

ESTUDO DE MARGENS DE LUCRO EM UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO DE ROUPA



Elias José da Silveira Júnior (PUCGO)

eliasjunior2212@gmail.com

Juliana Schmidt Galera (PUCGO)

jsgalera@pucgoias.edu.br

Elódia Teodoro Valadão de Moraes (PUCGO)

elodia@pucgoias.edu.br

Vitor Hugo Martins e Resende (PUCGO)

vitorhugo@pucgoias.edu.br

O estudo de custos e margens de lucro é uma importante ferramenta na geração de informações gerenciais. Este estudo apresenta os cálculos do custeio por absorção, margem bruta e margem de contribuição em uma indústria de confecção de roupa de moda fitness, de forma a assegurar ao gestor auxílio nas tomadas de decisões e no controle de gasto. Aplicou-se o método de custeio por absorção para cálculo dos gastos por produto, com foco nos 9 principais modelos de roupa, comercializados pela organização de 2 formas: venda própria e terceirizada, totalizando, portanto, 18 análises. Depois foram calculados os índices de lucratividade: margem bruta e de contribuição de cada produto. Os resultados obtidos revelam que 100% dos produtos com comercialização própria possuem margens positivas, o que indica lucro. Já os produtos com venda terceirizada, 44% tem margens negativas, portanto é fundamental controlar gastos para uma gestão de excelência.

Palavras-chave: Contabilidade de custos, Moda Fitness, Custo por Absorção, Margem Bruta, Margem de Contribuição.

1. Introdução

Devido à alta competitividade do mercado, cada vez mais, a gestão de custos é considerada o fator decisivo para a sobrevivência das organizações. Uma das dificuldades encontradas por algumas empresas nesta área, é a determinação dos elementos que devem compor o processo de formação do preço de venda, e ter que lidar com cenários negativos ocasionados pela pandemia no início do ano de 2020.

O cenário econômico extremamente competitivo exige que na contabilidade ao longo dos anos para atender às novas demandas, os gestores estão tendo que se preocupar com forma de controlar os gastos das organizações. À medida que a competição se intensifica, os preços se tornam cada vez mais importantes (HORNGREN, FOSTER, DATAR, 2000).

No início dos anos 1980 e 1990, a partir da concorrência internacional, as empresas passaram a minimizar as margens de lucro e, mais importante, os dados inerentes ao custeio real dos produtos e negociações, mostraram a responsabilidade de melhorar a competitividade das empresas e no processo de tomada de decisão (MOWEN e HANSEN, 2003). Portanto, a gestão de custos atualmente se destaca porque é nesta área que as estratégias de planejamento, de controle e gestão são mais eficazes.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019), é fundamental que os empreendedores entendam seus negócios e tomem alguns cuidados, como uma adequada gestão financeira. O entendimento do assunto auxilia o empresário a implantar e manter um sistema de gestão financeira, permitindo que ele administre e controle os custos incorridos na produção e venda de bens ou serviços.

Neto (2008) relata que a contabilidade de custos é importante porque deduz os lucros de uma empresa, bem como o controle sobre suas operações, pois de fato é crucial entender o que está sendo feito no processo de tomada de decisão, por isso, diz ele, que a contabilidade dos custos é obter uma base para a tomada de decisões.

Nesse sentido, o objetivo deste artigo é realizar os cálculos do custeio por absorção, margem bruta e margem de contribuição em uma indústria de confecção de roupa, de forma a assegurar ao gestor auxílio nas tomadas de decisões e no controle de gastos.

2. Referencial teórico

2.1. Métodos de custeio

Segundo Martins (2010), cálculo de custos significa a apropriação de custos. O método de cálculo de custos é o padrão utilizado pela empresa para alocar custos em sua produção ou comercialização. Segundo Souza e Kaspczak (2011), "o método de cálculo dos custos inclui a

posição assumida pela empresa ao alocar os custos diretos e indiretos aos produtos ou serviços prestados ao mercado”.

Ao considerar a determinação do custo das operações, departamentos, atividades, produtos, serviços ou outros objetos de uma empresa, é necessário usar métodos de contabilidade de custos. Conforme a necessidade do gestor, existem vários métodos de cálculo de custos, cada um dos quais usa terminologia e forma de cálculo, e cada método tem suas próprias metas e objetivos (BERT, 2006). Este fato demonstra a importância da utilização de métodos de custeio compatíveis com os objetivos e as características das organizações.

2.1.1. Custeio por absorção

A principal característica do método de custo de absorção é que todos os custos diretos e indiretos, fixos e variáveis são considerados como parte do custo de produção corrente, e o padrão de rateio é usado no rateio dos custos indiretos. O custeio por absorção é um agrupamento de custeio, o que significa a incidência de todos os custos de produção seja direta ou indiretamente (rateio) aos produtos constituintes. Portanto, todos os métodos, sejam eles fixos ou variáveis, são penetrados pelo produto (Megliorini, 2001).

Elucida Berti (2006, p. 59) apontou que embora existam métodos de cálculo de custos mais modernos e confiáveis do ponto de vista gerencial e administrativo, o cálculo dos custos por absorção, pela aceitação fiscal e concordância com os princípios básicos de contabilidade é o método frequentemente usado para calcular os custos de produção no país. E ainda que esse método seja aceito pela legislação tributária, muitos gestores enfrentam algumas dificuldades no rateio dos custos.

No método do custo de absorção, as despesas não fazem parte do custo do produto. Segundo Martins (2010), as etapas para implementar o sistema são: separar os gastos entre custos e despesas, adequar os custos diretos diretamente aos produtos e ratear os custos indiretos.

2.2. Definição de gastos

Segundo Martins (2010), gasto é definido como a compra de determinado produto ou serviço que constitui um sacrifício financeiro para a empresa, ou seja, é a entrega do ativo da compra da mercadoria que se gasta para obter a entrega ou possibilidade de ativos. Na figura 1, os gastos podem ser divididos em resultados de investimento, custo, despesa, perda e desperdício.

Figura 1 - Classificação dos Gastos.



Fonte: Adaptado de Dubois, Kulpa e Souza (2006, p.15).

Os gastos considerados como perdas ou desperdícios, são definidos como gastos involuntários. No entanto, encontrar a melhor adequação dos gastos com melhores resultados, é necessário a estratificação dos gastos entre custos e despesas, e dividi-los em diretos ou indiretos, fixos ou variáveis (PEREZ JUNIOR, OLIVEIRA e COSTA, 2011).

2.2.1. Classificação dos gastos (Custo e Despesa)

Os custos estão relacionados aos gastos que a empresa realiza para produção de bens ou serviço. Segundo Bruni e Famá (2004) os custos são associados ao volume (quantidade) de produção de bens ou serviço. Já a despesa nada mais é que um sacrifício de um bem ou serviço utilizado de forma direta ou indireta para geração de receitas. Porém o patrimônio líquido é reduzido em virtude das despesas, um exemplo comum de despesas é a comissão de vendas (Martins, 2003). Logo, custos e despesas podem ser divididos em diretos e indiretos e fixos e variáveis.

2.2.1.1. Custos e Despesas diretas

Segundo os autores Perez Junior, Oliveira e Costa (2011) os custos diretos costumam ser fáceis de identificar, ou seja, podem ser diretamente incluídos a um produto ou serviço com relativa facilidade. Portanto, eles não precisam de um método para ratear os custos. Exemplos: materiais diretos de fabricação do produto como matéria-prima, embalagem e mão de obra direta.

As despesas diretas são aquelas que podem ser facilmente quantificadas e estão relacionados à receita de vendas e prestação de serviços. Os autores exemplificam que essas despesas estão relacionadas ao frete e seguro do meio de transporte e à carga tributária incidente sobre o faturamento como ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços) (ALVES et al, 2018 e PEREZ JUNIOR, OLIVEIRA, COSTA, 2011).

2.2.1.2. Custos e Despesas indiretas

São custos e despesas que dão suporte ao funcionamento das atividades. Como características principais apresentam, em geral, a dificuldade de serem quantificados em cada unidade vendida/produzido, a impossibilidade de serem medidos e identificados, conforme Bertó e Beulke (2013). Exemplos típicos desses custos e despesas são: diferentes tipos de depreciação, água, seguros, locações de prédios, manutenção, equipamentos, material de limpeza, despesas administrativas etc. A presença cada vez maior de custos e despesas indiretas causa dificuldades para sua devida apropriação.

Custos indiretos, conforme Bruni e Famá (2012, p. 11), “necessitam de aproximações, isto é, algum critério de rateio, para serem atribuídos aos produtos”. Exemplos seguros e alugueis da fábrica, supervisão de diversas linhas de produção.

2.2.1.3. Custos e Despesas variáveis

Os custos variáveis, segundo Bruni e Famá (2012), são genericamente tratados como fixos em sua forma unitária, ou seja, que estão diretamente relacionados ao volume produzido. Da mesma forma, Alves et al. (2018) aponta que os custos variáveis variam de acordo com o volume produzido. Portanto, quando a produção muda, os custos variáveis mudam de maneira proporcional com base nessas mudanças. Exemplo: gastos com matéria-prima, embalagens etc. As despesas variáveis são imprescindíveis para o faturamento da empresa, sendo relacionadas de forma direta a quantidade de vendas em um período pré-estabelecido e se alteram de maneira proporcional ao volume das receitas. Assim, quanto mais produtos ou serviços vendidos, maior será as despesas (ALVES et al, 2018). Exemplo: os impostos ocorridos sobre o faturamento e as comissões dos vendedores.

2.2.1.4. Custos e Despesas fixas

A principal característica dos custos é de permanecerem constantes independente do volume produzido, dentro de certo limite, ou seja, dentro de certo limite de produção seja maior ou menor a quantidade produzida eles continuaram iguais, discorre Garrison (2013). Exemplos são: depreciação, manutenção, folha de pagamento do colaborador, aluguel etc. Sendo assim quanto maior a quantidade produzida menor o custo/despesa por unidade e vice-versa.

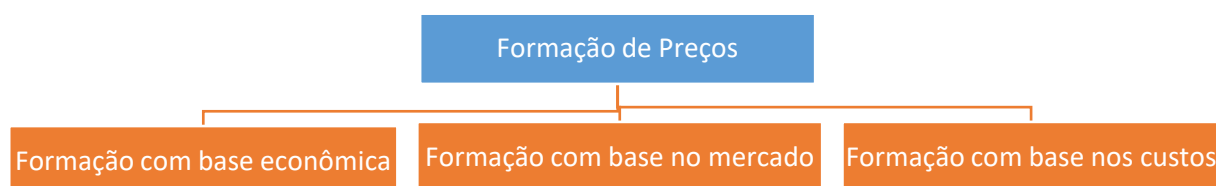
Segundo Antoni (2017), a característica fundamental da despesa fixa é a sua periodicidade, ou seja, elas são formadas mensalmente, e não apresentam ligação com o volume de atividades. As despesas fixas são aquelas que permanecem constantes dentro de uma determinada atividade que resultam em receitas independentemente da quantidade comercializada (ALVES et al, 2018). Exemplos: salários dos trabalhadores da área administrativa, entre outras.

2.3. Método de formação de preço

Segundo Martins (2003, p. 218), para a precificação, o empreendedor deve analisar diversos fatores. Para gerenciar os preços de venda, sem dúvida é necessário entender o custo do produto, o grau de elasticidade da demanda, os preços dos produtos dos concorrentes, os preços dos produtos alternativos e a estratégia de marketing da empresa.

Para elaborar o preço de venda Megliorini (2007, p. 178) afirma que existem alguns fatores que tem que ser evidenciados, como demonstra a figura 2:

Figura 2 - Tipos de formação de preço.



Fonte: Adaptado de Megliorini (2007, p. 178)

Conforme Leite (2007), os fatores determinantes para a formação de preço são os concorrentes, clientes e custos, sendo que cada um pode ter a sua relevância no mercado. Por fim, os métodos de precificação devem ser analisados e utilizados a fim de otimizar o preço e as características do produto com o intuito de torná-lo mais competitivo e lucrativo no mercado.

2.3.1. Formação de preço com base no mercado

Segundo Pinto e Moura (2011), essa abordagem possui apenas uma referência para formação de preços, o concorrente. Os autores descrevem que o preço é formado analisando o valor estabelecido pela concorrência, e para segui-lo ou não, depende das metas estabelecidas pela empresa, no intuito de cobrir os seus custos e aumentar sua lucratividade.

Os preços competitivos geralmente incluem produtos semelhantes de valor semelhante em um segmento de mercado específico. Portanto, esse método de precificação só se aplica a itens similares com pouca diferenciação, pois uma vantagem sobre os concorrentes em termos de vendas de alto volume pode apresentar rentabilidade no curto prazo (Morais e Vieira, 2013).

Segundo Kotler e Keller (2012), embora possa ser lucrativo para a empresa, preços competitivos não são confiáveis, pois a empresa pode ter um desempenho inferior ou pode fazer a empresa refém da baixa de preços em todos seus negócios para estimular a demanda.

2.4. Margem Bruta

O índice de margem bruta (IBM), representa em porcentagem o quanto a empresa obteve lucro, após ter pago todos os custos dos produtos ou mercadorias, (BRUNI, 2011). E pode ser encontrada pela fórmula 1 abaixo:

$$IBM = (\text{Preço de Venda} - \text{Gastos Totais}) / (\text{Preço de Venda}) \quad (1)$$

Quando o índice tem uma elevação positiva, significa que a empresa teve um aumento de lucro na relação entre custos dos produtos e preço de venda. E uma redução do índice, significa o contrário, que houve uma redução do preço de venda e/ou aumento nos custos.

2.5. Margem de Contribuição

A margem de contribuição, segundo Crepaldi (2002) é uma ferramenta que demonstra qual valor resulta do preço de venda para cobrir os custos e as despesas fixas, gerando lucro para as empresas. Em outras definições a margem de contribuição refere-se ao resultado real obtido, após deduzir do preço de venda os custos e despesas variáveis ligados ao produto comercializado (WERNKE, 2005).

Marques (2009) afirma, que a margem de contribuição é a diferença entre a receita e o custo

variável por produto, ou seja, é o valor real que cada unidade transfere de lucro para as organizações no momento da sobra entre a receita e o custo real.

O cálculo da margem de contribuição segundo Megliorini (2007) é originado por meio da fórmula 2 apresentada abaixo:

$$MC = \text{Preço de Venda} - (\text{Custos Variáveis} + \text{Despesas Variáveis}) \quad (2)$$

3. Metodologia

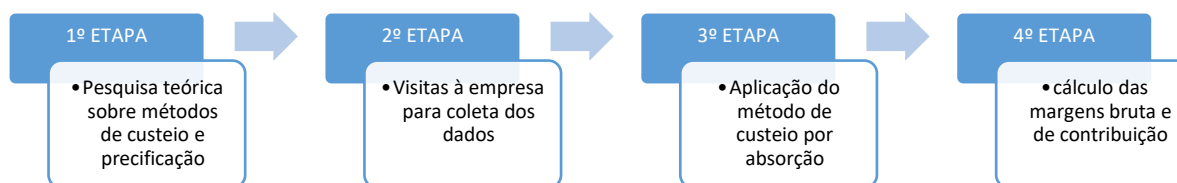
3.1. Caracterização da pesquisa

Esta pesquisa é classificada como de natureza aplicada de acordo com os conceitos de Silva e Menezes (2005), devido sua busca em solucionar problemas, e quanto a abordagem do problema, o estudo é tido como quantitativo e qualitativo. Segundo Gil (1991), o objetivo desse trabalho é caracterizado como explicativo e exploratório, pois busca conhecimento sobre as causas de um determinado problema e quanto aos procedimentos é definido com estudo de caso.

3.2. Etapas da pesquisa

Para a realização do estudo, o mesmo foi dividido em 4 etapas, onde a primeira envolveu a pesquisa teórica sobre os assuntos aplicados ao estudo de caso com o auxílio de livros e artigos da área financeira voltada para a Engenharia de Produção. Em seguida, na segunda etapa foram realizadas visitas à empresa em busca dos dados necessários e escolhas dos produtos para o presente estudo. Na terceira etapa houve a aplicação do método por absorção auxiliando na análise dos gastos da empresa e contribuindo na tomada de decisão. Por fim, na quarta etapa, foi realizada a proposta do preço de venda dos produtos em relação ao preço de mercado para os cálculos da margem bruta e de contribuição. A figura 3 apresenta o desenvolvimento das etapas do trabalho.

Figura 3 - Etapas da Pesquisa.



Fonte: Autor (2021).

3.3. O ambiente de estudo

O presente trabalho foi aplicado à uma indústria de confecção de roupa moda *fitness*, localizada na cidade de Guapó-GO interior de Goiânia-GO, atuando no mercado há 22 (vinte dois) anos com o funcionamento em horário comercial de segunda à sexta. O projeto começou com alguns

colaboradores externos, especificamente nos setores de costura e acabamento.

Com o desenvolvimento da cadeia produtiva da empresa, em 2014 a empresa conquista o seu melhor desempenho e alcança os seus principais objetivos tanto produtivos quanto comerciais. Nesse mesmo ano, chegaram a uma produção média de 60.000 peças e um faturamento em torno de R\$ 650.000,00.

No período pós-pandemia e com a inflação e principalmente o aumento dos preços das matérias-primas, para se firmar no mercado, a indústria em questão adquiriu novos parceiros, tornando a produção não apenas exclusiva para a marca. Atualmente, a empresa tem uma produção média de 25 a 30 mil peças mensalmente.

4. Resultados e Discussão

4.1. Escolha dos produtos

Por se tratar de uma confecção de vestuário a empresa se adapta a cada estação com novas coleções, todas direcionadas para moda feminina. Entretanto, existem alguns produtos que são essenciais para a empresa com uma produção simples e em larga escala, ou seja, apesar das coleções mudarem, eles permanecem no portfólio da empresa. Para este trabalho foram selecionados 9 produtos básicos.

Vale ressaltar, que a empresa em questão possui uma comercialização própria, e outra terceirizada para um parceiro (cliente atacadista). Portanto, para a realização do presente estudo adotou-se como critério escolher os mesmos 9 produtos que são produzidos tanto para marca própria quanto para esse cliente parceiro da indústria, totalizando 18 análises.

4.2. Levantamento e classificação dos gastos da empresa

Os gastos foram levantados por meio de entrevistas com os gestores da empresa em estudo e foram classificados em diretos e indiretos, sendo que os gastos diretos englobam os custos do tipo variável, como matérias-primas, embalagens, mão de obra direta e etc. já os indiretos são aqueles custos considerados “difíceis” de medir, que necessita realizar o processo de rateio, como energia elétrica, água, salário de funcionários da fábrica, contador e etc.

Na figura 4, foi feito o levantamento de todos os gastos de produção da empresa e seus respectivos fornecedores e custos, juntamente com a classificação (fixos ou variáveis) e apropriação (direto ou indireto) dos mesmos.

Figura 4 - Levantamento dos custos fixos.

CLASSIFICAÇÃO DOS GASTOS					
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	CUSTO	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	APROPRIAÇÃO
ENERGIA	ENEL	R\$ 1.950,83	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
ÁGUA	SANEGAO	R\$ 132,45	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
SALÁRIO FÁBRICA (Funcionários)		R\$ 35.023,49	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
FGTS (Fábrica)		R\$ 2.878,49	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
GPS/DARF (Fábrica)		R\$ 3.178,84	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
DESIGN DE MODA	SARA RIBEIRO	R\$ 5.000,00	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
DESIGN DE ESTAMPAS	PAULO RICARDO	R\$ 2.000,00	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
ACRÉSCIMO ADM.	SÂMELA	R\$ 1.300,00	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
ERP SISTEMA	CHEINA	R\$ 1.553,00	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
AUDACES SISTEMA	AUDACES	R\$ 1.043,21	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
CONTADOR	JOÃO	R\$ 2.780,00	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
TELEFONE/INTERNET	OI	R\$ 310,39	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
INTERNET	NEWMASTER	R\$ 99,90	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
PROLABORE		R\$ 20.000,00	CUSTO DE PROD.	FIXO	INDIRETO
MÃO DE OBRA DIRETA (Cortador)	CLEVERSON		CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO
MÃO DE OBRA DIRETA (Costureira)			CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO
MÃO DE OBRA DIRETA (Acabamento)			CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO
INSUMOS (MP)			CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO
EMBALAGEM			CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO
COMISSÃO (Gerente de produção)	KEILA		CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO
EQUIPAMENTOS			CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO
PROCESSOS EXTRAS			CUSTO DE PROD.	VARIÁVEL	DIRETO

Fonte: Autor (2022).

Em relação aos custos variáveis, os mesmos foram fornecidos pelos gestores da empresa através de uma ficha técnica em planilha de controle que eles alimentam. Como parte do estudo, para cada produto foi elaborado novas fichas técnicas em planilhas, para melhor compreensão e levantamento dos dados. Assim, foram coletadas informações do tipo quantidade/unidade de matéria prima para cada produto, preço por unidade, mão de obra direta e as embalagens.

Como informado na etapa anterior, para aplicação do método de custeio e margens, foi escolhido produtos que são produzidos tanto para a própria empresa, quanto para um cliente parceiro. E para esclarecimento e discussão dos resultados do presente estudo, foi escolhido 1 produto (blusa sobretop nylon dry) considerado peça-chave para empresa e o “queridinho” dos clientes. Na figura 5, são demonstrados os custos de produção variáveis de cada item que compõe o produto.

Figura 5 - Custos variáveis do produto SOBRETOP NYLON DRY.

MARCA PRÓPRIA					PARCEIRO				
REF. 1126 SOBRETOP NYLON DRY					REF. 211126 SOBRETOP NYLON DRY				
Descrição	Atividade	QTD	Custo	Sub-total	Descrição	Atividade	QTD	Custo	Sub-total
INSUMOS					INSUMOS				
TECIDO		1	R\$ 6,60	6,60	TECIDO		1	R\$ 7,18	7,18
TERMOCOLOCANTE		3	R\$ 0,08	0,24	TERMOCOLOCANTE 2,5-CM		1	R\$ 0,25	0,25
TAG		3	R\$ 0,18	0,54	TAG		1	R\$ 0,15	0,15
ETIQUETA		1	R\$ 0,02	0,02	ETIQUETA		1	R\$ 0,08	0,08
MATERIAS DE CORTE		1	R\$ 0,11	0,11	MATERIAS DE CORTE		1	R\$ 0,11	0,11
EMBALAGEM					EMBALAGEM				
SACO PLÁSTICO				0,08	SACO PLÁSTICO		1	R\$ 0,18	0,18
PROCESSOS					PROCESSOS				
COMISSÃO/PRODUÇÃO		1	R\$ 0,06	0,06	COMISSÃO/PRODUÇÃO		1	R\$ 0,10	0,10
DEPLAÇÃO TERMOCOL.		1	R\$ 0,08	0,08	DEPLAÇÃO TERMOCOL.		1	R\$ 0,08	0,08
EQUIPAMENTOS					EQUIPAMENTOS				
					0,00				
MÃO DE OBRA					MÃO DE OBRA				
M.O. FAZÇÃO		1	R\$ 1,90	1,90	M.O. FAZÇÃO		1	R\$ 1,90	1,90
M.O. CORTE		1	R\$ 0,09	0,09	M.O. CORTE		1	R\$ 0,37	0,37
					M.O. ACABAMENTO				
					1				
					R\$ 0,45				
					0,45				

Fonte: Autor (2022).

Vale ressaltar que, para os demais gastos, do tipo equipamentos, seria necessário realizar os cálculos de depreciação, mas no presente trabalho não se faz necessário devido a mão de obra ser terceirizada, ou seja, variável e direta. Sendo assim, o custo está alocado diretamente ao produto. E referente a matéria prima “tecido”, a compra é feita com preços e rendimento iguais, e os custos finais de tecido são diferentes devido a montagem da matriz utilizada no corte.

4.3. Aplicação do método de custeio por absorção

Para realização do custeio por absorção, é necessário identificar a capacidade produtiva da empresa. Portanto, foi coletado dados da produção total da empresa no segundo semestre de 2021 dos meses de julho, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro, considerando os meses com maior demanda e ociosidade na produção.

Assim, na figura 6, apresenta a quantidade de peças produzidas em cada mês pela empresa.

Figura 6 - Quantidade de peças produzidas no segundo semestre de 2021.

PRODUÇÃO TOTAL DO ÚLTIMO SEMESTRE DE 2021				
MÊS	Nº DE PEÇAS / MARCA			TOTAL DE PEÇAS/MÊS
	PRÓPRIA	PARCEIRO 1	PARCEIRO 2	
jul/21	7833	8220	1460	24255
ago/21	11420	11775	1060	25999
set/21	10414	15107	478	25920
out/21	11336	14058	526	25182
nov/21	5644	18818	720	15247
dez/21	9707	5540	-	15247
TOTAL GERAL DE PEÇAS				131850
MÉDIA DE PEÇAS / MÊS				21975

Fonte: Autor (2022).

Na figura 6, foi realizada uma média dos totais de peças produzidas no período estudado, chegando a um valor médio de 21.975 peças produzidas por mês.

Posteriormente, foi necessário conhecer todos os gastos envolvidos na fabricação da mercadoria, mas dessa vez, considera apenas os custos fixos indiretos. Assim, o total desses custos apresentados na etapa 4.2, foi de R\$ 77.250,58. Após o levantamento desses custos de produção da indústria e a média da produção total/mês aplica-se a metodologia de custeio por absorção para obter o custo fixo rateado, conforme a figura 7, que será embutido ao custo unitário final de cada produto.

Figura 7 - Custo indireto rateado.

TOTAL CUSTO FIXO	R\$	77.250,58
MÉDIA DE PEÇAS PRODUZIDAS / MÊS		21975
CUSTO FIXO INDIRETO RATEADO / PEÇA	R\$	3,52

Fonte: Autor (2022).

Portanto, a divisão entre o custo fixo total e a média de peças produzidas por mês é igual ao custo indireto rateado. Logo, o custo fixo indireto rateado da indústria em estudo, que será embutido no custo unitário, é de R\$ 3,52

4.4. Proposta de precificação baseada no mercado mais margem e lucro

A formação de preço com base no mercado tem como objetivo de identificar o valor que gera competitividade entre os concorrentes, atratividade com os clientes e lucratividade para as

organizações, levando em consideração o equilíbrio dos valores calculados em função dos custos e despesas da empresa. Na tabela 1, segue alguns preços praticados pela concorrência.

Tabela 1 – Preços praticados por algumas marcas concorrentes.

PREÇOS DA CONCORRÊNCIA			
DLK	MERCADO LIVRE	BELA FIT	KELLY FITNESS
32,99	41,70	49,90	36,90

Fonte: Autor (2022).

Portanto, para o produto em discussão, *SOBRETOP NYLON DRAY*, na tentativa de obter um produto competitivo e atrativo no mercado e ainda gerar lucro, considera-se o preço de venda para marca própria R\$ 33,90 e para o cliente parceiro R\$ 14,50.

4.5. Despesas

Após a identificação dos custos de produção, é feito o levantamento das despesas. A figura 8, apresenta as despesas gerais da empresa.

Figura 8 – Classificação das despesas gerais.

SALÁRIO (Vendedores)	R\$ 6.307,23	DESPESA	FIXA	INDIRETA
FGTS (Vendedores)	R\$ 526,83	DESPESA	FIXA	INDIRETA
GPS/DARF (Vendedores)	R\$ 501,56	DESPESA	FIXA	INDIRETA
ALUGUEL LOJA BERNARDO SAYÃO	R\$ 2.650,00	DESPESA	FIXA	INDIRETA
ALUGUEL/CONDOMÍNIO LOJA 44		DESPESA	FIXA	INDIRETA
COMISSÃO DE VENDA (2%)		DESPESA	VARIÁVEL	DIRETA
IMPOSTO		DESPESA	VARIÁVEL	DIRETA
ACESSORES DE VENDA		DESPESA	VARIÁVEL	DIRETA
MARKETING		DESPESA	FIXA	INDIRETA
PARCELAMENTO		DESPESA	VARIÁVEL	DIRETA
INADIMPLÊNCIA		DESPESA	FIXA	DIRETA

Fonte: Autor (2022).

Os itens impostos, assessor, comissão vendedor e parcelamento são classificados como despesas variáveis, ou seja, conforme a geração de receitas o valor a ser sacrificado aumenta ou diminui. Já os itens marketing, inadimplência e aluguéis são classificados como despesas fixas. E para essas despesas fixas a empresa adota um valor de 2% sobre o faturamento, consequentemente 2% sob o preço de venda.

Em relação aos impostos, a empresa faz parte do Simples Nacional com alíquota calculada conforme anexo legal específico, em média a alíquota paga no período de análise foi de 18% sobre o preço de venda. Para as demais, os critérios são definidos pelos gestores da empresa. A figura 9 apresenta os valores dessas despesas incididas no preço produto da marca própria.

Figura 9 – Despesas sob o preço de venda do produto SOBRETOP NYLON DRY da marca própria.

IMPOSTO	18%	R\$ 6,10
ASSESSOR	10%	R\$ 3,39
MARKETING	1%	R\$ 0,34
INADIMPLÊNCIA	2%	R\$ 0,68
COMISSÃO-VEENDEDOR	2%	R\$ 0,68
PARCELAMENTO	5%	R\$ 1,70
DESPESAS FIXAS	2%	R\$ 0,68

Fonte: Autor (2022).

As despesas são definidas em porcentagem, e para o produto de marca própria SOBRETOP NYLON DRY, as margens são calculadas sob o preço de venda R\$ 33,90. Já para o cliente parceiro, não ocorre nenhuma despesa a ser paga, pois a empresa é responsável apenas pela produção dos produtos e todo processo de comercialização é de responsabilidade dos clientes.

4.6. Margem Bruta e Margem de Contribuição

Os cálculos da margem bruta e de contribuição foram feitos em planilha em Excel para todos os produtos que fizeram parte deste estudo. Essas planilhas foram alimentadas com os dados levantados e calculados conforme as etapas anteriores, que são os custos variáveis, custo fixo indireto rateado, preço de venda e despesas, conforme pode ser observado na figura 10.

Figura 10 – Ficha técnica completa com as margens calculadas.

MARCA PRÓPRIA				
REF. 1126 SOBRETOP NYLON DRY				
Descrição	Medida	Qtd.	Custo	Sub-total
INSUMOS				
TECIDO		1	R\$ 6,60	6,60
TERMOCOLANTE		1	R\$ 0,08	0,08
TAG		1	R\$ 0,13	0,13
ETIQUETA		1	R\$ 0,02	0,02
MATERIAIS DE CORTE		1	R\$ 0,11	0,11
EMBALAGEM				
SACO PLÁSTICO 20x30				0,05
CUSTO FIXO				
CUSTO FIXO RATEADO / PEÇA				3,52
CUSTO UNITÁRIO DO PRODUTO				12,59
PREÇO DE VENDA				R\$ 33,90
DESPESAS	IMPOSTO	18%	R\$ 6,10	
	ASSESSOR	10%	R\$ 3,39	
	MARKETING	1%	R\$ 0,34	
	INADILÊNCIA	2%	R\$ 0,68	
	COMISSÃO VENDEDOR	2%	R\$ 0,68	
	PARCELAMENTO	5%	R\$ 1,70	
	ALUGUEIS E OUTROS	2%	R\$ 0,68	
GASTOS TOTAIS				R\$ 26,15
				Lucro/unid. R\$ 7,75
				% Lucro 22,86%
MARGEM BRUTA				23%
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO				R\$ 12,96 38%

PARCEIRO				
REF. 211126 SOBRETOP NYLON DRY				
Descrição	Medida	Qtd.	Custo	Sub-total
INSUMOS				
TECIDO		1	R\$ 7,18	7,18
TERMOCOLANTE 2,5 CM		1	R\$ 0,23	0,23
TAG		1	R\$ 0,15	0,15
ETIQUETA		1	R\$ 0,03	0,03
MATERIAIS DE CORTE		1	R\$ 0,11	0,11
EMBALAGEM				
SACO PLÁSTICO 20x30		1	R\$ 0,05	0,05
SACO PLÁSTICO 40x60		1	R\$ 0,13	0,13
CUSTO FIXO				
CUSTO FIXO RATEADO / PEÇA				3,52
CUSTO UNITÁRIO DO PRODUTO				14,17
PREÇO DE VENDA				R\$ 14,50
GASTOS TOTAIS				R\$14,17
				Lucro/unid. R\$ 0,33
				% Lucro 2,27%
MARGEM BRUTA				2%
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO				R\$ 3,85 27%

Fonte: Autor (2022).

A margem bruta para este SOBRETOP NYLON DRY, foi calculada considerando o preço de venda e gastos totais. Isto indica o retorno atingido com a venda deste produto, ou seja, o percentual do faturamento deste produto. Para calcular esta margem bruta considera-se: $((\text{PREÇO DE VENDA} - \text{GASTOS TOTAIS}) / \text{PREÇO DE VENDA})$. Assim, a margem bruta deste produto para a marca própria é de 23% e para o cliente parceiro é de 2%.

Para as margens de contribuição o valor calculado é a sobra da receita total gerada pelas vendas desse produto menos os gastos (custos e despesas) variáveis, ou seja, $(\text{PREÇO DE VENDA} - \text{GASTOS VARIÁVEIS})$. Assim, esses valores calculados de R\$ 12,96 e R\$ 3,85 são valores destinados ao pagamento das contas fixas da empresa, conseqüentemente analisar se obteve lucro ou prejuízo. E para obter a margem de contribuição percentual basta dividir esses valores destinados ao pagamento das contas fixas pelo preço de venda. Logo, para a marca própria é de

38% e para o cliente parceiro é de 27%.

Para os demais produtos que fizeram parte desta análise do presente estudo, segue abaixo, na figura 11, as margens brutas e de contribuição desses produtos. Para melhor compreensão do estudo, os preços de vendas para os produtos, foram considerados os praticados pela empresa. Com exceção do produto SOBRETOP NYLON DRY REF.1126 que foi considerado o preço de mercado, com relação a concorrência.

Figura 11 – Margens brutas e de contribuição dos produtos.

PRODUTO		PV	(-)JGV	(-)JMC	(-)JGF	MB (%)	MC(%)	L/P
REF.105 TOP BÁSICO	MARCA PRÓPRIA	32,00	22,20	R\$ 9,80	5,12	15%	31%	R\$ 4,69
	PARCEIRO	14,90	13,41	R\$ 1,49	3,52	-14%	10%	-R\$ 2,02
REF.125 TOP TRAVETE	MARCA PRÓPRIA	39,90	26,26	R\$ 13,64	5,51	20%	34%	R\$ 8,13
	PARCEIRO	14,90	13,21	R\$ 1,69	3,52	-12%	11%	-R\$ 1,82
RE.129 TOP IOGA	MARCA PRÓPRIA	33,30	24,26	R\$ 9,24	5,19	12%	28%	R\$ 4,05
	PARCEIRO	16,50	12,97	R\$ 3,53	3,52	0%	21%	R\$ 0,02
REF.304 SHORT LISO	MARCA PRÓPRIA	34,90	25,73	R\$ 9,17	5,26	11%	26%	R\$ 3,91
	PARCEIRO	13,60	14,25	-R\$ 0,65	3,52	-31%	-5%	-R\$ 4,16
REF.812 T-SHIRT ACTIVE	MARCA PRÓPRIA	35,30	22,30	R\$ 13,20	5,29	22%	37%	R\$ 7,91
	PARCEIRO	14,90	11,12	R\$ 3,78	3,52	2%	25%	R\$ 0,26
REF.1126 SOBRETOP NYLON DRAY	MARCA PRÓPRIA	33,90	20,94	R\$ 12,96	5,21	23%	38%	R\$ 7,75
	PARCEIRO	14,50	10,65	R\$ 3,85	3,52	2%	27%	R\$ 0,33
REF.1502 FUSEAU CÔS ALTO	MARCA PRÓPRIA	65,00	54,86	R\$ 10,14	6,77	5%	16%	R\$ 3,37
	PARCEIRO	27,90	27,76	R\$ 0,14	3,52	-12%	1%	-R\$ 3,37
REF.2207 BLUSA UV+ MASC.	MARCA PRÓPRIA	65,90	48,94	R\$ 16,96	6,81	15%	26%	R\$ 10,15
	PARCEIRO	29,90	25,57	R\$ 4,33	3,52	3%	14%	R\$ 0,81
REF.2008 BLUSA UV+ FEM.	MARCA PRÓPRIA	56,90	39,48	R\$ 17,42	6,36	19%	31%	R\$ 11,06
	PARCEIRO	27,50	21,61	R\$ 5,89	3,52	9%	21%	R\$ 2,37

Fonte: Autor (2022).

Seguindo as técnicas de cálculo apresentada anteriormente, o produto com maior margem bruta para a marca própria é a SOBRETOP NYLON DRY REF.1126 com 23%; e para o cliente parceiro a BLUSA UV+ FEMININA REF.542008 com 9%. Já os produtos com maior margem de contribuição, tanto para marca própria quanto para o cliente parceiro, é o SOBRETOP NYLON DRY REF.1126 com 38% e 27%.

Posteriormente, foi calculado também na planilha, apresentada na figura 11, as projeções finais, ou seja, se determinado produto obteve lucro ou prejuízo. Para este considera-se o cálculo entre os valores encontrados das margens de contribuição menos os gastos fixos. Assim, considerando as 18 análises feitas, 78% dos produtos, conforme a comercialização dos mesmos, possuem margens positivas com lucro. Já 22% das referências estudadas, obtém-se prejuízo.

5. Conclusão

O objetivo deste artigo foi realizar os cálculos do custeio por absorção, margem bruta e margem de contribuição em uma indústria de confecção de roupa, de forma a assegurar ao gestor auxílio nas tomadas de decisões e no controle de custos.

Para os custos dos produtos calculados por meio da metodologia de custeio por absorção foram necessárias as fichas técnicas com o consumo de material e outros gastos incorridos no produto, e foi percebido que para a realização desta etapa, sem a padronização dessas fichas, não seria

possível calcular os custos de produção. Com isso, foi proposto a empresa a padronização desta etapa para que suas escolhas e decisões sejam mais eficazes e assertivas.

Considerando as despesas, quanto maior elas forem, menor será o lucro líquido da empresa. Por esse fator a empresa deve sempre estar atenta e monitorar esses valores para que sejam incorridos do preço de venda e conseqüentemente não leve a empresa ter prejuízos.

As margens bruta e de contribuição é essencial para avaliar a rentabilidade da empresa, entender que o quanto cada produto oferece para o pagamento dos gastos da empresa. É importante que a empresa analise adequadamente os gastos e saiba quanto custa para produzir ou vender cada produto, o quanto e como cada produto contribui para rentabilidade da empresa, para que decisões sejam tomadas como: melhorar preço de venda, reduzir custos, observar o volume de venda necessário, retirar ou não algum produto de linha, manter produtos mesmo tendo pouca contribuição ou lucro mas que contribui para chamar novos clientes, se é preciso terceirizar a mão de obra e se é necessário mudar de fornecedor ou práticas produtivas. Portanto, com essas decisões é possível que a empresa analise a concorrência, identifique o volume mínimo, entenda qual é o produto potencial da empresa, além de formar campanhas promocionais ofertando descontos sem que comprometa negativamente.

Os resultados obtidos revelaram que 100% dos produtos com comercialização própria possuem margens positivas. Já os produtos com venda terceirizada, 44% têm margens negativas. E analisando unicamente as margens negativas, uma possibilidade como primeira alternativa seria aumentar o preço dos produtos que tem margem negativa, porém, considerando o mercado e os preços praticados pela concorrência, isso nem sempre é possível. Logo, ao retirar do mix de produtos, os que não contribuem positivamente, há dois efeitos importantes: primeiro a retirada de produtos essenciais e segundo que estes produtos auxiliam no rateio dos gastos fixos e quando retirados, a parcela do rateio impacta nos demais produtos.

Então, cabe aos gestores, verificar se há possibilidade de aumento de preço final, se é possível retirar estes produtos do mix sem comprometer a parte comercial, e se essa retirada vai impactar drasticamente os gastos dos outros produtos devido ao rateio dos gastos fixos.

Por fim, conclui-se que aplicação do método de custeio e estudos das margens é válido e de extrema importância para o desenvolvimento e sobrevivência das empresas em diversos setores. É muito importante que as empresas tenham bem definidos e padronizado os processos da contabilidade dos custos, uma vez que, é imprescindível para a administração de qualquer negócio, dados que auxiliam na tomada de decisões sem que prejudique a situação financeira da empresa.

REFERÊNCIAS

- ALVES, A.; et. al. **Análise de custo (recurso eletrônico)**. SAGAH, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://viewer.biblioteca.binpar.com/viewer/9788595024427/2>. Acesso em: 22 mai. 2020.
- ANTONI, G. **Gestão de Custos Industriais (recurso eletrônico)**. SAGAH, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://viewer.biblioteca.binpar.com/viewer/9788595021198-1/2>. Acesso em: 22 mai. 2020.
- BERTI, Anélio. **Contabilidade e análise de custos**: (ano 2006), Curitiba: Juruá, 2009.
- BRUNI, Adriano Leal. **A administração de custos, preços e lucros**: com aplicações na HP 12C e Excel. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- BRUNI, Adriano Leal. **A análise contábil e financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- Bruni, A., & Famá, R. (2012). **Gestão de custos e formação de preço**: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel (3ª ed.). São Paulo: Atlas.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**: 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação do preço: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade**. São Paulo: Atlas, 2006.
- GARRISON, R. **Managerial Accounting**. AMGH Editora Ltda, 14th ed., New York, 2013. Disponível em: <https://viewer.biblioteca.binpar.com/viewer/9788580551624/iv>. Acesso em: 22 mai. 2020.
- KOTLER, P; KELLER, K. **Administração de Marketing**. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: <https://tigubarcelos.files.wordpress.com/2019/02/348625623-administracao-de-marketingkotler-e-keller-14-edicao-pdf.pdf>. Acesso em: 2 mai. 2020.
- LEITE, M. T. A. de S. **Formação de Preço: Mercados onde custo, clientes ou concorrentes são fatores determinantes**. 2007. Dissertação (Ciências Contábeis) - Uniceub - Centro Universitário de Brasília, [S. l.], 2007.
- MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. Editora Atlas, 10ª edição, São Paulo, 2010.
- MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. São Paulo: Makron Books, 2007.
- MORAIS, J. F.; VIEIRA, E. P. **Estratégias de precificação para empresas comerciais**. 2013.
- PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M. de; COSTA, R. G. **Gestão estratégica de custos**. Editora Atlas, 7ª edição, São Paulo, 2011.
- PINTO, L. J. S.; MOURA, P. C. C. **Formação do Preço de Venda e Estratégias de Precificação: o Caso da Leader Magazine VIII SEGET – SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA**, 2011, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/25414331.pdf>. Acesso em: 1 mai. 2020.
- SANTOS, E. O. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.
- SANTOS, A.; et. al. **Gestão de custos (recurso eletrônico)**. SAGAH, Porto Alegre, 2018.
- SANTOS, Joel José dos. **Formação de preços e do lucro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE: **Mundo Formação de preços**. Disponível em: <
<http://www.mundosebrae.com.br/2011/03/formacao-de-precos/>>. Acesso em: 06 out. 2011.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Setor de vestuário espera momento positivo em 2021**. De janeiro 19, 2021. Disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/setor-de-vestuario-espera-momento-positivo-em-2021/>.
- SOUZA, Marcos Antônio de; DIEHL, Carlos Alberto. **Gestão de custos: uma abordagem entre contabilidade, engenharia e administração**. São Paulo: Atlas, 2009
- WERNKE, R. **Gestão de custos: uma abordagem prática**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Elias José da Silveira Júnior do Curso de Engenharia de Produção, matrícula 2015.1.0037.0021-6, telefone (62) 9 8212-2018 e-mail eliasjunior2212@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Estudos de Margens de Lucro em uma Indústria de Confecção de Roupas, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

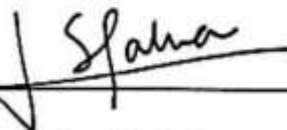
Goiânia, 7 de Junho de 2022.

Assinatura do autor: _____



Nome completo do autor: Elias José da Silveira Júnior

Assinatura do professor-orientador: _____



Nome completo do professor-orientador: Juliana Schmidt Galera