáveis neste mês. O custo desta venda foi de R\$ 239,87 e o valor de venda foi de R\$ 292,8, obtendo assim uma margem de contribuição de R\$ 52,94. A participação no custo do

grupo 1, neste mês, foi de 47,44%, sendo ela, a maior de todos os grupos. A participação nas vendas também foi a maior.

O custo total, aquele que é calculado após o rateio dos custos indiretos foi de R\$ 247,29 um aumento não muito grande em relação ao custo inicial. Este grupo foi o responsável, como na maioria dos meses anteriores, pelo maior custo, isso acontece devido aos medicamentos éticos serem sempre mais caros para se comprar. O lucro da venda desta quantidade foi de R\$ 45,53, um resultado satisfatório em relação aos meses de janeiro, fevereiro e março, que tiveram um valor do lucro muito inferior neste grupo. Com tudo, o mês de maio não superou o mês de abril, que apresentou o maior lucro, devido a venda do maior número de vacinas antigripais.

No grupo dos manipulados (8), foram vendidos 1173 itens, um volume bastante satisfatório em relação aos meses anteriores. O custo variável desta quantia foi de R\$ 22,74 e o preço total de venda foi de R\$ 68,99, o que resultou em uma margem de contribuição de R\$ 46,24. O custo, após o rateio teve um aumento para R\$ 30,01. Sendo assim a participação nos custos é de 4,50% e a participação nas vendas duplica para 8,74%. Isso faz com que se obtenha um lucro de R\$ 38,98 equivalente a 15,64% do lucro total do mês. Nesse mês, os manipulados superaram os meses anteriores, pois foi vendida uma quantia maior.

No grupo 30, que é a perfumaria (higiene e beleza) foram vendidos 986 produtos. O preço de custo dessa venda foi de R\$106,60 e o valor total da venda foi de R\$ 161,02, com isso a margem de contribuição deste mês foi de R\$ 54,42. A participação nos custos foi de 21,08% e a participação nas vendas foi um pouco menos de 20,40%. Com tudo, este grupo ainda é bastante lucrativo, pois o lucro foi de R\$ 47,78 o segundo maior lucro do mês de maio.

No grupo 33, dos medicamentos genéricos, foram vendidos 902 itens. O preço deste volume foi de R\$ 76,36 e o valor total da venda foi de R\$ 151,76. Sendo assim a margem de contribuição deste grupo permaneceu a mais alta sendo ela de R\$ 75,40. Quanto a participação nos custos variáveis, esta não apresenta uma diferença significativa quanto a participação nos custos, após o rateio, respectivamente, elas representam 15,10% e 15,24% do custo total do mês. A participação nas vendas é a segunda maior do mês, sua porcentagem é de 19,23%. O lucro deste grupo no mês foi de R\$ 69,45, o maior em relação aos demais grupos.

No grupo 40, que é o grupo dos similares, foram vendidos 849 itens. O custo deste volume vendido foi de R\$ 31,17 e o valor total da venda foi de R\$ 68,09. Logo a margem de contribuição foi de R\$ 36,92. A participação no custo foi de 6,17% e a participação nas vendas foi de 8,63%, o que faz com que este grupo tenha uma participação de 13,02% na margem de contribuição total do mês de maio. O custo, após o rateio, aumenta para R\$ 36, 52 o que faz que deduzido do valor total das vendas proporcione um lucro de R\$ 31,57.

No grupo 42, que é o grupo dos diversos, foram vendidos uma quantidade inferior de itens em relação aos demais grupos, sendo de 225. O preço de custo dessa quantidade foi de R\$ 28,57 e o valor da venda foi de R\$ 45,77. A participação nos custos e nas vendas estão bem próximas, são respectivamente 5,65% e 5,80%. O custo total da quantidade vendida deste grupo foi de R\$ 30,11 o que resultou em um lucro de R\$ 15,66. Em relação a margem de contribuição, está foi de R\$ 17,20, logo obteve-se um bom resultado, mesmo sendo vendida uma quantidade menor de itens em relação aos outros grupos.

### 5.1.6 Análise do histórico de vendas do mês de junho

Nos quadros 13 e 14 estão expostos os resultados dos cálculos efetuados para análise e interpretação dos dados do mês de junho de dois mil e dezesseis.

Quadro 13 – Resultados obtidos no mês de junho

<b>Grupo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Total do custo (R\$)</b>	<b>Total da venda (R\$)</b>	<b>Margem de Contribuição (R\$) %</b>	
1	1045	257,67	317,40	59,74	23,18%
8	2347	22,39	54,22	31,84	142,21%
30	1186	116,04	172,51	56,46	48,65%
33	782	63,60	126,43	62,83	98,80%
40	793	30,30	66,15	35,85	118,31%
42	176	28,79	45,87	17,08	59,31%
<b>TOTAL</b>	<b>6329</b>	<b>518,79</b>	<b>782,58</b>		<b>50,89%</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 14- Continuação dos resultados do mês de junho

<b>Grupo</b>	<b>% Custo</b>	<b>% Venda</b>	<b>%M. C</b>	<b>Custo Total</b>	<b>% custo</b>	<b>Lucro (R\$)</b>	<b>% Lucro</b>
1	49,53%	16,48%	22,56%	267,65	50,26%	52,53	22,85%
8	4,30%	37,00%	12,03%	30,92	4,20%	23,30	13,45%
30	22,31%	18,70%	21,33%	126,12	23,68%	37,19	16,18%
33	12,23%	12,33%	23,73%	70,15	13,17%	60,30	26,23%
40	5,83%	12,50%	13,54%	36,70	6,89%	32,49	14,13%
42	5,53%	2,77%	6,45%	30,37	5,70%	15,72	6,83%
<b>TOTAL</b>				<b>561,90</b>		<b>229,16</b>	

Fonte: Elaborado pela autora

No mês de junho o grupo dos éticos teve 1045 unidades vendidas, o preço de custo destas unidades foi de R\$ 257,67 e seu valor total de venda foi de R\$ 317,40. A margem de contribuição foi de R\$ 59,74, uma margem muito boa neste mês. A participação no custo deste grupo é de 49,53%, uma participação ainda bem alta, a maior do mês. Após o rateio, os custos aumentam para R\$ 267,65, o maior de todos os custos do mês de junho equivalente a 50,26% do total dos custos. Com isso, o lucro do grupo 1 nesse mês é de R\$ 52,53.

O grupo dos manipulados teve o maior número de vendas desde o início do ano no mês de junho, foram de 2347 itens. O custo dessa venda foi de R\$ 22,39, e o valor total de venda foi de R\$ 54,22, o que contribuiu para uma margem de contribuição de R\$ 31,84. A participação nos custos foi 4,30%, a menor do mês, a participação nas vendas foi bem grande. O custo total ficou em R\$ 30,92, o que fez com que o lucro dos manipulados, este mês, fosse de R\$ 23,30 um pouco maior que dos meses anteriores.

O grupo 30, que é o grupo da perfumaria, teve 1183 itens vendidos, o preço de custo desses itens foi de R\$ 116,04 e o valor de venda foi de R\$ 172,51, com isso a margem de contribuição deste grupo neste mês foi de R\$ 56,47. Já o custo total foi de R\$ 126,12, o que gera um lucro de R\$ 37,19, sendo o terceiro melhor resultado do mês de junho.

O grupo dos genéricos obteve 782 unidades vendidas, o que gerou um custo variável de R\$ 63,60 desses itens. O valor de venda foi de R\$ 126,43, isso gerou uma margem de contribuição de R\$ 56,83 no mês de junho. A participação nos custos dos medicamentos genéricos é de 12,23% e, após o rateio é de 13,17%. O lucro das vendas de genéricos, do mês de junho, foi de R\$ 60,30. Esse lucro foi o melhor do mês de junho, apesar de não ter sido uma quantidade tão grande de venda, os genéricos são muito lucrativos, para a empresa é sempre bom vender esta categoria de medicamentos.

O grupo 40, que é o grupo dos similares, vendeu um volume de 793 itens. O custo dessa venda foi de R\$ 30,30 e o valor da venda total é de R\$ 66,15. Isso gera uma margem de contribuição de R\$ 35,85 do grupo 40. A participação nos custos, antes do rateio, é de R\$5,83% e a pós o rateio dos custos é de 6,89%. Com isso o lucro gerado pelas vendas de similares no mês de junho de dois mil e dezesseis foi de R\$ 32,49.

O grupo 42, que é o grupo dos diversos, obteve uma quantidade de 176 itens vendidos. O custo dessa venda foi de R\$ 28,79 e o valor de venda foi de R\$ 45,87, o que gerou uma margem de R\$ 17,08. A participação nos custos é de 5,53%, e após o rateio, é de 5,70%, com isso, o lucro da venda de medicamentos similares é de R\$ 15,72, equivalente a 6, 83% do lucro total do mês de junho.

Fazendo uma análise geral dos seis meses de dois mil e dezesseis, pode-se dizer que o mês mais lucrativo foi o mês de abril, isso em virtude da venda de vacinas antigripais, também foi o mês com maior custo. O mês com maior quantidade vendida foi o mês de junho, o número de itens vendidos chegou a 6329, isso em decorrência de um aumento significativo na venda de manipulados, porém não foi o mês que lucrou mais, isso por que vender vacinas antigripais é mais rentável do que vender mais manipulados.

Os meses menos rentáveis foram fevereiro e março, respectivamente obtiveram um lucro de R\$ 41,09 e R\$ 53,76. O grupo dos manipulados e dos similares em fevereiro deu prejuízo, isso em decorrência de poucas vendas ou descontos excessivos. O custo total deste mês se assemelhou ao mês de janeiro e junho, ou seja, não foi proporcional as vendas.

O grupo que possui menos quantidades vendidas é o dos diversos, por esse motivo, eles são pouco lucrativos. Os medicamentos genéricos por sua vez, podem ser considerados os mais lucrativos, apenas no mês de março eles ficaram atrás da perfumaria. Deve-se investir mais na venda de genéricos, estudar possibilidades de descontos maiores para atrair mais vendas.

Os manipulados, grupo 8, aparentemente são medicamentos baratos, porém possuem uma margem de contribuição bem alta, por isso são lucrativos, contudo, em valores menores. Este grupo também teve um aumento significativo de vendas no mês de junho, se isso persistir, o grupo 8, poderá se tornar tão lucrativo quanto os genéricos.

Outro grupo bastante promissor é a perfumaria, está obteve o maior lucro no mês de março e sempre gerou bons resultados, o número de itens vendidos, em alguns meses, foi o melhor de todos os grupos, fator que colabora para sua lucratividade. Pode ser interessante para a empresa investir mais na venda de perfumaria.

Os grupos 1 e 40 possuem as menores margens e os menores lucros, isso devido ao fato de possuírem preços tabelados. Por esse motivo, sua venda rende pouco. Os éticos por sua vez, geralmente, vendem uma quantia maior e conseguem se destacar um pouco mais. Os similares (40) vendem menos, possuindo uma margem pequena, com isso fica a sugestão de limitar os descontos para não haver prejuízos no final.

Por conseguinte, para que a empresa em estudo lucre mais, é necessário, de uma forma geral, vender mais, ou seja, aumentar o volume de vendas e, procurar fornecedores cada vez mais baratos para não aumentar seu custo, também é sugestivo incentivar mais a venda dos grupos que foram mais lucrativos.

### **5.1.7 Análise do ponto de equilíbrio**

Para o cálculo do ponto de equilíbrio financeiro foi feito o total dos custos fixos de cada mês dividido pela margem de contribuição unitária de cada mês. O resultado de cada cálculo representa um valor de segurança para a empresa, quando a mesma faturar este valor ela não possui lucro, nem prejuízo.

O ponto de equilíbrio financeiro não leva em consideração a depreciação, nem amortização e exaustão, pois são coisas que, apesar de diminuir o lucro não representam saídas de caixa (FERREIRA, 2014).

A margem de contribuição significa aqui o valor que sobra da receita obtida através das vendas das mercadorias, após retirada dos gastos. Para o cálculo do ponto de equilíbrio foi utilizado o resultado da margem de contribuição de cada mês em estudo. Pode-se perceber que não há grande discrepância entre estas margens. Há uma exceção no mês de abril, em virtude da venda das vacinas antigripais, a margem de contribuição é a mais alta.

Ponto de Equilíbrio dos seis meses analisados:

A soma dos gastos fixos do mês de janeiro é de R\$ 176,32 e a margem de contribuição é de 55,25 %, logo:



$$P E: R\$ 176,32 / 0,5525 = R\$ 319,13$$

No mês de fevereiro os gastos fixos fecharam em R\$ 170,82 e a margem de contribuição foi de 53,12%, então:

$$P E: R\$ 170,82 / 0,5312 = R\$ 321,57$$

No mês de março os custos fixos foram de R\$ 174,17 e a margem de contribuição foi de 50,60%, com isso obtemos o seguinte ponto de equilíbrio:

$$P E: R\$ 174,17 / 0,5060 = R\$ 334,21$$

Em abril os gastos foram de R\$ 193,43 e a margem de contribuição de 68,02%, lembrando que neste mês há um grande aumento na margem em vista das vacinas vendidas durante esse período, e que foram responsáveis por 30% do faturamento do mês.

$$P E: R\$ 193,43 / 0,6802 = R\$ 284,37$$

No mês de maio os custos fixos fecharam em R\$ 207,26 e a margem de contribuição foi de 56,06% logo:

$$P E: R\$ 207,26 / 0,5606 = R\$ 369,71$$

No mês de junho os custos foram de 204,23 e a margem de contribuição foi de 50,89, com isso:

$$P E: R\$ 204,23 / 0,5089 = R\$ 401,32$$

O ponto de equilíbrio financeiro significa: o ponto em que não há lucro nem prejuízo para empresa (LEMES; RIGO; CHEROBIN, 2010). Ainda segundo Costa, Oliveira e Perez (2011), com a realização dos cálculos é possível que se chegue a um resultado que auxilie a empresa nas novas decisões, por isso é que foi feita uma análise mês a mês dos resultados obtidos. O ponto de equilíbrio é de fundamental importância para verificarmos a seriedade da análise CVL para a empresa em estudo. Estes resultados servem como projeções de cenários, e é interessante que seja repetido pela empresa nos demais meses.

## 6 CONCLUSÃO

Ao término deste estudo, é possível que se perceba a importância da análise Custo/Volume/Lucro para uma empresa comercial do ramo de farmácias, pois a partir da interpretação dos dados se identificou várias informações que podem contribuir para a tomada de decisão. A análise CVL é de grande utilidade para um planejamento a curto prazo que possibilite fazer projeções antecipando dificuldades sazonais que sejam desfavoráveis a empresa, por exemplo, meses de férias em que as vendas diminuem, como pode-se verificar nos quadros dos históricos de vendas de janeiro e fevereiro.

Outra contribuição da análise CVL foi o levantamento dos gastos, com isso obteve-se uma maior visualização dos mesmos e seu comportamento no período em estudo. Também foi importante mostrar a classificação dos custos e despesas em fixos ou variáveis, para que estes contribuíssem de forma correta para o rateio e sua inserção nos grupos de produtos. A respeito dos gastos, pode-se afirmar que o maior gasto da empresa são os custos fixos, sendo estes: os salários, e os encargos sociais.

A demonstração do histórico de vendas foi de grande relevância, pois a partir dele, foram elaborados cálculos que permitiram uma análise do comportamento dos custos, dos volumes e do lucro deste período. Com isso, foi possível detectar alguns problemas, como por exemplo, o prejuízo gerado pelas vendas de manipulados e medicamentos similares no mês de fevereiro, que foram de -R\$ 0,04 e - R\$ 11, 24 respectivamente, problemas esses, causados pelo auto custo e quantia insuficiente de venda. Também se constatou que não é por causa do preço de venda de um produto ser maior, que a lucratividade também vai ser maior, ainda mais se este tiver um custo alto, como é o exemplo dos medicamentos éticos, sua venda não é tão rentável.

Ainda quanto ao histórico de vendas por grupo, foi possível perceber o que é mais lucrativo para a empresa, e neste aspecto se destacam a perfumaria (grupo 30), e em primeiro lugar os genéricos (grupo 33), estes foram responsáveis pelas maiores margens de contribuição e pelos melhores lucros, com exceção do mês de abril, que o grupo dos

éticos se destacou devido a venda das vacinas antigripais. Por conta do bom resultado mostrado pela margem de contribuição, e que os genéricos geraram todo mês, é que podemos afirmar que é mais rentável vender um medicamento genérico com um desconto considerável, do que vender um medicamento ético ou similar, pois isso, além de gerar mais lucro para a empresa proporciona ao cliente um medicamento mais barato.

Ainda, apresentou-se o ponto de equilíbrio para projetar a quantidade necessária de vendas em cada mês, como técnica para prever e estimar resultados, obtendo-se assim, um valor de segurança para a empresa e que pode ser repetido nos demais meses. Isso também possibilita que o gestor quantifique o total necessário de vendas que irá retornar a quantia desejada de lucro.

Quanto as limitações da pesquisa, encontrou-se dificuldades de trabalhar com um número muito grande de dados, pois se fosse gerado um histórico completo com a descrição de venda por venda, ter-se-ia, em torno e duzentas páginas de relatórios, por esse motivo, se optou pelo estudo por grupo de cadastro de produtos, visto que a maioria das margens são elaboradas de acordo com o grupo. Outra limitação foi o tempo dispensado para organizar todos os dados, pois o sistema gerou relatórios em arquivos de difícil manuseio.

Como sugestão de pesquisas futuras, é interessante um estudo igual a esse, todavia, com um período diferente, ou então maior, para comparar a oscilação das vendas e o comportamento dos custos. Também se pode realizar um estudo enfocando no valor que pode ser dado de desconto por grupo de medicamento. Além disso, pode ser importante pesquisar índices de rentabilidade e rotatividade dos estoques, para ver quanto tempo um produto demora para ser vendido. Por conseguinte, novas técnicas devem ser exploradas, sempre com a finalidade de mostrar os benefícios da utilização de ferramentas de gerenciamento nas organizações.

## REFERÊNCIAS

- BERTI, A. **A globalização da economia resgata método de custeio**. Revista Brasileira de Contabilidade nº 133, jan./fev. 2002. 15 f Disponível em: <<https://www.google.com.br/#q=metodos+de+custeio+uma+ferramenta+para++ano+de+publica%C3%A7%C3%A3o>> Acesso em 03 de agosto de 2016.
- BEUREN, I. M. **Como elaborar trabalhos Monográficos em contabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas 2004.
- BORNIA, A.C. **Análise Gerencial de Custos**. 3. ed. São Paulo: Atlas. 2010.
- BRUNI, Adriano Leal. FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de Preços: Com aplicações na calculadora HP 12c e Excel**. 1 ed. São Paulo: Atlas. 2002.
- COSTA, R. G.; OLIVEIRA, L. M. de; PEREZ, J. H. J. **Gestão estratégica de custos**. 7. ed. São Paulo: Atlas. 2011.
- DALLORA, M. E.; FORSTER, A. **A importância da gestão de custos em hospitais de ensino - considerações teóricas**. 2008. 8 f. Curso de medicina. Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto. Ribeirão Preto, 2008. Disponível em: <[http://www.hmtj.org.br/arquivos.hmtj/art\\_05.pdf](http://www.hmtj.org.br/arquivos.hmtj/art_05.pdf)>. Acesso em 04 de abril de 2016.
- DALMONECH, Luiz Fernando; MARTINEZ, Antônio Lopo; VIANA, Antônio. FERREIRA, J. C. **Limitações da análise tradicional custo, volume e lucro: Repensando as hipóteses simplificadas do modelo**. 18 f. X congresso de custos, Paraná 2015. Disponível em: <[//anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/](http://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/)>. Acesso em 25 de abril de 2016.
- FERREIRA, R. J. **Contabilidade de custos e análises das demonstrações**. 9. ed. Rio de Janeiro: Ferreira, 2014.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 5. ed. São Paulo 1999.
- GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Afiliada. 2011.
- GROPPELLI, A.A; NIKBAKHT, E. **Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- HANSEN, R. D.; MOWEN, M. M. **Gestão de custos: Contabilidade e controle**. 3. ed. São Paulo: Thomson. 2001.
- HENDRIKSEM, E. S VAN BREDA M. F. **Teoria da contabilidade**. 3.ed. São Paulo: Atlas. 1999.
- IUDÍCIBUS, S. de. **Contabilidade gerencial**. 5. ed. São Paulo: Atlas. 2010.

IUDÍCIBUS, S. de; MARION, J. C. **Curso de contabilidade: Para não contadores.** 6. ed. São Paulo: Atlas. 2009.

IUDÍCIBUS, S. de; MELLO, G. R. de. **Análise de Custos: uma abordagem quantitativa.** 5. ed. São Paulo: Atlas. 2013.

IUDICIBUS. S. **Teoria da contabilidade.** 2. ed. São Paulo: Atlas. 1991.

KRABBE, M. **Consultoria gerencial aplicada a uma farmácia comercial.** 2011. 97 f. Pós-graduação *Latu sensu* em Controladoria e gestão Empresarial (Especialização em controladoria). Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul. Ijuí, 2011. Disponível em:  
<<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/490>> Acesso em 22 de março de 2016.

LEMES, A. B. J.; RIGO, C. M.; CHEROBIN, A. P. M. S. **Administração Financeira, princípios, fundamentos e práticas brasileiras.** 3.ed. Rio de Janeiro: Campus. 2010.

LEONCINE, M. MARGUIT, N.G; ABRAS, K. **Métodos de Custeio, Vantagens e Desvantagens e sua Aplicabilidade nos diversos tipos de Organização Apresentadas pela Literatura.** 2012. 15 F. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre –RS 2012 Disponível em:  
<[http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/oliveira/materiais/Artigo\\_3.pdf](http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/oliveira/materiais/Artigo_3.pdf)> Aces o em 08 de Agosto de 2016.

LEONE, G. S. G. LEONE, R. J. G. **Curso de Contabilidade de Custos.** 4. ed. São Paulo: Atlas. 2010.

MAHER, M. **Contabilidade de custos, criando valor para administração.** 1 ed. São Paulo: Atlas, 20011.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing.** 6. ed. São Paulo: Bookman. 2012.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos.** 10.ed. São Paulo: Atlas. 2010.

MARTINS, E., et al. **Contabilidade introdutória.** 11 ed. São Paulo: Atlas. 2010.

MATARAZZO, D.C. **Análise Financeira de Balanços.** 12. ed. São Paulo: Atlas. 2003.

MORANTE, A. S. **Á análise das demonstrações Financeiras.** 2. ed. São Paulo: Atlas. 2009.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial.** 3.ed. São Paulo: Atlas. 2010.

ROCKENBACH, M. **A aplicação da controladoria gerencial na gestão de uma farmácia comercial.** 2010. 110 f. Trabalho de Conclusão de Curso para a Graduação em ciências contábeis. Universidade do Noroeste do Rio grande do Sul. Ijuí. 2010. Disponível em:  
<<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/673/TCC->>. Acesso em 10 de abril de 2016.

ROSS, S. A. WESTERFIELD, R. W. J. J. F. **Administração Financeira**. Corporate Finance. 2. ed. São Paulo: Bookman. 2011.

SANTOS, J. J. **Contabilidade e análise de custos**: Modelo contábil. Métodos de depreciação, abc: Custeio baseado em atividades, análise atualizada de encargos sociais sobre salários. 5. ed. São Paulo: atlas. 2009. Disponível em: <[http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/oliveira/materiais/Artigo\\_3.pdf](http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/oliveira/materiais/Artigo_3.pdf)> Acesso em 29 de julho de 2016.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez. 2010.

SILVA J. P. da. **Análise financeira das empresas**. 3.ed. São Paulo: Atlas 2012.

SILVA, E. M. **A importância da formação correta do preço de venda e como este processo influencia na lucratividade da microempresa varejista**. 2010.14 f. Disponível em: <<http://www.uninova.edu.br/Uni/Revista/artigos/artigo05.pdf>> Acesso em 03 de agosto de 2016.

SOUZA, A. C. de; FIALHO, F. A. P.; OTAMI, N. **TCC: Métodos e Técnicas**. 3. ed. Santa Catarina: Visual Books. 2007.

SOUZA, A.; CLEMENTE, A. **Gestão de custos, aplicações operacionais e estratégicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas. 2011.

SWERTS, G. B. A. CARDOSO, R. L. **A teoria das receitas e despesas**. 2013. 13 f. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rcmccuerj/article/view/7279>> Acesso em 07 de agosto de 2016.

ZORZAL, Edemar José, **Considerações acerca do ponto de equilíbrio como ferramenta gerencial**. 2008. 13 f. Disponível em: <<http://www.novomilenio.br/periodicos/index.php/foco/article/view/34>>. Acesso em: 21 de março de 2016.