

**ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO APLICADA EM UMA EMPRESA
DE PEQUENO/MÉDIO PORTE: ESTUDO DE CASO EM UMA VINÍCOLA DA
REGIÃO.**

**COST / VOLUME / PROFIT ANALYSIS APPLIED TO A SMALL /
MEDIUM-SIZED COMPANY: A CASE STUDY IN A WINERY OF THE
REGION.**

**ANÁLISIS COSTO/VOLUMEN/BENEFICIO APLICADO EN UNA
PEQUEÑA/MEDIANA EMPRESA: ESTUDIO DE CASO EN UNA BODEGA DE
LA REGIÓN.**

Éder Luis Heberle

Claiton Mees

Resumo:

Objetivo do estudo foi identificar os benefícios e as limitações inerentes à Análise Custo, volume e lucro em uma empresa do ramo de vinícola. Para tanto, foi utilizada metodologia classificável como descritiva, qualitativa e estudo de caso. As informações foram coletadas junto a uma vinícola da região, através de uma entrevista informal, ou seja, não estruturada com os sócios proprietários no intuito de conhecer o formato de gerenciamento vigente e controles internos da empresa. Na sequência, iniciou-se a coleta de dados obtidos nos controles internos e no setor contábil (terceirizado), além de estimativas realizadas pelo gestor. Quanto aos principais resultados obtidos com a implantação da análise CVL, pode-se destacar que foram evidenciados a aplicação plena dos conceitos de margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança no empreendimento pesquisado. Ademais, destaca-se como principais benefícios: (1) Identificação dos produtos mais lucrativos com base na margem de contribuição unitária, (2) Conhecimento da margem de contribuição total dos itens, (3) Projeção da quantidade mínima a ser vendida para que a empresa comece a ter lucros (pontos de equilíbrios), (4) Mensuração da margem de segurança, o que permite conhecer qual o volume que o faturamento pode cair, (5) Levantamento de um demonstrativo do resultado do período. Além disso, dentre as limitações encontradas destaca-se que o

sistema de informática estava voltado a atender aspectos operacionais, o que foi sanado com o desenvolvimento de planilhas gerenciais específicos com o uso de planilhas eletrônicas.

Palavras-chave: Análise CVL. Vinícola. Estudo de caso.

Abstract:

The study objective was to identify the benefits and limitations inherent to CVL Analysis in a winery business. For this purpose, a methodology that was classifiable as descriptive, qualitative and study of case was used. The information was collected from a winery in the region, through an informal, that is, unstructured interview with the owner partners in order to learn about the company's current management format and internal controls. Then, data collection from internal controls and the accounting sector (outsourced) was started, in addition to estimates made by the manager. About for the main results obtained with the implementation of the CVL analysis, it can be highlighted that the full application of the concepts of contribution margin, breakeven point and safety margin in the researched enterprise. Furthermore, it stands out as main benefits: (1) Identification of more profitable products based on the unit contribution margin, (2) Knowledge of the total contribution margin of the items, (3) Projection of the minimum quantity to be sold in order for a specialized company to have profits (breakeven points), (4) Measurement of the safety margin, which allows to know the volume that the billing can fall, (5) Survey of a statement of the period's result. Besides, among the characteristics found, it stands out that the computer system was geared to meet operational aspects, which was remedied with the development of specific management electronic spreadsheets.

Keywords: CVL analysis. Winery. Case study.

Resumen:

El objetivo del estudio fue identificar los beneficios y limitaciones inherentes al Análisis de Costo, Volumen y beneficio en una empresa del ramo vinícola. Para ello se utilizó una metodología clasificable en descriptiva, cualitativa y de estudio de caso. La información fue recogida junto a una bodega de la región, a través de una entrevista informal, es decir, no estructurada con los socios propietarios con el fin de conocer el

formato actual de gestión y controles internos de la empresa. En la secuencia, se inició la recolección de datos obtenidos en los controles internos y en el sector contable (tercerizados), además de estimaciones realizadas por el gestor. En cuanto a los principales resultados obtenidos con la implementación del análisis CVL, se puede destacar que se evidenció la plena aplicación de los conceptos de margen de contribución, punto de equilibrio y margen de seguridad en la empresa investigada. Además, los principales beneficios son: (1) Identificación de los productos más rentables en base al margen de contribución unitario, (2) Conocimiento del margen de contribución total de los artículos, (3) Proyección de la cantidad mínima a vender para que la empresa comienza a generar utilidades (puntos de equilibrio), (4) Medición del margen de seguridad, que permite conocer el volumen que puede caer la facturación, (5) Levantamiento de la cuenta de resultados del período. Además, entre las limitaciones encontradas, se destaca que el sistema informático estaba orientado a atender aspectos operativos, lo cual fue subsanado con el desarrollo de planillas específicas de gestión.

Palabras clave: Análisis CVL. Bodega. Estudio de caso.

1 INTRODUÇÃO

A vitivinicultura brasileira, atividade na qual envolve o cultivo de uvas e a fabricação de vinhos, passou por amplas modificações nos últimos anos, principalmente pelo fato do consumidor brasileiro ter se tornado mais exigente, a ponto de preferir consumir um vinho com mais qualidade. Dessa forma, o progresso do setor é determinante para agradar toda a clientela. (ROSA, SIMÕES, 2003).

Desse modo, conforme Rosa e Simões (2003) o mercado de vinho é caracterizado pela grande diversidade dos tipos de vinho, desde os mais leves, aos mais incorporados. Importante destacar que ele não é uma bebida específica apenas para uma época do ano, e nem apenas para uma ocasião, ou seja, com toda diversidade de vinhos que se encontra, cada um tem um estilo diferente, por isso pode se adequar a qualquer época e ocasião.

Logo, é possível averiguar que o comércio brasileiro de vinhos proporciona um amplo potencial de crescimento, visto que a clientela que é cada vez mais exigente até mesmo, pelas bebidas que consomem. (IBRAVIN, 2017).

Assim, com um ambiente no mercado de trabalho cada vez mais competitivo e globalizado, faz-se necessário que os gestores sejam pessoas qualificadas e adequadas para administrar negócios, pois isso requer competência, a ponto de diagnosticar em qual estágio sua empresa se encontra. Além disso, possa analisar possibilidades e soluções para sanar as dificuldades, e consequentemente tomar decisões mais assertivas. Dessa maneira, os gestores precisam se conscientizar da importância de certas ferramentas. É necessário neste caso verificar os custos, volume e lucro no planejamento, tudo isso auxilia na tomada de decisão. Planejamento é isso, traçar metas, observar detalhes, saber como a empresa se encontra financeiramente (BEZERR, CAROLI, 2015).

Entre os diferentes instrumentos de controle gerencial que podem fundamentar o sistema, merece destaque a Análise Custo/Volume/Lucro (também conhecida como Análise CVL). Portanto, é possível afirmar que este é um modelo que possibilita prever o impacto no lucro do período ou no resultado projetado, de alterações no volume vendido, nos preços de venda (através de descontos ou majorações) e nos valores de custos e despesas, tanto fixos quanto variáveis (RAVICHANDRAN, 1993; HANSEN; MOWEN, 2001; MAHER, 2001; SULAIMAN *et al.*, 2004; SOUZA *et al.*, 2011; D'AMATO *et al.*, 2012; FONSECA, 2012; SANTOS *et al.* 2014).

Ainda em concordância Maher (2001) destaca que ela é uma ferramenta que auxilia os gestores em seu processo decisório sobre o nível de operação dos negócios, no que tange a questões financeiras, econômicas e patrimoniais, visto que pode apontar para um impacto negativo nos resultados de uma possível retração ou expansão dos mesmos.

Nesse sentido, ao ampliar a exposição inicial dada sobre a análise CVL, sabe-se que uma ferramenta de análise tem ampla importância para a tomada de decisão em uma empresa, este é o caso do CVL. Pois o mesmo pode ser utilizado para ajustar os preços de venda, e selecionar produtos para colocar à venda (WARREN; REEVE; FESS, 2008). No que se refere ao nosso dia a dia os componentes mais utilizados para a análise Custo/Volume/Lucro são a Margem de Contribuição e o Ponto de Equilíbrio.

Conforme cita Bezerr. Caroli (2015) no Brasil, mais de 50% de pequenas e microempresas encerram suas atividades até o quinto ano de vida, isso é justificado pela falta de qualificação dos gestores. Diante dessa circunstância, é possível afirmar, que

existem ferramentas que são fundamentais para a gestão das empresas, para que a empresa cresça cada vez mais da forma correta.

Dessa forma, é importante que dos gestores e administradores das indústrias utilizam métodos mais eficientes e coerentes. Além disso, é preciso inovar com a produção e venda de novos produtos. Sem contar da importância em focar num sistema de gestão de custos na qual auxilia tanto na questão operacional e financeira.

Em conformidade com o assunto, foi elaborado a pergunta problema que se pretende responder nesta pesquisa: Quais os benefícios da Análise CVL para a tomada de decisão em uma vinícola de pequeno/médio porte? Para tanto, foi estabelecido como objetivo de estudo verificar os benefícios da análise CVL para a tomada de decisão em uma vinícola de pequeno/médio porte.

Em decorrência de pesquisas relacionadas, justifica-se o trabalho pela necessidade da realização de mais estudos que auxiliem. Para tanto, neste cenário, os interesses são dinâmicos e altamente competitivos no mercado de trabalho, e dessa forma exigem cada vez mais dos gestores, o gerenciamento da empresa de forma correta. Desse modo, utilizar a racionalização e análise dos custos, para auxiliar na tomada de decisão da empresa. (PELISSARI; GONZALEZ; VANALLE, 2011).

Além disso, estudos como este se justificam pelo fato de tratar diretamente sobre o cenário econômico do país, em razão das indústrias serem grandes geradores de empregos. Dessa forma, é de suma importância as empresas serem gerenciadas de forma correta. Nesse contexto, destacam-se autores que publicaram artigos semelhantes, Passarelli e Bomfim (2004), Warren, Reeve e Fess (2008), Wernke e Vargas (2014), Wernke, Leonardo e Zanin (2015).

O presente estudo classifica-se como teórico-empírico, dessa forma os métodos empregados na pesquisa versam, quanto ao procedimento, como um estudo de caso sobreposto em uma vinícola, quanto aos objetivos a classificação é caracterizada como descritiva, já a abordagem do problema classifica-se como quantitativa.

A Análise de Custo Volume e Lucro é um tópico que está em ênfase na literatura de custos, sendo assim encontra-se diversas publicações em buscas online em portais e revistas científicas brasileiras e estrangeiras, além disso estão presentes todos os livros didáticos da área de custos.

O artigo está estruturado em tópicos introdução, e mais cinco seções: na segunda, descrevem-se o referencial teórico; na terceira etapa os procedimentos metodológicos, já na quarta apresentação dos resultados e por fim, as considerações finais do estudo e para finalizar as referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As gestões atuais das empresas apresentam por qualidade a avaliação constante do desempenho. Portanto, a fundamentação teórica envolve os conteúdos vistos necessários para escrever o presente artigo, sendo eles: análise custo/volume/lucro, ou seja, a margem de contribuição, o ponto de equilíbrio da empresa e ainda a margem de segurança.

2.1. ANÁLISE CUSTO, VOLUME E LUCRO

Muitos empresários ao fundarem suas empresas apostam apenas em seus conhecimentos básicos, ou utilizam como base, o comparativo com outras empresas. Esquecem-se de utilizar ferramentas básicas que muitas vezes facilitam a vida do gestor no controle de custos, formação de preços. (BEZERR, CAROLI, 2015).

No entender de Hansen e Mowen (2001), a Análise CVL pode ser bastante significativa para identificar um problema econômico que a entidade esteja enfrentando, e descobrir qual o estágio que se encontra, bem como pode auxiliar os administradores a encontrarem soluções para sanar estas dificuldades.

A Análise Custo/Volume/Lucro é uma ferramenta utilizada para obter o resultado da produção e vendas da empresa, assim como para analisar o impacto de alterações no preço de venda, nos custos, nas despesas ou em ambos (NEVES; VICECONTI, 2003).

Ainda, Maher (2001) esclarece que o CVL se trata de uma ferramenta habitual, mas de suma importância para a gestão de negócios. Conforme, Martins (2010) cita que ela ocorre com base no método de custeio variável, separando os custos fixos e as despesas em variáveis e ou fixas.

Do mesmo modo, Warren, Reeve e Fess (2008) destacam a importância que esta ferramenta tem no auxílio da tomada de decisão, seja ela para ajustar preços de vendas, definir estratégias de marketing, analisar o lucro auferido e dentre outras inúmeras formas.

Diante disso, vale destacar que, existem alguns métodos de análise que não saem de cena, por mais que sejam básicos, quando o assunto tem como objetivo entender o estado em que se encontra o empreendimento. Sendo assim com o auxílio destes métodos, permite ao empresário ter um parâmetro que ajude tomar decisões mais assertivas, melhorando o desempenho. (VICARI,2019).

Conforme, Vicari (2019) os gestores que fazem o uso da análise CVL, por mais que seja uma ferramenta básica, destacam-se, na tomada de decisões, pois são importantes para o melhoramento do negócio.

A Análise Custo volume e lucro se faz presente na contabilidade gerencial como um método importante voltado para à administração de empresas. No que diz respeito aos seus integrantes, os componentes de utilização cotidiana mais relevante são a Margem de Contribuição, o Ponto de Equilíbrio e a Margem de Segurança, são estas ferramentas gerenciais que permitem aos gestores informações importantes para a realização de objetivos e metas da empresa.

2.2. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

O conhecimento inicial básico para se utilizar a Análise Custo, Volume e Lucro é adquirida com o cálculo da margem de contribuição.

Dessa forma Passarelli e Bomfim (2004) destacam que este método de análise facilita aos gestores para a solução de questões, na parte comercial, e administrativa, tais como o fato de tal produto ter um valor de venda superior a outro produto, da mesma forma quais produtos devem ser promovidos. E por fim, ainda neste mesmo sentido, calcular quantas unidades precisam ser vendidas para se obter um lucro.

Conforme Lins e Silva (2005), se a empresa ou o estabelecimento trabalham com uma margem de contribuição negativa e tem o intuito de se manter neste aspecto, a melhor alternativa seria encerrar suas atividades. Contudo, existe a possibilidade de os

gestores da entidade utilizarem a margem de contribuição por produto a fim de extinguir os produtos com margem negativa para priorizar outros e alavancar os resultados.

Nesse mesmo âmbito destacam que, quanto maior a margem de contribuição de um produto, mais ele colabora para abonar os custos da empresa, sejam eles fixos ou variáveis, e ainda contribui para a formação do lucro, que é o objetivo fim da empresa; (SOUZA; DIEHL, 2009).

De outro modo, importante salientar que existem alguns entraves que são associáveis à margem de contribuição. Apesar da MC ser uma ótima ferramenta de base para a tomada de decisão de curto prazo, pode acontecer do lojista se descuidar dos custos fixos, pois sabe-se que a margem de contribuição considera apenas os custos e despesas variáveis. Esses custos, caso não sejam acompanhados, podem causar a empresa problemas financeiros futuros. (WERNKE, 2010).

Então, o cálculo da margem de contribuição ocorre da seguinte maneira. Com a produção e venda dos produtos, este mesmo gera recursos para a empresa, para então amortizar seus custos fixos para então obter o lucro. O valor unitário de cada item, multiplicado pelo volume de vendas efetuadas no período, ocasiona na margem de contribuição total de um certo produto (NEVES; VICECONTI, 2003; BORNIA, 2009; WERNKE, 2014).

Quadro 1: Fórmula da Margem de contribuição.

$\text{Margem de Contribuição} = \text{Preço de Venda} - (\text{Custos e Despesas Variáveis})$
--

Fonte: (Wernke, 2014)

O Quadro 1 apresenta a fórmula da margem de contribuição, leva em consideração o preço de venda subtraindo os seus custos e despesas variáveis.

Em consequência disso Ferreira (2017) destaca que essa ferramenta comprova como cada produto contribui para, saldar as despesas fixas, como água, luz, telefone, salários e, depois, formar o lucro esperado pelos sócios.

Desse modo, Margem de Contribuição é definido como uma ferramenta que é capaz de dizer precisamente se a receita de uma empresa é o suficiente para pagar os custos e despesas e ainda proporcionar um lucro, pois ela consiste basicamente na diferença entre a receita obtida na venda de um ou mais produtos e o custo de compra,

mais as despesas variáveis como os tributos incidentes sobre vendas, comissões sobre vendas, entre outros.

2.3. PONTO DE EQUILÍBRIO

Neste método, Dutra (2003) destaca que a empresa produz apenas o suficiente para gerir receita que equiparar-se ao custos e despesas. Dessa forma apenas a empresa produz para pagar as despesas, não auferindo ou obtendo sobra alguma.

O autor Couto (2011) argumenta que esta terminologia surgiu da junção dos Custos e Receitas Totais. Esse método incide quando as receitas totais atingem os custos e despesas totais, assim, não haverá prejuízos, e nem ganha lucros.

Quanto às modalidades deste método, as três mais comentadas na literatura são o ponto de equilíbrio “contábil”, o “econômico” e o “financeiro”.

O método do ponto de equilíbrio contábil (PEC), equivale a quantidade de vendas que precisa ser executada para abonar todos os custos e as despesas fixas, dessa forma não influenciam os aspectos financeiros e nem operacionais. Diante disso, é neste método que a depreciação incide no cálculo (PADOVEZE, 2004).

O PEC, ainda de acordo com Dubois, Kulpa e Souza (2009), determina o quanto é a quantidade mínima de produção e venda para que a empresa não sofra prejuízos e não obtenha lucro, sendo calculado da seguinte forma.

Quadro 2: Fórmula do Ponto de Equilíbrio contábil

$\text{Ponto de Equilíbrio Contábil} = \frac{\text{Custos e Despesas Fixas}}{\text{Margem Contribuição}}$

Fonte: Dubois, Kulpa e Souza (2009).

O Quadro 2 apresenta a fórmula do Ponto de Equilíbrio Contábil, a ele se adicionam os custos fixos totais divididos pela margem de contribuição. Além do ponto de equilíbrio contábil, SANTOS (2000) descreve que o ponto de equilíbrio econômico é aquele em que as receitas são iguais aos custos acrescidos de um custo de oportunidade, na qual é calculado qual o lucro, ou receita que a empresa vai ter.

Outrossim, Wernke (2014) evidencia que no caso do Ponto de Equilíbrio Econômico, é considerada uma ferramenta que traz com maior precisão possível ao

gestor qual precisa ser o retorno mínimo e em seguida ainda alude a cobertura dos custos totais acrescidos do lucro necessário para que o investimento seja adequadamente remunerado conforme o retorno desejado, para que então o negócio escolhido gere um resultado superior ou igual ao pretendido.

Quadro 3: Fórmula do Ponto de Equilíbrio econômico

Ponto de Equilíbrio Econômico=	$\frac{\text{Custos e Despesas Fixas} + \text{Custo de Oportunidade}}{\text{Margem Contribuição}}$
---------------------------------------	--

Fonte: Wernke (2014).

Logo, o Quadro 3 apresenta a fórmula do Ponto de Equilíbrio Econômico, nessa equação se adicionam os custos e despesas fixas levando em consideração o custo de oportunidade e assim divide-se pela margem de contribuição.

O terceiro método é o Ponto de equilíbrio Financeiro (PEF) que ocorre da seguinte forma, quando a empresa almeja ter ciência exata de qual precisa ser volume de vendas para então cobrir os custos e despesas variáveis (WERNKE, 2004). Assim, em concordância Souza e Diehl (2009), o PEF pode até mesmo ser aproveitado em situações em que o gestor necessita gerar um saldo mínimo de caixa. A diferença neste método é que, os custos de depreciação são excluídos, e apenas considerado despesas que significam um desembolso ou saída de dinheiro efetuada do caixa.

Quadro 4: Fórmula do Ponto de Equilíbrio financeiro

Ponto de Equilíbrio Financeiro=	$\frac{\text{Custos e Despesas Fixas} - (\text{Depreciação, Amortização e Exaustão})}{\text{Margem Contribuição}}$
--	--

Fonte: Wernke (2004).

O Quadro 4 destaca a fórmula do Ponto de Equilíbrio Financeiro, considerado semelhante ao contábil, mas nessa equação se adicionam os custos e despesas fixas. Visto que, não é levado em consideração a depreciação, amortização e a exaustão, e assim dividindo-o pela margem de contribuição.

Observa-se assim que o Ponto de Equilíbrio é considerado um método eficaz para as empresas, além de ser de um fácil entendimento. É nele que o empresário tende a saber o ponto na qual a empresa se encontra, pois, auxilia a mesma para não obter prejuízos.

2.4. MARGEM DE SEGURANÇA

A margem de segurança é a diferença que se tem entre o volume de vendas e o ponto de equilíbrio (SILVA; LINS, 2014). Os autores Leone e Leone (2010) argumentam que a margem de segurança é o momento em que o volume de vendas ultrapassa o ponto de equilíbrio. Momento em que se atinge o lucro. Sabe-se que todas as empresas buscam deste objetivo, portanto, é de suma importância trabalhar com níveis de vendas que extrapolam o ponto de equilíbrio. Quanto maior for margem de segurança obtida, menor será o risco que a empresa terá para obter resultados negativos (DUTRA, 2003).

Conforme Bruni (2006) destaca, que podem ser calculados três formas de margem de segurança: a primeira em unidades sendo assim subtrai-se as vendas em unidades o ponto de equilíbrio em unidades, de outro modo em valor monetário ao descontar do faturamento do período o valor do ponto de equilíbrio respectivo e por fim em percentual quando a proporção da margem de segurança em valor sobre as vendas.

Quadro 5: Fórmula da Margem de Segurança

Margem de Segurança (%)	$\frac{\text{Vendas} - \text{Ponto de Equilíbrio}}{\text{Vendas}}$
--------------------------------	--

Fonte: Bruni (2006).

O Quadro 5 apresenta a fórmula da margem de segurança, nesse cálculo descobre-se o quanto a empresa conseguiu vender acima do seu ponto de equilíbrio.

De acordo com Friedrich e Swarowsky (2013), a margem de segurança caracteriza excesso da receita da empresa em função da receita do ponto de equilíbrio. Ainda complementam que é também uma forma de demonstrar o quanto às vendas podem cair, para que não chegue a ponto de acarretar em prejuízo.

Ainda em concordância Friedrich e Swarowsky (2013), destacam que Margem de Segurança é todo o Faturamento seja ele quantidade ou valor que exceder o ponto de equilíbrio, ou seja toda vez que exceder o ponto de equilíbrio existirá um lucro.

Dessa forma, pode-se concluir que a margem de segurança é o quanto em valor monetário a empresa obteve acima do ponto de equilíbrio, ou seja, vendeu para cobrir

todos os seus custos, e ainda auferiu uma sobra. Ainda nestas publicações foi possível averiguar que os conceitos de ponto de equilíbrio, margem de contribuição, e margem de segurança podem ser utilizados pelos gestores de indústrias com o intuito de obter informações relevantes para auxiliar na gestão.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia é compreendida como uma disciplina com o propósito de apontar, estudar, compreender e por fim avaliar vários métodos, formas que podem ser empregues para o desenrolar de pesquisas.

No que tange aos aspectos metodológicos, é todo aquele esforço obtido para alcançar seu objetivo, descobrir novas informações e conclusões científicas com o intuito de ampliar o conhecimento. (MASCARENHAS, 2012). Assim, descreve as técnicas que podem ser usadas para fazer a construção do conhecimento, a coleta de dados e a análise das informações visando resolver o problema proposto pela pesquisa. (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Este estudo classifica-se em teórico-empírico, dessa forma os métodos empregados na pesquisa versam, quanto ao procedimento, como um estudo de caso sobreposto em uma vinícola, quanto aos objetivos a classificação é caracterizada como descritiva, já a abordagem do problema classifica-se como quantitativa.

No que se refere ao temperamento da pesquisa, define-se como teórica-empírica, também entendida como pesquisa de campo, pois, se obtêm as informações citadas por outros autores em bibliografias e documentos. (FERNANDES *et al.*, 2018).

A respeito da relação ao objetivo proposto, conceitua a pesquisa como descritiva, pois o autor se atenta em observar os fatos, a descrever sobre-os analisá-los, classificá-los, sem a mediação do pesquisador (AMORAS; AMORAS, 2016). Já à abordagem do problema, o mesmo classifica-se como uma pesquisa quantitativa. (CORDEIRO; MOLINA; DIAS, 2014).

Quanto aos procedimentos adotados nesta pesquisa, caracteriza-se como um estudo de caso, pois está concentrado em uma única empresa, em que o foco é a pesquisa em um ou poucos objetos, com intuito de averiguar o contexto de uma

empresa. Dessa forma, apresenta um estudo mais aprofundado do problema para possíveis tomadas de decisões, conforme destaca (YIN, 2005).

Outrossim, sabe-se que toda pesquisa tem necessidade de respeitar um público alvo, porquanto é com base nesse conjunto de pessoas que os dados são coletados e analisados de acordo com o conteúdo da pesquisa. Diante disso, esse público alvo é reconhecido com o nome de população, um conjunto não necessariamente de pessoas que constituem informações necessárias para a análise. Já de outro modo, a amostra faz alusão a um grupo representativo da população (SILVA, 2020).

No que tange a metodologia da pesquisa, a população optada foram indústrias de uma cidade da região oeste catarinense, pertencente aos municípios da Associação dos Municípios do Extremo Oeste de Santa Catarina (AMEOSC). De acordo com a prefeitura municipal, em que se encontra a instalação desta vinícola, segundo dados obtidos no dia 04/06/2020 atualmente estão instaladas no município 42 indústrias.

O presente estudo buscou informações para análise em uma empresa do ramo Vinícola de uma cidade, do Oeste Catarinense. De acordo com dados de uma Prefeitura Municipal em uma cidade catarinense, concentram-se na cidade um total de 1 (uma) empresa agente no ramo vinícola. A escolha por essa empresa levou em conta o critério de facilidade de acesso aos dados necessários.

Para obter os dados que foram utilizados neste estudo de caso foram extraídas informações de relatórios contábeis e gerenciais disponibilizados pela empresa, do ano de 2019. Diante disso, os dados levantados foram tabulados em planilha Excel desenvolvida especialmente para a aplicação da Análise CVL, onde levou-se em consideração, custos variáveis, custos fixos e despesas variáveis e fixas, assim foram geradas as informações sobre custo, volume e lucro.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Quanto ao aspecto da gestão de custos e preços, os sócios proprietários informaram que contavam com o apoio de um software de controle interno, que era utilizado para controlar os níveis de estoques, faturamento fiscal das vendas e gestão de pagamentos e recebimentos. No que tange ao desempenho dos segmentos de mercado, a gerência avaliava os produtos no sentido de priorizar aqueles que propiciassem o maior

valor de vendas no período. Em relação ao lucro mensal da empresa e à lucratividade dos grupos de mercadorias comercializadas, o administrador citou que possui o seu controle em uma planilha de Excel, mas não dispunha de todas as informações precisas acerca desses aspectos.

Então, por considerar esses informes relevantes para otimizar o resultado do empreendimento, permitiu que os autores testassem a adequação dos conceitos da análise CVL. Nesse contexto, segue a forma como é organizado, ou seja, por meio de uma planilha elaborada no aplicativo Excel, conforme os passos descritos nas próximas seções.

4.1 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO DA VINÍCOLA

A margem de contribuição tem sido considerada uma importante ferramenta para monitoramento da rentabilidade dos segmentos de mercado no âmbito varejista, bem como avaliação e análise de sua composição (WERNKE, 2010). Nesse sentido, buscou-se apurar esse valor na empresa citada para todos os integrantes do mix de vendas, uma vez que o software utilizado pelos sócios proprietários não fornecia informações satisfatórias a respeito.

Assim, para calcular a margem de contribuição unitária em valor monetário (R\$) e em percentual (%) de cada mercadoria envolvida foram considerados os fatores mencionados na Tabela 1.

Tabela 1: Margem de Contribuição Unitária

Produtos/Fatores	(+) P.V.-R\$ (a)	(-) CPV - R\$ (b)	(-) Comissão venda-R\$ (c)	(-)Trib. s/V.- R\$ (d)	M.C. un. - R\$ e = (a-b-c-d)	M.C. - % f = (e / a)
PET 750 ML						
Vinho Bordo	R\$ 7,99	R\$ 4,10	R\$ 0,60	R\$ 0,52	R\$ 2,77	34,7%
Vinho Niagara Seco	R\$ 7,83	R\$ 3,90	R\$ 0,59	R\$ 0,51	R\$ 2,83	36,1%
Vinho Niagara suave	R\$ 7,83	R\$ 3,98	R\$ 0,59	R\$ 0,51	R\$ 2,75	35,1%
Vinho Isabel Seco	R\$ 7,83	R\$ 3,94	R\$ 0,59	R\$ 0,51	R\$ 2,79	35,6%
Vinho Isabel suave	R\$ 7,83	R\$ 4,03	R\$ 0,59	R\$ 0,51	R\$ 2,70	34,5%
Vinho Moscato	R\$ 15,10	R\$ 3,25	R\$ 1,13	R\$ 0,98	R\$ 9,74	64,5%
Vinho Riesling	R\$ 22,00	R\$ 7,90	R\$ 1,65	R\$ 1,43	R\$ 11,02	50,1%
Vinho Cabernet suave	R\$ 19,90	R\$ 10,78	R\$ 1,49	R\$ 1,29	R\$ 6,34	31,9%
Vinho Merlot	R\$ 22,00	R\$ 8,32	R\$ 1,65	R\$ 1,43	R\$ 10,60	48,2%
Vinho Malbec	R\$ 22,00	R\$ 10,18	R\$ 1,65	R\$ 1,43	R\$ 8,74	39,7%
Vinho Merlot CS	R\$ 22,00	R\$ 9,07	R\$ 1,65	R\$ 1,43	R\$ 9,85	44,8%
PET 2 L						
Vinho Bordo	R\$ 13,50	R\$ 5,89	R\$ 0,68	R\$ 0,88	R\$ 6,05	44,8%

Vinho Niagara Seco	R\$ 12,50	R\$ 5,35	R\$ 0,63	R\$ 0,81	R\$ 5,71	45,7%
Vinho Isabel Seco	R\$ 12,50	R\$ 5,60	R\$ 0,63	R\$ 0,81	R\$ 5,46	43,7%
Vinho Isabel suave	R\$ 12,50	R\$ 5,84	R\$ 0,63	R\$ 0,81	R\$ 5,22	41,8%
GARRAFA 375 ML						
Vinho Bordo	R\$ 5,99	R\$ 3,55	R\$ -	R\$ 0,39	R\$ 2,05	34,2%
Vinho Niagara Seco	R\$ 5,99	R\$ 3,45	R\$ -	R\$ 0,39	R\$ 2,15	35,9%
Vinho Niagara suave	R\$ 5,99	R\$ 3,49	R\$ -	R\$ 0,39	R\$ 2,11	35,2%
Vinho Isabel Seco	R\$ 5,99	R\$ 3,47	R\$ -	R\$ 0,39	R\$ 2,13	35,6%
Vinho Isabel suave	R\$ 5,99	R\$ 3,52	R\$ -	R\$ 0,39	R\$ 2,08	34,7%
GARRAFA 4,6						
Vinho Bordo	R\$ 26,99	R\$ 13,99	R\$ 1,35	R\$ 1,75	R\$ 9,90	36,7%
Vinho Niagara Seco	R\$ 24,99	R\$ 12,75	R\$ 1,25	R\$ 1,62	R\$ 9,37	37,5%
Vinho Niagara suave	R\$ 24,99	R\$ 13,23	R\$ 1,25	R\$ 1,62	R\$ 8,89	35,6%
Vinho Isabel Seco	R\$ 24,99	R\$ 12,98	R\$ 1,25	R\$ 1,62	R\$ 9,14	36,6%
Vinho Isabel suave	R\$ 24,99	R\$ 13,52	R\$ 1,25	R\$ 1,62	R\$ 8,60	34,4%

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Na forma de avaliar o desempenho, o produto que mais contribuiu por unidade vendida foi o “vinho Riesling de 750 ml”, com R\$ 11,20. Por esse ângulo, na sequência da ordem decrescente de desempenho vieram os produtos “vinho Merlot de 750 ml” (R\$ 10,60), “vinho Bordo de 4,60 L” (R\$ 9,90), “Vinho Merlot CS de 750 ml” (R\$ 9,85), “Vinho Moscato de 750 ml” (R\$ 9,74), “Vinho Niagara Seco de 4,6 L” (R\$ 9,37) e “Vinho Isabel seco” (R\$ 9,14). Porém, na avaliação utilizou-se como parâmetro a margem de contribuição unitária percentual, contudo a ordem decrescente de performance muda um pouco. “Vinho Moscato 750 ml” (com 64,5%), “Vinho Riesling 750 ml” (com 50,1%) e “vinho Merlot 750 ml” (com 48,2%) continuam sendo os mais interessantes, porém vale ressaltar que os vinhos de dois litros tiveram uma alta porcentagem na margem unitária. Percebe-se nesta fase do processo, que os vinhos especiais possuem uma margem de contribuição maior.

Ao analisar o cenário deslindado na Tabela 1 é interessante observar que os produtos com maior margem de contribuição unitária (R\$) não necessariamente são os que mais agregam valor para a empresa, se considerada a quantidade vendida no mês (margem de contribuição total). Isso ocorre porque, em determinados casos, o produto pode ser bem lucrativo a cada unidade comercializada, mas possuir baixa demanda. Com isso, acarreta pequeno valor de margem de contribuição total no final do período. Essa peculiaridade pode ser exemplificada pelas mercadorias “vinho Riesling de 750 ml” e “vinho Merlot de 750 ml”.

Na sequência efetuou-se o cálculo da margem de contribuição total em valor de cada item. Diante disso, realizou-se a multiplicação do volume de unidades vendidas no

período pela margem de contribuição unitária em valor de cada produto, conforme evidenciado na Tabela 2 a seguir.

Tabela 2: Margem de Contribuição Total do Período

Produtos/Fatores	M.C. un. - R\$ (e)	Vol. Venda (g)	M.C. Total - R\$ (h = e*g)	M.C. Total %
PET 750 ML				
Vinho Bordo	R\$ 2,77	2137	R\$ 5.919,49	3,25%
Vinho Niagara Seco	R\$ 2,83	881	R\$ 2.493,23	1,37%
Vinho Niagara suave	R\$ 2,75	264	R\$ 726,00	0,40%
Vinho Isabel Seco	R\$ 2,79	647	R\$ 1.805,13	0,99%
Vinho Isabel suave	R\$ 2,70	1546	R\$ 4.174,20	2,29%
Vinho Moscato	R\$ 9,74	154	R\$ 1.499,96	0,82%
Vinho Riesling	R\$ 11,02	14	R\$ 154,28	0,08%
Vinho Cabernet suave	R\$ 6,34	261	R\$ 1.654,74	0,91%
Vinho Merlot	R\$ 10,60	134	R\$ 1.420,40	0,78%
Vinho Malbec	R\$ 8,74	296	R\$ 2.587,04	1,42%
Vinho Merlot CS	R\$ 9,85	200	R\$ 1.970,00	1,08%
PET 2 L				
Vinho Bordo	R\$ 6,05	6758	R\$ 40.885,90	22,46%
Vinho Niagara Seco	R\$ 5,71	5714	R\$ 32.626,94	17,92%
Vinho Isabel Seco	R\$ 5,46	5433	R\$ 29.664,18	16,29%
Vinho Isabel suave	R\$ 5,22	6423	R\$ 33.528,06	18,41%
GARRAFA 375 ML				
Vinho Bordo	R\$ 2,05	347	R\$ 711,35	0,39%
Vinho Niagara Seco	R\$ 2,15	182	R\$ 391,30	0,21%
Vinho Niagara suave	R\$ 2,11	83	R\$ 175,13	0,10%
Vinho Isabel Seco	R\$ 2,13	167	R\$ 355,71	0,20%
Vinho Isabel suave	R\$ 2,08	221	R\$ 459,68	0,25%
GARRAFÃO 4,6				
Vinho Bordo	R\$ 9,90	484	R\$ 4.791,60	2,63%
Vinho Niagara Seco	R\$ 9,37	599	R\$ 5.612,63	3,08%
Vinho Niagara suave	R\$ 8,89	105	R\$ 933,45	0,51%
Vinho Isabel Seco	R\$ 9,14	360	R\$ 3.290,40	1,81%
Vinho Isabel suave	R\$ 8,60	494	R\$ 4.248,40	2,33%
TOTAL		33904	R\$ 182.079,20	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Ao analisar o desempenho da empresa pela Tabela 2, constatou-se que o “Vinho Bordo 2 litros” é o produto que proporcionou a maior parcela da margem de contribuição total (em R\$) obtida no período da pesquisa, cabendo-lhe R\$ 40.885,90 (ou 22,46% do total ano). Na segunda posição ficou o “Vinho Isabel Suave de 2 litros”, que apresentou R\$ 33.528,06 de contribuição para o lucro do período (ou 18,41% do total), na sequência o “Vinho Niagara Seco de 2 litros” que proporcionou uma contribuição de R\$ 32.626,94 (ou 17,92% do total). Para finalizar os 4 itens com maior margem de contribuição total é o “Isabel Seco de 2 litros” que representou um valor de R\$ 29.664,

18 no lucro do período (ou 16,29% do total). Os demais produtos tiveram performance inferior aos vinhos de 2 litros, ficando com uma margem de contribuição total de 0,10% até 3,25%.

4.2 PONTO DE EQUILÍBRIO DA VINÍCOLA

O ponto de equilíbrio representa o nível de vendas em que a empresa consegue igualar suas receitas e a soma de seus custos e despesas (fixos e variáveis). Ao contrário da margem de contribuição, neste caso não é possível calcular o ponto de equilíbrio por grupo de produtos. Tal fato se justifica pela dificuldade de associar os gastos fixos pertinentes a cada grupo em separado, principalmente em estabelecimentos que trabalham com uma gama de produtos muito diversificada, como é o caso dos supermercados. Para essas situações o critério mais adequado a ser utilizado é a apuração do ponto de equilíbrio mix.

Tabela 3: Ponto de Equilíbrio Contábil Geral em Unidades

Fatores	Valores
(a) Despesas e custos fixos - R\$	R\$ 137.210,07
(b) Margem de contribuição total - R\$	R\$ 182.079,20
(c) Quantidade vendida – unidades	33.904
Total em Unidades	25,549

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Ou seja, para calcular o ponto de equilíbrio conforme a Tabela 3, foi necessário computar os seguintes dados: a) Despesas e custos fixos do período (R\$): no caso da empresa em luz, o valor foi de R\$ 137.210,07; b) Margem de contribuição total (R\$): o valor considerado neste item foi de R\$ 182.079,20; c) Volume total vendido (unidades): no ano analisado a empresa pesquisada vendeu 33.904 unidades dos itens que compõem o seu mix de produção, como havia sido registrado na Tabela 2.

Com os dados mencionados acima, o valor resultante da aplicação da fórmula do Ponto de Equilíbrio Mix em Unidades foi de 25.549 [R\$ 137.210,07 / (R\$ 182.079,20 / 33.904 unidades)].

Nesta sequência o cálculo do Ponto de Equilíbrio como apresentado na tabela 4, os itens com maior porcentagem de venda, se dá com os vinhos de 2 litros, iniciando pelo "Vinho Bordo" que responde por 19,93% da quantidade vendida; o "Vinho Isabel

Suave" por 18,94%; o "Vinho Niagara Seco" por 16,85%; o "Vinho Isabel Seco" por 16,02%, e os demais itens mantiveram uma porcentagem de 0,04% até 6,30% do total. Os percentuais foram aplicados ao volume de 25.549 (calculado na tabela 3) para conhecer a quantidade física que cabe a cada produto no Ponto de Equilíbrio Mix em Unidades do período, conforme exposto na Tabela 4.

Tabela 4: Ponto de Equilíbrio Mix por Produtos (em unidade e R\$)

Produtos/Fatores	Quantidade Vendida	% Quantidade Vendida	Ponto de Equilíbrio Unid.	(+) Preço de venda-R\$	Ponto do Equilíbrio R\$
PET 750 ML					
Vinho Bordo	2137	6,30%	1610	R\$ 7,99	R\$ 12.866,99
Vinho Niagara Seco	881	2,60%	664	R\$ 7,83	R\$ 5.198,32
Vinho Niagara suave	264	0,78%	199	R\$ 7,83	R\$ 1.557,73
Vinho Isabel Seco	647	1,91%	488	R\$ 7,83	R\$ 3.817,61
Vinho Isabel suave	1546	4,56%	1165	R\$ 7,83	R\$ 9.122,14
Vinho Moscato	154	0,45%	116	R\$ 15,10	R\$ 1.752,36
Vinho Riesling	14	0,04%	11	R\$ 22,00	R\$ 232,10
Vinho Cabernet suave	261	0,77%	197	R\$ 19,90	R\$ 3.913,99
Vinho Merlot	134	0,40%	101	R\$ 22,00	R\$ 2.221,53
Vinho Malbec	296	0,87%	223	R\$ 22,00	R\$ 4.907,27
Vinho Merlot CS	200	0,59%	151	R\$ 22,00	R\$ 3.315,72
PET 2 L					
Vinho Bordo	6758	19,93%	5093	R\$ 13,50	R\$ 68.750,78

Vinho Niagara Seco	5714	16,85%	4306	R\$ 12,50	R\$ 53.823,99
Vinho Isabel Seco	5433	16,02%	4094	R\$ 12,50	R\$ 51.177,06
Vinho Isabel suave	6423	18,94%	4840	R\$ 12,50	R\$ 60.502,54
GARRAFA 375 ML					
Vinho Bordo	347	1,02%	261	R\$ 5,99	R\$ 1.566,33
Vinho Niagara Seco	182	0,54%	137	R\$ 5,99	R\$ 821,53
Vinho Niagara suave	83	0,24%	63	R\$ 5,99	R\$ 374,65
Vinho Isabel Seco	167	0,49%	126	R\$ 5,99	R\$ 753,82
Vinho Isabel suave	221	0,65%	167	R\$ 5,99	R\$ 997,57
GARRAFA 4,6					
Vinho Bordo	484	1,43%	365	R\$ 26,99	R\$ 9.844,05
Vinho Niagara Seco	599	1,77%	451	R\$ 24,99	R\$ 11.280,25
Vinho Niagara suave	105	0,31%	79	R\$ 24,99	R\$ 1.977,34
Vinho Isabel Seco	360	1,06%	271	R\$ 24,99	R\$ 6.779,45
Vinho Isabel suave	494	1,46%	372	R\$ 24,99	R\$ 9.302,91
TOTAL	33904	100%	25549		R\$ 326.858,05

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Ao interpretar os valores da Tabela 4 percebe-se que as quantidades de produtos da empresa, no ano compreendido pelo estudo, superaram o volume do Ponto de Equilíbrio em Unidades, que era de 25.549 unidades. Isso significa que as vendas do ano proporcionaram valores considerados suficientes para pagar as despesas e custos fixos. Ainda assim, para pagar os custos e despesas variáveis (matérias-primas, comissões e tributos incidentes sobre vendas) e ainda gerar lucro no período. No que

tange à determinação do Ponto de Equilíbrio Mix em Valor (R\$), para cada produto, bastou multiplicar a quantidade de unidades calculada como ponto de equilíbrio pelo preço de venda unitário (em R\$) de cada tipo de produto.

Assim, com base nas informações disponíveis até o momento, foi possível desenvolver a Tabela 5, que retrata informações da margem de segurança da empresa.

4.3 MARGEM DE SEGURANÇA DA VINÍCOLA

O valor que excede o ponto de equilíbrio alcançado em determinado período é chamado de margem de segurança. Contudo, se durante o período analisado as vendas forem inferiores ao ponto de equilíbrio, diz-se que a empresa tem margem de segurança negativa. Então, este valor passa a representar o montante adicional de vendas a ser alcançado para sair do prejuízo.

Tabela 5: Margem de Segurança por Produto (em unidade e R\$)

Produtos/Fatores	Quantidade Vendida (a)	Ponto de Equil. Un. (b)	M.SEG. un. c= (a - b)	Preço de venda -R\$ (d)	M.Seg. em R\$ e =(c*d)
PET 750 ML					
Vinho Bordo	2137	1610	527	R\$ 7,99	R\$ 4.207,64
Vinho Niagara Seco	881	664	217	R\$	R\$ 1.699,91
Vinho Niagara suave	264	199	65	R\$	R\$
Vinho Isabel Seco	647	488	159	R\$	R\$ 1.248,40
Vinho Isabel suave	1546	1165	381	R\$	R\$ 2.983,04
Vinho Moscato	154	116	38	R\$	R\$ 573,04
Vinho Riesilng	14	11	3	R\$	R\$
Vinho Cabernet suave	261	197	64	R\$	R\$ 1.279,91
Vinho Merlot	134	101	33	R\$	R\$
Vinho Malbec	296	223	73	R\$	R\$ 1.604,73
Vinho Merlot CS	200	151	49	R\$	R\$ 1.084,28
PET 2 L					
Vinho Bordo	6758	5093	1665	R\$	R\$ 22.482,22
Vinho Niagara Seco	5714	4306	1408	R\$	R\$ 17.601,01
Vinho Isabel Seco	5433	4094	1339	R\$	R\$ 16.735,44
Vinho Isabel suave	6423	4840	1583	R\$	R\$ 19.784,96
GARRAFA 375 ML					
Vinho Bordo	347	261	86	R\$	R\$
Vinho Niagara Seco	182	137	45	R\$	R\$
Vinho Niagara suave	83	63	20	R\$	R\$
Vinho Isabel Seco	167	126	41	R\$	R\$
Vinho Isabel suave	221	167	54	R\$	R\$
GARRAFA 4,6					
Vinho Bordo	484	365	119	R\$	R\$ 3.219,11
Vinho Niagara Seco	599	451	148	R\$	R\$ 3.688,76
Vinho Niagara suave	105	79	26	R\$	R\$
Vinho Isabel Seco	360	271	89	R\$	R\$ 2.216,95

Vinho Isabel suave	494	372	122	R\$	R\$	3.042,15
TOTAL	33904	25549	8355		R\$	106.886,00

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Na Tabela 5 é possível perceber o Ponto de Equilíbrio Mix em Unidades, da empresa que foi de 25.549, e enquanto que os controles internos apontaram que o volume de vendas foi superior a este número, chegou a bater 33904 itens no ano focado.

Diante disso, a Margem de Segurança em Unidades dessa vinícola foi de 8.355 (33904 - 25549) unidades. Com este resultado positivo, significa que a empresa atingiu o ponto de equilíbrio, resultando num lucro no período. Para calcular a Margem de Segurança em Valor (R\$) foi multiplicada a Margem de Segurança em Unidades de cada produto pelo respectivo Preço de Venda Unitário (R\$).

Para exemplificar tome-se o produto "Vinho Bordo 2 litros", cuja Margem de Segurança em Unidades foi de 1.665 unidades e o preço de venda foi de R\$ 13,50 por unidade desse item. Logo, a Margem de Segurança em Valor (R\$) do produto foi de R\$ 22.482,22 (1665 unidades x R\$ 13,50). Com este cálculo feito também para os demais itens chegou-se ao valor de R\$ 106.886,00 como a margem de segurança total em valor do período, demonstrado na Tabela 5.

4.4 RESULTADO DO PERÍODO

As informações utilizadas nas seções precedentes permitiram que fosse proposta ao gestor da empresa pesquisada a elaboração de uma Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) no formato gerencial. Com esse demonstrativo seria possível medir o desempenho da lucratividade da empresa, o que facultaria ao empresário conhecer, além do resultado, a participação nas vendas dos fatores envolvidos. Nesse sentido, o relatório sugerido está representado em detalhes na Tabela 6.

Tabela 6: Demonstração de Resultado do Período

Produtos/Fatores	(+) Vendas R\$ (a)	(-) CPV -R\$ (b)	(-) Comis. e Trib. venda- R\$ (c)	M.C. un. - R\$ (d = a-b-c)	Desp. e Custos Fixos	Resultado
PET 750 ML						
Vinho Bordo	R\$ 17.074,63	R\$ 8.761,70	R\$ 2.393,44	R\$ 5.919,49	R\$ -	
Vinho Niagara Seco	R\$ 6.898,23	R\$ 3.435,90	R\$ 969,10	R\$ 2.493,23	R\$ -	

Vinho Niagara suave	R\$ 2.067,12	R\$ 1.050,72	R\$ 290,40	R\$ 726,00	R\$ -	
Vinho Isabel Seco	R\$ 5.066,01	R\$ 2.549,18	R\$ 711,70	R\$ 1.805,13	R\$ -	
Vinho Isabel suave	R\$ 2.105,18	R\$ 6.230,38	R\$ 1.700,60	R\$ 4.174,20	R\$ -	
Vinho Moscato	R\$ 2.325,40	R\$ 500,50	R\$ 324,94	R\$ 1.499,96	R\$ -	
Vinho Riesilng	R\$ 308,00	R\$ 110,60	R\$ 43,12	R\$ 154,28	R\$ -	
Vinho Cabernet suave	R\$ 5.193,90	R\$ 2.813,58	R\$ 725,58	R\$ 1.654,74	R\$ -	
Vinho Merlot	R\$ 2.948,00	R\$ 1.114,88	R\$ 412,72	R\$ 1.420,40	R\$ -	
Vinho Malbec	R\$ 6.512,00	R\$ 3.013,28	R\$ 911,68	R\$ 2.587,04	R\$ -	
Vinho Merlot CS	R\$ 4.400,00	R\$ 1.814,00	R\$ 616,00	R\$ 1.970,00	R\$ -	
PET 2 L						
Vinho Bordo	R\$ 91.233,00	R\$ 39.804,62	R\$ 10.542,48	R\$ 40.885,90	R\$ -	
Vinho Niagara Seco	R\$ 71.425,00	R\$ 30.569,90	R\$ 8.228,16	R\$ 32.626,94	R\$ -	
Vinho Isabel Seco	R\$ 67.912,50	R\$ 30.424,80	R\$ 7.823,52	R\$ 29.664,18	R\$ -	
Vinho Isabel suave	R\$ 80.287,50	R\$ 37.510,32	R\$ 9.249,12	R\$ 33.528,06	R\$ -	
GARRAFA 375 ML						
Vinho Bordo	R\$ 2.078,53	R\$ 1.231,85	R\$ 135,33	R\$ 711,35	R\$ -	
Vinho Niagara Seco	R\$ 1.090,18	R\$ 627,90	R\$ 70,98	R\$ 391,30	R\$ -	
Vinho Niagara suave	R\$ 497,17	R\$ 289,67	R\$ 32,37	R\$ 175,13	R\$ -	
Vinho Isabel Seco	R\$ 1.000,33	R\$ 579,49	R\$ 65,13	R\$ 355,71	R\$ -	
Vinho Isabel suave	R\$ 1.323,79	R\$ 777,92	R\$ 86,19	R\$ 459,68	R\$ -	
GARRAFÃO 4,6						
Vinho Bordo	R\$13.063,16	R\$ 6.771,16	R\$ 1.500,40	R\$ 4.791,60	R\$ -	
Vinho Niagara Seco	R\$14.969,01	R\$ 7.637,25	R\$ 1.719,13	R\$ 5.612,63	R\$ -	
Vinho Niagara suave	R\$ 2.623,95	R\$ 1.389,15	R\$ 301,35	R\$ 933,45	R\$ -	
Vinho Isabel Seco	R\$ 8.996,40	R\$ 4.672,80	R\$ 1.033,20	R\$ 3.290,40	R\$ -	
Vinho Isabel suave	R\$ 12.345,06	R\$ 6.678,88	R\$ 1.417,78	R\$ 4.248,40	R\$ -	
Total do Período	R\$ 433.744,05	R\$ 200.360,43	R\$ 51.304,42	R\$ 182.079,20	R\$137.210,07	R\$ 44.869,13
% das Vendas	100,00%	46,19%	11,83%	41,98%	31,63%	10,34%

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Como apresentado na tabela 6 na última coluna à direita, o resultado do período evidenciou um lucro auferido de R\$ 44.869,13. Esse valor positivo advém dos cálculos realizados com as ferramentas do ponto de equilíbrio e da margem de segurança mencionados nas tabelas anteriores. Ou seja, o volume de vendas conseguido no mês (R\$ 433.744,05) foi o suficiente para proporcionar uma margem de contribuição total de (R\$ 182.079,20), este valor que também foi suficiente para abater o valor das despesas e custos fixos auferidos no período (R\$ 137.210,07), assim resultou num resultado positivo. Ao analisar a participação percentual das demais partes desse resultado em relação ao total das vendas, verificou-se que os tributos e comissões representaram um

montante de 11,83% do faturamento total, enquanto que o custo das matérias-primas utilizadas para a produção equivale a 46,19% das vendas. Ainda quanto a margem de contribuição obtida, foi de 41,98% das vendas, suficiente para cobrir os custos e despesas fixas do período, que foi de 31,63% do valor vendido no mês. Diante disso, o resultado obtido no período foi equivalente a 10,34% das vendas.

5 CONCLUSÃO

O estudo indagou acerca dos benefícios e limitações inerentes à Análise CVL no contexto de uma vinícola da região e teve como objetivo identificar as vantagens informativas e restrições associáveis a essa forma de análise nesse tipo e porte de empresa. Nessa direção, os procedimentos adotados, os conceitos gerenciais empregados e as eventuais adaptações realizadas nos mesmos possibilitaram aplicar a Análise CVL conforme relatado nas seções precedentes.

Como a aplicação da Análise CVL foi realizada com o auxílio de planilha Excel, permite que as atualizações sejam efetuadas conforme forem alterados os volumes de vendas e os valores monetários a utilizar nos cálculos da margem de contribuição, do ponto de equilíbrio e da margem de segurança. Portanto, as diversas informações úteis aos sócios proprietários da empresa, essas que poderão ser obtidas com a periodicidade que convier à administração da empresa, desde que corretamente atualizadas para determinado período. Nesse caso, entre os benefícios informativos disponibilizados aos sócios proprietários, cabe que sejam destacados os seguintes aspectos:

Primeiro aspecto: Identificação das mercadorias mais lucrativas com base na margem de contribuição unitária (em R\$ ou %), o que possibilita simular cenários acerca da concessão de descontos ou majorações nos preços de venda e nos custos de compra das mercadorias comercializadas;

Segundo aspecto: Conhecimento da margem de contribuição total das mercadorias e grupos de produtos, o que indica quais destes segmentos mais contribuem para pagar os gastos fixos e gerar lucro para a empresa.

Terceiro aspecto: Projeção da quantidade mínima a ser vendida para que a vinícola comece a ter lucros (ponto de equilíbrio contábil), para remunerar o capital

investido pelos proprietários desta empresa (ponto de equilíbrio econômico) ou para pagar as dívidas de determinado período (ponto de equilíbrio financeiro);

Quarto aspecto: Mensuração da margem de segurança, o que permite conhecer qual o volume (físico e em valor monetário) que o faturamento pode cair sem que a empresa passe a operar com prejuízo;

Quinto aspecto: Levantamento de um demonstrativo do resultado do período que pode mostrar o peso dos custos e despesas variáveis e dos gastos fixos mensais na lucratividade do empreendimento. Com isso, também poderá simular os impactos no resultado final de modificações nos fatores envolvidos na Análise CVL.

Com isso, entende-se que o objetivo da pesquisa foi atingido, uma vez que evidenciou a plena aplicabilidade dos conceitos de margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança no empreendimento pesquisado. Em que pese as limitações aventadas pela literatura, a quantidade e a qualidade das informações obtidas são relevantes em termos de subsídios úteis para o proprietário da vinícola.

A ferramenta aplicada possibilitou a obtenção de informações essenciais para um administrador que, mesmo desejadas, não estavam disponíveis para o gestor da entidade como o conhecimento da lucratividade das mercadorias vendidas (na forma unitária e no volume vendido no período), do ponto de equilíbrio operacional (em unidades e em valor), do resultado do período e da participação percentual dos gastos em relação à receita anual.

Além disso, a pergunta de pesquisa indagava também acerca das dificuldades encontradas para a tomada de decisão da empresa, com o auxílio da Análise CVL. Pelo estudo realizado, acerca desse aspecto os pesquisadores concluíram que na Vinícola em tela o principal entrave residiu na necessidade de elaborar uma planilha Excel específica. Ou seja, o sistema de informática da empresa, voltado para o aspecto operacional (estoques, faturamento, cobranças e pagamentos) não ofertava relatórios adaptados à Análise CVL. Como alternativa à essa limitação foi utilizada uma planilha eletrônica Excel elaborada pelos autores do estudo, o que implicou maior número de horas de trabalho para confecção da planilha e a alimentação posterior dos dados coletados nos setores investigados. Por outro lado, essa planilha permite fazer atualizações à medida que estas forem necessárias, além de propiciar a simulação de

novas condições ou cenários e com o benefício adicional de implicar gastos adicionais porque os sócios proprietários da empresa já dispunham desse aplicativo.

Por outro prisma, entende-se que a contribuição do estudo é mais no sentido pragmático. Ou seja, ao relatar a aplicabilidade da Análise CVL nas operações de uma empresa pequeno/médio porte evidenciou um estudo com enfoque prático que pode auxiliar os gestores a implementar essa ferramenta da gestão de custos em organizações assemelhadas. Essa ênfase corrobora o entendimento de Baldvinsdottir et al. (2010), Lukka (2010) e Oyadomari et al. (2013) acerca da necessidade de maior número de estudos com essa abordagem. Além disso, como sugestão de trabalhos futuros propõe-se que seja aplicado estudo semelhante em outros tipos de vinícolas, com o intuito de verificar a adequação da Análise CVL a esses contextos empresariais e evidenciar as vantagens e limitações inerentes que forem constatáveis.

REFERÊNCIAS

- AMORAS, Fernando Castro; AMORAS, Aluana Vilhena. A pesquisa no ensino superior: um ensaio sobre metodologia científica. **Estação Científica (UNIFAP)**, v. 6, n. 3, p. 127-136, set. /dez. 2016
- BALDVINSDOTTIR, G.; MITCHELL, F.; NØRREKLIT, H. Issues in the relationship between theory and practice in management accounting. **Management Accounting Research**, v. 21, n. 2, p. 79-82, 2010
- BEZERR, Washington Lucena; DE CAROLI, Adhemar. A. de Análise de Custo, Volume e Lucro: Uma perspectiva de controle gerencial nas Micros e Pequenas Empresas. **Revista eletrônica do departamento de Ciências Contábeis & departamento de atuária e métodos quantitativos da FEA**, v.2, n. 1, p. 45-64, jan/jun de 2015.
- BRUNI, Adriano Leal **A administração de custos, preços e lucro: com aplicações na HP-12C e Excel**. São Paulo: Atlas, 2006.
- COUTO, Sirley Fernandes. **A estratégia do ponto de equilíbrio para as empresas que anunciam em sites de compras coletivas**. 2011. Disponível em: <http://www.cpgls.pucgoias.edu.br/6mostra/artigos/SOCIAIS%20APLICADAS/SIRLEY%20FERNANDES%20COUTO.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2020.

- CORDEIRO, Gisele do Rocio; MOLINA, Nilcemara Leal; DIAS, Vanda Fattori. **Orientações e dicas práticas para trabalhos acadêmicos**. 2 ed. Curitiba: InterSaberes, 2014
- D'AMATO, Carmem Lucia; GALVÃO, Margareth; VILLAÇA, Nelson Ap Gomes; JORGE, Roberto Kupper; TAVARES, Zilda. **Curso básico de finanças: entendendo finanças de maneira prática e objetiva**. São Paulo: Atlas, 2012.
- DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de Custos e Formação de Preços: Conceitos, Modelos e Instrumentos: Abordagem do Capital de Giro e da Margem de Competitividade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DUTRA, R. G. **Custos: uma abordagem prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- FERNANDES, A. M.; BRUCHÊZ, A.; D'ÁVILA, A. A. F.; CASTILHOS, N. C.; OLEA, P. M. Metodologia de Pesquisa de Dissertações Sobre Inovação: Análise Bibliométrica. **Desafio Online**, v. 6, n. 1, p. 141-159, 2018.
- FONSECA, José Wladimir Freitas da. **Elaboração e análise de projetos: a viabilidade econômico financeira**. São Paulo: Atlas, 2012.
- FRIEDRICH, Laércio Rogério; SWAROWSKY, Denise. Análise Custo-Volume-Lucro como ferramenta de gestão para uma microempresa do setor varejista. *In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, XXXIII, 2013, Salvador. **Anais...**Salvador: ABEPRO, 2013.
- HANSEN, D. R.; MOWEN, M. M. **Gestão de custos: contabilidade e controle**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2001.
- IBRAVIN. **Panorama do mercado do vinho no Brasil**. Disponível em: <<https://www.ibravin.org.br/admin/arquivos/ivb/1540585243.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2020.
- LEONE; George S. G.; LEONE, Rodrigo José Guerra. **Curso de contabilidade de custos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- LINS, Luiz dos Santos, SILVA, Raimundo Nonato Souza. **Gestão de custos: contabilidade, controle e análise**. 3.ed. São Paulo: Atlas: 2004.
- LINS, Luiz dos Santos; SILVA, Raimundo Nonato Souza. **Gestão empresarial com ênfase em custos: uma abordagem prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

- LUKKA, Kari. The roles and effects of paradigms in accounting research. **Management Accounting Research**, v. 21, n. 2, p. 110-115, 2010.
- MAHER, Michael. **Contabilidade de custos: criando valor para a administração**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MARTINS, Elizeu. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010
- MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- NEVES, Silvério das; VICECONTI, Paulo. E. V. **Contabilidade avançada e análise das demonstrações financeiras**. 12ª ed., São Paulo: Frase, 2003.
- OYADOMARI, J. C. T.; CARDOSO, R. L.; MENDONÇA NETO, O. R.; ANTUNES, M. T. P.; AGUIAR, A. B. Criação de conhecimento em práticas de controle gerencial: análise dos estudos internacionais. **Advances in Scientific and Applied Accounting**. São Paulo, v.6, n.1, p.4-30, 2013
- PADOVEZE, C. L. **Controladoria básica**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2004
- PASSARELLI, J.; BOMFIM, E. de A. **Custos: análise e controle**. 3ª ed. São Paulo: IOB Thomson, 2004.
- PELISSARI, A. S., GONZALEZ, I. V. D. P., VANALLE, R. M. **Competências gerenciais: um estudo em pequenas empresas de confecções**. Revista de Administração, ed. 68, v. 17, n. 01, p. 149-180, 2011.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- RAVICHANDRAN, R. **A decision support system for stochastic cost-volume-profit analysis**. **Decision Support Systems**, v. 10, n. 4, p. 379-399, 1993.
- Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.9, n.3, p. 22 - 36, 2015
ISSN 1982-2537
- SANTOS, L. A. dos; MARION, J. C.; KETTLE, W. M. **Gestão estratégica de custos: um enfoque gerencial utilizando análise CVL na produção de leite da fazenda UNASP EC**. **Custos e Agronegócio Online**, v.10, n.3, p.24-37, 2014.
- ROSA, Sergio Eduardo Silveira da; SIMÕES, Pedro Martins. **Desafios da vitivinicultura brasileira**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 19, p. 67-90, mar. 2004
- SANTOS, Joel J. **Análise de custos**. São Paulo: Atlas, 2000.

- SILVA, Marcos Noé Pedro da. **População e amostras**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/matematica/populacao-amostras.htm>. Acesso em 01 de junho de 2020.
- SOUZA, M. A.; DIHEL, C. A. **Gestão de custos: uma abordagem integrada entre contabilidade, engenharia de produção e administração**. São Paulo: Atlas, 2009.
- SOUZA, M. A.; SCHNORR, C.; FERREIRA, F. B. **Análise das relações custo-volume-lucro como instrumento gerencial: um estudo multicasos em indústrias de grande porte do Rio Grande do Sul**. Revista de Contabilidade e Organizações, v.5, n.12, p.109-134, 2011.
- SULAIMAN, M., AHMAD, N. N. N.; ALWI, N. M. **Management accounting practices in selected Asian countries: a review of the literature**. Managerial Auditing Journal, v. 19, n. 4, 2004
- VICARI, Jose Rubens. **Análise Custo – Volume – Lucro:: um olhar obrigatório para a boa gestão. Um olhar obrigatório para a boa gestão**. 2019. Disponível em: <http://www.senhorgestao.com.br/analise-custo-volume-lucro-um-olhar-obrigatorio-para-a-boa-gestao/>. Acesso em: 30 maio 2020.
- WARREN, C. S.; REEVE, J. M.; FESS, P. E. **Contabilidade gerencial**. 2ª ed. São Paulo: Thomson Learning 2008.
- WERNKE, R. **Custos logísticos: ênfase na gestão financeira de distribuidoras de mercadorias e de transportadoras rodoviárias de cargas**. Maringá: Editora MAG, 2014.
- WERNKE, R. **Gestão de custos no comércio varejista**. Curitiba: Juruá, 2010.
- WERNKE, R. ; ALVES, T. M. **Aplicação da Análise Custo/Volume/Lucro em pequena empresa varejista: estudo de caso em posto de combustíveis de Imaruí (SC)**. In: Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, 5, 2014, Florianópolis. Anais... Florianópolis: UFSC, 2014.
- WERNKE, R.; LEONARDO, L. F. C.; ZANIN, A. **Aplicação de conceitos da Análise CVL em empresa varejista de pequeno porte: estudo de caso em farmácia**. Revista de Contabilidade do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, n. 156, p. 6-29, 2015
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e método**. Porto Alegre: Bookman, 2005.