PROVINHA 1 (SIMULADO)

1. Por que o rateio de custos fixos obscurece a rentabilidade dos produtos?

O problema para determinar o custo unitário total (CUT) de produtos industriais decorre da alocação, sempre arbitrária, dos custos fixos e indiretos aos produtos, pois estes rateios não guardam necessariamente nenhuma relação direta com o produto que está sendo elaborado e, portanto, com os volumes produzidos. Mesmo que não haja mudanças nas condições econômicas, nos preços das matérias-primas e nos custos da mão-de-obra direta, o custo total unitário de um produto pode variar em função dos critérios de rateio (e por consequência o lucro unitário).

1. Se faço absorção (dos indiretos e fixos) como aluguel, gerentes etc, porquê afeta o resultado, enquanto pelo Custeio Direto não há esta consideração?\

O problema dos rateios é inexistente quando for possível e pertinente adotar o método do Custeio Direto, onde não se exige a distribuição dos custos fixos e indiretos aos produtos. As decisões pelo método do Custeio Direto têm como base o cálculo da margem de contribuição, o que possibilita, assim, verificar se os produtos geram margem de contribuição total suficiente para cobrir os custos estruturais - fixos e indiretos, quer sejam de departamentos, da empresa ou de unidades de negócios.

3) “Nem sempre os custos reais são os mais indicados para determinadas decisões”.

Por que não? Que decisões são essas e por que?

Os custos reais foram os que “aconteceram”. Os custos padrões, custos estimados, custos projetados, custos de reposição serão os que “irão acontecer”, portanto mais adequados a futuros acontecimentos.

“*O custo padrão não elimina o Real, nem diminui sua tarefa, pelo contrário, só se torna eficaz na media em que exista um custo real, para se extrair , da comparação entre eles, as divergencias existentes.”* MARTINS (1996, P. 334)

4) “Custo de oportunidade é relevante na tomada de decisões sobre o uso dos recursos físicos, embora não seja um custo apropriado no sentido contábil”. Como assim?

*Os economistas incluem todos os custos de oportunidade quando analisam uma empresa, ao passo que os contadores medem somente os custos explicitos. Assim, o lucro econômico é menor do que o lucro contábil. O lucro econômico é o que motiva as empresas que fornecem bens e serviços. Ela cobre todos os custos de oportunidade (sejam implicitos e explícitos) e tem alguma receita para compensar os proprietários.Quando uma empresa tem perdas econômicas (ou seja, quando os lucros econômicos são negativos), os proprietários deixam de obter receita suficiente para cobrir todos os custos de produção* (MANKIW, p. 246). Os custos econômicos incluem os custos de oportunidade dos capitais empregados. Um resultado “econômico” significa que a empresa está remunerando os capitais investidos (pelo menos o juro – custo de oportunidade do capital). O verdadeiro lucro da atividade será obtido quando contabilmente o resultado for superior ao custo de oportunidade dos capitais empregados.

O Mercado Financeiro sugere que cada empresa ou mesmo empresário possui um CO “meta”. Isto representa uma idéia que esta sempre nas análises, de um investidor cauteloso (aceita Taxas de Retorno baixas – considera, portanto, CO baixos, com pouco risco – investidor prudente), e aqueles que admitem taxas altas (mas com certos riscos ) – investidores ousados.

5) Por que a ineficiência do trabalhador entra no custo? Ou seja, calcula-se preço por

horas pagas ao invés de trabalhadas?

Porque a ineficiência (ou outros fatores que afetam a produtividade – falta de energia, falta de MP, etc...) não devem ser responsabilidade de um produto; pois o concorrente não tendo estas ineficiências, poderia então ter um custo menor do que o seu e portanto poderia operar com um preço menor, mais competitivo. As ineficiencias devem ser responsabilidade da empresa e serão consideradas nos custos fixos e não do produto. Ver o estudo de caso 3.

6) Não entendi a lógica de se colocar expectativa de resultado no cálculo de custo fixo.

Trata-se de uma técnica de formação de preços. Vc coloca uma expectativa de resultados como um custo fixo, de todo o mês, e com isto pode “dificultar” a entrada de concorrentes. Imagine que se vc fizer apuração de resultados e der uma taxa de retorno alta, isto significa que estará atraindo concorrentes para o teu negócio. Se vc colocar uma “expectativa” de taxa de retorno menor do que está acontecendo, implica que vc pode estar “diminuindo” teus preços, e dificultado a concorrência. Ver tb o estudo de caso 3.

7) No cálculo do Ponto de Equilíbrio Financeiro a depreciação entra ou não como custo?

(No meu livro,e no T5 tem uma certa impropriedade...)

Conceitos: (Ver P. 277 do livro: Contabilidade de Custos - Eliseu Martins. ítem 22.5. PE contábil, econômico e financeiro.

PE contábil - considera a depreciação (útil, real, etc..) que apresenta o desgaste de máquins, equipamentos, etc. e geralmente se incorpora aos custos fixos

PE Econômica - considera a dep contabil + um custo de oportunidade do Capital (CO). CO pode ser uma taxa de juros x capital investido nas máquinas, equipamentos etc.

PE Financeira - não considera nenhuma das duas anteriores. Visão de fluxo de caixa do EBITDA.

8) Pq o senhor considera o melhor produto, ou seja, o mais rentável, é o q tem maior MCT(%)? Não faz mais sentido avaliar MCU(% relativa ao preço) pois se uma MCU(%) de um produto for melhor que a do outro, não seria o caso de só se aumentar a produção deste?

Sempre afirmo que a resposta sobre o "melhor produto", depende:

**por margem individual** - o que tem maior MCU% (mcu/preço). O melhor para aumentar vendas...(Se houver condições de Mercado para tal!) (A pizza de presunto no T2).

**por margem total** - o que tem maior MCT% (MCTi/Soma das margens de contribuição de todos os produtos). A pizza das pizzas. (o mix para um dado volume de vendas de todos os produtos. O melhor é o que dá a maior MCT. O produto *cash-cow*....(Pode, inclusive, como vimos na pizzaria, ser o produto que tem menor MCU%, a pizza de muzzarela).

9) Queria saber se a seguinte ideia está certa: Na formação de preço por mark-up tem 2 modos:

a) Colocar uma expectativa de resultado dentro dos custos a serem rateados e a fórmula ficaria p= CDu/(1-i) onde o i =imposto por dentro + comissão de venda

b) NAO colocar uma expectativa de resultado dentro dos custos a serem rateados e a fórmula ficaria p= CDU/(1-i) onde o i = imposto por dentro + comissão + MCU %

São coisas equivalentes? Se não, qual o certo?

**Política e preço (de um produto) para monopolistas/oligopolistas, que podem fazer preço a partir dos custos totais**.  Possuem poder de monopólio.

ao fazer preço final, daí usar a fórmula p = cdu/(1+i). Onde, por exemplo, i = impostos por dentro% + comissao de venda% + margem% que representaria os custos fixos proporcionais e lucro. (Se a pizzaria possui 15% de custos fixos totais (CF/RT), ao colocar mais 15% dentro do i, para todos os produtos, estaríamos fazendo um preço colocando todos os custos proporcionais. Daí, então, poderíamos colocar mais um ítem - margem de lucro desejada, para obter o preço final.

**Para casos onde o produto é competitivo** (Mercado de Competição Pura ou Perfeita), usar a fórmula ao contrário:

p (conhecido, de mercado) - cdu (tb conhecido) = mcu (esta margem de contribuição deverá cobrir os custos fixos e oferecer margem de lucro). Observe que considero aqui UM produto. Para vários produtos o que interessa é que todas as suas margens (MCT) devem cobrir os custos fixos e sobrar resultados. Por isto, uma pizza pode ter uma margem de contribuição menor que a média exigida para cobrir os custos fixos da empresa, pois outros produtos poderiam compensar isto. Na pizzaria, mais uma vez, a pizza de muzzarela possui mcu%=15%, e o custo fixo percentual (total) de toda a pizzaria poderia ser maior do que 15%. Por exemplo, 20%. Os outros produtos teriam que compensar a mcu% da muzzarela. Olhar o caso da pizzaria.

10) Custeio por absorção ampliado e custeio pleno são a mesma coisa?

São.

­­­----------------------------------------------------------------------------------------

Mais 7 boas questões:

1. Pq no ABC usamos o termo "margem de contribuição";(Lucro não faria mais sentido ser "margem de lucro"?

No caso do T7, observe o quadro final…



A atividade Eng. Industrial (custo mensal de $200 mil) não possui um direcionador adequado (nenhum dos dois utilizados servem para direcionar esta atividade), portanto ficou para fora



Daí que o resultado final pelos ABC:

Custeio ABC (fábrica) – A MCT dos dois produtos tem resultado 556.000.

Custeio Absorção – Resultado 356.000

(dif exata da Eng Indl de $200 mil)

Custeio ABC ampliado – resultado – MCT = $ 465.000

Custeio por absorçao ampliado – resultado (Lucro =) $ 266.500

(dif da Eng Indl de $200 mil)

1. Em quais casos é + vantajoso usar abc/absorção AMPLIADOS ao invés do padrão?

Pelo ABC ampliado



Melhor produto por margem (de contribuição) unitária – A (47% - mcu.A /preço.A)\

Melhor produto por margem total – A (98% - MCT.A/ MCT empresa)

Pelo Absorção ampliado



Melhor produto por margem (lucro) unitária – B (42% - ml.A /preço)\

Melhor produto por margem total – A (59% - MCT.A/ MCT empresa)

Vejam a discrepância, enquanto pelo ABC ampliado o produto A é melhor pelos dois indicadores (42% de mcu% e 59% MCT%), pelo custeio por absorção ampliado (FULL). CQD (como queríamos demonstrar, o ABC é melhor pois apropria os custos fixos/Indiretos através de uma relação de causa-efeito (pelos direcionadores), enquanrto o Custeio por Absorção ampliado (Full) “alouca” os custos fixos/indiretos por uma base de rateio (custos totais de mão de obra) totalmente arbitrária (subjetiva), distorcendo a análise de rentabilidade dos produtos.

Moral da história:

Quem dá LUCRO é a empresa.\

Produtos, serviços, unidades de negócio, dão MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.

3)O que quer dizer que sistemas tradicionais de custos são **departamentalizados** e o ABC é **HORIZONTAL**?

O ABC dá a visão (vertical dos OBJETOS DE CUSTOS) e a visão (horizontal das ATIVIDADES) VISÃO DOS PROCESSOS.



A departamentalização fornece uma visão em “árvore” das FUNÇÕES da empresa



1. Só existem esses métodos de custeio que vimos? Abc padrão/ampliado **+** absor pad/ampliado **+** direto

Grosso modo sim. Eu retiraria os PAD.

CUSTEIO DIRETO (tb chamado de custeio variável)

CUSTEIO POR ABSORÇÃO

da fábrica – quando rateamos os CGF – custos gerais de fabricação. -

ampliado – quanto rateamos todos os custos e despesas da empresa – tb chamado de FULL costing (Ver por exemplo um modelo que já foi muito utilizado, chamado de RKW).

CUSTEIO POR ATIVIDADES

## **e Controle da Produção). Fica mais para a frente a sua demonstração.**

5) O sr. me mandou um artigo chamado CIC (anexo) mostrando 8 métodos de decisão de qual custeio usar. E eles subdividem um MESMO método em 2 casos, por ex:

**O que o artigo “O impacto dos métodos de custeio na decisão de *mix* de produtos” faz é “compor” métodos de custeio utilizando a questão da capacidade (e suas restrições). Utilização de PO – Pesquisa Operacional. Tanto que se usa também um modelo chamado de TOC (Theory of constraints) – em português Teoria das Restrições. Este método na verdade é um modelo de PCP (Planejamento**

6)  Nakagawa argumenta que o ABC pode ser dividido conceitualmente em duas visões:

      (i)            **“visão de aperfeiçoamento de processos”.**

    (ii)            **“visão econômica e de custeio”.**)

VER QUESTÃO (3)

7 e ultima) por favor, se puder, dar um (a) feedback da provinha 1 e explicar a última pergunta do t8 b) "o q poderia ser feito para melhorar o resultado econômico da empresa", não consegui responder...

1. ACIMA FIZ UM GABARITO DA provinha 1.
2. PODEMOS Analisar o GABARITO EM AULA.

SÃO MUITAS AS POSSIBILIDADES.

Melhorar os direcionadores

Terceirizar atividades e recursos

O produto C oferece margem negativa. Se o descontinuarmos, quais atividades e recursos podem ser eliminados, ou discricionados.

Bibliografia citada

## Saraiva, A. F. S. Junior. & Reinaldo Pacheco da Costa. O impacto dos métodos de custeio na decisão de *mix* de produtos. Congresso internacional de custos. 2013. Brasil.

## MARTINS, E. CONTABILIDADE DE CUSTOS. ATLAS. 5ª. ED. 1996.

##