

Seja Bem Vindo!

Curso

Contabilidade Gerencial

Carga horária: 55hs



Conteúdo Programático:

Introdução

A Contabilidade como Instrumento Gerencial

Contabilidade Divisional

Evolução da Contabilidade de Custos

Formas e Método de Custeamento

Relação Custo - Volume - Lucro

Formação de Preço de Venda

Cálculos Práticos para a Formação do Preço de Venda

Anexos

Bibliografia/Links Recomendados

Introdução

INTRODUÇÃO À CONTABILIDADE GERENCIAL

Um dos principais objetivos da contabilidade gerencial é a construção de um banco de dados que permita a sua utilização de forma flexível, pelos diversos tipos de usuários.

Para atender às necessidades dos gestores em suas funções de controle e decisão, a contabilidade gerencial utiliza-se de seu banco de dados para gerar relatórios com informações gerenciais relativas aos dados econômicos e financeiros, úteis no auxílio às análises e às tomadas de decisões.

As funções de controle e de decisão necessitam de informações precisas e realistas que permitam comparações e análises dos valores e de suas variações; assim, alguns princípios geralmente aceitos na contabilidade financeira poderão sofrer adaptações na contabilidade gerencial, para o atendimento dessas necessidades.

É fundamental, na formação do banco de dados da contabilidade gerencial, a apuração dos custos, o controle de estoques, a departamentalização da entidade, rateios de custos indiretos, horas de produção, o controle efetivo dos gastos e dos investimentos, formação dos preços de vendas etc.

Todos os exemplos demonstrados neste curso são meramente ilustrativos. Em situações reais, deve-se verificar a adequação dos dados à efetiva realidade e necessidade da empresa.

1.1 Noções Preliminares de Contabilidade

Conceito de Contabilidade

“A Contabilidade é a ciência que, através de seus princípios e conceitos, registra as transações financeiras de forma que permite o controle efetivo do patrimônio de uma entidade.” (SANT’ANNA).

Objetivos da Contabilidade

Construção de um arquivo básico de informação contábil que

deve ser utilizada de forma mais flexível por vários tipos de usuários, cada um com ênfases diferentes neste ou naquele tipo de informação, neste ou naquele princípio de avaliação, porém extraídos todos os informes do arquivo básico ou data base, estabelecida pela contabilidade. (IUDÍCIBUS, 1981, p. 17).

1.2 Contabilidade Financeira ou Geral

Franco (1999, p. 23) afirma que a Contabilidade Financeira, ou Geral, como é chamada, é a ciência que estuda e pratica, controla e interpreta os fatos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a demonstração expositiva e a revelação desses fatos, com o fim de oferecer informações sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza econômica.

1.3 Contabilidade Gerencial

Uma das finalidades básicas da contabilidade gerencial é a construção de um banco de dados que permita a sua utilização de forma flexível, pelos diversos tipos de usuários. O gestor, em suas funções de controle, poderá utilizar-se desse banco de dados para obter informações precisas que permitam elaborações de relatórios gerenciais úteis em análises e tomadas de decisões.

Dicionário

Dados: Fatos que, isoladamente, não permitem um entendimento conclusivo e que podem ser moldados e convertidos em informações. Exemplo de dados: 2002/2005; CONAB; produção; grãos; safra; 113,5 milhões etc. Exemplo de Informação: Segundo a CONAB, a produção de grãos da safra 2004/2005 foi de 113,5 milhões de toneladas.

1.4 Principais Diferenças entre a Contabilidade Financeira e Gerencial

Horngren (2000, p. 13) afirma: “A contabilidade financeira e a contabilidade administrativa teriam melhores denominações se fossem chamadas, respectivamente, de contabilidade externa e contabilidade interna.”

O mesmo autor (2000, p. 13) faz a seguinte distinção entre a contabilidade financeira (geral) e a contabilidade gerencial (administrativa):

A contabilidade financeira enfatiza o preparo de relatórios de uma organização para externos, como, por exemplo, bancos e o público investidor. A 'contabilidade administrativa' enfatiza o preparo de relatórios para os usuários internos, como os presidentes, os reitores e os chefes de equipes médicas.

A Contabilidade Financeira, ou Geral, por ser uma ciência social, é universal. Obedece aos princípios e às convenções contábeis geralmente aceitos que, em muitos casos, são passíveis de adaptações em função do próprio ambiente interno (mercado e política econômica e financeira), de cada país. A forma e a falta de padronização de apresentação das informações de desempenho pela Contabilidade Financeira ou Geral trazem dificuldades para os gestores (usuários internos) em suas análises e tomadas de decisões.

A Contabilidade Gerencial, por meio de informações mais precisas e atualizadas, permite a elaboração de relatórios gerenciais, tornando-os uma ferramenta útil que auxiliará o gestor em suas funções de análise e controle.

São vários os usuários da contabilidade financeira e da contabilidade gerencial. Como em muitos casos seus interesses são diferentes, utilizam-se das informações contábeis geradas para a compreensão e obtenção de dados que os auxiliem em análises e/ou tomadas de decisões.

Os quadros a seguir apresentam as principais diferenças entre a contabilidade gerencial e a financeira, seus vários usuários e tipos de interesses.

Quadro 1 – Diferenças entre as Contabilidades Gerencial e Financeira.

	Contabilidade Gerencial	Contabilidade Financeira
Objetivos	Tomada de decisão	Informação desempenho
Usuário	Interno	Externo

Bases	Princípios administrativos	Princípios e convenções contábeis, legislação fiscal e órgãos reguladores
Crêterios	Valores atualizados	Valores históricos
Relatórios	Tomada de decisão	Registro de informações ocorridas

Saiba mais

Princípios Contábeis x Princípios Administrativos

Os princípios contábeis geralmente aceitos são um conjunto de regras geralmente aceitas nos meios contábeis que norteiam o profissional contador. Os princípios administrativos são princípios aplicados à contabilidade gerencial que permitem aos diversos tipos de gestores a utilização dos demonstrativos contábeis gerenciais em tomada de decisão, por meio de análises, em função do conhecimento dos critérios adotados na elaboração dessas demonstrações.

Quadro 2 – Usuários e tipos de interesse.

Usuários	Tipos de Interesse
Acionistas e Proprietários	Dividendos e Lucros
Administradores e Executivos	Tomada de Decisão
Bancos e Fornecedores em geral	Geração Fluxo de Caixa
Emprestadores em geral	Geração Fluxo de Caixa
Entidades Governamentais	Lucro Tributável e Impostos
Empregados e Pessoas Físicas	Fluxo de Caixa Futuro

Atenção

Acionistas e Proprietários: São acionistas os portadores de ações preferenciais, sem direito a voto nas assembleias. São proprietários os portadores de ações ordinárias com direito a voto nas assembleias.

Resumo da lição

Nesta lição, foram abordados o conceito de contabilidade e seus objetivos. Também foram abordados aspectos sobre a contabilidade geral e as suas principais diferenças com a contabilidade de gerencial.

A Contabilidade como Instrumento Gerencial

Nesta lição, você aprenderá que a Contabilidade tem papel fundamental na vida econômica. Uma vez que os recursos são escassos, temos que escolher entre as melhores alternativas, e, para identificá-las e gerenciá-las, são necessários os dados contábeis.

A Contabilidade Gerencial é o ramo da Contabilidade que tem por objetivo fornecer, por meio de seus bancos de dados, informações aos administradores de empresas para auxiliá-los em suas funções gerenciais. A Contabilidade Gerencial é voltada para a melhor utilização dos recursos econômicos da empresa, por meio de um adequado controle dos insumos, efetuado por um sistema de informação gerencial.

Deficiências Gerenciais das Demonstrações Financeiras Legais

A informação contábil é uma ferramenta extremamente importante para o sucesso de qualquer empresa, mas não deve apenas se restringir ao atendimento das determinações legais, pois deve contribuir decisivamente para a tomada de decisão pelos gestores da empresa, bem como por outros usuários interessados nas informações (como acionistas, investidores, empregados etc.). Assim, torna-se necessário proporcionar informações que satisfaçam efetivamente a todos esses usuários.

Visão das Informações Contábeis (usuários Externo e Interno)

É preciso que se tenha conscientização sobre a importância de fortalecer as divulgações das informações contábeis, tornando seus relatórios públicos e transparentes com o objetivo de crescimento interno das empresas e de melhora do processo de comunicação com os usuários das informações. Tal fato proporcionará uma maior eficácia na gestão das instituições e a consequente valorização do profissional contábil. Por diversas razões, os demonstrativos contábeis podem apresentar erros ou omissões, tornando-se enganosos ou, até mesmo, tendenciosos ou dolosos por interesses políticos ou por pressões de empresários.

Dicionário

Doloso: adj. Em que há dolo; que procede com dolo; que é causado por dolo. Enganador.

Sinônimos de Doloso: ardiloso; embusteiro; enganador; falaz; impostor; mentiroso etc.

Ludícibus (1977) destaca os motivos que tornariam os demonstrativos enganosos ou tendenciosos, caso não fossem observados:

1. uso de procedimentos que afetam significativamente as apresentações do balanço geral comparados com métodos alternativos que o leitor poderia supor na falta de evidenciação;
2. mudança material nos procedimentos de um exercício para outro;
3. eventos ou relações significativas, não derivados de atividades normais;
4. contratos ou acordos especiais, que afetam as relações das partes envolvidas;
5. mudanças significativas ou eventos que afetariam normalmente as expectativas;
6. mudanças materiais nas atividades ou operações que afetariam as decisões relativas à empresa.

Ainda segundo o autor (1977), deixar de evidenciar qualquer um desses itens sujeitaria o usuário a riscos como dualidade de interpretação, falta de conteúdo e clareza e perda da capacidade de predição, impossibilitando-o de tomar decisões baseadas nas informações. Deve ser exigido cuidado, a fim de assegurar que a informação seja plena e completa e que todos os fatos materiais não apresentados nos demonstrativos possam ser evidenciados.

Relatórios Financeiros (Valores Históricos)

Por não existir uma padronização das evidenciações nas demonstrações financeiras mundialmente, a quantidade de informação de caráter obrigatório varia de país para país. O que é considerado obrigatório em determinado país, pode ser voluntário em outro, dificultando a comparabilidade, que somente será solucionada quando da uniformidade em diferentes países.

Em economias inflacionárias, alguns dos princípios contábeis geralmente aceitos com destaque ao Custo Como Base de Valor fazem com que os dados contábeis tornem-se valores históricos, dificultando o entendimento dos relatórios financeiros para análises e tomadas de decisões.

Registros dos Fatos Ocorridos

Segundo Iudícibus (1997), os relatórios contábeis deveriam atender às necessidades informativas do maior número possível de usuários e às características da previsão: “Os relatórios contábeis tradicionais deveriam ter poder preditivo e vir acompanhados de quadros informativos suplementares, demonstrando informações históricas e preditivas sobre indicadores de interesse para vários usuários.” (IUDÍCIBUS, 1997, p. 23).

Conceitos e Princípios Administrativos

Uma das maneiras de atender às necessidades apontadas nos tópicos anteriores é a adoção de princípios que classificamos como administrativos, transformando os fatos contábeis ocorridos com valores históricos em informações atualizadas e preditivas.

Relatórios Financeiros (Valores Atualizados)

Eliminação dos efeitos inflacionários. Um cuidado especial deve ser tomado com relação à comparabilidade dos valores no tempo. Ao utilizarem-se os dados contábeis para fins gerenciais, deve ser dada atenção especial aos efeitos inflacionários, os quais devem ser eliminados, tornando os relatórios financeiros atualizados ferramentas úteis em análises para tomada de decisões.

Características da Informação Contábil Gerencial

As informações Contábeis Gerenciais têm como características:

- utilização de técnicas e procedimentos da contabilidade financeira e de custos nas análises financeiras e de balanços;
- serem voltadas para o modelo decisório do administrador;
- consideração de ações futuras com bases em situações passadas e presentes;
- utilização de técnicas de outras áreas de conhecimentos;
- e relatórios “sob medida” para tomada de decisões e avaliação de desempenho.

Funções da Contabilidade Gerencial

Além da função de fornecer informações para análises e tomadas de decisões, a Contabilidade Gerencial também tem como função gerar informações por meio de seu banco de dados, as quais servirão como base para o Planejamento e o Controle.

Contabilidade Gerencial e o Planejamento

O planejamento empresarial é levado a efeito para ajudar a empresa a garantir sua sobrevivência e o seu crescimento. Sua finalidade é indicar as metas e os objetivos a serem alcançados identificando quais os esforços que podem e devem ser feitos para atingi-los, proporcionando meios para analisar e medir seus resultados.

O planejamento é formado por um conjunto de orçamentos e suborçamentos com base em decisões que irão refletir em resultados futuros. Conclui-se esse processo elaborando-se as demonstrações financeiras projetadas (balanço patrimonial, demonstração de resultado do exercício etc.) e suas análises econômicas e financeiras.

Saiba mais

Planejamento

São três os tipos de planejamento:

- Planejamento Estratégico: são definidos as metas e os objetivos da empresa.

- **Planejamento Tático:** são definidos os recursos e a capacidade a serem utilizados para atingir as metas e os objetivos da empresa.
- **Planejamento Operacional:** são definidos os orçamentos e suborçamentos operacionais necessários para o cumprimento da meta e dos objetivos estabelecidos pela empresa.

Contabilidade Gerencial e o Controle

Sem um bom planejamento e um bom controle, dificilmente o gestor conduzirá bem a empresa, e a Contabilidade Gerencial é fundamental no sucesso desse processo.

Para se atingirem os resultados planejados, é necessário estabelecer controles, que, durante a execução dos planos, certificam que os mesmos vêm sendo cumpridos. Os controles identificam áreas problemáticas da empresa e a capacidade de seus gestores de resolvê-las. A consciência da existência de um bom sistema de controle poderá estimular os gestores a aprimorar seus desempenhos, especialmente se os esforços forem reconhecidos.

Curiosidade

Controle é o processo pelo qual a administração se assegura de que as operações estão sendo desenvolvidas em conformidade com os planos e as expectativas. Por meio do controle orçamentário, medem-se os valores realizados, comparando-os com os valores orçados e apurando-se as variações, que, a partir de certas faixas de tolerância, deverão ser analisadas e corrigidas.

Controlar significa verificar; fiscalizar; conferir; inspecionar; dominar; ou seja, exercer o domínio sobre determinadas situações.

Diante dessa definição, observa-se que só há controle em uma organização quando os objetivos são bem definidos e as metas são fixadas para consecução desses objetivos. Ademais, haverá

a fase de comparação entre o efetivamente executado e o previamente fixado.

A Contabilidade Gerencial é essencial para exercer o controle nesses moldes e proporcionar meios à administração para corrigir os desvios verificados. Para atender às necessidades do gestor em suas funções de controle e decisão, o orçamento empresarial poderá utilizar-se do banco de dados da Contabilidade Gerencial e obter informações precisas que permitam comparações dos valores orçados e valores reais e análises de suas variações.

Dessa forma, pode-se concluir que a Contabilidade Gerencial é uma ferramenta útil e importante no planejamento e controle.

Resumo da lição

Nesta lição foi abordada a contabilidade como instrumento gerencial. Apresentamos as deficiências gerenciais das demonstrações financeiras legais, a visão das informações contábeis, os relatórios financeiros a valores históricos e atualizados.

Abordamos, também, as características da informação contábil gerencial e as funções da contabilidade gerencial relacionadas ao planejamento e ao controle.

Contabilidade Divisional

Nesta lição, você conhecerá que a Contabilidade Setorial e por Divisão tem como principal característica ser um sistema de gerenciamento flexível e que depende da visão que a empresa tem dos seus negócios.

Contabilidade por Responsabilidade

A contabilidade por responsabilidade é um sistema que reconhece vários centros de responsabilidade em toda a organização e que reflete os planos e os atos de cada um desses centros, associando determinadas receitas e custos ao que tenha a responsabilidade pertinente. (HORNGREN, 2000, p. 188).

Finalidades da Contabilidade por Responsabilidade

Uma das principais finalidades da Contabilidade por Responsabilidade é controlar e avaliar o desempenho dos gestores das divisões e desenvolver a motivação gerencial. A contabilidade por área de responsabilidade exigirá uma perfeita identificação dos níveis de responsabilidade e autoridade, sendo preciso identificar os custos controláveis e não controláveis.

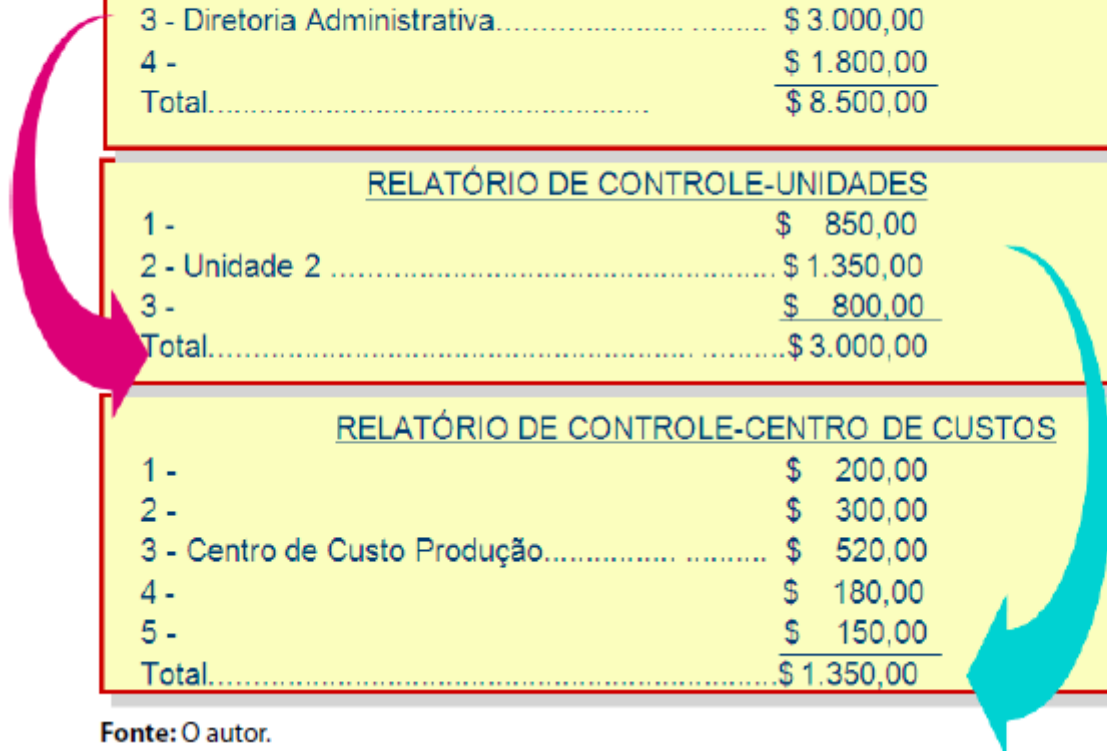
Não basta apenas implantar um sistema de custos que aproprie custos por departamentos ou centros de custos, responsabilizando pessoas pela ocorrência destes. Antes, é necessário avaliar até que ponto os envolvidos nesses centros são realmente responsáveis pelos custos incorridos.

Figura 1 – Exemplo de Relatório Mensal de Responsabilidade do Presidente.

<u>RELATÓRIO DE CONTROLE-DIRETORIA</u>	
1 -	\$ 2.200,00
2 -	\$ 1.500,00
3 - Diretoria Administrativa.....	\$ 3.000,00
4 -	\$ 1.800,00
Total.....	\$ 8.500,00

<u>RELATÓRIO DE CONTROLE-UNIDADES</u>	
1 -	\$ 850,00
2 - Unidade 2	\$ 1.350,00
3 -	\$ 800,00
Total.....	\$ 3.000,00

<u>RELATÓRIO DE CONTROLE-CENTRO DE CUSTOS</u>	
1 -	\$ 200,00
2 -	\$ 300,00
3 - Centro de Custo Produção.....	\$ 520,00
4 -	\$ 180,00
5 -	\$ 150,00
Total.....	\$ 1.350,00



Fonte: O autor.

Saiba mais

Custeio por responsabilidade é a separação dos custos incorridos pelos diferentes níveis de responsabilidade.

Não é uma outra maneira de se custearem produtos, mas uma forma de, dentro do sistema de custos, proceder-se a uma divisão deles não em função de produtos, mas de departamentos e, dentro destes, com sua divisão em controláveis e não controláveis pelo chefe.

Custos Controláveis e Não Controláveis

Custos Controláveis são aqueles que estão sob o controle e responsabilidade de uma pessoa em um determinado nível na empresa, e os Não Controláveis são aqueles que estão sob o controle e responsabilidade de uma pessoa em nível superior na empresa. A classificação dos custos em controláveis e não controláveis é básica para o estabelecimento do sistema de Custos por Responsabilidade. Pode-se dizer que todos os custos da empresa são controláveis em algum nível gerencial.

Objetivos da Contabilidade por Responsabilidade

A Contabilidade Setorial por Divisão, por Produto ou por Linha de Produto é um sistema de gerenciamento flexível que pode ser, ainda, mais segmentado dependendo da visão que a empresa tem dos seus negócios.

Os objetivos da contabilidade por área de responsabilidade são subdivididos em cinco itens:

1. definir as decisões e os planos em termos de pessoal necessário para executá-los;
2. comunicar as decisões e os planos em termos financeiros;
3. motivar gerentes e supervisores para o bom desempenho de suas atividades;
4. avaliar os resultados do desempenho real em relação aos

planos;

5. recompensar as pessoas pelo desempenho satisfatório.

Departamentalização

A Contabilidade de custos utiliza-se da Departamentalização para apropriar, de uma maneira mais justa, os custos indiretos de fabricação aos produtos.

A Departamentalização permite, por meio de um controle mais acurado dos custos indiretos, a determinação mais precisa dos custos de serviços e produtos; além disso, podem-se usar taxas diferentes de custos indiretos departamentais para se apropriarem os custos indiretos de produção.

Dicionário

Acurado: Diz-se daquilo feito com capricho; esmero; aprimorado.

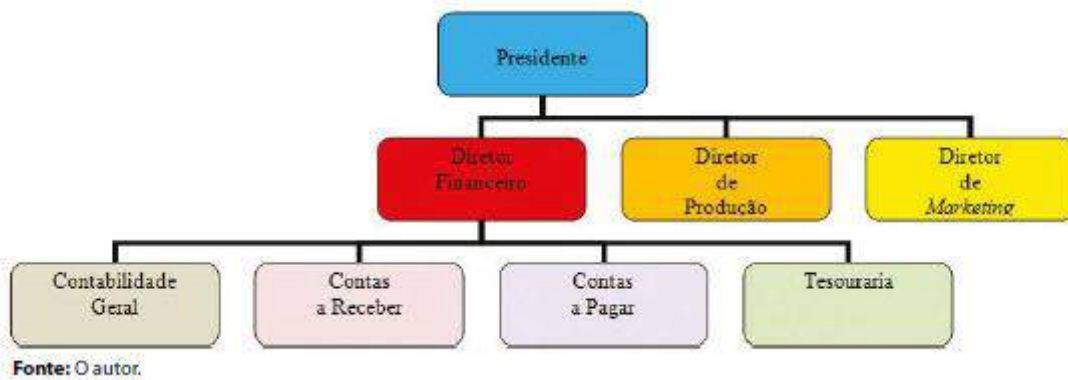
Conceito

“Departamento é a unidade mínima administrativa para a Contabilidade de Custos, representada por homens e máquinas (na maioria dos casos), que desenvolvem atividades homogêneas.” (MARTINS, 2003, p. 65).

Característica

Na Departamentalização existe sempre a figura de um responsável para cada departamento.

Figura 2 — Exemplo de departamentalização.



Centros de Custos

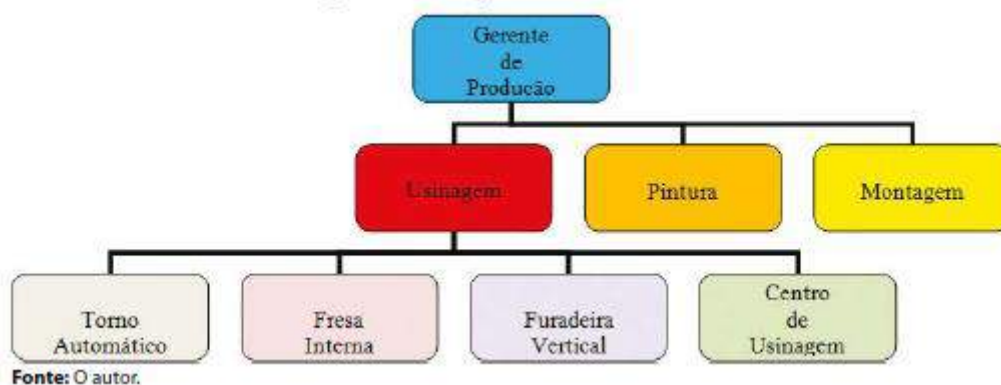
Conceito

“É o menor segmento de atividade ou área de responsabilidade para o qual se acumulam custos.” (HORNGREN, 2000, p. 188).

Características

Um centro de custos pode ser simultaneamente um departamento. Os centros de custos são responsáveis apenas pela acumulação dos custos.

Figura 3 – Exemplo de centros de custos.



Atenção

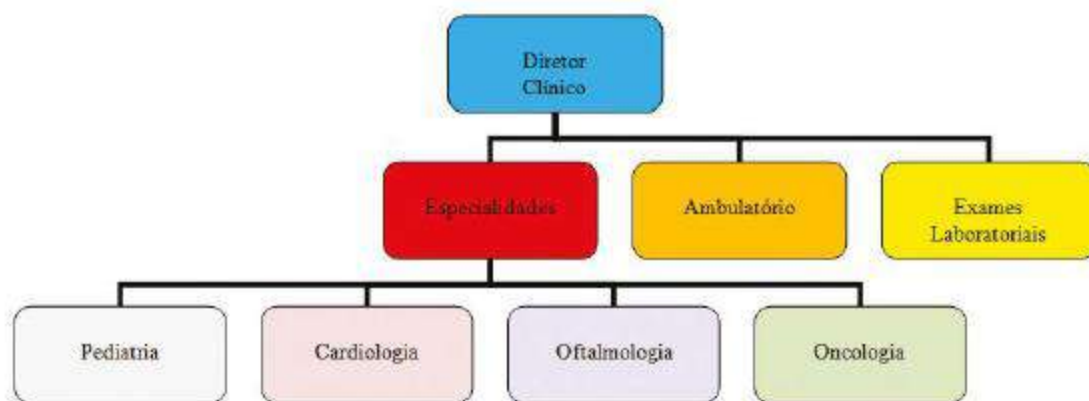
Todo departamento é centro de custos, porém nem todos os

centros de custos são departamentos. A diferença está na condição de que, no departamento, por sua característica, é obrigatória a presença de uma pessoa responsável, enquanto no centro de custos não existe essa obrigatoriedade, podendo o centro de custo ser representado por uma máquina ou um equipamento, por exemplo.

Centros de Lucros

É um segmento de uma empresa, comumente chamado de divisão, responsável tanto por receitas quanto por despesas. Os centros de lucros são responsáveis, portanto, pelos resultados.

Figura 4 – Exemplo de centros de lucros.

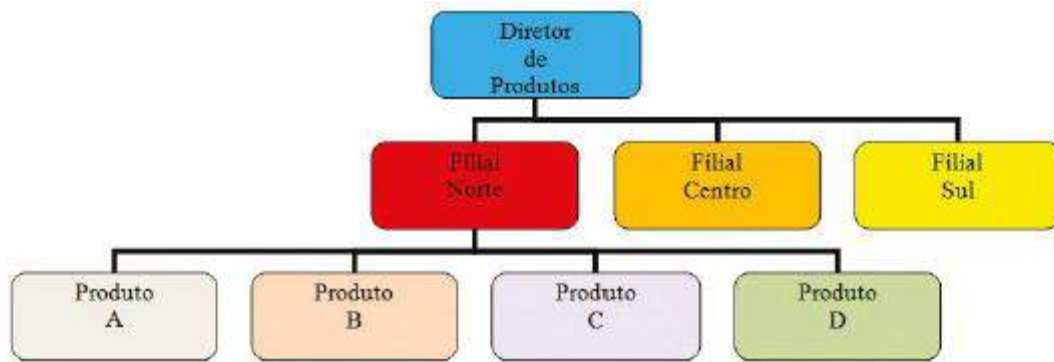


Fonte: O autor.

Centros de Investimentos

O centro de investimento é um centro de lucro, cuja análise de desempenho não é medida apenas sobre o resultado obtido entre as receitas e despesas, levando-se em conta também o capital investido (investimento realizado).

Figura 5 – Exemplo de centros de investimentos.



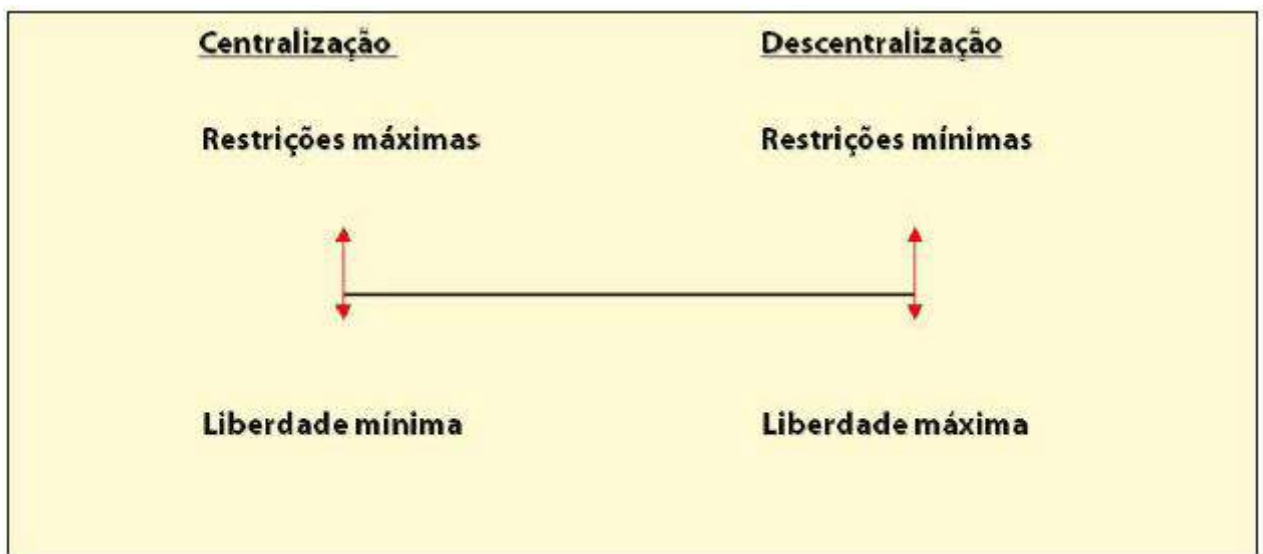
Fonte: O autor.

Descentralização

Os administradores “gozam” de status mais elevados com a independência, ficando, assim, mais motivados.

Características

Liberdade de tomar decisões.



Vantagens

Os escalões inferiores conhecem melhor as condições locais e podem tomar decisões mais acertadas que seus supervisores.

Os administradores adquirem a capacidade de tomar decisões e

outras habilidades que ajudam sua ascensão na empresa.

Desvantagens

Os administradores podem tomar decisões disfuncionais. Isolamentos das unidades implicam perder o contato com os fatos que importam. Os administradores tendem a duplicar serviços centrais (contabilidade, pessoal etc.). Os custos de processamento de informações quase sempre aumentam.

Preços de Transferência

O preço de transferência pode ser utilizado tanto em âmbito interno, entre departamentos de uma mesma organização, quanto externamente, entre partes relacionadas, situadas ou não em diferentes países. Em ambas as situações, os objetivos básicos da organização referem-se à maximização de seus resultados globais e à avaliação de desempenho das diferentes unidades.

À medida que as empresas crescem, desenvolvem-se ou passam por processos de reestruturação, é comum e, por vezes, estrategicamente necessário que haja descentralização interna por regiões geográficas, segmentos, mercados, canais de distribuição, entre outros.

Conceito de Preços de Transferência

Preços de Transferência são os preços que uma empresa pratica quando transfere bens (físicos e intangíveis) ou provê serviços para suas empresas associadas.

O termo *transfer pricing*, ou preço de transferência, é “o preço que uma subunidade (segmento, departamento, divisão, etc.) de uma organização cobra pelo produto ou serviço fornecido a outra da mesma organização.” (HORNGREN; FOSTER; DATAR, 2000, p. 639).

Em razão das circunstâncias peculiares existentes nas operações realizadas entre empresas vinculadas, esse preço pode ser artificialmente estipulado e, conseqüentemente, divergir do preço

de mercado negociado por empresas independentes, em condições análogas.

A Natureza dos Preços de Transferência

Para Horngren (2000, p. 220), “preços de transferência são associados a bens ou serviços trocados entre as subunidades de uma organização.”

Na maioria das vezes, o termo é associado a materiais, peças ou produtos acabados. Em um sentido mais básico, toda alocação de custos é uma forma de preços de transferência, embora a maneira de se alocar o custo do departamento de pessoal às subunidades de um hospital, por exemplo, seja chamada de um problema de alocação de custos, e não de um problema de preços de transferência.

Métodos de Estabelecer Preços de Transferência

As organizações resolvem seus problemas usando preços de mercado para algumas transferências, custos-padrão para outras transferências, preços negociados para outras e assim por diante. Portanto, não se deve esperar uma única forma e universalmente válida na área de preços de transferência.

Segundo Atkinson et al. (2000, p. 613), as empresas adotam um entre quatro métodos diferentes para determinar o preço de transferência: baseado no mercado, baseado em custos, negociado e administrado.

Transferências pelo custo

O preço de transferência baseado em custo só deve ser usado quando não existir mercado intermediário ou quando for muito custoso obter os preços de mercado.

Transferência pelo custo efetivo

Esse método pressupõe a determinação do preço em função dos custos efetivamente suportados para produzir o produto ou serviço. Existem defensores de que um preço de transferência

interno baseado no custo real não deva ser utilizado em nenhum caso, pois não avalia justamente os gestores, nem os motiva para a utilização de serviços ou produtos internos, o que é contrário aos princípios da gestão e aos interesses da empresa. Esse método não dá à subunidade compradora uma base para o planejamento e, o mais importante, não dá à divisão fornecedora o devido estímulo para controlar seus custos. As ineficiências são transferidas para a divisão compradora.

Transferências pelo custo-padrão

Esse método de estabelecer o preço de transferência baseado em custo-padrão é menos problemático que o custo real, porém com a possibilidade de conter riscos semelhantes. Se os padrões forem construídos buscando realmente os custos que deveriam ser em condições de competitividade externa, pelo menos esse método poderá medir a eficiência operacional da unidade fornecedora.

“A recomendação geral de usar custos orçados ou padrão em vez de efetivos se aplica a todas as formas de alocação de custos, seja ela chamada de preço de transferência, realocação de custos ou de qualquer outra coisa.” (HORNEGREN, 2000, p. 221).

Transferência pelo custo-padrão mais margem

Os preços de mercado não são usados em situações em que eles não existam ou que não possam ser aplicados ou, ainda, em que sejam impossíveis de serem determinados. São exemplos os produtos especializados ou os mercados, que, por serem tão limitados ou dispersos, impedem a determinação de um preço digno de confiança. Para esses casos, recomenda-se a fixação de preços de transferências com margem sobre o custo-padrão.

Esse método tem a vantagem de criar um espírito mais empresarial entre os centros fornecedores e compradores. No entanto, a sua aplicação é prejudicada pela dificuldade de identificar a maneira mais adequada para estabelecer a margem.

A base percentagem sobre o custo é a mais simples e mais largamente

usada. No entanto, normalmente, quando essa base é usada, não é levado em conta o capital aplicado.

A base percentagem sobre o investimento é conceitualmente melhor. Na prática, pode haver dificuldades para calcular o investimento ligado a determinado produto. A solução conceitual é basear a margem de lucro no valor do investimento que seria necessário para que os centros de lucro compradores fossem centros produtores. O investimento é calculado como um “valor-padrão”, no qual o ativo imobilizado e os estoques são avaliados a custo de reposição.

Transferências pelo preço de mercado

Esse método de preços de transferência é ideal por ter como base um preço normal de mercado, de um produto idêntico àquele que está sendo transferido, refletindo, assim, as mesmas condições do produto ao qual se aplica o preço de transferência.

O preço de mercado para a determinação dos preços de transferência é recomendado e deve ser aplicado quando uma empresa tem centros de lucro. Essa prática permitirá aos compradores e aos vendedores manter-se, sistematicamente, a par de suas oportunidades internas e externas, e os problemas de congruência de objetivos, incentivo e autonomia serão reduzidos ao mínimo.

Transferências pelo preço negociado

Por esse modelo, as unidades podem pesquisar no mercado o preço do produto ou serviço em questão e compará-lo com os preços internos, ou seja, a unidade consumidora tem a total liberdade para decidir comprar no mercado ou comprar da unidade fornecedora. Dessa forma, a unidade consumidora pode negociar e chegar, em comum acordo, sobre o preço de transferência a ser utilizado.

Em determinadas situações, alguns custos de expedição ou de comercialização podem ser evitados pela divisão fornecedora, transferindo produtos/serviços para outra divisão, em vez de vendê-los no mercado. Essas economias são, geralmente,

deduzidas quando se acerta o preço de transferência.

Na ausência de preços de mercado, algumas empresas permitem às unidades envolvidas na compra e venda dos produtos ou serviços negociar os preços de transferência. Entretanto, o preço de transferência negociado e as decisões de produção podem refletir as habilidades relativas da negociação de ambas as partes, em vez de considerações econômicas. Deve existir um mecanismo que facilite o entendimento para negociar entre as unidades, sem necessidade de interferência da administração central.

A escolha do preço de transferência deverá refletir a lucratividade das unidades envolvidas e, sobretudo, a obtenção de um melhor resultado para a empresa.

Transferências pelo preço administrado

Em grandes empresas, geralmente as unidades e seus diversos ramos de negócios negociam preços de transferência entre si. As unidades devem saber as regras básicas das negociações dos preços de transferência. Assim, os preços de transferência não precisam ser fixados pela administração central.

Uma das razões para isso é que a principal função do gerenciamento de linha é estabelecer preços de venda e realizar compras satisfatórias. Outra razão é o fato de que elas têm as melhores informações a respeito do mercado e dos custos, estando, assim, mais capacitadas para alcançar preços razoáveis. Se forem observadas as regras e existirem fontes externas e mercados, não há necessidade de cumprimento de outros procedimentos administrativos.

O preço de transferência administrado, inevitavelmente, gera subsídios entre os centros de responsabilidade e pode promover um efeito motivacional negativo, se o responsável por um dos centros acreditar que as regras aplicadas sejam injustas.

Frequentemente, mesmo com regras específicas, há casos em que os preços arbitrados não satisfazem nem aos compradores, nem aos vendedores, e as unidades não conseguem chegar a

um acordo para estabelecer preços de transferência. Esses desacordos devem ser evitados ao máximo, pois, normalmente, tomam muito tempo das gerências e dos executivos da matriz. Cabe a um alto executivo da matriz ou do grupo resolver o impasse.

Diferença entre os Métodos (Exemplo Numérico)

Tomamos como exemplo uma empresa com três divisões: produtora, montadora e distribuidora.

a) **Produtora:** Divisão Alfa adquire as matérias-primas e componentes, processa e transfere os itens em kits A, B, C e D para a montadora, Divisão Beta.

b) **Montadora:** Divisão Beta recebe os itens processados pela Divisão Alfa, monta-os e transfere os produtos acabados para a distribuidora, Divisão Delta.

c) **Distribuidora:** Divisão Delta recebe os produtos acabados transferidos pela Divisão Beta e vende-os aos clientes finais.

Em nosso exemplo numérico, adotamos o método de preço de transferência com base nos custos efetivos (real) para, no segundo momento, desenvolvê-lo pelo método de preço de transferência com base no preço de mercado, para em seguida compará-los e apresentar as vantagens e desvantagens dos dois métodos. Os resultados e as diferenças apresentados pelo exemplo exposto repetem-se para os demais métodos, considerando suas particularidades de vantagens e desvantagens.

Método de Preço de Transferência pelo Custo Efetivo (real)

Por esse método, os produtos e serviços são transferidos pelo valor dos custos reais incorridos em cada processo de produção, conforme demonstrado nas tabelas abaixo:

A Tabela 1 apresenta os custos incorridos na Divisão Alfa para produzir os kits A, B, C e D e os preços de transferência destes para a Divisão Beta.

Tabela 1 – Divisão Alfa – Preço de Transferência com base no custo efetivo.

DIVISÃO ALFA - PREÇO DE TRANSFERÊNCIA COM BASE NO CUSTO EFETIVO			
ALFA PRODUTORA	Valor de de Compra	Custo adicionado na produção	Custo real de produção
ITENS	\$	\$	\$
1. Kit A	2.510,00	125,00	2.635,00
2. Kit B	2.742,00	323,00	3.065,00
3. Kit C	525,00	85,00	610,00
4. Kit D	636,00	104,00	740,00
Custo total	6.413,00	637,00	7.050,00
Preço de transferência			7.050,00
Resultado para negócio Divisão Alfa			-

A Tabela 2 apresenta os valores dos preços de transferência recebidos da Divisão Alfa, para cada kit, e os custos adicionados para montar os kits A, B, C e D, base para a determinação dos preços de transferência, para a Divisão Delta.

Tabela 2 – Divisão Beta – Preço de transferência com base no custo efetivo.

BETA MONTADORA	Valor de de Compra	Custos adicionado na montagem	Custo real de produção
PRODUTOS	\$	\$	\$
1. Produto A	2.635,00	340,00	2.975,00
2. Produto B	3.065,00	970,00	4.035,00
3. Produto C	610,00	47,00	657,00
4. Produto D	740,00	93,00	833,00
Custo total	7.050,00	1.450,00	8.500,00
Preço de transferência			8.500,00
Resultado para negócio Divisão Beta			*

A Tabela 3 apresenta os valores dos preços de transferência recebidos da Divisão Beta para cada kit e os preços de venda sem impostos dos kits A, B, C e D, praticados no mercado pela Divisão Delta, para venda aos clientes finais.

Tabela 3 – Divisão Delta.

DELTA DISTRIBUIDORA	Valor de de Compra	Custos adicionado na distribuição	Custo real de produção	Preço Final Praticado Cliente
PRODUTOS	\$	\$	\$	\$
1. Produto A	2.975,00	-	2.975,00	4.600,00
2. Produto B	4.035,00	-	4.035,00	6.100,00
3. Produto C	657,00	-	657,00	2.700,00
4. Produto D	833,00	-	833,00	2.900,00
Custo total	8.500,00	-	8.500,00	16.300,00
Preço de transferência				8.500,00
Resultado Bruto Global				7.800,00

A Tabela 4 apresenta a demonstração de resultados das divisões tomando-se como base o preço de venda sem impostos (100%) adicionando-se os impostos sobre vendas como segue:

ICMS	18,00%
PIS	1,65%
COFINS	7,60%
	27,25%

Participação do preço de venda sem impostos =

100,00%
- 27,25%
72,75%

Índice sobre o Preço de venda sem impostos

$$\frac{100,00\%}{72,75\%} = 1,3746$$

$$\text{\$ } 16.300,00 \times 1,3736 = \text{\$ } 22.405,50$$

Considerando-se que as despesas comerciais e administrativas representam 12% e 6%, respectivamente.

Tabela 4 – Demonstração de Resultados das divisões – preço de transferência – base custos efetivos.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DAS DIVISÕES - PREÇO DE TRANSFERÊNCIA - BASE CUSTOS EFETIVOS				
Conta	Divisão Alfa	Divisão Beta	Divisão Delta	Participação em %
- Venda de Mercadorias	-	-	22.405,50	137,46%
(-) ICMS 18 %	-	-	4.032,99	24,74%
(-) PIS 1,65%	-	-	369,69	2,27%
(-) COFINS 7,60%	-	-	1.702,82	10,45%
= Preço Líquido de Vendas	-	-	16.300,00	100,00%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	-	-	8.500,00	52,1%
= Lucro Bruto	-	-	7.800,00	47,85%
= Preço transf. valor de mercado	7.050,00	8.500,00	-	0,00%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	7.050,00	8.500,00	-	0,00%
= Lucro Bruto Negócio Divisão Alfa	-	-	-	0,00%
= Lucro Bruto Negócio Divisão Beta	-	-	-	0,00%
(-) Despesas Comerciais	-	-	1.956,00	12,00%
(-) Despesas Administrativas	-	-	978,00	6,00%
= Lucro Líquido acumulado antes do IR/CSLL	-	-	4.866,00	29,85%

Por esse método, o lucro líquido antes do IR e CSLL da empresa ficou todo na divisão de distribuição Delta.

Método de preço de transferência com base no preço de mercado

Por esse método, os produtos e serviços são transferidos pelo valor no mercado para cada kit, em cada divisão, conforme demonstrado em cada uma das tabelas a seguir.

A Tabela 5 apresenta os custos incorridos na Divisão Alfa para produzir os kits A, B, C e D e os preços de transferência para a Divisão Beta, com base no valor de mercado.

Tabela 5 – Divisão Alfa – Preço de transferência com base no preço de mercado.

DIVISÃO ALFA - PREÇO DE TRANSFERÊNCIA COM BASE NO PREÇO DE MERCADO				
ALFA PRODUTORA	Valor de de Compra	Custo adicionado na produção	Custo real de produção	Preço de Venda no mercado
ITENS	\$	\$	\$	\$
1. Kit A	2.510,00	125,00	2.635,00	3.360,00
2. Kit B	2.742,00	323,00	3.065,00	3.930,00
3. Kit C	525,00	85,00	610,00	853,00
4. Kit D	636,00	104,00	740,00	907,00
Custo total	6.413,00	637,00	7.050,00	9.050,00
Preço de transferência				7.050,00
Resultado para negócio Divisão Alfa				2.000,00

A Tabela 6 apresenta os valores dos preços de transferência recebidos da Divisão Alfa, para cada *kit*, e os custos adicionados para montar os *kits* A, B, C e D e os preços de transferência para a Divisão Delta, com base no valor de mercado de cada *kit*.

Tabela 6 – Divisão Beta – Preço de transferência com base no preço de mercado.

DIVISÃO BETA- PREÇO DE TRANSFERÊNCIA COM BASE NO PREÇO DE MERCADO				
BETA MONTADORA	Valor de de Compra	Custo adicionado na produção	Custo real de produção	Preço de Venda no mercado
ITENS	\$	\$	\$	\$
1. Produto A	3.360,00	340,00	3.700,00	4.130,00
2. Produto B	3.930,00	970,00	4.900,00	5.400,00
3. Produto C	853,00	47,00	900,00	1.246,00
4. Produto D	907,00	93,00	1.000,00	1.364,00
Custo total	9.050,00	1.450,00	10.500,00	12.140,00
Preço de transferência				10.500,00
Resultado para negócio Divisão Beta				1.640,00

A Tabela 7 apresenta os valores dos preços de transferência recebidos da Divisão Beta, para cada *kit*, e os preços de venda sem impostos dos *kits* A, B, C e D praticados no mercado pela Divisão Delta, para venda aos clientes finais.

Tabela 7 – Divisão Delta.

DIVISÃO DELTA				
DELTA DISTRIBUIDORA	Valor de de Compra	Custos adicionado na produção	Custo real de produção	Preço Final Praticado Cliente
ITENS	\$	\$	\$	\$
1. Produto A	4.130,00	-	4.130,00	4.600,00
2. Produto B	5.400,00	-	5.400,00	6.100,00
3. Produto C	1.246,00	-	1.246,00	2.700,00
4. Produto D	1.364,00	-	1.364,00	2.900,00
Custo total	12.140,00	-	12.140,00	16.300,00
Preço de transferência				12.140,00
Resultado Bruto Global				4.160,00

A Tabela 8 apresenta a demonstração de resultados das divisões tomando-se como base o preço de venda sem impostos (100%)

adicionando-se os impostos sobre vendas conforme cálculos apresentados antes na Tabela 4.

A seguir, é apresentada uma tabela demonstrando os resultados de cada divisão, justificando a vantagem desse método sobre o método do custo efetivo (real).

Tabela 8 – Demonstração de resultado das divisões – preço de transferência – base no preço de mercado.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DAS DIVISÕES - PREÇO DE TRANSFERÊNCIA - BASE NO PREÇO DE MERCADO				
Conta	Divisão Alfa	Divisão Beta	Divisão Beta Distribuição	Participação em %
- Venda de Mercadorias	-	-	22.405,50	137,46%
(-) ICMS 18 %	-	-	4.032,99	24,74%
(-) PIS 1,65%	-	-	369,69	2,27%
(-) COFINS 7,60%	-	-	1.702,82	10,45%
= Preço Líquido de Vendas	-	-	16.300,00	100,00%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	-	-	12.140,00	74,5%
= Lucro Bruto	-	-	4.160,00	25,52%
= Preço transf. valor de mercado	9.050,00	12.140,00	-	0,00%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	7.050,00	10.500,00	-	0,00%
= Lucro Bruto Negócio Divisão Alfa	2.000,00			12,27%
= Lucro Bruto Negócio Divisão Beta		1.640,00		10,06%
(-) Despesas Comerciais	-	-	1.956,00	12,00%
(-) Despesas Administrativas	-	-	978,00	6,00%
= Lucro Líquido acumulado antes do IR/CSLL	2.000,00	1.640,00	1.226,00	7,52%

A Tabela 9 apresenta um resumo explicativo dos resultados obtidos nas tabelas anteriores, pelo método de preço de transferência com base no preço de mercado.

Como pode ser verificado, por esse método, cada divisão tem como medida de desempenho a sua participação nos resultados, tornando-o um modelo mais justo, no qual cada responsável é motivado a exercer um controle rígido sobre seus custos.

Preços de Transferência para Importação e Exportação

A partir de 1º de janeiro de 1997, entrou em vigor a Lei nº 9.430/96, de 27 de dezembro de 1996, que estabeleceu as normas que regulam as operações de *Transfer Pricing no Brasil*. O Brasil, a partir dessa data, passou a fazer parte do rol dos países

que controlam os preços nas operações de importação e exportação de bens e serviços, entre empresas do mesmo grupo econômico.

Legislação Brasileira para Preço de Transferência

Em complemento à Lei nº 9.430/97, a Portaria MF nº 95/97 e as Instruções Normativas da Secretaria da Receita Federal – SRF nº 38/97, nº 32/01 e nº 243/02 – também são utilizadas para a normatização do Preço de Transferência, obrigando os contribuintes a adotar uma metodologia de cálculo específica e a manter documentos que comprovem a adequação dos preços praticados nas transações entre partes relacionadas.

Segundo a Receita Federal (2005), o termo “preço de transferência” tem sido utilizado para identificar os controles a que estão sujeitas as operações comerciais ou financeiras realizadas entre partes relacionadas, sediadas em diferentes jurisdições tributárias, ou quando uma das partes está sediada em paraíso fiscal. Em razão das circunstâncias peculiares existentes nas operações realizadas entre essas pessoas, o preço praticado nessas operações pode ser artificialmente estipulado e, conseqüentemente, divergir do preço de mercado negociado por empresas independentes, em condições análogas.

Pessoas vinculadas e interpostas

O conceito de pessoa vinculada torna-se essencial para o estudo do Preço de Transferência. Isso acontece porque as operações realizadas com pessoas domiciliadas no exterior podem gerar evasão de divisas, o que, pela legislação brasileira, deve ser tributada.

Para definir “Pessoas Vinculadas”, o artigo 23 da Lei nº 9430/96 e o artigo 2º da IN/SRF nº 38/97 contêm dez itens e diversos parágrafos, que resultam em cerca de 25 hipóteses de caracterização de partes relacionadas.

Saiba mais

Segundo o comentário de Rosseto (1998, p. 3), “os preços de referência devem ser calculados em bases anuais, exceto nas hipóteses de início e encerramento de atividades e de suspeita de fraudes, conforme Art. 40 da IN/SRF nº 38/97. Conforme o Art. 18 da Lei nº 9.430/96, na hipótese de utilização de mais de um método, será considerado dedutível o maior valor apurado, até o valor constante do documento de importação ou aquisição. A parcela dos custos que exceder ao valor resultante do método escolhido deverá ser adicionada ao lucro líquido, na determinação do lucro real.”

Preço de transferência nas operações de importação

A legislação de Preço de Transferência estabelece quatro métodos para apuração dos custos e despesas com as importações, como segue:

- a) Método dos Preços Independentes Comparados (PIC).
- b) Método do Preço de Revenda menos o Lucro (PRL) com margem de lucro de 20% (vinte por cento).
- c) Método do Preço de Revenda menos o Lucro (PRL) com margem de lucro de 60% (sessenta por cento).
- d) Método do Custo de Produção mais Lucro (CPL).

Método dos preços independentes comparados (PIC)

De acordo com a IN SRF nº 243/02, esse método é a média aritmética dos preços de bens, serviços e direitos, idênticos ou similares, apurados no mercado brasileiro ou em outros países, em operações de compra e venda, em condições semelhantes de pagamento.

Os preços desses bens, serviços ou direitos serão comparados com aqueles que:

- a) foram vendidos pela mesma empresa exportadora, não vinculada, residente ou não;
- b) foram adquiridos pela mesma empresa importadora, não vinculada, residente ou não;
- c) em operações de compra e venda entre Pessoas Jurídicas, não vinculadas, residentes ou não.

São aspectos fundamentais do método PIC: obter dados de fornecedores ou concorrentes e comparar os preços com empresas não vinculadas e independentes, utilizando a média do Brasi ou de outros países. Além disso, o preço e os ajustes poderão variar de acordo com o ramo do negócio e a legislação específica. Apesar de parecer um método de fácil aplicação, pode apresentar algumas dificuldades.

Em algumas situações específicas, esse método é de difícil aplicação devido à inexistência de produtos idênticos e similares à venda no mercado. É o caso de aquisições pelas empresas vinculadas localizadas no exterior, dos concentrados de refrigerantes, de produtos considerados agentes ativos dos laboratórios farmacêuticos e outros produtos resultados, muitas vezes, de fórmulas ou processos que seus detentores não pretendam divulgar.

Método do preço de revenda menos lucro (PRL) – margem de 20%

Saiba mais

Comentário apresentado por Rosseto (1998, p. 4) sobre esse método: “Também aplicável apenas na revenda de produtos importados e não podendo ser utilizado no caso de importações de matérias-primas, este método baseia-se na média aritmética ponderada dos preços de revenda dos bens, deduzindo-se: juros nas vendas a prazo, descontos incondicionais, impostos sobre vendas, comissões e corretagens, e margem de lucro de 20% calculada sobre o preço médio de revenda, praticados pela própria empresa com pessoas não vinculadas, excluindo-se os descontos incondicionais.”

Como apurar o Preço de Transferência pelo método PRL 20%:

Sobre o valor adquirido após a exclusão dos descontos e das devoluções será aplicada a Margem de lucro de 20%; em seguida, serão deduzidos:

- a) os impostos e as contribuições incidentes sobre a venda (PIS, COFINS, ICMS, ISS);
- b) comissões e corretagens pagas;
- c) fretes e seguros embutidos na Nota Fiscal de Venda.

Esse método tem sua aplicação facilitada, pois independe da informação passada por terceiros.

Método do preço de revenda menos o lucro (PLR2) – margem de 60%

Método instituído em janeiro de 2000, utilizado por empresas na compra de matéria-prima e produtos intermediários que serão utilizados na produção de bens e produtos acabados. Além da sua aplicabilidade, difere-se do outro método PRL na base de cálculo e na alíquota, mas são considerados praticamente os mesmos critérios.

O PRL2 – 60% tem a mesma facilidade do outro método PRL. No entanto, esse é de uso exclusivo para cálculo de preço parâmetro de matérias-primas ou produtos intermediários.

Sua base de cálculo é diferenciada, já que nesse método todas as deduções possíveis são efetuadas antes da aplicação da margem de lucro de 60%.

Método do custo de produção mais lucro (CPL)

Método utilizado para a importação de bens, direitos e obrigações destinados a imobilização e produção de outros bens. É definido como custo médio de produção dos bens, serviços ou direitos, idênticos ou similares, nos países originários, acrescido dos impostos do país incidentes sobre a exportação. Sobre o custo

apurado incide uma Margem de Lucro de 20%.

De acordo com a IN nº 243/02, poderão ser computados como parte integrante do custo:

- a) custo de qualquer bem, serviço ou direito aplicado ou consumido na produção;
- b) além das matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem;
- c) o custo com salários e encargos sociais exigidos na legislação do país;
- d) custos de locação, manutenção e reparo;
- e) os encargos de depreciação, amortização ou exaustão dos bens, serviços e direitos aplicados na produção;
- f) perdas e quebras razoáveis.

Esse método tem sua aplicação inviável, pois para sua realização seria necessário o conhecimento de custos.

Preços de Transferência na Exportação

Nas exportações, os critérios não são muitos diferentes dos utilizados nas importações. Da mesma forma, permite aos contribuintes escolher o método que melhor benefício lhes proporcionar. Uma distinção é feita entre exportações para clientes atacadistas e varejistas. Assim, à determinação dos preços de referência das exportações são utilizados os mesmos parâmetros que nas importações. Na prática, pode-se afirmar que também existem três métodos de determinação de preços de referência nas exportações, sintetizados a seguir.

Preços de venda nas exportações (PVEx)

Na sua determinação, devem ser considerados, em um mesmo período de apuração e para compradores não vinculados, em condições negociais semelhantes:

- preço médio das próprias exportações;
- preço médio das exportações de outros clientes.

Comparando-se os critérios do “PIC” com os do “PVEx”, verifica-se a inexistência de diferenças substanciais entre eles, podendo-se afirmar que seriam passíveis de consolidação (ROSSETO, 1998).

Preço de Venda no Atacado no País de Destino, Diminuído do Lucro (PVA)

Da mesma forma, esse método está calcado nos mesmos critérios do “PRL” para as importações, com o preço de referência sendo resumidamente calculado como segue (ROSSETO, 1998, p. 5):

- média dos preços por atacado; menos
- tributos incluídos no preço; menos
- margem de lucro de 15% sobre o preço bruto de venda.

Preço de venda a varejo no país de destino, diminuído do lucro (PVV)

Essa metodologia de cálculo do preço de referência difere da anterior somente no percentual de margem de lucro, que passa de 15% para 30%, provavelmente devido às maiores despesas que um cliente varejista incorre na distribuição do produto ao consumidor final, o que justificaria a diferença de percentual entre varejistas e atacadistas (Caderno de Estudos, São Paulo, FIECAFI, v.10, n.17, p.79-85, janeiro/abril 1998).

Método do custo de aquisição produção mais tributos e lucro (CAP)

As características básicas desse método equiparam-se às do CPL usado para as importações, devendo ser levado em consideração:

- custo médio de produção própria;
- tributos incidentes na exportação;
- crédito presumido do IPI (ressarcimento do Cofins/PIS);
- margem de lucro de 15% sobre o custo médio mais tributos.

Uma interpretação “prática” dessa metodologia seria a de que o governo, nessa fase inicial de vigência da atual legislação e dentro de um esforço de incremento das exportações, permitisse vários “graus de liberdade” para os exportadores, desde que os preços de venda praticados gerem renda tributável, no Brasil, sobre a margem de 15% aplicada sobre o custo médio dos produtos (ROSSETO, 1998).

Resumo da lição

Nesta lição, foram abordados: a contabilidade por responsabilidade, suas finalidades e objetivos, a departamentalização da empresa, os conceitos de departamentos, centros de custos, centros de lucros e centros de investimentos.

Também foram abordados os aspectos sobre a descentralização e as metodologias de cálculos de preços de transferências.

Evolução da Contabilidade de Custos

Nas últimas décadas, desenvolveram-se modernas técnicas de administração, e as informações de custo passaram a apoiar a Administração em suas funções de planejamento, controle e tomada de decisões. A Contabilidade de Custos, cada vez mais, passou a responsabilizar-se pela análise e interpretação das informações quantitativas, a fim de fornecer à administração instrumentos para a gerência da organização.

O desenvolvimento em paralelo da pesquisa operacional e da computação eletrônica, assim como o emprego de técnicas estatísticas e matemáticas mais sofisticadas, tem contribuído para que as informações sejam prestadas mais rapidamente e para que problemas antes considerados, de certo modo, difíceis sejam mais facilmente resolvidos.

Em resumo, observamos que a Contabilidade de Custos nasceu da Contabilidade Financeira na época da Revolução Industrial, e a sua principal função era, então, a de registrar os custos que capacitavam o Contador a avaliar os inventários (em consequência, determinar mais corretamente as receitas e levantar os balanços), e não a de fazer dela um instrumento da administração. Essa visão por parte dos usuários é recente, e, por essa razão, ainda há muito a ser desenvolvido. Dessa forma, quando desejamos desenvolver o seu potencial de controle e de auxílio à tomada de decisões, necessitamos imprimir-lhe certas adaptações concernentes ao estudo da Contabilidade Gerencial.

Concernente: adj. Relativo, referente. Principais sinônimos de concernente:

1. atinente, relativo, tocante.

Outros possíveis sinônimos de concernente:

2. respectivo.

Terminologias Utilizadas na Contabilidade de Custos

Algumas confusões não podem ser feitas com terminologias, tais como: gastos, investimentos, despesas, desembolso, perdas, custos etc.

Gastos: são os sacrifícios econômicos e financeiros que a empresa faz para produzir bens ou serviços, sacrifícios esses representados por promessas e/ou entregas de ativos ou serviços.

Investimentos: são gastos ativados em função de sua vida útil e/ou para posterior consumo e que gerarão receitas futuras, classificados como custos ou despesas.

Custos: são os gastos em bens e/ou serviços consumidos no processo produtivo.

Despesas: são gastos consumidos para gerar receitas.

Desembolso: são gastos em bens ou serviços representados por saídas de caixa.

Perdas: são gastos involuntários.

Saiba mais

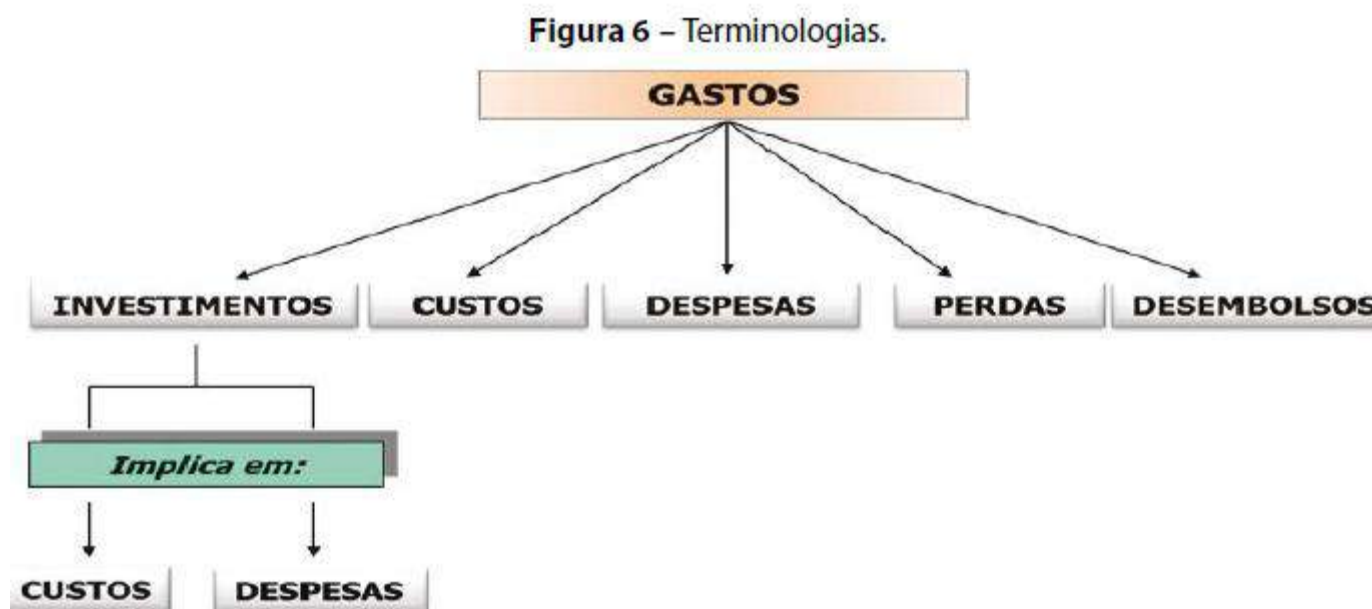
IBRACON – Definição de Custos

De acordo com a NPC 2 do IBRACON, “custo é a soma dos gastos incorridos e necessários para a aquisição, conversão e outros procedimentos necessários para trazer os estoques à sua condição e localização atuais, e compreende todos os gastos incorridos na sua aquisição ou produção, de modo a colocá-los

em condições de serem vendidos, transformados, utilizados na elaboração de produtos ou na prestação de serviços que façam parte do objeto social da entidade, ou realizados de qualquer outra forma.”

Atenção

Todo processo produtivo pode gerar restos decorrentes da atividade desenvolvida, de forma previsível. Estes são considerados normais à atividade, portanto devem englobar o custo do produto fabricado. Por isso, tais perdas são custos. Exemplo: Perdas de material por evaporação ou consumo no processo produtivo.



Classificação	dos	Custos
Quanto	ao	Objetivo

Quanto ao objetivo, os custos são classificados em Diretos e Indiretos.



Custos Diretos: são aqueles que podem ser medidos (mensurados) e apropriados diretamente ao objetivo que está sendo estudado (produto/serviço), sem a necessidade da utilização de alguma base de rateio. São exemplos de custos diretos os materiais diretos e a mão de obra direta.

Custos indiretos: são aqueles que não podem ser medidos (mensurados) ou apropriados diretamente ao objetivo que está sendo estudado (produto/serviço), necessitando para isso de alguma base de rateio. São custos indiretos os materiais indiretos, a mão de obra indireta, energia elétrica etc.

Custo Primário: é formado pela soma dos valores das matérias-primas e da mão de obra direta.

Custo de Transformação: é formado pela soma dos valores da mão de obra direta e dos custos indiretos de produção/serviços.

Custos de Produção/Serviços: é formado pela soma dos totais dos custos diretos e dos custos indiretos de produção/serviços.

Quanto ao Volume

Os custos são classificados em fixos e variáveis.



Custos Variáveis: são gastos cujos totais variam proporcionalmente com o volume de atividade da empresa. Unitariamente são fixos.

Custos Fixos: são gastos de natureza constante que não mantêm proporcionalidade com o volume de atividade da empresa. Unitariamente são variáveis.

Componentes dos Custos

Material Direto: são os custos dos materiais aplicados diretamente aos produtos e/ou serviços que, de alguma forma, podem ser medidos (mensurados).

Matéria-Prima Direta: é o material que sofre transformação no processo produtivo.

Mão de obra Direta: é o custo referente ao pessoal envolvido diretamente no processo de produção e, como tal, pode ser computada ao produto.

Material Indireto: é o material aplicado no processo produtivo que não se consegue identificar no produto. Ex.: lubrificantes, ferramentas de desgastes etc.

Mão de Obra Indireta: é o custo referente ao pessoal envolvido indiretamente no processo de produção e, como tal, somente pode ser computada ao produto por meio de rateio. Ex.: supervisão, inspeção, almoxarifado, controle de qualidade etc.

Outros Custos Indiretos: são gastos necessários no processo produtivo e, como tal, somente podem ser computados ao produto por rateio: força e luz, depreciação de aluguéis, seguro etc.

Classificação das Despesas

Despesas: são gastos em bens e/ou serviços consumidos para gerar receitas, podendo, esses gastos, terem sido efetuados no passado e/ou que serão realizados no futuro, mas que devem ser reconhecidos no seu período de competência.

Despesas Administrativas: são gastos em bens e serviços destinados à administração geral da empresa, decorrentes das funções de Planejamento, Organização e Controle. Ex.: salários e encargos

sociais do pessoal administrativo, materiais de escritório, aluguéis, depreciações, despesas gerais etc.

Despesas Comerciais: São gastos em bens e/ou serviços consumidos com objetivo de colocar as mercadorias ao alcance dos consumidores. Ex.: salários, comissões, prêmios e despesas de viagem de vendedores, de escritório de vendas, de transportes, fretes sobre vendas e mercadorias devolvidas, despesas do departamento de expedição, despesas de propaganda e promoção de vendas, despesas de armazenagem, despesas de crédito e cobrança etc.

Despesas Financeiras: São gastos destinados à remuneração de capital de terceiros utilizados no financiamento de serviços, bens duráveis e/ou no capital de giro próprio. Ex.: financiamento de projetos, sistemas, descontos concedidos sobre vendas, despesas com desconto de títulos, impostos sobre operação financeira, taxas de cobranças, taxas de descontos, juros sobre empréstimos etc.

Resumo da lição

Nesta lição, foram abordadas as questões envolvendo as terminologias utilizadas na contabilidade de custos e foram apresentadas as definições de gastos, investimentos, custos, despesas, perdas e desembolsos. Também foi abordada a forma de classificação dos custos e das despesas.

Formas e Método de Custeamento

Formas de Custeamento

Qualquer que seja o método de custeio e o sistema de custeamento adotado, pode-se, basicamente, acumular custos sob três formas de custeamento.

São elas:

- a) Forma de Custeamento aos Custos Históricos (real);
- b) Forma de Custeamento aos Custos Predeterminados (padrão ou estimado);

c) Forma de Custeamento aos Custos Mistos (combinação de custos históricos e predeterminados).

Custos Históricos

Pela forma de custeamento aos custos Históricos, estes são registrados e sumarizados após sua ocorrência. Assim, os custos dos produtos são determinados após o término das operações de manufatura ou fabricação, comumente, em uma base mensal. Algumas inconveniências são atribuídas a essa forma. Uma delas é a de que, muitas vezes, não se pode esperar encerrar o mês para se conhecerem os custos de produção, e necessita--se fazer estimativas para antecipar esse conhecimento, durante o mês.

Custos Predeterminados

Podem-se superar as desvantagens apresentadas pela forma de custeamento aos custos históricos (reais) por meio da utilização de custos predeterminados.

O uso de custos predeterminados será útil à Contabilidade de Custos na medida em que, tendo-se uma taxa normalizada de custos, pode-se, a qualquer momento, atribuir custos ao produto, sem a necessidade de aguardar o encerramento do período contábil para se conhecerem os custos a serem distribuídos.

Custos Estimados

O mecanismo de contabilização do custo estimado assemelha-se ao mecanismo do custo-padrão, porém seus métodos e utilidades distanciam-se. A forma de custeamento a custos estimados parte da hipótese de que os custos futuros são determinados pela média do passado, e sua finalidade primordial é exercer certo tipo de controle ou comparação com os custos reais incorridos.

Custos-Padrão

A forma de custeamento ao custo-padrão pode ser empregada tanto no Sistema de Custeamento por Ordem de Produção como no de Processo de Produção, assim como ao Método de Custeio

por Absorção ou Variável/Direto. Pode, ainda, ser considerado ou não na contabilidade.

Os padrões de custos têm as seguintes características: “Os padrões contábeis são custos ‘cientificamente’ predeterminados que proporcionam uma base para a medição do desempenho efetivo e não necessitam ser incorporados ao sistema contábil.” (BACKER; JACOBSEN, 1979, p. 210).

Basicamente, podem-se acumular custos sob três formas, que serão descritas a seguir:

Método de Custeamento RKW (Reichskuratorium Für Wirtschaftlichkeit)

Conceito

É o método de custeamento pelo qual todos os custos, sejam diretos ou indiretos, fixos ou variáveis, integram os estoques e que, para fins de resultado, posicionam todos os gastos em nível de produto.

Considerações específicas do custeamento RKW

Para efeito de determinação de resultado, também as despesas do período são computadas em nível de produto, e é nesse ponto que o método RKW diferencia-se do método de custeamento por Absorção. Assim, no método RKW, para efeito de determinação do resultado, são considerados os seguintes componentes:

- a) material direto;
- b) mão de obra direta;
- c) custos indiretos de fabricação (CIF);
- d) despesas administrativas;
- e) despesas comerciais;
- f) despesas financeiras;

g) outras despesas operacionais.

Objetivo do Método de Custeamento RKW

O objetivo básico desse método de custeamento é o de atribuir aos produtos todos os custos e despesas da entidade, de maneira a evidenciar a definição dos preços de vendas dos produtos e/ou serviços.

Conclusões sobre o método de custeamento RKW

Trata-se de um método não muito aceito na atualidade, principalmente no Brasil, devido a imputar aos produtos, para apuração de resultados, gastos tipicamente do período, não ligados ao esforço de produzir, mas de administrar e de vender. Por outro lado, pode ser considerado como método interessante para empresas com constante necessidade de atribuição de preços a seus produtos, sem grandes barreiras fiscais ou de mercado.

Demonstração de resultado pelo método

Demonstração de resultado do exercício (DRE) pelo RKW

RECEITA DE VENDAS

(-) Custo dos Bens ou Serviços (todos os gastos)
(=) LUCRO LÍQUIDO

Esquema gráfico do método

O Esquema gráfico de custeio RKW permite a visualização dos procedimentos adotados pelo método para fins de resultado.

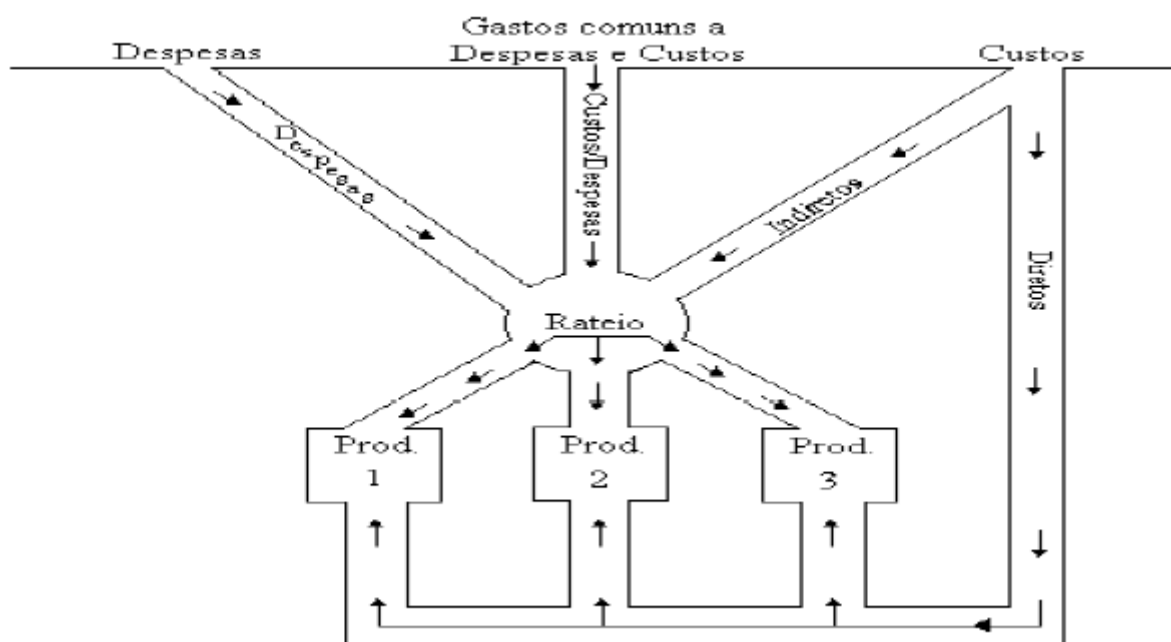


Figura III-01 - Esquema gráfico de custeio R.K.W.

Método de Custeio por Absorção

Conceito

O Método de Custeio por Absorção, também denominado Convencional, Integral ou Pleno, consiste em apropriar aos produtos todos os custos de produção, sejam diretos ou indiretos, fixos ou variáveis. Consequentemente, aos estoques de produtos acabados e em elaboração, fica incorporada uma parte dos custos indiretos fixos, alocados segundo um critério de rateio preestabelecido.

Considerações específicas do custeamento por absorção

Três considerações específicas devem ser feitas ao método de custeio por absorção:

1. A primeira delas é que esse método faz uma distinção entre o custo do produto e as despesas do período.
2. A segunda consideração ao método por absorção é que as apropriações dos materiais e da mão de obra direta são feitas diretamente aos produtos, e os custos indiretos de fabricação são

apropriados ao produto por uma taxa efetiva ou normalizada, obtida para apropriação dos custos.

3. A terceira é que, em função dos custos fixos serem incorporados aos estoques, no método de custeio por absorção, os resultados dependem não somente do volume de vendas, mas também do volume de produção.

Objetivo do método de custeamento por absorção

O objetivo do método de custeamento por absorção é dar melhor informação à Gerência, para as finalidades de estabelecimento dos preços de venda, visando à recuperação, em longo prazo, de todos os gastos. É, além disso, debitar à produção estoques e custos dos produtos vendidos por todos os custos para atender às convenções contábeis existentes e aceitas pela grande maioria dos contadores.

Conclusões sobre o método de custeamento por absorção

Os custos fixos totais não guardam nenhuma relação com o volume de produção. Dessa forma, quando o volume de produção diminui, o custo fixo unitário do produto será mais alto. Ao contrário, quando o volume de produção aumenta acima do previsto ou planejado, o custo fixo unitário por produto diminui. O custo unitário do produto, então, depende de quantas unidades estão sendo produzidas. Isso, por sua vez, significa que os resultados do período são influenciados não só pelo volume de vendas e pelos custos de produção, mas também pela quantidade de unidades produzidas no período.

Saiba mais

O custo da produção dos bens ou serviços compreenderá, obrigatoriamente (RIR/1999, art. 290 apud RECEITA FEDERAL, 2011):

- o custo de aquisição de matérias-primas e quaisquer outros bens ou serviços aplicados ou consumidos na produção, inclusive os de transporte e seguro até o estabelecimento do contribuinte e os tributos não recuperáveis devidos na aquisição ou importação;
- o custo do pessoal aplicado na produção, inclusive na

supervisão direta, manutenção e guarda das instalações de produção;

- os custos de locação, manutenção e reparo e os encargos de depreciação dos bens aplicados na produção;
- os encargos de amortização, diretamente relacionados com a produção;
- os encargos de exaustão dos recursos naturais utilizados na produção.

Demonstração de resultado pelo método

Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) por Absorção

RECEITA DE VENDAS

(-) Custo dos Bens ou Serviços (custos diretos e indiretos)

(=) LUCRO BRUTO

(-) DESPESAS

Administração

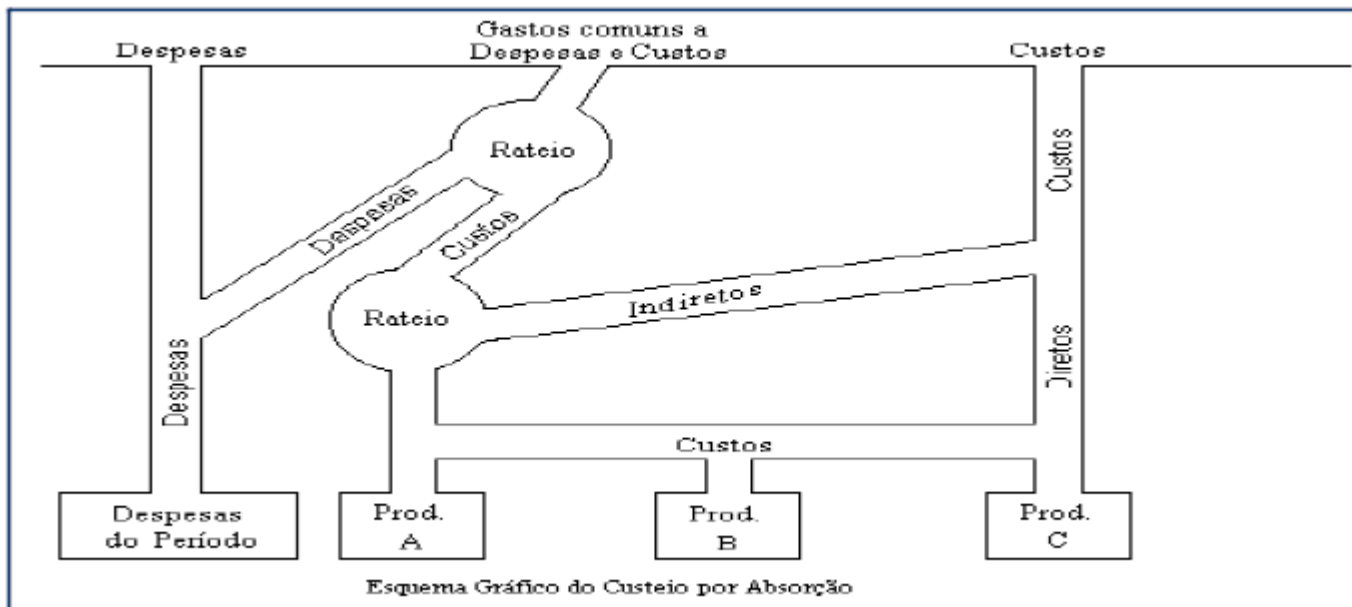
Comerciais

Financeiras

(=) LUCRO LÍQUIDO

Esquema gráfico do método

O Esquema Gráfico do Custeio por Absorção permite a visualização dos procedimentos adotados pelo método para fins de valoração dos estoques e apuração de resultados.



Exemplo Numérico:

Suponhamos que os custos indiretos fixos de produção sejam de \$ 20.000,00 mensalmente e que a empresa produza um único produto “A”. Em um determinado mês, ela produz 20.000 unidades e, no mês seguinte, 25.000 unidades. Dessa forma, vamos ter, no mês em que ela produziu 20.000 unidades, um custo unitário atribuído ao produto de \$ 1,00/u ($\$ 20.000,00/20.000$), e no mês seguinte, quando a produção aumentou para 25.000 unidades, o custo fixo unitário atribuído ao produto reduziu para \$ 0,80/u ($\$ 20.000,00/25.000$).

Assim, o acréscimo e o decréscimo do volume de produção influíram diretamente no custo do produto, o que afetará a avaliação dos estoques e o lucro na demonstração de resultados.

Uma das dificuldades apresentadas pelo método de custeamento por absorção é que ele não atende às necessidades no processo de tomada de decisão. São várias as causas que contribuem para essa dificuldade, e como principais podemos apontar:

a) quando os custos indiretos de fabricação são apropriados ao custo do produto por uma “taxa efetiva” obtida pelo rateio dos custos realmente incorridos, temos que aguardar o final do período para conhecer os custos indiretos e o volume de

produção; certas decisões da direção da empresa, porém, devem ser imediatas;

b) a invariabilidade dos custos fixos, conforme foi apresentado pelo exemplo numérico (anterior).

Custeio Direto/Variável

Conceito

O Custeio Direto/Variável, também denominado Marginal ou Contribuição, trata apenas os custos variáveis de produção como custos dos produtos, sendo que os fixos e as despesas são tratados como gastos de períodos para fins de resultados.

Considerações específicas do custeamento direto/variável

Nas últimas décadas, inúmeros autores vêm divulgando a aplicação e as vantagens que o método de custeamento direto/variável traz à empresa, como forma de valorar seus estoques e na apuração de resultados.

Objetivo do método de custeamento direto/variável

O objetivo básico do método de custeamento variável é o de custear a produção de forma que possa fornecer à administração informações que possibilitem a tomada de decisões, o planejamento e o controle.

Conclusões sobre o método de custeamento direto/variável

Embora haja muitas controvérsias entre a utilização dos Métodos de Custeamento por Absorção e Variável, é sabido que, para finalidades de tomada de decisões, o Custeio Direto/Variável proporciona melhores condições de análise em diversas situações de múltiplas escolhas.

No Método do Custeio Variável, o conceito de Margem de Contribuição e o estudo das relações custo-volume-lucro podem auxiliar a administração a escolher a alternativa mais viável em termos de melhor rentabilidade.

Demonstração de resultado pelo método

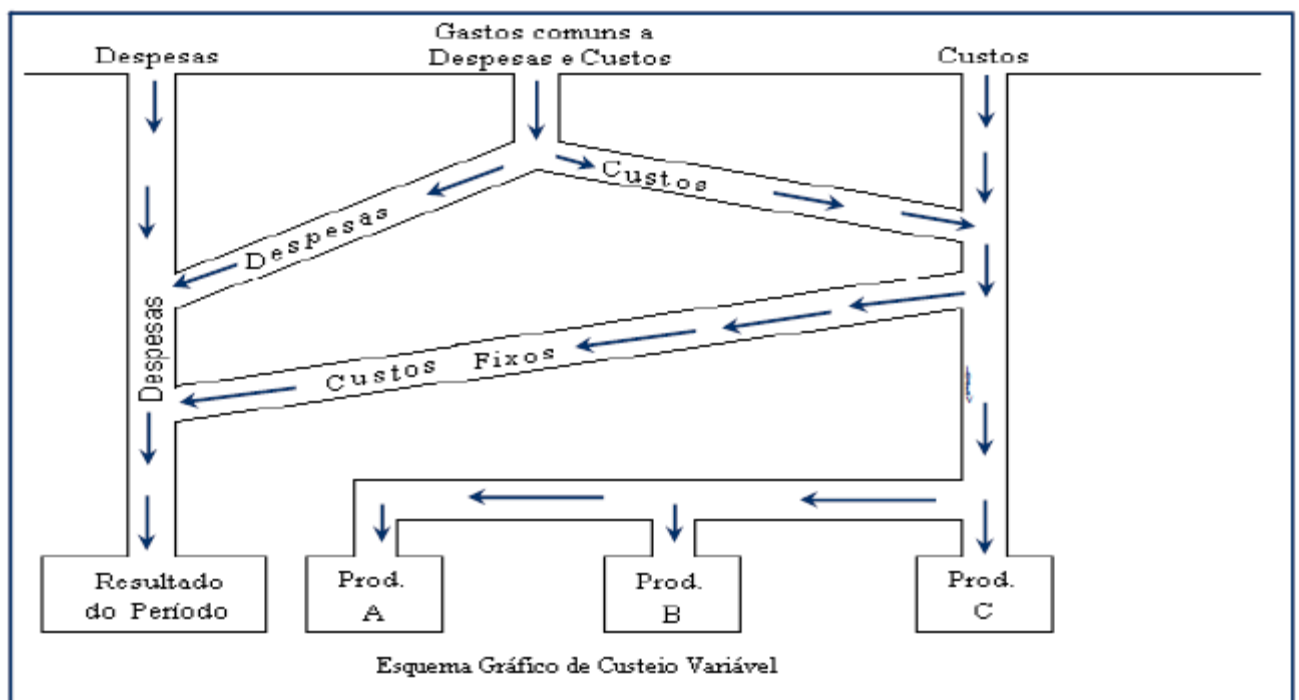
Demonstração de resultado do exercício (DRE) pelo custeio direto/variável

RECEITA DE VENDAS

(-) Custo dos Serviços (Somente os C. Variáveis)
(=) LUCRO BRUTO
(-) Despesas Variáveis de Vendas
(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL
(-) Custos Fixos
(-) Despesas Fixas de Vendas
(=) LUCRO LÍQUIDO

Esquema gráfico do método

O Esquema Gráfico do Custeio Variável permite a visualização dos procedimentos adotados pelo método para fins de valoração dos estoques e apuração de resultados.



Diferenças entre o Custeio Variável e o Custeio por Absorção

As diferenças existentes entre os dois métodos de custeio estão basicamente na maneira como são tratados os custos fixos destinados à produção e na forma como são apresentados nas “Demonstrações de Resultados”, tendo, como consequência, reflexos na avaliação dos estoques, nos custos dos produtos vendidos e nos resultados dos exercícios.

O lucro líquido será diferente, entre ambos, quando existir, no período, saldo inicial e/ou saldo final no estoque. Essa diferença existente no lucro líquido, entre os dois métodos, corresponde exatamente à parcela do custo indireto fixo que, pelo Custeio por Absorção, estará incluída nos saldos iniciais e/ou finais dos estoques.

Apesar das restrições, principalmente com relação à tomada de decisões, o Custeio por Absorção é um método amplamente aceito e adotado pelas entidades contábeis e fiscais, por apresentar a vantagem de ser um método derivado dos princípios contábeis geralmente aceitos. Principalmente, dos fundamentos dos regimes de competência e confrontação, ou seja, correlaciona na medida em que os produtos são vendidos, os seus custos de produção com suas receitas.

O Custeio Variável oferece a vantagem do uso de dados que possibilitam tomadas de decisões, entre eles o estudo e análise do Ponto de Equilíbrio e da Margem de Contribuição.

Atenção

Haverá diferenças entre os métodos somente nos casos em que os estoques iniciais e finais forem diferentes de zero. Nos casos em que ambos os estoques forem zero, não existirá diferenças, porque todos os custos de produção (variáveis e fixos) serão descarregados para o custo das vendas.

Resumo da lição

Nesta lição, foram abordadas as formas de custeamentos que podemos utilizar na contabilidade gerencial. São elas:

- a) Forma de Custeamento aos Custos Históricos (real);
- b) Forma de Custeamento aos Custos Predeterminados (padrão ou estimado);
- c) Forma de Custeamento aos Custos Mistos (combinação de custos históricos e predeterminados).

Também foram abordados os três métodos de custeamentos convencionais existentes na contabilidade gerencial. São eles:

- a) Método de Custeamento RKW (Reichskuratorium Für Wirtschaftlichkeit);
- b) Método de Custeio por Absorção, também denominado Convencional, Integral ou Pleno;
- c) Custeio Direto/Variável, também denominado Marginal ou Contribuição.

Relação Custo - Volume - Lucro

Quanto ao mecanismo de determinação das relações custo-volume-lucro, o primeiro passo é separar os custos em fixos e variáveis, a fim de fixar o montante dos custos fixos e a margem de contribuição de cada produto. Com esses dados bem definidos, mediante a aplicação das fórmulas a seguir, podem-se determinar o ponto de equilíbrio (no qual os custos totais são iguais às receitas totais) e o nível de vendas para um lucro desejado.

Objetivos

O estudo das relações custo-volume-lucro objetiva, principalmente, determinar as consequências nos resultados econômicos e financeiros decorrentes das variações do volume, dos custos e das receitas. Oferece, também, condições de determinar o nível de operações que atinge o lucro desejado e, ainda mais, pode ajudar na escolha do *mix* de produtos.

O estudo das relações custo-volume-lucro responde às seguintes questões:

1. Dada a existência da estrutura do custo e preço, qual o volume de operações necessário para obter um lucro de “x” valor?
2. Se os preços são reduzidos em “x” percentual, qual o acréscimo do volume necessário para manter o mesmo nível de lucro?
3. Se os custos variáveis são reduzidos pela aquisição de uma máquina automática (entretanto, com o aumento dos custos fixos), como isso afetará o lucro de “z” valor, admitindo-se que o nível de operações permanecerá no futuro?
4. Se os custos variáveis aumentam por um percentual “x”, qual será o lucro, considerando que o volume aumentará pelo percentual “z”?

Limitações na Utilização

Embora haja grandes limitações na utilização da relação custo-volume-lucro, a administração de uma organização deverá estar consciente das informações úteis e relevantes que esta fornece, tais como alternativas de preços; custos; composição de vendas; seleção das linhas de produtos; etc. Entretanto, é preciso, também, levar em consideração suas restrições, e toda decisão deverá ser bem ponderada por aspectos que não se refletem na fórmula de cálculo.

Margem de Contribuição

A margem de contribuição supre a administração com informações que ajudam a determinar quais os produtos mais rentáveis (aqueles que têm maior margem de contribuição), escolhendo-os e incentivando a sua produção, se não houver limitação de capacidade nem de mercado, ou a decidir pela alternativa de produção que proporciona o melhor resultado pelo fator limitante.

Conceito

A margem de contribuição é a diferença entre uma receita auferida e os custos e despesas variáveis, relativos ao sacrifício pela sua obtenção. Ficam excluídos todos os itens de natureza fixa.

Dicionário

Auferida: au.fe.rir transitivo direto

1. adquirir, colher, obter, receber ou oferecer (vantagem)

Quando unitária, a Margem de Contribuição é a diferença entre o preço de venda e os custos variáveis. É a parcela do preço de venda que contribuirá para cobrir os custos fixos e o lucro, e o seu resultado indica o valor com que cada produto contribui para cobrir os custos fixos e proporcionar lucro.

Fórmula

A margem de contribuição unitária de um produto será definida pela fórmula: margem de contribuição unitária é igual ao preço de venda menos custos e despesas variáveis unitárias.

Fórmula

de

Cálculo:

$$Mc = Pv - (Cv + Dv)$$

Onde:

Mc = Margem de Contribuição

2.

Pv	=	Preço	de	Venda
Cv	=	Custos		Variáveis
Dv	=	Despesas		Variáveis

A margem de contribuição total de um produto será a quantidade vendida do produto vezes a margem de contribuição unitária.

Exemplo:

$$\begin{aligned}
 \text{Preço de venda unitário} &= \$ 400,00 \\
 \text{Custo variável unitário} &= \$ 195,00 \\
 \text{Despesa variável unitária} &= \$ 5,00 \\
 \text{Quantidade Vendida} &= 450 \text{ unidades} \\
 \text{MCT} &= 450 \times [\$ 400,00 - (\$ 195,00 + \$ 5,00)] \\
 \text{MCT} &= 450 \times [\$ 400,00 - \$ 200,00] \\
 \text{MCT} &= 450 \times \$ 200 \\
 \text{MCT} &= \$ 90.000,00
 \end{aligned}$$

A margem de contribuição total da empresa será a soma das margens de contribuição totais por produto. A margem de contribuição é um forte instrumento para tomada de decisão na hora de implementar ou eliminar da linha de produção algum produto. No entanto, nem sempre a margem de contribuição unitária deve determinar a produção. Outros fatores limitantes, quanto à capacidade produtiva, são básicos para a tomada dessa decisão (quais produtos produzir e quanto produzir).

Conclusão: O que deve prevalecer é a margem de contribuição total para tomada de decisão.

Vantagens da Utilização da Margem de Contribuição:

- a) qual o serviço/produto que merece > esforço de venda;
- b) decisão se determinado produto ou serviço deve continuar ou não;
- c) útil no Cálculo do Ponto de Equilíbrio;
- d) avaliação de alternativas relacionadas a redução de preço, descontos, campanhas publicitárias etc.

Ponto de Equilíbrio

Ponto de equilíbrio é o ponto em que o total das receitas se equipara com os totais dos custos e despesas, ou seja, não existe lucro nem prejuízo. Existem, pelo menos, três formas de se calcular o Ponto de Equilíbrio. São elas:

$$PEC = \frac{CF+DF-}{Pv - (Cv + Dv)} \quad \text{ou} \quad \frac{CF+DF-}{Mc}$$

Onde:

CF	=	Custo	Fixo	Total
DF	=	Despesa	Fixa	Total
Mc	=	Margem	de Contribuição	Unitária

Ponto de Equilíbrio Contábil

É o ponto em que, contabilmente, não haverá lucro nem prejuízo; supõe-se que a produção é igual às vendas.

Ponto de Equilíbrio Econômico

É o ponto em que haverá um lucro contábil, o qual se supõe ser o mínimo desejado como retorno do Capital Investido (Juros sobre o Capital Próprio ou Custo de Oportunidade).

$$PEE = \frac{(CF+DF) + LD}{Mc}$$

Onde: LD = Lucro Desejado

Ponto de Equilíbrio Financeiro

É o ponto em que haverá o Equilíbrio Operacional do caixa da empresa, ou seja, serve para determinar o nível de receitas necessário para a cobertura dos desembolsos operacionais. Leva-se em consideração o fluxo de caixa. Portanto, os encargos que não representam desembolsos devem ser excluídos dos Custos Fixos Total, como é o caso da depreciação. Dessa maneira, o Ponto de Equilíbrio Financeiro apresenta um prejuízo contábil.

$$PEF = \frac{(CF+DF) - GND}{Mc}$$

Onde: GND = Gastos Não Desembolsáveis

Outras Fórmulas para Pontos de Equilíbrio

As fórmulas apresentadas nos itens anteriores são para se encontrar os pontos de equilíbrio em quantidades. Outras fórmulas poderão ser utilizadas para o cálculo do ponto de equilíbrio em valor e em percentual da receita total, dependendo da necessidade do usuário da informação.

Ponto de equilíbrio em valor

$$PEC = \frac{CF+DF-}{1 - \frac{(Cv + Dv)}{Pv}} \quad \text{ou} \quad \frac{CF+DF-}{1 - \frac{(CV + DV)}{RT}}$$

Onde:

Cv = Custo variável unitário

Dv = Despesa variável unitária

Pv = Preço de venda unitário

CV= Custo Variável Total

DV= Despesa Variável Total

DF = Custo Fixo Total

DF = Despesa Fixa Total

RT = Receita Total

Ponto de equilíbrio em percentual

$$PEC = \frac{CF+DF-}{RT - (CV + DV)} \quad \text{ou} \quad \frac{CF+DF-}{MCT}$$

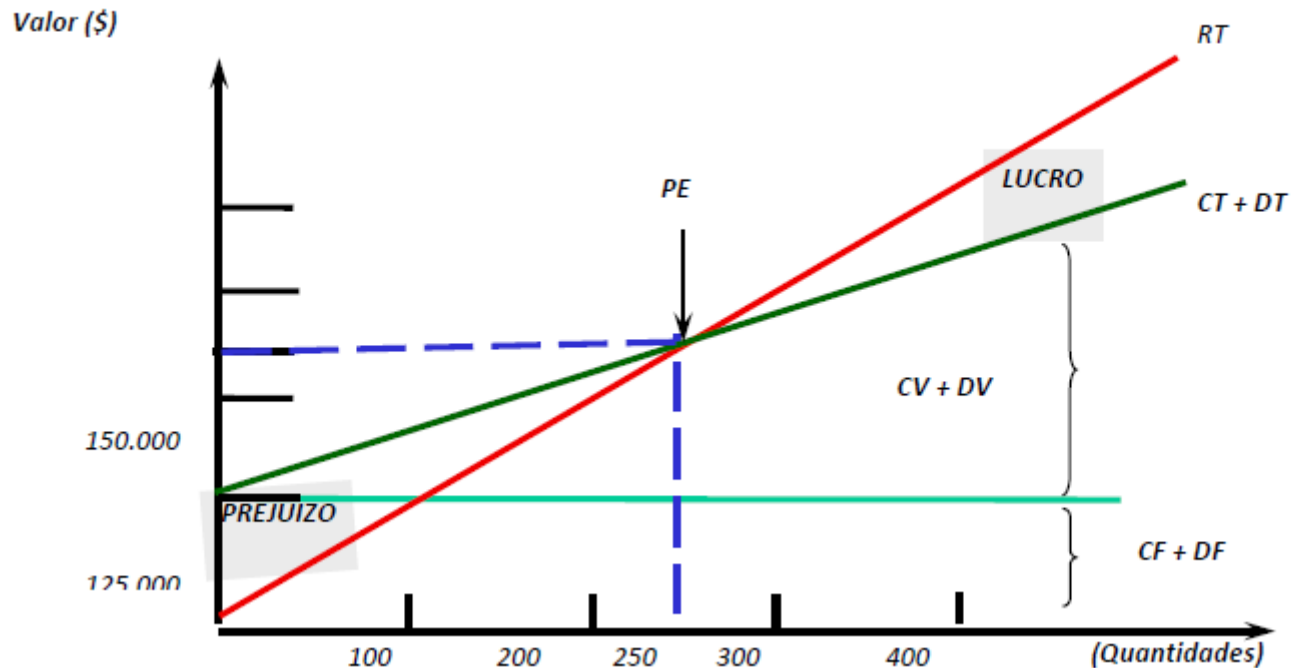
Onde: MCT = Margem de Contribuição Total

Para encontrar os pontos de equilíbrio em valor e em percentual para o Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE) e Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF), utilizar-se das fórmulas apresentadas nos itens 6.3.4.1 e 6.3.4.2, acrescidas dos valores de LD ou GND, conforme o caso.

Gráfico do ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio:

CF+DF (Custo Fixo + Despesa Fixa).....	\$ 50.000,00
Cv (Custo Var. Unitário)	\$ 195,00



Margem de Segurança

Conceito

Margem de Segurança é o montante pelo qual podem cair as vendas sem haver prejuízo; é a diferença entre receita total e a receita no ponto de equilíbrio. A Margem de Segurança é a relação entre volume previsto (ou volume real) e o volume no ponto de equilíbrio.

Fórmulas

$$MS = \left[\frac{R_t - R_e}{R_t} \right] \times 100 \quad MS = \left[\frac{Q_t - Q_e}{Q_t} \right] \times 100$$

Onde:

Rt = Receita total Re = Receita no ponto de equilíbrio
 Qt = Quantidade total Qe = Quantidade no ponto de equilíbrio

Alavancagem

Operacional

Definição

Alavancagem Operacional é o efeito do aumento do lucro sobre o aumento do volume de vendas, e só acontece quando não há reflexos nos custos fixos. Grau de Alavancagem Operacional (GAO) – indica o número de vezes que a receita variou em relação ao volume.

Fórmulas

$$\frac{\Delta\% \text{ Lucro}}{\Delta\% \text{ Volume}} \quad \text{ou} \quad \frac{\text{MCT}}{\text{Lucro}}$$

Onde: MCT = Margem de Contribuição Total

Atenção

O resultado do GAO é expresso em quantidade de vezes, e não em percentual. Exemplo:

$$\frac{\Delta\% \text{ Lucro}}{\Delta\% \text{ Volume}} = 2,0 \text{ vezes} \quad \text{ou} \quad \frac{\text{MCT}}{\text{Lucro}} = 2,0 \text{ vezes}$$

Isso significa que para cada 1,0% de aumento no volume, a empresa alavanca em 2% o seu lucro, ou seja, 2 vezes mais. Aumentar 2 vezes representa aumentar em 100%.

Resumo da lição

Nesta lição, foram abordados os aspectos referentes às análises na relação custo-volume-lucro e suas utilidades no processo de tomada de decisão. Na relação custo-volume-lucro estão envolvidas as análises da margem de contribuição, análises da margem de segurança, análises do Ponto de Equilíbrio e o grau de alavancagem financeira.

Também foram abordadas as várias formas de análises do ponto

de equilíbrio, tais como:

- a) ponto de equilíbrio contábil;
- b) ponto de equilíbrio econômico;
- c) ponto de equilíbrio financeiro.

Formação de Preço de Venda

As empresas, atualmente, só conseguem impor seus preços ao mercado se estiverem enquadradas no rol das empresas que tenham algumas particularidades, como, por exemplo:

- a) ser um monopólio, ou seja, ser o único fornecedor de um bem/serviços para o mercado;
- b) participar de um oligopólio, fazer parte de um seleto grupo de empresas controladoras do mercado, para determinados bens/serviços;
- c) ter liderança total do mercado, impor sua marca de forma que quando um consumidor procura determinado produto, imagina só existir este, ou imagina que este é o melhor e, por isso, acaba sendo fiel a ele;
- d) ter produtos sem similares no mercado, ou seja, ser uma novidade no mercado, ou oferecer valores agregados de tal forma que nenhum concorrente possa fazer frente a seus produtos.

Com a concorrência cada vez mais acirrada, a formação de preços não depende mais apenas dos custos incorridos sobre os bens/serviços oferecidos. Na verdade, os custos acabam sendo um dos fatores que ajudam a controlar os lucros que se deseja obter. Hoje, o mercado impõe o valor do preço de venda, o máximo que se pode chegar, e os custos começam a ter um patamar máximo para chegar, que não pode ultrapassar a margem de lucratividade mínima, para a sobrevivência da empresa.

Dicionário

Acirrado: adj. (part. de acirrar) 1 Irritado, exasperado. 2 Intransigente, obstinado, cabeçudo. 3 Encarniado. Sinônimos de Acirrado: austero, implacável, incomplacente, inexorável, inflexível, inquebrantável e intransigente.

Conceitos de Formação de Preço de Venda

Formação de Preços de Venda a partir do Custo e sua Validade

O pressuposto básico para tal técnica é que o mercado está disposto a absorver os preços de venda determinados pela empresa, que, por sua vez, são calculados em cima de seus custos reais ou orçados. Sabemos que isso nem sempre pode acontecer, ficando, então, eventualmente, invalidado tal procedimento.

De qualquer forma, é necessário um cálculo em cima dos custos, tendo em vista que, por meio dele, podemos pelo menos ter um parâmetro inicial ou padrão de referência para análises comparativas.

Além disso, diversas outras situações podem exigir a utilização dos procedimentos de formação de preços de venda a partir do custo, como:

- a) estudos de engenharia e mercadologia para introdução de novos produtos;
- b) acompanhamento dos preços e custos dos produtos atuais;
- c) novas oportunidades de negócios;
- d) negócios ou pedidos especiais;
- e) faturamento de produtos por encomenda;
- f) análise de preços de produtos de concorrentes etc.

Formação de Preço de Venda e o seu Inter-Relacionamento com o Custo

A formação de preço de venda dos produtos, mercadorias e serviços, elemento essencial da gestão econômico-financeira e mercadológica das empresas, envolve inúmeros fatores na sua composição, cabendo destacar:

- a) a estrutura de custos;

- b) a demanda (mercado);
- c) a ação da concorrência;
- d) o governo;
- e) os objetivos pretendidos com o que se vende.

A atuação diferenciada desses fatores em cada empresa individualmente e a dinamicidade de alteração do peso destes em diferentes situações conjunturais específicas tornam a tarefa de estabelecer preço bastante complexa.

O custo é, na realidade, somente um dos fatores que compõem a formulação do preço de venda. Constitui normalmente o piso abaixo do qual o preço incorre em perdas econômico-financeiras para a empresa.

Cabe ressaltar, no entanto, que existem, na realidade, vários pisos, vinculados, cada um, a um determinado sistema de custeio.

O preço de venda deve ser suficiente para cobrir todos os custos de produção e/ou serviços, todas as despesas do período e a margem de lucro. O quadro a seguir demonstra os custos e despesas que devem ser cobertos pelo preço de venda.

Tabela 10 – Formação do preço de venda.

Preço de Venda	Total dos Custos e Despesas para Produzir e Vender	Custo de Produção	Custos Diretos	Materials diretos (matéria-prima, componentes e materiais auxiliares)	Custos de Transformação
				Mão de obra direta	
		Custos Indiretos de Fabricação	Mão de obra indireta, luz, água, energia elétrica, depreciação, limpeza, aluguel etc.		
		Despesas	Despesas Comerciais	Comissões, salários de vendedores, viagens e estadias, promoções, brindes, mostruários etc.	
			Despesas Administrativas	Salários administrativos, honorários da diretoria, materiais de expediente, telefones, água, luz, fax etc.	
			Despesas Financeiras (Remun. Capital de Terceiros)	Juros, impostos sobre operações financeiras, comissões etc.	
		LUCROS (Remuneração do Capital próprio)			

Métodos de Formação de Preços

Em uma economia sujeita a inflação, a venda a preço superior aos custos de aquisição e/ ou fabricação pode determinar a ilusão monetária de lucro; na formação do preço, como se deve partir de considerações de custo, devem ser tomadas precauções especiais visando à atualização dos custos de compras e/ou de produção.

São adotados, pelas empresas, os seguintes métodos para a formação de preços:

- método baseado no custo;
- método baseado nas decisões das empresas concorrentes;
- método baseado nas características do mercado.
- método misto.

Método Baseado no Custo

Com base nos métodos de custeio: (RKW, Absorção ou Direto/Variável) O método baseado no custo é o mais comum na prática dos negócios. Se a base for o custo total, a margem adicionada deve ser suficiente para cobrir os lucros desejados

pela empresa.

Se a base for os custos e as despesas variáveis, a margem adicionada deve cobrir, além dos lucros, os custos fixos.

O processo de adicionar margem fixa a um custo-base é geralmente conhecido pela expressão *mark-up*. O método é simples, mas pode levar a decisões que muitas vezes não refletem a realidade dos negócios.

Quando o processo *mark-up* é calculado em função do custo da mercadoria, no caso de atacadista e varejista, e no custo de produção, no caso da indústria, a margem fixa serve para cobrir os lucros e os demais gastos.

Método Baseado nas Decisões das Empresas Concorrentes

Qualquer método de determinação de preços deve ser comparado com os preços das empresas concorrentes, que porventura existam no mercado.

Esse método pode ser desdobrado em:

- método do preço corrente;
- método de imitação de preços;
- método de preços agressivos;
- método de preços promocionais.

Método do preço corrente

São adotados para os casos de produtos vendidos a um mesmo preço por todos os concorrentes. Essa homogeneidade no preço pode decorrer de questões de costume (preço tradicional) ou de características econômicas do ramo (oligopólio, convênio de preços etc.). Esse método encontra uma situação que força a aceitação de um preço já existente e que isoladamente não pode ser alterado ou combatido.

Método de imitação de preços

Esse método prevê que os preços adotados tenham como base uma empresa concorrente. Isso ocorre, muitas vezes, por falta de conhecimentos técnicos e/ou de informação da composição dos custos, para determinar os preços.

Método de preços agressivos

O método de preços agressivos ocorre quando um grupo de empresas concorrentes estabelece uma redução drástica de preços, podendo ser gradativa e, em certos casos, abaixo do custo.

Quando uma empresa adota uma política de redução drástica de preços com o objetivo de levar à ruína suas concorrentes e ter à disposição a totalidade do mercado, configura-se a situação conhecida como *dumping*.

Método de preços promocionais

O método de preços promocionais caracteriza a situação em que as empresas oferecem certas mercadorias (caso típico de supermercado) a preços tentadores, com a intenção de atrair os clientes potenciais para o local de venda, estimulando, dessa forma, as vendas de outros artigos a preços normais.

Método **Baseado** **nas** **Características** **do** **Mercado**

Esse método exige conhecimento profundo do mercado por parte da empresa, o que permite ao administrador decidir se venderá o seu produto a um preço mais alto, de modo que possa atrair as classes economicamente mais elevadas, ou a um preço popular, para que possa atrair a atenção das camadas de menor poder aquisitivo.

Método

Misto

O método misto para a formação de preços deve observar a combinação dos seguintes fatores:

- custos envolvidos;
- decisões de concorrência;
- características do mercado.

Seria bastante temeroso para a administração de uma empresa estabelecer preços sem a combinação desses fatores.

Aplicação

de Mark-Ups

O *Mark-up* é um índice que, aplicado sobre os gastos de

determinado bem ou serviço, permite a obtenção do preço de venda.

Genericamente, o *mark-up* pode ser empregado de diferentes formas. A seguir, as duas principais:

- sobre os custos totais (Método de Custeio por Absorção);
- sobre os custos e despesas variáveis (Método Custeio Variável).

Mark-Up sobre o Método de Custeio por Absorção

Neste caso, o *mark-up* tem como objetivo cobrir as despesas operacionais, os custos financeiros e o lucro desejado, tais como:

- despesas administrativas;
- despesas comerciais;
- despesas financeiras;
- custo financeiro;
- lucro desejado.

Fórmulas do Mark-Up – Método de Custeio por Absorção

Consiste na utilização do *mark-up* como multiplicador ou divisor sobre os custos totais da empresa. Em função da complexidade de alocação de custos indiretos fixos, poderá levar a erros em decisões.

Fórmulas do *Mark-up*:

Multiplicador: $\text{Mark-up} = \frac{\text{Preço de Venda}}{\text{Custo Total}}$

Divisor: $\text{Mark-up} = \frac{\text{Custo Total}}{\text{Preço de Venda}}$

Mark-up I – Despesas e margem de lucro

- a) despesas administrativas;
- b) despesas comerciais;
- c) outras despesas operacionais (assistência técnica);
- d) custo financeiro de produção e vendas;
- e) margem de lucro desejada.

Mark-up II – Impostos sobre venda

- a) ICMS;
- b) PIS;
- c) COFINS.

Construção do mark-up

Passos

Passo 1: somatório dos percentuais das despesas operacionais, custo financeiro e margem de lucro desejada sobre as vendas líquidas (excluídas dos impostos).

Exemplo:

Percentual sobre vendas

Despesas comerciais	12,0%
Despesas administrativas	10,0%
Despesas financeiras	6,0%
Margem de lucro desejada	12,0%
Total	40,0%

Passo 2: obtenção da participação no custo (estamos utilizando o critério de custeio por absorção) sobre as vendas sem impostos. Para executar essa passagem, basta tirar de 100,0% o total das despesas operacionais, custo financeiro e margem de lucro desejada. Assim:

Preço de venda sem impostos 100,0%

(-) Despesas Com, Admin, Finan. e Margem Desejada 40,0%

(=) Participação do custo do produto ou serviços 60,0%

Passo 3: obtenção do *mark-up* I como multiplicador sobre o custo para se chegar ao preço de venda sem impostos.

Preço de venda sem impostos (a) 100,0%

Custo do produto ou serviço (b) 60,0%

Mark-up I Multiplicador = $(a : b)$ 1,66667

Mark-up I Divisor = $(b : a)$ 0,60000

Passo 4: identificação dos percentuais dos impostos sobre as vendas, para obtenção do *mark-up* II, como multiplicador ou divisor para obtenção do preço de venda com impostos.

Percentual sobre vendas

ICMS – Imposto Circulação de Merc. e Serviços 18,00%

PIS – Programa de Integração Social 0,65%

Cofins – Contribuição Social sobre Faturamento 3,00%

Total 21,65%

Passo 5: quanto representam as vendas, excluídos os impostos, em relação à venda tributada, incluídos os impostos sobre venda.

Preço de venda com impostos (a) 100,00%

(-) Impostos sobre a venda (b) 21,65%

(=) Preço de venda líquido dos impostos (a - b) 78,35%

Passo 6: obtenção do mark-up II para construir um preço de venda com impostos, pronto para a emissão de listas de preços de venda e documentação fiscal.

Preço de venda com impostos (a) 100,00%

Preço de venda sem impostos (b) 78,35%

Mark-up II Multiplicador = (a : b) 1,2763

Mark-up II Divisor = (b : a) 0,78350

Salva mais

Apresentação da DRE com o cálculo do preço de venda.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)			
RECEITA DE VENDAS OPERACIONAL BRUTA	127,63		
(-) impostos sobre receitas de serviços	<u>(27,63)</u>		Mark-up II
(=) RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	100,00		
(-) CUSTO DOS SERVIÇOS	<u>(60,00)</u>		Mark-up I
(=) LUCRO BRUTO	40,00		
(-) DESPESAS			
Administração	10,00		
Comerciais	12,00		
Financeiras	<u>6,00</u>	<u>(28,00)</u>	
(=) LUCRO LÍQUIDO		12,00	

Cálculo do *Mark-up* Total

O *mark-up* total também pode ser obtido pela multiplicação dos dois *mark-ups* intermediários:

$$\text{Mark-up I} \times \text{Mark-up II} = \text{Mark-up Total}$$

$$1,6667 \times 1,2763 = 2,1272$$

Mark-up I:

Preço de venda sem impostos = 100,00 (a)

Custo do bem ou serviço = 60,00 (b)

Mark-up I = 1,6667 (a : b)

Mark-up II:

Preço de venda com impostos = 127,63 (a)

Preço de venda sem impostos = 100,00 (b)

Mark-up II = 1,2763 (a : b)

Mark-up Total:

Preço de venda com impostos = 127,63 (a)

Custo do bem ou serviço = 60,00 (b)

Mark-up Total = 2,1272 (a : b)

Custo Financeiro “por dentro e por fora” no Método por Absorção

Por Dentro

Por essa forma de cálculo do custo financeiro, a taxa a ser cobrada é embutida como custo no *Mark-up*.

Supondo um custo financeiro de 3% a.m., o *mark-up* para 30 e 60 dias ficará assim:

<u>Percentual sobre vendas</u>	<u>À Vista</u>	<u>30 dias</u>	<u>60 dias</u>
Despesas comerciais	12,0%	12,0%	12,00%
Despesas administrativas	10,0%	10,0%	10,00%
Despesas financeiras	6,0%	6,0%	6,00%
Custo financeiro	- - -	3,0%	6,09%
Margem de lucro desejada	12,0%	2,0%	12,00%
Total	40,0%	43,0%	46,09%

Mark-up I Multiplicador	1,6667	1,7544	1,8549
Mark-up II Multiplicador	1,2763	1,2763	1,2763

Mark-up Total	2,1272	2,2391	2,3674
Preço de Venda do exemplo	\$127,32	\$134,35	\$142,04
Fator Incremental		5,52%	11,56%

Por Fora

Por essa forma de cálculo do custo financeiro, a taxa a ser cobrada é aplicada sobre o Mark-up. Essa forma é simples e a mais usual.

Supondo um custo financeiro de 3% a.m., o mark-up para 30 e 60 dias ficará assim:

<u>MARK-UP A</u>	<u>PRAZO</u>		
	<u>À Vista</u>	<u>30 dias</u>	<u>60 dias</u>
Mark-up total a vista	2,1272	2,1272	2,1272
Custo financeiro	-	1,0300	1,0609
Mark-up total a prazo	-	2,1910	2,2567
Preço de Venda do exemplo	\$127,63	\$131,46	\$135,40
Fator Incremental	-	3,00%	6,09%

Mark-Up sobre o Método de Custeio Variável

Nesse caso, o mark-up tem como objetivo cobrir as contas não consideradas no custo, tais como:

- os impostos sobre vendas;
- as despesas variáveis de vendas;
- as despesas administrativas fixas;
- as despesas de vendas fixas;
- os custos indiretos fixos de produção dos bens e/ou serviços; e
- o lucro desejado pela empresa.

Fórmulas do Mark-Up pelo Custeio Variável

O *mark-up* pode ser calculado de duas formas:

multiplicador – indica por quanto devem ser multiplicados os custos variáveis para se obter o preço de venda;

divisor – representa percentualmente o custo variável em relação ao preço de venda.

Fórmulas do Mark-up:

Multiplicador: $\text{Mark-up} = \frac{\text{Preço de Venda}}{\text{Custo Variável}}$

$$\text{Divisor:} \quad \text{Mark-up} \quad = \frac{\text{Custo Variável}}{\text{Preço de Venda}}$$

Cálculos Práticos para a Formação do Preço de Venda

Fatores que Interferem na Formação de Preços

Na missão de formar preços, devem ser levados em consideração os seguintes fatores:

- a qualidade do produto em relação às necessidades do mercado consumidor;
- a existência de produtos substitutos a preços mais competitivos;
- a demanda esperada do produto;
- o mercado de atuação do produto;
- os níveis de produção e de vendas que se pretendem ou que se podem operar;
- os custos e despesas de fabricar, administrar e comercializar o produto;
- os níveis de produção e de vendas desejados etc.

Formação do Preço de Venda a Prazo

Preço a prazo – aspectos a serem considerados.

O financiamento das vendas a prazo feito aos clientes deve levar em consideração o custo financeiro que o vendedor despenderia para “fazer dinheiro” das duplicatas oriundas das vendas, no mercado financeiro. Se o vendedor “bancar” a venda com recursos próprios, deverá corrigir os preços de vendas pelas prováveis taxas de remuneração, que deixariam de ser obtidas.

Na missão de formar preços em mercados altamente competitivos, levar em consideração e dar respostas às seguintes questões:

- Como proceder ao cálculo do custo financeiro efetivo?
- Qual é a taxa a ser praticada?
- Qual é o efeito da taxa financeira sobre os impostos e as taxas variáveis s/ vendas?
- Qual é a melhor técnica a ser usada?

Exemplo Numérico para Preço de Venda à Vista e a Prazo - Cálculos Utilizando-se dos Métodos de Custeio por Absorção e Direto/Variável

Vamos admitir que uma empresa de calçados tenha incorrido nos seguintes gastos para produzir e vender os sapatos modelo Joa s

Net:

Matéria-prima		\$	70,00
MOD		\$	20,00
Outros	custos	CIP	variável \$ 10,00
Total	dos	custos	variáveis \$ 100,00

a) Dados para o cálculo pelo Método por Absorção

Para o cálculo pelo método por absorção, devem ser levadas em consideração as seguintes taxas hipotéticas, para a formação do *mark-up* do produto exemplificado:

Custos indiretos fixos:	8,00%
Comissões s/ vendas:	5,00%
Despesas Comerciais:	5,00%
Despesas Administrativas:	5,00%
Despesas Financeiras:	2,00%
Lucro:	15,00%
ICMS:	18,00%
PIS:	0,65%
Confins:	3,00%

b) Dados para o cálculo pelo Método Direto/ Variável

Para o cálculo pelo método direto/variável, devem ser levadas em consideração as seguintes taxas hipotéticas, para a formação do *mark-up*:

Percentual sobre vendas

Comissão sobre vendas	5,0%
Margem de Contribuição desejada	45,0%

Informações Complementares

Quantidade de Vendas	100
Custos Fixos	\$ 2.000,00
Despesas Fixas	\$ 3.500,00

c) Pede-se:

a) Calcular o *mark-up I* e *mark-up II* multiplicador e divisor.

b) Preço de venda sem impostos pelo *mark-up* multiplicador e

divisor.

- c) Preço de venda com impostos pelo *mark-up* multiplicador e divisor.
- d) Comprovação dos resultados, pelos dois métodos.
- e) Calcular o preço a prazo para 30 dias e 60 dias, com base no preço à vista encontrado pelo método de custeio direto/variável, sabendo-se que a Taxa Custo Financeiro é de 2,00%.

Solução do Exercício

Cálculo pelo Método de Custeio por Absorção

Passo 1: Somatório dos percentuais das despesas operacionais, custo financeiro e margem de lucro desejada sobre as vendas líquidas (excluídas dos impostos).

Percentual sobre vendas

Custos indiretos fixos	10,0%
Comissão sobre vendas	5,0%
Despesas comerciais	5,0%
Despesas administrativas	5,0%
Despesas financeiras	2,0%
Margem de lucro desejada	15,0%
Total	42,0%

Passo 2: Obtenção da participação no custo sobre as vendas sem impostos.

Preço de venda sem impostos 100,0%

(-) Despesas Com, Admin, Finan. e Margem Desejada 42,0%

(=) Participação do custo do produto ou serviços 58,0%

Passo 3: Obtenção do *mark-up* I, para se chegar ao preço de venda sem impostos.

Preço de venda sem impostos (a) 100,0%

Custo do produto ou serviço (b) 58,0%

Mark-up I Multiplicador = (a : b) 1,7241

Mark-up I Divisor = (b : a) 0,5800

Preço de venda à vista sem impostos:

pelo mark-up multiplicador

$$(\$ 100,00 \times 1,7241) = \$ 172,41$$

pelo mark-up divisor

$$(\$ 100,00 / 0,5800) = \$ 172,41$$

Passo 4: Identificação dos percentuais dos impostos sobre as vendas, para obtenção do mark-up II, como multiplicador ou divisor para obtenção do preço de venda com impostos.

Percentual sobre vendas

ICMS – Imposto Circulação de Merc. e Serviços 18,00%

PIS – Programa de Integração Social 0,65%

Cofins – Contribuição Social sobre Faturamento 3,00%

Total 21,65%

Passo 5: Quanto representam as vendas, excluídos os impostos, em relação à venda tributada, incluídos os impostos sobre venda.

Preço de venda com impostos (a) 100,00%

(-) Impostos sobre a venda (b) 21,65%

(=) Preço de venda líquido excluídos dos impostos (a - b) 78,35%

Passo 6: Obtenção do mark-up II para construir um preço de venda com impostos, pronto para a emissão de listas de preços de venda e documentação fiscal.

Preço de venda com impostos (a) 100,00%

Preço de venda sem impostos (b) 78,35%

Mark-up II Multiplicador = (a : b) 1,2763

Mark-up II Divisor = (b : a) 0,7835

Participação dos custos no produto Preço de venda à vista com impostos:

pelo mark-up multiplicador

$$(\$ 172,41 \times 1,2763) = \$ 220,05$$

pelo mark-up divisor

$$(\$ 172,41 / 0,7835) = \$ 220,05$$

Apresentação dos Resultados

Resultado Projetado da DRE – Método Por Absorção

Receita Bruta	220,05	127,63%
(-) Impostos	(47,64)	21,65%
Receita Líquida	172,41	100,00%
(-) CMV	<u>(100,00)</u>	<u>58,00%</u>
(=) Lucro Bruto	<u>72,41</u>	<u>42,00%</u>
(-) Custos indiretos fixos	(17,24)	10,00%
(-) Comissão sobre vendas	(8,62)	5,00%
(-) Despesas Comerciais	(8,62)	5,00%
(-) Despesas Administrativas	(8,62)	5,00%
(-) Despesas Financeiras	<u>(3,45)</u>	<u>2,00%</u>
(=) Lucro Desejado	<u>25,86</u>	<u>15,00%</u>

Cálculo pelo Método Custeio Direto Variável

Passo 1: Somatório dos percentuais das despesas operacionais, custo financeiro e margem de lucro desejada sobre as vendas líquidas (excluídas dos impostos).

Percentual sobre vendas

Comissão sobre vendas	5,0%
Margem de Contribuição desejada	45,0%
Total	50,0%

Passo 2: Obtenção da participação no custo sobre as vendas sem impostos.

Preço de venda sem impostos 100,0%

(-) Comissão sobre vendas e M. de contribuição Desejada 50,0%

(=) Participação do custo do produto ou serviços 50,0%

Passo 3: Obtenção do mark-up I, para se chegar ao preço de venda sem impostos.

Preço de venda sem impostos (a) 100,0%
Custo do produto ou serviço (b) 50,0%
Mark-up I Multiplicador = (a : b) 2,0000
Mark-up I Divisor = (b : a) 0,5000

Preço de venda à vista sem impostos:

pelo mark-up multiplicador
(\\$ 100,00 x 2,0000) = \\$ 200,00
pelo mark-up divisor
(\\$ 100,00 / 0,5000) = \\$ 200,00

Passo 4: Identificação dos percentuais dos impostos sobre as vendas, para obtenção do mark-up II, como multiplicador ou divisor para obtenção do preço de venda com impostos.

Percentual sobre vendas
ICMS – Imposto Circulação de Merc. e Serviços 18,00%
PIS – Programa de Integração Social 0,65%
Cofins – Contribuição Social sobre Faturamento 3,00%
Total 21,65%

Passo 5: Quanto representam as vendas, excluídos os impostos, em relação à venda tributada, incluídos os impostos sobre venda.

Preço de venda com impostos (a) 100,00%
(-) Impostos sobre a venda (b) 21,65%
(=) Preço de venda líquido excluídos dos impostos (a - b) 78,35%

Passo 6: Obtenção do mark-up II para construir um preço de venda com impostos, pronto para a emissão de listas de preços de venda e documentação fiscal.

Preço de venda com impostos (a) 100,00%
Preço de venda sem impostos (b) 78,35%
Mark-up II Multiplicador = (a : b) 1,2763
Mark-up II Divisor = (b : a) 0,7835

Participação dos custos no produto
Preço de venda à vista com impostos:
pelo mark-up multiplicador

$(\$ 200,00 \times 1,2763) = \$ 255,26$
 pelo mark-up divisor
 $(\$ 200,00 / 0,7835) = \$ 255,26$

Apresentação dos Resultados

Resultado Projetado da DRE – Método Direto Variável

Receita Bruta	25.526,00	127,63%
(-) Impostos	(5.526,38)	21,65%
Receita Líquida	19.999,62	100,00%
(-) CMV	(10.000,00)	50,00%
(=) Lucro Bruto	9.999,62	50,00%
(-) Comissão sobre vendas	(999,98)	5,00%
Margem de Contribuição	8.999,64	45,00%
Custos Fixos	(2.000,00)	10,00%
Despesas Fixas	(3.500,00)	17,50%
(=) Lucro Líquido Desejado	3.499,64	17,50%

Cálculo do Preço a Prazo pelo Método de Custeio Direto Variável

Por Dentro

<u>Percentual sobre vendas</u>	<u>30 dias</u>	<u>60 dias</u>
Comissão sobre venda	5,0%	5,00%
Taxa Custo Financeiro de (2% a.m.)	2,0%	4,04%
Margem de Contribuição desejada	45,0%	45,00%
Total	52,0%	54,04%

Obtenção da participação no custo sobre as vendas sem impostos.

	<u>30 dias</u>	<u>60 dias</u>
Preço de venda sem impostos	100,0%	100,00%
(-) Comissão sobre vendas e M. de contribuição Desejada	52,0%	54,04
(=) Participação do custo do produto ou serviços	48,0%	45,96%

Obtenção do mark-up I, para se chegar ao preço de venda sem impostos.

	<u>30 dias</u>	<u>60 dias</u>
Preço de venda sem impostos (a)	100,0%	100,00%
Custo do produto ou serviço (b)	48,0%	45,96%
Mark-up I Multiplicador = (a : b)	2,0833	2,1758
Cálculo dos preços a prazo pelo Mark-up multiplicador		
Custo variável	\$ 100,00	\$ 100,00
Mark-up multiplicador	2,0833	2,1758

Preço a prazo sem impostos	\$ 208,33	\$ 217,58
Fator incremental	4,17%	8,79%

Obtenção do *mark-up* II, como multiplicador ou divisor para obtenção do preço de venda com impostos.

Percentual sobre vendas

ICMS – Imposto Circulação de Merc. e Serviços	18,00%
PIS – Programa de Integração Social	0,65%
Cofins – Contribuição Social sobre Faturamento	3,00%
Total	21,65%

Quanto representam as vendas, excluídos os impostos, em relação à venda tributada, incluídos os impostos sobre venda.

Preço de venda com

impostos	(a)	100,00%
(-) Impostos sobre a		
venda	(b)	21,65%
(=) Preço de venda líquido excluídos dos impostos	(a -	
b)		78,35%

Obtenção do *mark-up* II para construir um preço de venda com impostos, pronto para a emissão de listas de preços de venda e documentação fiscal.

Preço de venda com impostos	(a)	100,00%
Preço de venda sem impostos	(b)	78,35%
Mark-up II Multiplicador	=	(a : b) 1,2763

	<u>30 dias</u>	<u>60 dias</u>
Preço de venda sem impostos	\$ 208,33	\$ 217,58
Mark-up multiplicador	1,2763	1,2763
Preço a prazo com impostos	\$ 265,89	\$ 277,69
Preço à vista com impostos	\$ 255,26	
Fator incremental	4,17%	8,79%

Por Fora

Preço de venda à vista sem impostos:
pelo *mark-up* multiplicador (\$ 100,00 x 2,0000) = \$ 200,00

	<u>30 dias</u>	<u>60 dias</u>
Percentual sobre vendas		
Preço de venda à vista sem impostos	\$ 200,00	\$ 200,00
Taxa Custo Financeiro de (2% a.m.)	1,0200	1,0404
Preço a prazo	\$ 204,00	\$ 208,08

Fator incremental

2,0%

4,04%

Atenção

Veja que a taxa de custo financeiro, quando aplicada por dentro e por fora, apresenta grande variação, conforme demonstra o cálculo do fator incremental. Isso acontece porque, quando aplicado por dentro, o custo financeiro passa a fazer parte dos percentuais que compõem o mark-up; assim, o lucro previsto incide também sobre o custo financeiro.

Percentual sobre vendas 30 dias 60 dias
Fator incremental 4,17% 8,79%
Fator incremental 2,0% 4,04%

Anexos

ANEXO

Tabela de Formação de Preço para os Diversos Setores

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA						
ITENS	INDÚSTRIA LUCRO PRESUMIDO	INDÚSTRIA LUCRO REAL	COMÉRCIO LUCRO PRESUMIDO	COMÉRCIO LUCRO REAL	SERVIÇO - SP LUCRO PRESUMIDO	SERVIÇO - SP LUCRO REAL
CUSTO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
IPI sobre venda	-	-	10,00%	10,00%	-	-
ICMS sobre venda	18,00%	18,00%	18,00%	18,00%	-	-
PIS	0,65%	1,65%	0,65%	1,65%	0,65%	1,65%
COFINS	3,00%	7,60%	3,00%	7,60%	3,00%	7,60%
ISS	-	-	-	-	5,00%	5,00%
LUCRO DESEJADO	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
TOTAL	0,36650	0,42250	0,46650	0,52250	0,23650	0,29250
CUSTO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
MARK-UP						
DIVISOR	0,63350	0,57750	0,53350	0,47750	0,76350	0,70750
MULTIPLICADOR	1,578532	1,731602	1,874414	2,094241	1,309758	1,413428
PREÇO DE VENDA	157,85	173,16	187,44	209,42	130,98	141,34

Bibliografia/Links Recomendados

BRASIL. Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996. Regula o Preço de Transferência no Brasil. Diário Oficial da União, Brasília, 1996. Disponível em:

<<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leis/ant2001/lei943096.htm>>. Acesso em: 13 mar. 2006.

BRIMSON, J. A. **Contabilidade por atividades**: uma abordagem de custeio baseado em atividades. São Paulo: Atlas, 1996.

CHING, H. Y. **Contabilidade gerencial**: novas práticas contábeis para a gestão de negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDA, M. F. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HORNGREN, C. T.; FOSTER, G.; DATAR, S. M. **Contabilidade de custos**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

HORNGREN, C. T.; SUNDEM, G. L.; STRATTON, W. **Contabilidade gerencial**. 12. ed. Pearson Education, 2004.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1981.

_____. **Contabilidade gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINS, E. Avaliação de empresas: da mensuração contábil à econômica. **Caderno de Estudos**, FIECAFI, São Paulo, v. 13, n. 24, p. 28-37, jul./dez. 2000.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial**: um enfoque em sistema de informação contábil. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Controladoria estratégia e operacional**: conceitos, estrutura e aplicação. São Paulo: Thomson, 2003.

PIZZOLATO, N. D. **Introdução à contabilidade gerencial**. 2. ed. revisada e ampliada. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

RECEITA FEDERAL. **Preço de transferência**. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/prepararimpressao/printIE.asp?Endereco=/PessoaJuridica/DIPJ/2>>

004/...>. Acesso em: 18 mar. 2005.

_____. **Custo**. Disponível em:

<<http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/dipj/2002/pergresp2002/pr284a291.htm>>. Acesso em: 18 out. 2011.

ROSSETO, V. Preços de transferência: comentários à Lei 9430/96. **Cadernos de Estudos**, FIECAFI, São Paulo, v. 10, n. 17, p. 79-85, jan./abr. 1998.

SANTOS, J. J. **Formação do preço e do lucro: custos marginais para formação de preços referenciais**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.