

ANÁLISE DE CUSTOS EM UMA CONCESSIONÁRIA DE VEÍCULOS NO MATO GROSSO DO SUL

Glenda de Almeida Soprane

Ana Paula Alencar da Silva

Maria Aparecida Farias de Souza Nogueira

RESUMO

Para que as empresas do setor de automóveis obtenham os resultados desejados é necessário controlar os custos de compra e venda, além das despesas geradas no processo. Assim, o objetivo deste trabalho foi de analisar o custo anual de uma concessionária de automóveis no Mato Grosso do Sul, determinando a margem de contribuição e ponto de equilíbrio. No presente trabalho empregou-se a pesquisa exploratória, envolvendo levantamento bibliográfico, entrevista e estudo de caso. Para a coleta dos dados foi realizada uma entrevista com o contador da empresa, identificando os custos e despesas que a empresa possui. Nesta pesquisa destaca-se o ponto de equilíbrio contábil, onde se considera que, para alcançá-lo a empresa precisa vender 82,35 unidades por ano do produto A e 43,63 unidades do produto B. Conclui-se que é de suma importância o controle e análise de custos em qualquer tipo de empresa, sendo estes uma estratégia de negócios e proporcionando segurança nos lucros obtidos.

Palavras Chave: custos; margem de contribuição; ponto de equilíbrio.

1 INTRODUÇÃO

O setor automotivo tem importante participação na estrutura industrial mundial. No Brasil, representa cerca de 22% do PIB industrial. Devido aos seus encadeamentos, é um setor cujo desempenho pode afetar significativamente a produção de vários outros setores industriais (MDIC, 2018).

A Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), confirmou que o licenciamento de veículos em 2018 registrou 2,56 milhões de unidades, aumento de 14,6% frente aos 2,24 milhões de unidades vendidas em 2017. Na análise mensal, foram negociadas em dezembro de 2018, 234,5 mil unidades, o que representa crescimento de 1,6% sobre as 230,9 mil unidades de novembro, ou de 10,3% na comparação com as 212,6 mil de dezembro de 2017 (ANFAVEA, 2019).

O controle de custos tem por finalidade o fornecimento de informações que contribuem para auxiliar o setor administrativo e na lucratividade da empresa de acordo com o seu planejamento adequado (PORTAL SEBRAE, 2015). Os administradores que não souberem o custo de seus produtos terão dificuldade de determinar a margem de lucro, fixar um preço preciso aos seus produtos e também podem sofrer prejuízos em determinadas vendas. É necessária a capacidade de avaliar o desempenho das atividades e apurar os custos dos produtos, isso faz com que o negócio se torne mais competitivo no mercado em que atua, evitando as demissões e o fechamento da empresa (NETO, 2008).

Rosa (2010) em seu trabalho, afirma que a alta competitividade do mercado exige que as empresas se adaptem às mudanças com bastante rapidez e eficiência. Para tanto é necessário que elas sejam organizadas com áreas que forneçam informações precisas e

de qualidade, facilitando a utilização das ferramentas da Contabilidade de Custos, colocando a empresa num patamar diferenciado, garantindo aos administradores uma vantagem competitiva. Desta forma, para atingir o sucesso da empresa é necessário que os administradores tomem os rumos e decisões corretas, baseados em informações contábeis consistentes adaptando seus processos continuamente. Com base nisto, pode-se afirmar que uma organização conseguirá se estabelecer e manter-se competitiva no mercado se tiver gestores habilidosos, atualizados e detentores de informações contábeis, sendo que para tal, a existência da Contabilidade de Custos é condição.

A Contabilidade enquanto formadora de informações e, especialmente no ramo de custos, possui consolidados metodologias de aplicação, que podem direcionar proprietários e gestores de empresas. Diante do exposto, surge a seguinte problemática dessa pesquisa: Quais são os resultados apontados pelo ponto de equilíbrio e pela margem de contribuição de uma Concessionária de Veículos em Mato Grosso do Sul com vistas à tomada de decisão? Para responder a esse problema, foi necessário encontrar os valores das variáveis necessárias ao cálculo da margem de contribuição e ponto de equilíbrio; calcular a margem de contribuição e ponto de equilíbrio da empresa estudada e, por fim, analisar os resultados encontrados.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 CONTABILIDADES DE CUSTOS

Segundo Santos (2017), a necessidade do controle fez com que a apuração de custos ganhasse importância desde o início do Capitalismo. Era por meio da contabilidade de custos que o comerciante tinha respostas se estava lucrando com seu negócio, pois bastava confrontar as receitas e as despesas do mesmo período.

Leone (2000) divide os Custos em três grandes grupos: a) Custos para a determinação do lucro e a avaliação do patrimônio: custos históricos ou reais, custos por natureza, custo fabril, custo primário, custo de transformação, custo das mercadorias fabricadas e custo das mercadorias vendidas; b) Custos para o controle das operações: Custo direto e indireto, custos-padrão, custos pela responsabilidade e; c) Custos para planejamento e tomada de decisões: Custos fixos, variáveis e semi variáveis.

O campo da Contabilidade de Custos está cada vez mais desenvolvido e mais abrangente, pois além de informar o valor exato dos custos, ela nos dá informações necessárias para o controle e tomada de decisão dentro da empresa. Existem vários tipos de custos, tantas quantas forem as necessidades gerenciais. Neste trabalho foram destacados os custos para o controle das operações e para planejamento e tomada de decisões.

2.1.2 Custeio Variável

A literatura apresenta métodos de custeio como formas de classificar os custos e apropriar aos produtos. Maher (2001, p. 361), escreve que “Custeio Variável é um sistema de contabilização de custos em que apenas os custos variáveis de produção são atribuídos aos produtos.

Leone (2000) apresenta a definição de que este custeio é usado para acumular os custos de qualquer objeto ou segmento de uma empresa. O critério de custeio variável é assim denominado porque trata dos custos que variam com o parâmetro operacional que foi escolhido para ser a base de volume ou da atividade ou de segmento da empresa.

Para Martins (2010), só são alocados aos produtos os custos variáveis, ficando os fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado. Para os estoques só vão, como consequência, custos variáveis. Em resumo, o

Custeio Variável é um método de contabilizar os custos de uma produção avaliando somente os custos que variaram durante o período.

Segundo Maher (2001), as empresas que optam pelo método do Custeio Variável, obtêm grande volume de informações, pois podem separar o custo fixos e variáveis e obter dados para fixar o custo unitário a fim de encontrar o Ponto de Equilíbrio, além de facilitar nas tomadas de decisões e auxiliar o planejamento e controle de produção da organização a curto prazo.

As prerrogativas teóricas que atendem os objetivos desta pesquisa são atendidas pelo conceito do Custeio Variável, que possibilita pela sua forma de identificar os custos aos produtos, o cálculo da margem de contribuição e do ponto de equilíbrio.

2.2 CONTABILIDADE GERENCIAL

A Contabilidade Gerencial surgiu da necessidade dos gestores em terem informações confiáveis, que possibilitassem as tomadas de decisões de uma empresa.

Para Martins (2010), devido ao crescimento das empresas, com o consequente aumento da distância entre administrador, ativos e pessoas administradas, passou a contabilidade de custos a ser encarada como uma eficiente forma de auxílio no desempenho dessa nova missão, a gerencial.

Martins (2010) diz ainda que, a contabilidade de custos acabou por passar, nessas últimas décadas, de mera auxiliar na avaliação de estoques e lucros globais para importante arma de controle e decisão gerencial.

Segundo Padoveze (1996) a Contabilidade Gerencial tem como objetivo facilitar o planejamento, controle, avaliação de desempenho e a tomada de decisão internamente, através de relatórios de orçamento, contabilidade por responsabilidade, desempenho, custos e relatórios especiais com a finalidade de facilitar a tomada de decisão. Reconhece que, a Contabilidade Gerencial não existe se não tiver uma ação, que transforme e interprete os dados em informações, possibilitando seu uso como instrumento de uma ótima gestão.

Em resumo, a Contabilidade Gerencial é de grande importância para a prosperidade das empresas. É usada estrategicamente para planejamento e tomada de decisão, atingindo assim, as metas e o objetivo da empresa.

2.1.4 Custos Diretos, Indiretos, Fixos e Variáveis

Primeiramente, quanto às definições de fixo e variável, segundo Leone (2000) os termos fixo e variável são geralmente usados para descrever como um custo reage às mudanças na atividade. Um custo variável é um custo que é proporcional ao nível da atividade - o custo total aumenta à medida que a atividade aumenta - e um custo fixo é constante no total, na faixa de volume relevante da atividade esperada que está sendo considerada.

Custos Fixos e Variáveis são uma classificação que não leva em consideração o produto, e sim o relacionamento entre o valor total do custo num período e o volume de produção. Fixos são os que num período têm seu montante fixado não em função de oscilações na atividade, e Variáveis os que tem seu valor determinado em função dessa oscilação (MARTINS, 2010).

A distribuição dos custos da entidade, conforme Leone (2000), depende de uma análise do objeto examinado para que ele seja subdividido em diretos e indiretos destina-se a fornecer informações para a determinação do montante mais realístico do custo desse objeto, influenciando diretamente no controle do custo desse objeto, bem como no controle dos custos do centro de responsabilidade e, de maneira geral de todos os

segmentos que tiveram seus custos identificados e acumulados. Caracterizou os custos diretos como todos aqueles custos que podem ser identificados com as obras, do modo mais econômico e lógico. Já para ele os custos indiretos são todos os outros custos que dependem do emprego de recursos, de taxas de rateio, de parâmetros para o débito das obras (LEONE, 2010).

Desse modo, a diferença entre os custos diretos e os custos indiretos é necessária para um cálculo mais real do custo de qualquer objeto, para a verificação da rentabilidade e da eficiência das várias atividades da empresa. Já os custos fixos são aqueles que não se alteram em determinado período da produção, e os custos variáveis se alteram de acordo com o número de quantidade produzida. A definição dos custos como sendo fixo ou variável, conduz a aplicação das fórmulas para os cálculos da Margem de Contribuição e do Ponto de Equilíbrio.

2.3 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Em qualquer que seja o segmento, Indústria, Comércio ou Serviços, é perfeitamente possível e fácil se apurar o valor e o percentual respectivo da Margem de Contribuição (SEBRAE, 2018).

Segundo Leone (2000, p. 375), “a margem de contribuição é a diferença entre as receitas e o custo diretos e variáveis identificados a um produto, linha de produtos, serviços, processos, segmentos, enfim, a cada um dos objetos em que se pode dividir a atividade de uma empresa”.

O termo Margem de Contribuição tem um significado igual ao termo Ganho Bruto sobre as Vendas. Isso indica para o empresário o quanto sobra das vendas para que a empresa possa pagar suas despesas fixas e gerar lucro (SEBRAE,2018).

Para Martins (2010, p. 179), “a diferença entre o preço de venda e o Custo Variável de cada produto é o valor que cada unidade efetivamente traz a empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e que lhe pode ser imputada sem erro”. O Quadro 01 está a fórmula da Margem de Contribuição.

$$MC = PV - (CV + DV)$$

Onde:

MC = Margem de contribuição

PV = Preço de Venda ou Receita Bruta

CV = Custo variável

DV = Despesa variável

Quadro 01: Fórmula da Margem de Contribuição.

Fonte: Martins (2010).

Ao analisar a margem de contribuição de cada produto é possível verificar se existe algum deles que possui maior capacidade de trazer rentabilidade para empresa.

2.4 PONTO DE EQUILÍBRIO

Segundo Santos (2017), ponto de equilíbrio é uma expressão usada para definir o equilíbrio entre o faturamento de vendas e os custos totais, equivalente ao lucro zero. A partir do ponto de equilíbrio é que as operações de uma empresa começam a gerar lucro.

Crepaldi (1999), afirma que dividindo os custos e as despesas fixas totais pela margem de contribuição unitária, obtém-se o ponto de equilíbrio contábil. Segundo Martins (2010), o Ponto de Equilíbrio Contábil será obtido quando a soma da margem de contribuição totalizar o montante suficiente para cobrir todos os custos e despesas fixas, ou seja, quando receitas menos os custos e as despesas totais dão resultado nulo.

O Ponto de Equilíbrio Econômico se dá no momento em que as despesas e os lucros se igualam, ou seja, unidades ou valor da receita necessária para cobrir todos os custos e despesas, somado ao valor do lucro preterido (MARTINS, 2010).

E o Ponto de Equilíbrio Financeiro é alcançado quando o valor das disponibilidades permanece inalterado, independentemente de haver resultado contábil ou econômico tendo como foco o valor das vendas necessárias para que as necessidades financeiras de entrada e saída de recursos se equivalham (MARTINS, 2010). As fórmulas para o cálculo destes pontos de equilíbrio estão apresentadas no Quadro 02.

Ponto de Equilíbrio – PE	Fórmula
PE Contábil	$\frac{\text{Custos e Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$
PE Econômico	$\frac{\text{Margem de Contribuição Unitária}}{\text{Custos e Despesas Fixas} + \text{Lucro Desejável}}$
PE Financeiro	$\frac{\text{Margem de Contribuição Unitária}}{\text{Custos e Despesas Fixas} - \text{Gastos Não-Desembolsáveis}}$

Quadro 02: Fórmulas dos Pontos de Equilíbrio

Fonte: Adaptado de Martins (2010)

É importante ressaltar que a técnica do ponto de equilíbrio é um conceito que auxilia a empresa na gestão de curto prazo. O ponto de equilíbrio mostra o ponto mínimo que a empresa precisa operar, onde lucro é igual a zero, e nesse ponto mínimo de operação a empresa consegue cobrir seus custos variáveis e fixos. Assim não se pode pensar num planejamento em longo prazo para uma companhia que dê prejuízo e não consiga pagar seus custos (PADOVEZE, 2009).

Esta pesquisa apresenta o Ponto de Equilíbrio Contábil, que graficamente, é representado na Figura 01, de acordo com Maher (2001).

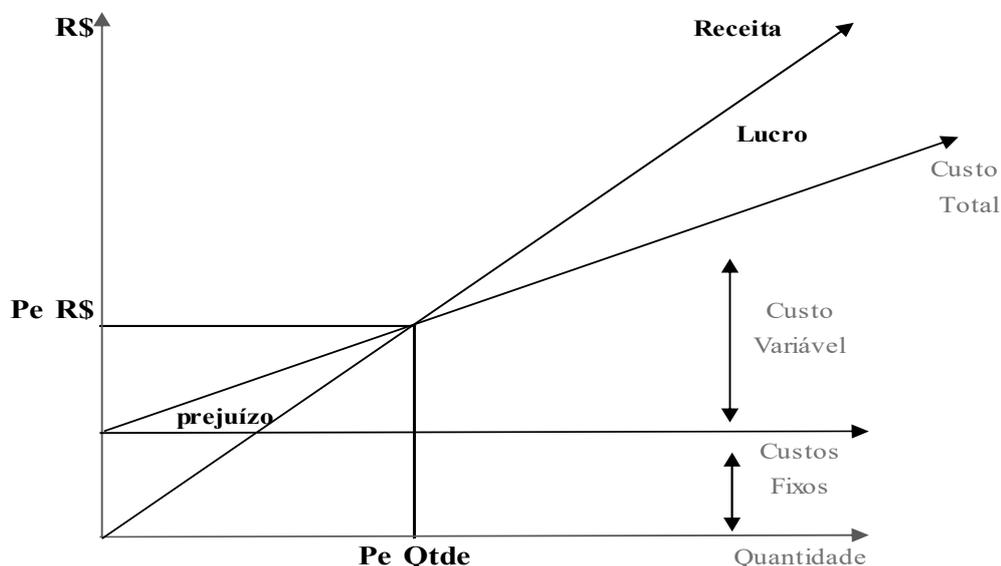


Figura01: Ponto de Equilíbrio

Fonte: Adaptado de Maher (2001)

O ponto de equilíbrio mostra quanto a empresa precisa vender, em unidades, para ser lucrativa. Procura-se conhecer essa análise para avaliar se o investimento em um negócio será ou está sendo rentável.

3 METODOLOGIA

Segundo Beuren (2010), “diante da necessidade de se definir o delineamento da pesquisa, quanto aos objetivos, poderá o trabalho monográfico se enquadrar como uma pesquisa exploratória, descritiva ou explicativa”.

A pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, explicitá-lo. Pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado. Geralmente, assume a forma de pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Já a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Ex.: pesquisa referente à idade, sexo, procedência, eleição etc. Já a pesquisa explicativa visa identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. É o tipo que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas. Por isso, é o tipo mais complexo e delicado (GIL, 2008).

No presente trabalho emprega-se a pesquisa exploratória, envolvendo levantamento bibliográfico, entrevista e estudo de caso.

Beuren (2010) indica que “os procedimentos na pesquisa científica se referem à maneira pela qual se conduz o estudo e, portanto, se obtêm os dados”. Neste trabalho foi feita uma pesquisa bibliográfica, utilizando livros que apresentam os conceitos da Contabilidade, também foi feita uma pesquisa documental, onde Beuren e Gil (1999) definem ser documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas, entre outros. Também foi feito um estudo de caso em uma concessionária de Mato Grosso do Sul.

O estudo de caso é importante, pois reúne e detalha informações apuradas. A riqueza dessas informações auxilia num maior entendimento e possível resolução de problemas relacionados ao assunto estudado (BEUREN; RAUPP, 2010).

As tipologias de pesquisa quanto à abordagem do problema são destacadas em pesquisas qualitativas e quantitativas.

Richardson (1999, p. 80 apud Beuren e Raupp, 2010, p. 91) explica que “os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos vividos por grupos sociais”.

Ainda Richardson (1999, p. 70 apud Beuren e Raupp, 2010, p. 92) afirma que abordagem quantitativa “caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, as mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão, etc”.

Neste trabalho foi feita uma pesquisa qualitativa, e tendo como objetivo coletar o máximo de informações com qualidade, para um bom entendimento da situação da empresa, calculando assim a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio.

O meio no qual o estudo foi desenvolvido consiste em uma concessionária de Veículos no Mato Grosso do Sul. A empresa trabalha no segmento de automóveis, com a característica específica de venda de veículos de tração 4x4, peças e prestação de serviços.

Esse segmento é importante para economia do estado, pois, as vendas tiveram bom desempenho com avanço de 16,4% nas vendas de 2018 e de 22,9% no mês de novembro. No acumulado, o montante vendido ficou em 50.433 unidades em MS, diante de 43.293 do mesmo período de 2017. Já em dezembro de 2018, os negócios somaram 4.762 veículos (FENABRAVE, 2018).

A empresa estudada possui 14 (quatorze) funcionários, sendo eles: 1 lavador, 1 vendedor de peças, 1 vendedor de acessórios, 1 recepcionista, 3 vendedores de veículos novos, 1 gerente, 2 mecânicos, 1 caixa, 1 contador, 1 assistente contábil e 1 supervisor de departamento pessoal. O horário de funcionamento da empresa é de segunda à sexta das 08:00 às 18:00 horas, e no sábado das 08:00 às 12:00 horas. O período estudado compreende ao ano de 2017.

Em janeiro de 2017 o saldo inicial da empresa era negativo em R\$ 98.313,63 reais, ao longo do ano foi possível compensar esse prejuízo e obter um lucro acumulado de R\$ 529.784,01 reais.

A coleta de dados em documentos pode ser dividida em: pesquisa documental ou de fontes primárias e pesquisa bibliográfica ou de fonte secundárias.

Neste trabalho foi usada a pesquisa bibliográfica ou de fontes secundárias, Marconi e Lakatos (2002 apud Beuren 2010) comentam que as fontes secundárias possibilitam não só resolver os problemas já conhecidos, mas também explorar novas áreas onde os problemas ainda não se cristalizaram suficientemente. Assim, a pesquisa bibliográfica propicia a investigação de determinado assunto sob um novo enfoque ou abordagem.

E também foi usada entrevista com o contador que, conforme Andrade (2007), é uma técnica de obtenção de informações é aquela em que o investigador apresenta questionamentos pessoalmente à população, com o objetivo de obter dados necessários para responder à questão estudada. A entrevista pode ser classificada em estruturada, semiestruturada ou não estruturada. A entrevista estruturada acontece quando o entrevistador segue um roteiro estabelecido com perguntas predeterminadas, podendo o questionário ser de respostas abertas ou fechadas. Nesse caso foi feita uma entrevista não estruturada, com perguntas abertas ao contador da concessionária em questão.

Na análise de dados, Gil (1999, apud Beuren 2010) explica que o objetivo é organizar sistematicamente os dados de forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema de investigação.

Para responder os objetivos, foram adotadas pesquisa qualitativa, pesquisa descritiva (bibliográficas e documentais), bem como identificar, relatar e comparar dados, e uma entrevista não estruturada. Quanto à análise dos resultados, foi relacionada a fala dos autores com a fundamentação teórica levantada.

São apresentados, na sequência, a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio. Assim, analisando os dados de uma concessionária de veículos no Mato Grosso do Sul, foi demonstrado como esses indicadores podem cooperar para o bom funcionamento e uma boa gestão da empresa.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A empresa estudada trabalha no segmento de automóveis, com a característica específica de venda de veículos de tração 4x4, peças e prestação de serviços; entretanto, o foco deste trabalho está nas vendas de veículos.

Os dados foram obtidos através de visita na empresa e entrevista com o contador, buscando entender o processo de compra e venda de veículos da empresa para realizar a análise dos custos por produtos da melhor forma possível. O controle de seus custos atualmente é feito pela contabilidade interna. A Tabela 01 mostra o valor mensal que a empresa obteve através da venda de seus dois produtos (A e B), e demonstrando qual foi o mais vendido no ano de 2017.

Tabela 01: Demonstrativo de Faturamento mensal dos produtos A e B da empresa pesquisada

Período	Tipos de produtos	Quantidade Vendida	Valor Unitário (em R\$)	Valor Total Mensal (em R\$)
----------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------

Janeiro	Produto A	8	69.114,12	552.912,96
	Produto B	2	126.024,51	252.049,02
Fevereiro	Produto A	9	69.114,12	622.027,08
	Produto B	2	126.024,51	252.049,02
Março	Produto A	13	69.114,12	898.483,56
	Produto B	4	126.024,51	504.098,04
Abril	Produto A	11	69.114,12	760.255,32
	Produto B	3	126.024,51	378.073,53
Maio	Produto A	14	69.114,12	967.597,68
	Produto B	3	126.024,51	378.073,53
Junho	Produto A	16	69.114,12	1.105.825,92
	Produto B	4	126.024,51	504.098,04
Julho	Produto A	13	69.114,12	898.483,56
	Produto B	4	126.024,51	504.098,04
Agosto	Produto A	12	69.114,12	829.369,44
	Produto B	3	126.024,51	378.073,53
Setembro	Produto A	13	69.114,12	898.483,56
	Produto B	2	126.024,51	252.049,02
Outubro	Produto A	11	69.114,12	760.255,32
	Produto B	5	126.024,51	630.122,55
Novembro	Produto A	14	69.114,12	967.597,68
	Produto B	6	126.024,51	756.147,06
Dezembro	Produto A	15	69.114,12	1.036.711,80
	Produto B	6	126.024,51	756.147,06
TOTAL ANUAL	Produto A	149	-	10.298.002,92
	Produto B	44	-	5.545.078,42

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa

*Para proteger a identidade da empresa foi utilizado nomes fictícios.

4.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO PRODUTO A E PRODUTO B

A Margem de Contribuição é representada pela capacidade que a empresa deve possuir para cobrir seus custos fixos e obter lucratividade. Mas para calcular a margem de contribuição precisa-se descobrir primeiro o custo variável, que corresponde ao custo de venda mais as despesas de venda, conforme Tabela 02.

Tabela 02: Custo Variável- Produto A e B (em R\$)

COMPRA E VENDA – PRODUTO A	
Compra Fábrica	5.580.890,69
Comissões	70.000,00
Impostos	2.951.122,82
Total	8.602.013,51
COMPRA E VENDA – PRODUTO B	
Compra Fábrica	2.640.698,25
Comissões	45.000,00
Impostos	1.946.155,18
Total	4.631.853,43

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa

A Margem de Contribuição corresponde à diferença entre o preço de venda (receita bruta) e a soma dos custos e despesas variáveis. Equivale ao valor de venda do produto deduzidos os custos e despesas por ele gerados. As Tabelas 03 e 04, apresentam a apuração da margem de contribuição, com base no valor de vendas, relativos ao ano de 2017, com o objetivo de identificar tal valor. Nota-se que a margem de contribuição representa 16,46% do total da receita.

Tabela 03: Demonstração do Resultado (Produto A)

Produto A		Valor Total Empresa (em R\$)
Receita Bruta		10.298.002,92
(-) Custos Variáveis		5.580.890,69
Compra Fábrica		5.580.890,69
(-) Despesas Variáveis		3.021.122,82
Impostos		2.951.122,82
Comissão		70.000,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		1.695.989,41
Custo Fixo		880.000,00
Aluguel	200.000,00	
Funcionários	500.000,00	
Pró-labore	120.000,00	
Honorários contábeis	60.000,00	
Despesa Fixa		57.450,00
Energia Elétrica	43.000,00	
Água	5.450,00	
Telefone	3.000,00	
Depreciação	6.000,00	
LUCRO LÍQUIDO		758.539,41

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa (2017)

Nota-se que, ao observar a Tabela 3, referente aos dados do produto A, deduzidos os Custos Fixos da Margem de Contribuição, o lucro líquido apresenta o valor de R\$ 758.539,41.

Os dados do produto B podem ser observados na Tabela 04.

Tabela 04: Demonstração do Resultado (Produto B)

Produto B		Valor Total Empresa (em R\$)
Receita Bruta		5.545.078,42
(-) Custos Variáveis		2.640.698,25
Compra Fábrica		2.640.698,25
(-) Despesas Variáveis		1.991.155,18
Impostos		1.946.155,18
Comissão		45.000,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		913.224,99
Custo Fixo		880.000,00
Aluguel	200.000,00	
Funcionários	500.000,00	
Pró-labore	120.000,00	
Honorários contábeis	60.000,00	
Despesa Fixa		25.750,00
Energia Elétrica	19.560,00	
Água	2.690,00	
Telefone	1.000,00	
Depreciação	2.500,00	
LUCRO LÍQUIDO		7.474,99

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa (2017)

Referente aos dados do produto B, deduzidos os Custos Fixos da Margem de Contribuição, o lucro líquido apresenta o valor de R\$ 7.474,99.

Sendo assim, tem-se em relação aos dois produtos a Tabela 05 com um resumo geral dos dois produtos da empresa pesquisada.

Tabela 05: Resumo dos dados dos Produtos A e B da empresa pesquisada (Em R\$)

PERÍODO	PRODUTO	QUANTIDADE VENDIDA	PREÇO DE VENDA	CUSTO VARIÁVEL	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO
2017	Produto A	149	10.298.002,92	8.602.013,51	1.695.989,41
2017	Produto B	44	5.545.078,42	4.631.853,43	913.224,99
TOTAL		193	15.843.081,34	13.233.866,94	2.609.214,40

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa (2017)

4.2 PONTOS DE EQUILÍBRIO PRODUTO A E PRODUTO B

Ponto de Equilíbrio Contábil é obtido quando a soma da margem de contribuição totalizar o montante suficiente para cobrir todos os custos e despesas fixas, ou seja, quando receitas menos os custos e as despesas totais dão resultado nulo. O Ponto de Equilíbrio Econômico se dá no momento em que as despesas e os lucros se igualam, ou seja, unidades ou valor da receita necessária para cobrir todos os custos e despesas, somado ao valor do lucro preterido. E o Ponto de Equilíbrio Financeiro é alcançado quando o valor das disponibilidades permanece inalterado, independentemente de haver resultado contábil ou econômico tendo como foco o valor das vendas necessárias para que as necessidades financeiras de entrada e saída de recursos se equivalham (MARTINS, 2010). Na sequência, estes serão melhor detalhados.

4.2.1 Ponto de Equilíbrio Contábil

É demonstrada através do ponto de equilíbrio contábil a quantidade mínima que a empresa deve vender para cobrir todos os seus custos e despesas fixas e variáveis, como apresentado na Tabela 06.

Tabela 06: Cálculo do ponto de equilíbrio contábil produto A e B

Ponto de Equilíbrio Contábil	Produto A	Produto B
(+) Custos fixos	880.000,00	880.000,00
(+) Despesas fixas	57.450,00	25.750,00
(/) Margem de contribuição unitária	11.382,49	20.755,12
(=) PE em unidades	82,35	43,63

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa (2017)

Diante desta análise, pode-se dizer que o ponto de equilíbrio é atingido quando a concessionária vender por mês uma média de 82,35 unidades do produto A e 43,63 unidades do produto B por ano. Após essa quantidade a empresa passará a ter lucro.

4.2.2 Ponto de Equilíbrio Econômico

Para calcular o ponto de equilíbrio econômico considera-se o valor do produto unitário, o custo variável unitário e os custos fixos do período. Também é considerado o valor do lucro que se quer obter e a margem de contribuição unitária, conforme cálculo como apresentado na Tabela 07.

Para o produto A o valor total das vendas será de R\$ 7.512.704,84 (108,70 x R\$ 69.114,12) com custos variáveis para todas as unidades produzidas de R\$ 6.275.428,18 (108,70 x 57.731,63).

Tabela 07: Cálculo do ponto de equilíbrio econômico produto A e B (em R\$)

Ponto de equilíbrio econômico	Produto A	Produto B
(+) Preço Venda	69.114,12	126.024,51
(-) Custos e Despesas Variáveis unit.	57.731,63	105.269,39
(=) Margem de contribuição	11.382,49	20.755,12
(+) Custos e despesas fixas	937.450,00	905.750,00
(+) Lucro Desejado	299.920,76	99.987,55

(/) Margem de contribuição	11.382,49	20.755,12
(=) PE em unidades	108,70	48,45

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa (2017).

Para o produto B, o valor total das vendas será de R\$ 6.105.887,50 (48,45 x R\$ 126.024,51) com custos variáveis para todas as unidades produzidas de R\$ 5.100.301,94 (48,45 x R\$ 105.269,39).

Dessa forma conclui-se que para obter o lucro desejado do produto A, que é R\$ 299.920,76, a empresa precisa vender 108,70 unidades e do produto B, que é R\$ 99.987,55, precisa vender 48,45 unidades.

4.2.3 Ponto de Equilíbrio Financeiro

O ponto de equilíbrio financeiro é obtido através da subtração dos custos e despesas fixas com os gastos fixos não desembolsáveis, neste caso tem-se a depreciação, e esse resultado é obtido dividindo-se pela margem de contribuição unitária, conforme Tabela 08.

Tabela 08: Cálculo do ponto de equilíbrio financeiro -Produto A e B

Cálculo do ponto de equilíbrio financeiro	Produto A	Produto B
(-) Custos e Desp. Fixas	937.450,00	905.750,00
(-) Depreciação	6.000,00	2.500,00
(/) Margem de contribuição Unitária	11.382,49	20.755,12
(=) PE em unidades	81,83	43,51

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa (2017)

O Ponto de Equilíbrio Financeiro é um índice que marca o ponto em que as vendas criam receitas que se igualem as despesas e custos de uma operação. A partir do ponto de equilíbrio a companhia passa a obter lucro. No entanto, para obter lucro no produto A é preciso vender acima de 81,83 unidades, e no produto B acima de 43,51 unidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve o objetivo geral de analisar os resultados apontados pelo ponto de equilíbrio e pela margem de contribuição de uma Concessionária de Veículos em Mato Grosso do Sul com vistas à tomada de decisão.

Considera-se que, por meio dos objetivos específicos deste trabalho foi alcançado o objetivo geral, através da revisão bibliográfica, que ofereceu embasamento para a análise dos dados, e dos dados coletados junto à concessionária de veículos em estudo, apresentados na análise e discussão.

Constatou-se no período em estudo que a empresa, além de conseguir pagar seu gasto mensal, apresentou lucro de 7,36%, para o produto A e 0,13% para o produto B, em relação ao seu faturamento. Após fazer o cálculo da receita subtraindo os impostos, custos e despesas variáveis, obtêm-se a margem de contribuição de 16,46% para ambos produtos, que permite quitar as despesas e gerar o lucro da empresa. Caso a empresa apresentasse margem inferior ao total desses custos e despesas estaria tendo prejuízo.

Nesta pesquisa foi destacado o ponto de equilíbrio contábil, concluindo-se que para alcançar o ponto de equilíbrio a empresa precisa vender 82,35 unidades por ano do produto A ao preço mínimo calculado de R\$ 69.114,12, atingindo R\$ 5.691.547,78 de vendas no exercício, e 43,63 unidades do produto B, ao preço mínimo calculado de R\$ 126.024,51, atingindo R\$ 5.498.449,37 de vendas no ano em estudo.

Entretanto, para o Ponto de Equilíbrio Econômico conclui-se que para obter o lucro desejado do produto A, que é R\$ 299.920,76, a empresa precisa vender 108,70 unidades e do produto B, que é R\$ 99.987,55, precisa vender 48,45 unidades.

E o Ponto de Equilíbrio Financeiro para a empresa obter lucro no produto A é preciso vender acima de 81,83 unidades, e no produto B acima de 43,51 unidades.

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, constatou-se a importância desses indicadores para a tomada de decisões dessa concessionária de veículos. Conhecendo melhor o custo de cada produto e o impacto que tem em relação ao seu faturamento, o gestor pode visualizar claramente a situação da empresa. A concessionária em questão demonstrou que sua maior rentabilidade é referente ao produto A; sendo assim, é recomendável que mantenha somente ele, pois, o lucro que o produto B obteve é muito baixo sendo apenas de 0,13% sobre o faturamento, não atingindo o lucro desejado.

Para os acadêmicos que estão em busca de um tema para o seu trabalho de conclusão de curso, sugere-se dentro desse mesmo tema, pesquisas com veículos de pequeno porte, serviços, comparar empresas desse ramo ou até mesmo em setores diferentes como, Auditoria e Gestão Empresarial, Responsabilidade civil e penal do profissional contábil, Perícia contábil, entre outros.

Enfim, conclui-se que é de suma importância o controle e análise de custos em qualquer tipo de empresa, sendo uma estratégia de negócio e proporcionando segurança nos lucros obtidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ANFAVEA. Disponível em: www.anfavea.com.br. Acesso em: mar.2019.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2010.

BLOIS, H. D. **Custos – enfoques sistêmicos**. Passo Fundo: UFP, 2010.

CARVALHO, Kairo William. **Custeio Direto como Instrumento de Apoio às Decisões Gerenciais: um Estudo de Caso da Concessionária K**, 2014.

FENABRAVE. **Estatísticas Mato Grosso do Sul**. Disponível em: <http://www3.fenabreve.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=busca&layout=busca&query=mato+grosso+do+sul>. Acessado em: ago. 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MAHER, Michael. **Contabilidade de Custos: Criando valor para a administração**. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Competitividade industrial**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividadeindustrial/setor-automotivo>. Acessado em: ago. 2018.

NETO, Oscar Guimarães. **Análise de Custos**. Curitiba. IESDE Brasil S.A., 2008.

OLIVEIRA, Jovana M. Cecília. **Contabilidade de Custos**: mensuração dos custos de serviços oferecidos por uma oficina, para a manutenção de um veículo, com o intuito de maximizar o resultado da concessionária Cont's Car Serviços LTDA. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, ano MMXIII, Nº. 000047, 16/12/2013. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/contabilidade-de-custos-mensuracao-dos-custos-de-servicos-oferecidos-por-uma-oficina-para>. Acessado em: ago. 2018.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial: Um enfoque em Sistema de Informação Contábil**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PORTAL SEBRAE. **O que é Margem de Contribuição**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/planejamento?codTem a=9>. Acessado: ago. 2018.

ROSA, Fernanda Flores. **A Contabilidade de Custos e sua Relevância para a Gestão**. Porto Alegre 2010.

SANCES. Disponível em: <http://sances.com.br/blog/gestao-eficiente-de-concessionarias>. Acessado em: ago. 2018.

SANTOS, Joel José. **Manual de Contabilidade e Análise de Custos**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.