



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

FERNANDA JUCELLY DE OLIVEIRA BEZERRA

Análise de custo, volume e lucro:

Um estudo de caso em uma microempresa do setor de comércio

NATAL, RN

2019

FERNANDA JUCELLY DE OLIVEIRA BEZERRA

**ANÁLISE DE CUSTO, VOLUME E LUCRO:
UM ESTUDO DE CASO EM UMA MICROEMPRESA DO SETOR DE COMÉRCIO**

Monografia apresentada à Banca Examinadora do Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Profa. Me. Camila Catarine de Araújo Azevedo

NATAL, RN

2019

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Bezerra, Fernanda Jucelly de Oliveira.

Análise de custo, volume e lucro: um estudo de caso em uma microempresa do setor de comércio / Fernanda Jucelly de Oliveira Bezerra. - 2019.

31f.: il.

Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências Contábeis, Natal, RN, 2019.

Orientadora: Profa. Ma. Camila Catarine de Araújo Azevedo.

1. Contabilidade de custos - Monografia. 2. Análise de custos - Monografia. 3. Tomada de decisão - Monografia. 4. Microempresa - Monografia. I. Azevedo, Camila Catarine de Araújo. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/UF/CCSA

CDU 657.47

Elaborado por Shirley de Carvalho Guedes - CRB-15/404

FERNANDA JUCELLY DE OLIVEIRA BEZERRA

**ANÁLISE DE CUSTO, VOLUME E LUCRO:
UM ESTUDO DE CASO EM UMA MICROEMPRESA DO SETOR DE COMÉRCIO**

Monografia apresentada à Banca Examinadora do Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovada em: 06/12/2019

BANCA EXAMINADORA

Profa. Me. Camila Catarine de Araújo Azevedo – Orientadora

Profa. Dr. Edzana Roberta Ferreira da Cunha Vieira Lucena – Membro da banca

Prof. Me. Djones Derkyan Teixeira dos Santos – Membro da banca

DEDICATÓRIA

À minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me permitido chegar até aqui e por ter sido meu apoio diante de tantas dificuldades.

A minha filha, Giulia Bezerra, por ser o motivo maior para que eu continue lutando pelos meus objetivos.

Aos meus pais, José Severo e Maria Célia, que sempre fizeram o possível e tanto se esforçaram para que eu conseguisse chegar até aqui. Agradeço também a minha irmã, Letícia Oliveira, pelo companheirismo e apoio.

Ao meu esposo, Thiago Mendonça, pelo companheirismo, por ter cuidado de mim e de nossa filha e pelo apoio e incentivo nessa fase difícil.

Aos meus avôs, por sempre terem feito o que estava ao alcance para contribuir com minha educação.

Agradeço também a família do meu esposo pelo suporte em todos os momentos de dificuldades.

Aos meus amigos e colegas da universidade, em especial, Mislayne Mayana, André Fellipe e Aline Aprígio por terem sido tão companheiros nessa longa jornada e sempre estarem disponíveis para me ajudar, mesmo após a distância.

Agradeço a todos os professores que tive a oportunidade de conviver e que de algum modo acrescentaram algo em minha trajetória, em especial a Profa. Me. Camila Azevedo por todos os ensinamentos e orientações.

Obrigada a todos que de alguma forma participaram da minha caminhada até a conclusão dessa etapa tão importante em minha vida.

*“Sei que podes fazer todas as
coisas;*

nenhum dos teus planos

pode ser frustrado.”

Jó 42:2

RESUMO

Esta pesquisa objetiva analisar a implantação da ferramenta de análise custo/volume/lucro em uma microempresa do setor do comércio que se localiza no interior do Rio Grande do Norte. Para isto, realizou-se um estudo de caso com os três principais produtos. Os dados para realização do estudo foram coletados por meio de provas documentais referente ao período do terceiro trimestre de 2019 e através de questionamentos aos administradores. Para realizar o estudo buscou-se mensurar os custos e despesas variáveis das mercadorias selecionadas para análise e as despesas fixas da empresa. Por meio desses dados, foi possível calcular a Margem de Contribuição, Ponto de Equilíbrio e a Margem de Segurança de cada produto. A análise evidenciou que as mercadorias possuem boa margem de contribuição, consequentemente, apresentam boa capacidade para cobrir os custos fixos da empresa. Devido a boa margem das mercadorias pode ser analisado novas estratégias de negócios como: diminuir preços, realizar promoções e investir em propaganda. O Ponto de Equilíbrio demonstrou que a organização tem potencial para cobrir suas despesas fixas e gerar lucro, pois as vendas superaram o equilíbrio. Isso se deve também ao fato da empresa apresentar baixo valor de despesas fixas. Além disso, foi possível verificar que a instituição apresenta ampla capacidade de suportar as oscilações de volume de venda, tendo em vista que sua Margem de Segurança é alta. A pesquisa evidenciou que é possível realizar análises de Custo/Volume/Lucro em empreendimentos de pequeno porte, e que, esta ferramenta pode auxiliar as tomadas de decisões e estratégias de negócio.

Palavras chave: Análise Custo/Volume/Lucro; Custos e Despesas; Tomada de Decisão; Microempresa.

ABSTRACT

This research aims to analyze the implementation of the cost / volume / profit analysis tool in a commerce microenterprise located in the interior of Rio Grande do Norte. For this, a case study was conducted with the three main products. Data for the study were collected through documentary evidence for the third quarter of 2019 and through questions to administrators. To carry out the study we sought to measure the variable costs and expenses of the goods selected for analysis and the company's fixed expenses. Through this data, it was possible to calculate the Contribution Margin, Balance Point and Safety Margin of each product. The analysis showed that the goods have a good contribution margin and, consequently, have a good capacity to cover the company's fixed costs. Due to the good margin of the goods, new business strategies such as: lower prices, conduct promotions and invest in advertising. Balance Point demonstrated that the organization has the potential to cover its fixed expenses and generate profit because sales have exceeded equilibrium. This is also due to the fact that the company has low value of fixed expenses. In addition, it was possible to verify that the institution has a large capacity to withstand fluctuations in sales volume, given that its Safety Margin is high. The research showed that it is possible to perform cost / volume / profit analysis in small enterprises, and that this tool can help decision making and business strategies.

Key words: Cost / Volume / Profit Analysis; Costs and expenses; Decision making; Micro enterprise.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Classificação de micro e pequena empresa, segundo SEBRAE	14
Quadro 2. Cálculo da margem de contribuição unitária	21
Quadro 3. Cálculo da margem de contribuição total	22
Quadro 4. Despesas fixas mensais	22
Quadro 5. Cálculo do ponto de equilíbrio	24
Quadro 6. Cálculo da margem de segurança	24
Quadro 7. Resultado do período	25

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CVL	Custo/volume/lucro
DAS	Documento de Arrecadação
EPP	Empresa de Pequeno Porte
MC	Margem de Contribuição
ME	Microempresa
MPE	Micro e Pequenas Empresas
PE	Ponto de Equilíbrio
PEC	Ponto de Equilíbrio Contábil
PEF	Ponto de Equilíbrio Financeiro
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
MS	Margem de Segurança

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	12
1.2 OBJETIVOS.....	14
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	14
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.3 JUSTIFICATIVA	14
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE	15
2.2 GESTÃO DE CUSTOS.....	16
2.2.1 ANÁLISE CUSTO-VOLUME-LUCRO.....	17
2.2.1.1 <i>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</i>	18
2.2.1.2 <i>PONTO DE EQUILÍBRIO</i>	19
2.2.1.3 <i>MARGEM DE SEGURANÇA</i>	19
3 METODOLOGIA.....	20
3.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA	20
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	20
3.3 COLETA DOS DADOS	20
4 ANÁLISE DE DADOS.....	21
4.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	21
4.2 DESPESAS FIXAS	22
4.3 PONTO DE EQUILÍBRIO	23
4.4 CÁLCULO DA MARGEM DE SEGURANÇA.....	24
4.5 RESULTADO DO PERÍODO	25
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

No Brasil, a quantidade de micro e pequenas empresas é bastante relevante se comparada ao número total de estabelecimentos existentes, representando 99% dos 6,4 milhões estimados (SEBRAE, 2018). Mesmo diante da crise financeira que o país vem enfrentando, o número de micro e pequenas empresas (MPE) é muito elevado no país ocasionando concorrência entre elas, devido a essa competitividade seus gestores são obrigados a buscar novas alternativas para se manterem no mercado.

Nesse contexto, MICHELS et al. (2017) abordam que devido a concorrência se tornar cada vez maior, as empresas precisam, frequentemente, avaliar suas estratégias e realizar mudanças necessárias para crescer, se manter sustentáveis no mercado e atingir os resultados esperados. Consideram também a contabilidade de custos como aliada indispensável para o empresário, uma vez que através dela são geradas informações necessárias e importantes para o processo decisório da empresa.

Infelizmente, na realidade prática do mundo dos negócios, mesmo com toda a tecnologia e informação disponível na atualidade, o conhecimento em custos possivelmente não tenha sido difundido o suficiente para uma boa gestão e tomada de decisão, principalmente nas micro e pequenas empresas, que muitas vezes são administradas pelos próprios donos, e grande parcela destes provavelmente, ainda não possuem tal conhecimento.

Machado e Souza (2016) apontam a necessidade que as organizações inseridas num ambiente econômico de mercado, caracterizado por acirrada concorrência, têm de direcionar maiores esforços ao planejamento e controle dos seus fatores de produção, geradores de custos e receitas. Com isso, o recurso informação adquire sentido de cunho estratégico e operacional.

A utilização de ferramentas gerenciais que proporcionem informações contábeis pode possibilitar vantagens durante as tomadas de decisões das organizações. Recursos como estes são extremamente importantes para as instituições que estão sempre se atualizando de acordo com o mercado, uma vez que é necessário considerar a concorrência. Além das vantagens, decisões tomadas a partir de informações geradas por meio destas ferramentas, supostamente são mais confiáveis, dessa maneira, contribuem para resultados mais satisfatórios.

Pequenas empresas dispõem de um grau de conhecimento insuficiente ou por muitas vezes inexistente quando se trata de gestão de custos. Essa deficiência acarreta em erros, podendo comprometer, por exemplo: a margem de contribuição dos produtos que, ocorrendo repetidamente pode chegar a não cobrir os custos fixos da empresa. Ou seja, não se pode negligenciar o levantamento e análise dos custos que irão ser transmitidos para o resultado da organização. Por esses motivos, cada vez mais as empresas têm adotado ferramentas que auxiliem a administração dos custos (PINHEIRO, 2016).

Araujo et al. (2015) consideram que organizar as informações de custos não se restringe apenas a escrituração de informações passadas referente aos valores de compra. Nesse sentido, a gestão de custos é importante para tomada de decisão, para tanto, estimativas relacionadas a margem de lucro, ponto de equilíbrio e margem de segurança auxiliam este processo.

Segundo Crepaldi (2007) a contabilidade gerencial auxilia os gestores em funções administrativas nas tomadas de decisões, uma vez que os instrumentos de informações proporcionam uma melhor gestão dos recursos econômicos e no controle dos custos da empresa. Desta forma, diante da necessidade de estudar produtos distintos, é possível por intermédio da análise de custos, verificar as relações do custo/volume/lucro (CVL) através da margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança, e por meio dessas ferramentas, decidir as estratégias para cada produto, individualmente (VALLIM, 2017).

Por conseguinte, ressalta-se a importância do profissional contábil no processo de planejamento, controle e gestão das informações geradas a partir da contabilidade de custos, auxiliando a empresa com a expectativa de melhores resultados como resposta a uma administração mais eficiente das informações de custos, consequentemente, contribuindo para decisões mais eficazes.

Diante da importância do tema para os micros e pequenos empresários, o presente trabalho tem como objetivo realizar um estudo de caso numa microempresa do setor de comércio e traz como questão de pesquisa: Quais as contribuições da análise Custo/Volume/Lucro como instrumento de tomada de decisão empresarial e estratégia de negócio?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a implantação da ferramenta Custo/Volume/Lucro em três tipos de produtos selecionados do mix de uma microempresa do setor de comércio.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar os custos e despesas variáveis dos produtos;
- Apurar os custos e despesas fixas da empresa;
- Determinar a Margem de Contribuição, Ponto de Equilíbrio e Margem de Segurança de cada produto.

1.3 JUSTIFICATIVA

Devido ao expressivo número de micro e pequenas no Brasil é natural que a concorrência também seja elevada. Por consequência, as empresas necessitam dispor de um diferencial para se destacarem no mercado, garantirem sucesso e continuidade. Além disso, muitas dessas micro e pequenas empresas são geridas por seus próprios donos que, em sua grande maioria, não possuem conhecimentos aprofundados em gestão e tomada de decisão.

Diante dessa realidade, a contabilidade de custos e o profissional contábil são grandes auxiliares no processo de gestão e podem contribuir com uma melhor tomada de decisão e estratégias de negócio. A inexistência de um controle de custos pode gerar informações erradas, consequentemente, resultar em decisões e estratégias que prejudiquem a sobrevivência da organização.

Muitos trabalhos são desenvolvidos em MPE e contribuem com o processo de gestão e análise dos custos destas, alguns realizam análise de custo/volume/lucro, no entanto a grande maioria são realizados nos setores da indústria e serviço (CEHELLA; FERREIRA, 2016; SEMPREBON, 2017; SOUZA et al, 2011).

Nessa perspectiva, a presente pesquisa se justifica por contribuir com o processo de mensuração dos custos e evidenciar a importância da ferramenta de análise do Custo/Volume/Lucro em uma microempresa do setor de comércio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

No Brasil, o empreendedorismo vem se expandindo a cada ano e contribuindo diretamente para o desenvolvimento do país. Segundo pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) existem mais de 6 milhões de estabelecimentos no Brasil e, 99% destes, são micro e pequenas empresas (MPE). Com isso, elas são responsáveis por 52% dos empregos formais no setor privado, o que corresponde a 16,1 milhões de carteiras assinadas (SEBRAE, 2018).

O conceito de microempresa foi modificado e, hoje, entende-se como microempresa a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, desde que, aufera em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e no caso de empresa de pequeno porte, receba, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais), conforme estabelece o art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 (BRASIL, 2006).

No tocante ao enquadramento - ou como também chamado, porte da empresa -, o critério de receita bruta anual é utilizado pela Receita Federal para fins tributários, de modo que outros órgãos podem e utilizam outros dados para classificarem o tamanho das organizações. O SEBRAE, por exemplo, utiliza o número de empregados para essa classificação e, além disso, faz a separação de comércio e serviços entre indústria, informação que não entra nos critérios da Receita.

Quadro 1 - Classificação de micro e pequena empresa, segundo SEBRAE.

Porte	Comércio e Serviços	Indústria
Microempresa (ME)	Até 9 empregados	Até 19 empregados
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	De 10 a 49 empregados	De 20 a 99 empregados

Fonte: Adaptado de SEBRAE.

Devido ao grande crescimento do número de MPE e para incentivar a atuação dessas instituições no mercado, foi criada a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, também conhecida como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Esta Lei instituiu o

Estatuto Nacional das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e, desde então, as MPE passaram a ter tratamento diferenciado e favorecido, onde o Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples) que possui um regimento compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos, unificou oito tributos (IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, CONFINS, IPI, CPP, ICMS e ISS), os quais serão recolhidos em um único Documento de Arrecadação (DAS) (BRASIL, 2019).

No universo dos pequenos negócios, que se destacam como a maior parte das intuições privadas do país, 59% das empresas de pequeno porte (EPP) são familiares, ou seja, têm sócios ou empregados parentes; enquanto as microempresas (ME) apresentam o percentual de 51% para esse tipo de instituição. De forma estratificada, o levantamento mostra que no setor da indústria 39% das empresas são familiares, 38% remetem ao comércio e no setor de serviços o número cai para 35% (PESSOA, 2017).

De forma geral, a maior parte dessas empresas familiares é encontrada no interior dos estados. Dentro desse contexto, no Rio Grande do Norte este fato é bastante recorrente, tendo em vista que a maior parte dos negócios são montados em casa ou em alguma extensão dela e constituídas por um grupo familiar como exemplo: pai e filho, ou, marido e esposa, que são responsáveis pela mão de obra necessária para seu funcionamento e gestão. Este fenômeno ocorre devido à dificuldade que os governantes dos municípios encontram para ofertar fontes de emprego e renda para a população e, na maior parte dos casos, também não possuem investimentos de grandes empresas, dificultando assim a economia local (MACEDO FILHO, 2018).

2.2 GESTÃO DE CUSTOS

Garrison, Norren e Brewer (2013) afirmam que os custos das mercadorias para revenda com fins de contabilidade financeira são todos os custos incorridos em sua aquisição. Para os produtos manufaturados existem os custos com materiais diretos, como mão de obra direta, e os custos indiretos de produção. À medida que os produtos/mercadorias são comprados ou produzidos, os custos vão sendo direcionados para suas unidades e mantêm-se em estoque enquanto estão aguardando serem vendidos. De modo semelhante, tanto na empresa que revende ou industrializa produtos, quando a venda é realizada, os custos passam a ser despesas e integram a receita de vendas.

Já Martins (2003) discorre que custo é um gasto referente a bem ou serviço usado para produzir outros bens e serviços. No contexto de estabelecimentos comerciais, a mercadoria

adquirida pela loja acarreta em um gasto, ou genericamente um investimento; e no momento do reconhecimento da receita auferida pela venda, se transforma em despesa, sem passar pela fase de custo.

Lorentz (2018) fala que os custos podem ser classificados de diferentes formas, podendo ser em função da finalidade a que se destinam, por exemplo, a identificação com os produtos, custos diretos ou indiretos, ou sua relação com o volume, custos fixos ou variáveis. Os custos diretos são facilmente identificados aos produtos e apropriado diretamente a eles, como por exemplo: os materiais consumidos (Und, Kg, entre outras medidas), embalagens utilizadas, horas de mão de obra utilizada, entre outros. Em contrapartida, os custos indiretos não oferecem condições de medida objetiva, e a apropriação é feita de forma estimada aos produtos, como por exemplo: aluguel, seguro, supervisão.

Além da finalidade a que se destinam os custos, podem ser classificados em custos variáveis ou custos fixos dependendo de como os custos se comportam em relação ao volume de produção. Os custos variáveis se comportam proporcionalmente à atividade, isto é, podem aumentar, diminuir ou manterem-se constante conforme se comportar o volume de produção naquele período. Por outro lado, os custos fixos mantêm-se constante independentemente das mudanças do volume de produção.

2.2.1 ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO

A análise custo/volume/lucro (CVL) é uma ferramenta indispensável para os negócios e que auxilia os gestores a compreenderem as relações entre custo, volume e lucro. De acordo com Garrison, Norren e Brewer (2013), a análise CVL se concentra em verificar como os cinco fatores: preço de venda, volume de vendas, custos variáveis por unidade, total dos custos fixos e mix de produtos vendidos; podem afetar os lucros da empresa. À vista disso, esta ferramenta gerencial destaca a relação dos custos com o volume produzido e a lucratividade (WERNKE, 2004).

Lorentz (2018) retrata que as relações custo/volume/lucro amparam os administradores em muitas decisões, tendo como exemplo, a que preço vender, quanto pode ser gasto com propaganda e promoção, avaliar a programação de volumes produzidos e possibilidades de redução de custos.

Quanto ao preço de venda, sabe-se que os custos de material direto, mão de obra direta ou mesmo das mercadorias adquiridas são os principais itens que compõem o preço de venda de uma empresa.

Nesse sentido, Assef (1997) aborda que a política eficiente dos preços, independentemente do porte e área de atuação da empresa, é uma questão fundamental para continuidade e crescimento autossustentado dela. Martins (2003) considera que é fundamental conhecer os custos incorridos para determinar os preços de venda, mas esse conhecimento isolado não é suficiente.

Dentro desse contexto, a análise CVL traz os conceitos de margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança, cujos resultados são de suma importância para decisões como: quais produtos e serviços oferecer, quais preços cobrar, qual estratégia de marketing usar ou qual estrutura de custo manter (GARRISON, NORREN E BREWER, 2013).

2.2.1.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A margem de contribuição (MC) é alcançada por meio da diferença entre o preço de venda de determinado produto e seus respectivos custos e despesas variáveis. Desse modo, a MC auxilia na análise de qual produto é mais rentável para empresa.

Ratificado por Ferreira (2016), o cálculo da margem de contribuição envolve apenas os custos e despesas variáveis, ou seja, aqueles que foram utilizados diretamente na aquisição do produto. Devido ao fato dos custos fixos não serem inseridos no cálculo da margem, a informação obtida propicia maior confiança, uma vez que, os custos fixos necessitam de critérios de rateio para serem alocados aos produtos, critérios esses que, geralmente, são arbitrários.

Diante disso, a empresa pode avaliar seu mix de produtos a fim de identificar quais são mais lucrativos, ou se existe alguma mercadoria que deve ser alterada ou até mesmo eliminada. Além disso, é possível verificar se certas estratégias de venda devem ser implementadas, se a concorrência está muito acirrada ou se o mercado está disposto a pagar o preço praticado pela empresa (ASSEF, 1997).

A MC também pode ser obtida com base na receita de vendas, onde são deduzidos os custos e despesas variáveis e cujo resultado chamamos de margem de contribuição total, o qual deve ser utilizado para cobrir os custos e despesas fixas, sobrando então o lucro.

Deste modo, o índice é importante para a definição de prioridades de vendas para os produtos com maior lucratividade, de forma que, quanto maior a MC de um produto, mais ele contribui para cobrir os custos e despesas fixas da empresa e após isso formar o lucro propriamente dito (LORENTZ, 2018).

2.2.1.2 PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio (PE) representa a quantidade mínima de vendas que a empresa necessita alcançar para operar sem apresentar prejuízo, podendo ser classificados de três formas: contábil, econômico e financeiro (MORAES E WERNKE, 2006). Diante das opções distintas, os autores destacam a possibilidade de adaptações de acordo com as informações que interessam à organização.

Segundo Weiss (2016) no ponto de equilíbrio contábil (PEC) os custos totais são iguais as receitas totais, dessa maneira, o lucro é igual a zero. Nesta primeira análise, são considerados os aspectos mais básicos da empresa: preço unitário, custo variável e os custos fixos. Partindo para o segundo ponto de análise, o econômico, é considerado nessa etapa os critérios já utilizados no PEC somados ao lucro mínimo sobre o capital investido pela empresa. O terceiro e último ponto a ser analisado, o ponto de equilíbrio financeiro (PEF), considera as contas que não têm impacto no fluxo de caixa da empresa, - não existe desembolso -.

Padoveze (2009) destaca a importância do PE para as organizações, tanto de forma global, como por unidade de produto, visto que por meio dele é possível mensurar a que nível mínimo de atividade a empresa precisa operar. No entanto, existem empresas que possuem uma gama de produtos distintos disponíveis para venda, dessa maneira, aferir o ponto de equilíbrio e identificar a MC que cada produto possui é um desafio. Nesse sentido, Moraes e Wernke (2006) demonstram que, quando se encontram dificuldades de analisar os custos e as despesas fixas referente a um produto em particular, tem-se que utilizar informações gerais que a empresa apresenta em termos monetários. Dessa maneira, é possível utilizar o PE em valor de vendas que, conforme os autores, é obtido mediante divisão dos custos fixos - em valor - sobre a margem de contribuição - em porcentagem (%).

Desta forma, a partir do ponto de equilíbrio é possível identificar qual faturamento mínimo a empresa deve alcançar para cobrir seus custos e despesas totais e passar a gerar lucro. O PE auxilia os gestores a analisarem quando o negócio irá formar lucro, além de contribuir para a formação de preços dos produtos.

2.2.1.3 MARGEM DE SEGURANÇA

Garrison, Norren e Brewer (2013) definem margem de segurança (MS) como o volume de vendas, orçado ou efetivo, que excedeu o ponto de equilíbrio. A margem demonstra o valor que as vendas podem cair antes de gerarem prejuízos. Nesse sentido, Souza, Schnorr e Ferreira (2011) acrescentam que quanto maior o volume de vendas acima do ponto de equilíbrio, ou seja, quanto maior a MS, menos a empresa corre risco de resultados negativos.

Isso se explica devido ao fato de que em caso de queda de vendas, a margem de segurança é maior para atingir-se prejuízo.

Dessa forma, a margem de segurança contribui para organização demonstrando em valores, ou em percentual, o quanto que as vendas podem cair e ela continuar operando sem incorrer prejuízo. Por conseguinte, todo valor que ultrapassar o ponto de equilíbrio estará formando a MS, ou seja, formando lucro.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA

Conforme o pensamento de Beuren (2012) e Gil (2008), as pesquisas podem ser classificadas como descritivas, exploratórias ou explicativas, no qual se referem a objetivos da pesquisa; quanto aos procedimentos técnicos, classificam-se em estudo de caso, em pesquisa documental, experimental, de levantamento, participante ou pesquisa-ação; e por fim, a que se refere a abordagem do problema, pode ser quantitativa e/ou qualitativa.

No tocante ao objetivo, ao procedimento técnico e a abordagem desta pesquisa, pode classificá-la como descritiva, estudo de caso e qualitativa, respectivamente.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa analisada atua no setor do comércio no segmento de moda, localizada numa pequena cidade do interior do Rio Grande do Norte. Composta por um grupo familiar: marido, esposa e dois filhos. Juntos realizam as atividades operacionais e administrativas da empresa e contam com a colaboração de duas funcionárias. Os controles de receitas, despesas, contas a pagar e receber são realizados manualmente, não existindo nenhum tipo de softwares que auxiliem no controle interno da organização. A empresa iniciou suas atividades em fevereiro de 1990 e já conta com quase trinta anos de atividade na região.

3.3 COLETA DOS DADOS

Para execução do estudo de caso, a pesquisa se limitou em analisar três tipos de produtos dentre a gama disponível para venda, tendo em vista que não seria possível aplicar os métodos em todo o mix de mercadorias disponíveis. Os produtos escolhidos para análise foram os que mais se destacam nas vendas: calça jeans feminina, camisa masculina e bermuda masculina.

A coleta dos dados necessários para o estudo se deu a partir de documentos arquivados e questionamentos com os administradores. Os dados foram referente ao período do

terceiro trimestre de 2019. De modo que foram obtidas as seguintes informações: preço de venda, custo da mercadoria, tributo sobre vendas, comissão sobre venda, água, energia, internet, honorários contábeis, folha de pagamento e gastos com material de limpeza/expediente.

Com relação a folha de pagamento o valor apresentado é baixo devido as duas funcionárias não serem registradas. O valor pago é de R\$ 500,00 (quinhentos reais) fixo para cada funcionária mais comissão sobre vendas.

Como limitações de pesquisa têm-se: falta de organização no controle das informações de custos e ausência de controle das unidades vendidas por tipo de mercadoria. Devido a falta de informação das unidades vendidas foi realizada uma estimativa de volume de vendas, a estimativa foi com base no que os gestores informaram que a empresa seria capaz de vender.

4 ANÁLISE DE DADOS

4.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Para realização da análise, o primeiro passo foi calcular a margem de contribuição a partir dos seguintes dados coletados na empresa:

- Preço de venda (unitário) da mercadoria: a empresa aplica um percentual de 100 ou 130% sob o valor de aquisição da mercadoria.
- Valor de custo (unitário) da mercadoria: preço retirado da nota fiscal de compra;
- Tributo incidente sobre venda: a empresa é optante do simples e incide 4% sobre cada venda.
- Comissão sobre venda: percentual informado pelos administradores, 5%.

Através desses dados, calculou-se a margem de contribuição em valor (R\$) e em percentual (%) de cada unidade de produto.

Quadro 2 – Cálculo da margem de contribuição unitária.

Produto	Camisa masculina	Bermuda masculina	Calça jeans feminina
	Valor Unit.	Valor Unit.	Valor Unit.
Preço de venda	69,00	98,00	196,00
Custo da mercadoria	30,00	49,00	85,00
Tributo s/ venda	2,76	3,92	7,84
Comissão s/ venda	3,45	4,90	9,80
M.C. (R\$)	32,79	40,18	93,36
M.C. (%)	48%	41%	48%

Fonte: Da autora.

Com base na estimativa de volume de venda, obteve-se a MC total em valor (R\$) e em percentual (%), conforme expresso a seguir.

Quadro 3 – Cálculo da margem de contribuição total.

Produto	Camisa masculina	Bermuda masculina	Calça jeans feminina	Totais
Volume de Venda	40	35	25	100
Receita Bruta	2.760,00	3.430,00	4.900,00	11.090,00
Custo da mercadoria	1.200,00	1.715,00	2.125,00	5.040,00
Tributo s/ venda	110,40	137,20	196,00	443,60
Comissão s/ venda	138,00	171,50	245,00	554,50
M.C. (R\$)	1.311,60	1.406,30	2.334,00	5.051,90
M.C. (%)	48%	41%	48%	46%

Fonte: Da autora.

A partir do preço de venda e dos custos da mercadoria, foi possível observar quanto cada tipo de produto contribui para empresa unitariamente, em valor (R\$) e em percentual (%). A partir de uma estimativa de vendas, verificou-se a margem de contribuição total de cada tipo de mercadoria: camisa e bermuda masculina e calça jeans feminina. Além disso, observou-se a MC geral, - soma do total dos três tipos de mercadorias -.

O saldo remanescente da margem de contribuição é utilizado para cobrir os custos e despesas fixas do negócio. É de grande importância para os gestores analisar o quanto determinado produto contribui para cobrir os custos fixos da empresa e formar o lucro. Com a análise sendo realizada por tipo de mercadoria, é possível verificar quais produtos têm maior margem e devem ser impulsionados nas vendas. Na pesquisa em questão, percebe-se que as mercadorias têm boa margem de contribuição, nesse caso, poderia ser analisado a possibilidade de ajuste de preço para torná-lo mais acessível e competitivo.

A seguir, calculou-se as despesas fixas da empresa com base nos dados coletados.

4.2 DESPESAS FIXAS

No quadro 3 é apresentado a média das despesas fixas do período de julho a setembro de 2019.

Quadro 4 – Despesas fixas mensais.

Despesas fixas (Média mensal 3º trimestre 2019)	
Descrição	Valor
Água	47,42

Continua na próxima página

Quadro 4 (continuação)

Energia	137,34
Internet/Telefone	119,90
Honorários diversos	499,00
Despesa com funcionários	1.000,00
Material Limpeza/expediente	45,00
Total	1.848,66

Fonte: Da autora.

O saldo das despesas será utilizado para o cálculo do ponto de equilíbrio a seguir.

4.3 PONTO DE EQUILÍBRIO

Para determinar o PE será considerado o que já foi calculando anteriormente, margem de contribuição total, receita de vendas total e saldo das despesas fixas.

A princípio calcula-se o ponto de equilíbrio total em termos de receita, em seguida, o PE em unidades.

$PE = \text{despesas fixas} / \text{margem de contribuição (\%)}$

Margem de contribuição percentual: quociente da margem de contribuição total pela receita de vendas total, 5.051,90 e 11.090,00, respectivamente, resultando na margem de contribuição percentual de 0,4555 (45,55%).

Dessa forma, tem-se:

$PE = 1.848,66 / 0,4555$

$PE = 4.058,20$

Após o cálculo do ponto de equilíbrio total é possível encontrar o equilíbrio em termos de unidades. Para alcançar esse resultado utiliza-se o saldo das receitas de vendas, o ponto de equilíbrio calculado acima e o preço de venda.

Devido ao PE total envolver todos os produtos, é necessário a determinação da quantidade pertencente a cada tipo de mercadoria, - camisa e bermuda masculina e calça jeans feminina -. Primeiramente, é preciso identificar qual percentual de vendas cada tipo de produto tem em relação a receita total. Para encontra-lo, divide-se a receita total de cada mercadoria pelo somatório da receita total dos três produtos escolhidos para análise. Encontrado o percentual, aplica-o ao ponto de equilíbrio encontrado anteriormente. Com isso, obtém-se o volume de vendas necessário para cada tipo de mercadoria, ou seja, ponto de equilíbrio unitário em valor, dividindo-o por seus respectivos preços de venda encontra-se o ponto de equilíbrio unitário em unidades.

O quadro a seguir apresenta os cálculos supracitados:

Quadro 5 – Cálculo do ponto de equilíbrio.

Produto	Camisa masculina	Bermuda masculina	Calça jeans feminina	Totais
Vendas totais	2.760,00	3.430,00	4.900,00	11.090,00
Percentual de vendas	25%	31%	44%	100%
P.E. (R\$)	1.009,98	1.255,15	1.793,07	4.058,20
Preço de venda	69,00	98,00	196,00	
P. E. Unidades	15	13	9	37

Fonte: Da autora.

A análise do ponto de equilíbrio é uma importante ferramenta para os administradores, considerando que através dela é possível inferir o quanto que a empresa precisa alcançar de vendas para cobrir todos os seus custos e despesas, tanto os fixos quanto os variáveis. Em caso de insucesso do PE, é possível através da análise do mesmo verificar quanto necessita vender para poder alcançá-lo. Quando em equilíbrio o lucro é zero, ou seja, até esse momento a organização só operou o suficiente para cobrir custos e despesas. É partir desse ponto que as vendas realizadas irão começar a formar o lucro.

Na empresa estudada, foi possível verificar que para atingir seu PE e operar sem incorrer em prejuízo é necessário que seja vendido 37 peças. De acordo com as mercadorias escolhidas para o estudo seriam 15 camisas e 13 bermudas masculina e 9 calças jeans feminina. Considerando a estimativa de venda, a loja conseguiu vender o suficiente para cobrir seus custos e gerar lucro. No tocante ao total em valor, a empresa precisa faturar R\$ 4.058,20 (quatro mil, cinquenta e oito reais e vinte centavos) para cobrir todos os seus custos e despesas.

4.4 CÁLCULO DA MARGEM DE SEGURANÇA

No cálculo da margem segurança além da estimativa de venda e do preço de venda praticado o PE em unidades será considerado. Com esses dados, é possível obter a MS em unidades e em valor.

Quadro 6 – Cálculo da margem de segurança.

Produto	Camisa básica masculina	Bermuda masculina	Calça Jeans feminina	Totais
Venda estimadas	40	35	25	100

Continua na próxima página

Quadro 6 (continuação)

P. E. unidades	15	13	9	37
M.S. unidades	25	22	9	57
Preço de venda	69,00	98,00	196,00	
M.S. (R\$)	1.750,02	2.174,85	1.793,07	5.718

Fonte: Da autora.

A margem de segurança proporciona aos gestores analisar em quanto suas vendas estão superando o ponto de equilíbrio, ou seja, quanto a empresa poderá suportar em caso de queda nas vendas sem comprometer seu lucro e incorrer em prejuízo.

É possível verificar através dos dados encontrados que a empresa estudada possui boa MS, representando 52% do faturamento total. Além disso, observa-se que as vendas podem ser reduzidas em até R\$ 5.718 (cinco mil, setecentos e dezoito reais) sem que haja prejuízo.

As informações extraídas da análise auxiliam os gestores a verificarem a realidade atual da empresa e demonstram que mesmo com uma queda de 50% nas vendas, o negócio continuaria proporcionando lucro, ainda que seja pouco. Dessa maneira, os dados evidenciam que a loja possui grande capacidade de suportar a oscilações no volume de vendas, haja vista sua boa margem de segurança.

4.5 RESULTADO DO PERÍODO

Com base nos dados que já foram obtidos no decorrer da pesquisa é possível calcular o resultado do período. Considerando a MC total, os custos e despesas fixas, temos:

Quadro 7 – Resultado do período.

Produto	Camisa básica masculina	Bermuda masculina	Calça Jeans feminina	Totais
M.C. Total (R\$)	1.311,60	1.406,30	2.334,00	5.051,90
Custos indiretos do período				1.848,66
Resultado do período				3.203,24

Fonte: Da autora.

Verificando de forma global, podemos apurar se as vendas realizadas estão sendo suficientes para cobrir os custos e despesas fixas do negócio.

É importante ressaltar que o resultado apresentado foi apurado em relação a três tipos de produtos dentro do mix que a loja possui e com base numa estimativa de vendas.

Contudo, apresentou números satisfatórios, uma vez que atingiu valores superiores aos custos totais da empresa, mesmo sendo com base apenas em três tipos de mercadorias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa foi realizada objetivando implantar a ferramenta custo/volume/lucro e identificar a margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança de três tipos de produtos selecionados do mix de uma microempresa. A ME é do setor de comércio e fica localizada no interior do Rio Grande do Norte.

Apesar da limitação da pesquisa em relação ao número de unidades vendidas por tipo de mercadoria, foi possível através da estimativa de volume de vendas e com base nas informações de custos coletadas determinar: a margem de contribuição, ponto de equilíbrio, margem de segurança e o resultado operacional da empresa.

Por meio da MC observou-se que as mercadorias possuem uma boa margem para cobrir os custos fixos. Inclusive, por apresentar uma margem positiva, pode-se sugerir um ajuste de preço para tornar as mercadorias mais acessíveis e competitivas, ou mesmo, a realização de promoções para atrair mais clientes. Em relação ao ponto de equilíbrio, as unidades necessárias para atingi-lo apresentaram-se em menos de 50% do estimado para o volume de vendas. Dessa maneira, conclui-se que a organização possui boa capacidade para cobrir seus custos totais e formar lucro. No tocante a margem de segurança, destacou-se o potencial que a instituição possui para suportar oscilações no volume de vendas, visto que a MS representa 52% de seu faturamento, dessa maneira, mesmo com uma queda de 50% nas vendas não ocasionaria prejuízo. Em relação ao resultado do período, apesar do cálculo ter sido com base apenas em três tipos de produtos do mix, os números apurados foram positivos, ou seja, apresentou lucro.

Considera-se, portanto, que apesar da limitação da pesquisa foi possível implantar a ferramenta e realizar análises capazes de auxiliar os gestores a tomada de decisões. Mesmo se tratando de uma microempresa a análise custo/volume/lucro proporciona informações que auxiliam em novas estratégias de venda e preço para empresa estudada. Através da implantação do sistema de controle de custos sugerido aos gestores, a empresa passará a ter informações mais fidedignas, dessa maneira, realizará análises mais precisas.

Como supracitado encontrou-se dificuldade ao realizar a pesquisa devido a falta de organização no controle e conseqüentemente na gestão de custos, de forma que é possível inferir que está falta de organização ocorre devido a ME ser formada por membros familiares os quais possuem poucas noções em quesitos de gerenciamento. Dessa maneira, conclui-se que essa realidade pode ser a de muitas outras micro e pequenas empresas geridas por familiares, devido

possivelmente não investirem em conhecimentos técnicos que venham auxiliar nesse processo de gestão.

Por fim, como sugestão de novos estudos, sugere-se que mais pesquisas destinadas a análise de custo/volume/lucro ou em custos de forma geral sejam realizadas no setor do comércio, tendo em vista que a grande maioria é realizada nos setores da indústria e serviço, contudo, os gestores comerciais também necessitam dessa ferramenta para análise gerencial de seus negócios.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Juliana Gonçalves de; LAGIOIA, Umbelina Cravo Teixeira; ARAÚJO, João Gabriel Nascimento de; FILHO, Lucivaldo Lourenço da Silva; FILHO, Francisco de Assis Carlos. Arranjo Produtivo Local de Confeção do Estado de Pernambuco: Utilização de Práticas Gerenciais de Custos e Formação de Preço para Tomada de Decisão. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 15., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos...**. São Paulo: Usp, 2015. p. 1 - 16. Disponível em: <https://congressousp.fipecafi.org/anais/artigos152015/an_resumo.asp?con=1&cod_trabalho=56&titulo=ARRANJO+PRODUTIVO+LOCAL+DE+CONFEC%C7%C3O+DO+ESTADO+DE+PERNAMBUCO%3A+UTILIZA%C7%C3O+DE+PR%C1TICAS+GERENCIAIS+DE+C>. Acesso em: 25 ago. 2019.

ASSEF, Roberto. **Formação de Preços**. 12. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997. Atlas, 2007.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Formação de Preços**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Formação de Preços**. São Paulo: Atlas, 2004.

BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 14 de Dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. 09 de nov. de 2019.

CEHELLA, Eloísa Medeiros. **Análise orçamentária: um estudo de caso a luz da análise de custo/volume/lucro em uma indústria cerâmica do sul de santa catarina**. 2016. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/4805/1/Elo%c3%adsa%20Medeiros%20Cechella.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

CREPALDI, Silvio Aparecido. Contabilidade gerencial, teoria e prática. 3. ed. São Paulo:

FERREIRA, Sílvia Oliveira do Amaral. **Análise custo-volume-lucro: um estudo em uma empresa do setor alimentício no estado do Rio Grande do Norte**. 2016. 47 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/3876>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

FERREIRA, Sílvia Oliveira do Amaral. **Análise custo-volume-lucro: um estudo em uma empresa do setor alimentício no estado do Rio Grande do Norte**. 2016. 47 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte,

Natal, 2016. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/3876>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W.; BREWER, Peter C.. **Contabilidade gerencial**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

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

LORENTZ, Francisco. **Contabilidade e Análise de Custos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2018.

MACEDO FILHO, Marcio de Oliveira. **Sucessão em Empresas Familiares: Um Estudo no Município de Santa Cruz/RN**. 2018. 25 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Currais Novos, 2018. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/6765>>. Acesso em: 15 nov. 2019

MACHADO, Débora Gomes; SOUZA, Marcos Antônio de. Análise das Relações entre a Gestão de Custos e a Gestão do Preço de Venda: um estudo das práticas adotadas por empresas industriais conserveiras estabelecidas no rs. **Revista Universo Contábil**, Blumenau, v. 2, n. 1, p.43-60, jan/abr, 2006. Disponível em: <<https://proxy.furb.br/ojs/index.php/universocontabil/article/view/109/68>>. Acesso em: 25 ago. 2019.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MICHELS, Andressa; SOTT, Valmir Roque; SANTOS, GressiKele Amaro dos; MOSER,

MARIANE. et al. Formação do preço de venda: estudo de caso em uma farmácia de manipulação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 24., 2017, Florianópolis. **Anais eletrônicos...**. Florianópolis: Anais CBC, 2017. p. 3. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4358/4358>>. Acesso em: 25 ago. 2019.

MORAES, Livia Cândido; WERNKE, Rodney. Análise custo/volume/lucro aplicada ao comércio de pescados. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, [s.l], v. 1, n. 6, p.81-101, jul./dez. 2006. Semestral. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/784>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PESSOA, Antônia. **Estudo do Sebrae Revela que 52% das Micro e Pequenas Empresas do Brasil são familiares**. 2017. Disponível em: <<http://www.pi.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PI/estudo-do-sebrae-revela-que-52-das-micro-e-pequenas-empresas-do-brasil-sao-familiares,53648bd548d1d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 09 nov. 2019.

PINHEIRO, Silvan Gomes. **Percepção do pequeno empresário do ramo de lanchonete sobre o melhor modelo de custeamento no processo de tomada de decisão**. 2016. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/5487>>. Acesso em: 25 ago. 2019.

SEBRAE. **Pequenos negócios em números.** 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 09 nov. 2019.

SEBRAE. **Definição de porte de estabelecimentos segundo o número de empregados.** Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_empregados.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2019.

SEMPREBON, Rithielli Machado. **ANÁLISE DE CUSTO/VOLUME/LUCRO: APLICAÇÃO DE ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA NO RAMO DE CONFECÇÃO LOCALIZADA EM CRICIÚMA – SANTA CATARINA.** 2017. 27 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/5455/1/Rithielli%20Machado%20Semprebon.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

SOUZA, Marcos Antonio de; SCHNORR, Carla; FERREIRA, Fernanda Baldasso. Análise das relações custo-volume-lucro como instrumento gerencial: um estudo multicaso em 47 indústrias de grande porte do Rio Grande do Sul. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [s.l.], v. 5, n. 12, p.109-134, 1 ago. 2011. Universidade de São Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/rco.v5i12.34797>. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34797>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

SOUZA, Marcos Antonio de; SCHNORR, Carla; FERREIRA, Fernanda Baldasso. Análise das relações custo-volume-lucro como instrumento gerencial: um estudo multicaso em 47 indústrias de grande porte do Rio Grande do Sul. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [s.l.], v. 5, n. 12, p.109-134, 1 ago. 2011. Universidade de São Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/rco.v5i12.34797>. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34797>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

VALLIM, Carlos Roberto; LIMA, Lorena Tonussi; VALLIM, Maria da Penha Broedel Lopes; FIORIO, Gabriel Guimarães Tannuri. Formação do preço alinhado à mix de produtos: o caso da arte reborn. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 24., 2017, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: Anais CBC, 2017. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4357/4357>>. Acesso em: 25 ago. 2019.

WEISS, João Otávio Eleotério. **Projeto de viabilidade econômico-financeiro de implementação de um modelo de empresa para transporte de cargas urbanas.** 2016. 85 f. Monografia - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/45721/JOAO%20OTAVIO%20ELEOTERIO%20WEISS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2004.