

## O Uso do Custeio Variável para Gestão de uma Vinícola de Santa Catarina, Brasil

---

**Patricia Mendes Cunha**

Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC  
Av. Universitária, 1105. Universitário. Criciúma/SC. CEP: 88806-000  
*E-mail:* patriciageracaophn@hotmail.com

**Eduardo Tramontin Castanha**

Graduação em andamento em Ciências Contábeis pela Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC  
Av. Universitária, 1105. Universitário. Criciúma/SC. CEP: 88806-000  
*E-mail:* eduardo\_tramontin@unesc.net

**Januário José Monteiro**

Mestrado em andamento em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC  
R. Eng. Agrônomo Andrei Cristian Ferreira, s/n. Trindade. Florianópolis/SC. CEP: 88040-900  
*E-mail:* januariomonteiriomonteiro@gmail.com

**Adriana Carvalho Pinto Vieira**

Pós-doutorado em andamento em Agronegócio e Desenvolvimento pela UNESP/TUPÃ Faculdade de Ciências e Engenharia. Câmpus de Tupã  
Rua Domingos da Costa Lopes, 780. Jd. Itaipu. Tupã/SP. CEP 17602-496  
*E-mail:* dricpvieira@gmail.com

**Andréia Cittadin**

Mestre em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC  
Professora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC  
Av. Universitária, 1105. Universitário. Criciúma/SC. CEP: 88806-000  
*E-mail:* aci@unesc.net

### RESUMO

A gestão de custos é importante para a manutenção e o crescimento das organizações, pois permite a redução dos gastos e gera informações para a tomada de decisão, fatores que contribuem para a melhoria de resultados. Porém, de modo geral, os empreendimentos agrícolas não utilizam ferramentas gerenciais e, em alguns, os gestores preocupam-se mais com o trabalho produtivo, deixando de lado os assuntos administrativos da empresa. Nesse contexto, este estudo tem por objetivo analisar os resultados obtidos mediante a aplicação do custeio variável em uma vinícola localizada

no sul de Santa Catarina. Para tanto, fez-se uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, por meio de estudo de caso, pesquisa documental e entrevista. Verificou-se que os gastos fixos da vinícola são elevados e ela não alcançou o ponto de equilíbrio em 2016. Observou-se também que a organização precisa reavaliar os custos de alguns produtos, pois sua produção não é vantajosa, apresentando margem de contribuição negativa. Com base nos dados projetados para os anos 2017, 2018 e 2019, verificou-se que, mesmo com a possibilidade de alteração do regime tributário do Lucro Presumido para o Simples Nacional nos dois últimos anos e do aumento do preço de venda e quantidade vendida, a empresa não obterá lucro. Conclui-se que os gestores precisam redefinir as estratégias organizacionais para expandir as vendas e, conseqüentemente, aumentar sua margem de contribuição e/ou reduzir seus gastos fixos para que a organização se mantenha atuante no mercado.

Palavras-chave: Gestão de custos. Planejamento e controle de custos. Análise custo/volume/lucro.

### **The use of Variable Cost for the Management of a Winery in Santa Catarina, Brazil**

#### **ABSTRACT**

Cost management is important for the maintenance and growth of organizations, as it facilitates the reduction of expenses and generates information for decision-making, factors that contribute to the improvement of results. However, in general, agricultural enterprises do not use managerial tools and in some managers are more concerned with productive work, leaving aside the company's administrative affairs. In this context, this study aims to analyze the results obtained through the application of variable costing in a winery located in the south of Santa Catarina. For that, a descriptive research was done, with a qualitative approach, through case study, documentary research and interview. It was verified that the fixed costs of the winery are high and this did not reach the point of balance in 2016. It was also observed that the organization needs to re-evaluate the costs of some products, since its production is not advantageous, presenting contribution margin negative. Based on the data projected for the years 2017, 2018 and 2019, it was verified that even with the possibility of altering the tax regime of Presumed Profit for National Simples in the last two years and increase in the sale price and quantity sold, the company you will not make a profit. It is concluded that managers need to redefine organizational strategies to expand sales and consequently increase their contribution margin and/or reduce their fixed costs so that the organization remains active in the market.

Keywords: Cost management. Planning and cost control. Cost / volume / profit analysis.

## **1 INTRODUÇÃO**

Atualmente, a necessidade de controlar os custos em qualquer tipo de organização é fundamental. Desse modo, torna-se imprescindível o adequado gerenciamento dos gastos e a projeção de cenários futuros para que a empresa estabeleça suas estratégias e se mantenha atuando de forma sustentável nos aspectos econômico e financeiro.

A área de custos visa principalmente atender o público interno da empresa, e uma de suas finalidades é fornecer subsídios aos administradores para o desempenho das atividades relacionadas ao planejamento, controle e tomada de decisões (Ferreira, 2007).

Mesmo com a contribuição que a área de custos proporciona às organizações, nem todas fazem uso deste instrumento gerencial; assim deixam de obter seus benefícios. Esse fator pode influenciar negativamente os resultados, pois, sem o controle dos gastos, a organização poderá deixar de formar preço de venda adequado para seus produtos e serviços e/ou reduzir seus gastos e, conseqüentemente, não atingir seus objetivos.

A gestão de custos é importante para a manutenção e o crescimento da organização, pois possibilita a redução dos gastos e gera informações para a tomada de decisão, fatores que contribuem para a melhoria dos resultados. De acordo com Zuin e Queiroz (2015), a maioria dos produtores rurais não utilizam ferramentas gerenciais e alguns gestores preocupam-se mais com o trabalho produtivo e deixam de lado os assuntos de cunho gerencial.

Inseridas nesse contexto, estão as vinícolas de pequeno porte, que têm origem familiar, localizadas no sul do estado de Santa Catarina, região denominada de Vales da Uva Goethe. Essas vinícolas necessitam, como outras organizações de diversos ramos, profissionalizar o processo de gestão para permanecer atuando no mercado de maneira sustentável. Assim, uma forma que contribui nesse processo é o gerenciamento de custos.

Entre os métodos de custeio apresentados pela literatura, o custeio variável gera informações importantes ao processo de tomada de decisões, como margem de contribuição dos produtos, ponto de equilíbrio e margem de segurança. O custeio variável pode ser utilizado nos empreendimentos vinícolas, como mostra o estudo de Ducati e Bernardi (2005), que fizeram uso do custeio variável para identificar a margem de contribuição em uma pequena vinícola na região do Vale do Itajaí em Santa Catarina. Do mesmo modo, Gargioni e Ben (2008) analisaram a viabilidade de implantar uma vinícola com base nos custos projetados, evidenciando a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio. Pandini, Cittadin, Guimarães, Menegali, Silva e Vieira (2016) também calcularam os custos com base no custeio variável e formaram o preço de venda de uma vinícola localizada no Sul Catarinense.

Diante desse contexto, surge a seguinte questão de pesquisa: Como o custeio variável pode contribuir para o planejamento e controle de custos em uma vinícola localizada no sul de Santa Catarina? O objetivo geral deste estudo consiste em analisar os resultados obtidos mediante a aplicação do custeio variável em uma vinícola localizada no sul de Santa Catarina. Para atingir o objetivo geral, têm-se como objetivos específicos os seguintes: (i) identificar a estrutura do sistema de custos da organização; (ii) descrever os resultados de 2016 com base no custeio variável; e (iii) projetar os resultados para os anos 2017, 2018 e 2019.

A realização deste trabalho se justifica pela necessidade que a vinícola *locus* da pesquisa tem em controlar e planejar seus custos no processo de fabricação do vinho. Com a utilização de um método de custeio para planejamento e controle, espera-se que a organização consiga controlar e reduzir seus gastos, traçar estratégias de sustentabilidade econômica e financeira e, conseqüentemente, obter melhores resultados.

A relevância social deste estudo baseia-se no fato de contribuir com a vinícola, ao evidenciar, de forma clara e objetiva, os resultados obtidos e fornecer subsídios ao processo decisório mediante a projeção de cenários. Acredita-se que a sociedade também se beneficiará, pois, com a continuidade do empreendimento, novos negócios

poderão surgir e, assim, contribuir para o desenvolvimento econômico da região.

Este artigo está estruturado em cinco seções: esta introdução, seguida pela fundamentação teórica, procedimentos metodológicos, descrição e análise dos dados, e considerações finais.

## **2 GESTÃO DE CUSTOS PARA PLANEJAMENTO E CONTROLE**

A contabilidade de custos visa coletar, registrar, mensurar, controlar os gastos e evidenciar informações de modo a contribuir para a tomada de decisão.

A contabilidade financeira, até a Revolução Industrial, era a que mais se fazia presente, pois estava organizada para auxiliar as empresas. A função da área de custos, no início, era apenas a avaliação de estoques e não um instrumento gerencial. Porém, com o crescimento das organizações, a área de custos começou a ser entendida como uma maneira eficaz de subsidiar o gerenciamento da empresa, e uma das finalidades é o controle e o processo de tomada de decisão, visto que disponibiliza informações claras, rápidas e de qualidade. Esta área também colabora na determinação e controle dos custos, desperdícios, utilização inadequada de equipamentos, identificação de horas ociosas, entre outros (Crepaldi, 2004; Martins, 2010).

Entre os métodos utilizados para apropriar o custo aos produtos ou serviços, os principais são: custeio por absorção, custeio variável e custeio ABC. O método de custeio variável também é conhecido como custeio direto e baseia-se na separação dos gastos em variáveis e fixos. Esse método gera informações mais qualificadas aos gestores, que são responsáveis pela tomada de decisões, pois apenas os custos variáveis incorridos no período são atribuídos como custo de produção nesse método de custeio (Crepaldi, 2004; Ferreira, 2007).

Os custos fixos são destinados aos resultados, sendo tratados como despesas, estes que não variam conforme o volume de produção. Portanto, no custeio variável, apenas os gastos variáveis são adicionados na apropriação dos custos aos produtos e

serviços (Bomfim e Passarelli, 2006; Dubois, Kulpa, & Souza, 2006).

O custeio variável possibilita realizar a análise do custo, volume e lucro, a qual permite antecipar o impacto no lucro obtido ou no resultado planejado, nas alterações realizadas ou orçadas no volume de vendas, nos preços de venda e nos custos e despesas (Wernke, 2005).

A margem de contribuição é o valor remanescente de cada produto vendido, esperando que seja suficiente para cobrir os gastos e, ainda, obter lucro, e esta é de suma importância para a tomada de decisões, pois, com os custos e despesas variáveis apurados de forma adequada, o resultado da margem de contribuição é gerado com maior precisão e qualidade (Crepaldi, 2004; Dubois, Kulpa, & Souza, 2006).

O ponto de equilíbrio é alcançado quando a receita obtida pela empresa é utilizada para cobrir os custos e as despesas. Assim ela apresentará um resultado zerado, ou seja, a entidade não terá lucro nem prejuízo. Sendo assim, é possível observar, no ponto de equilíbrio, o montante de unidades vendidas suficientes para que a organização possa suprir seus gastos e não gerar lucro (Wernke, 2005; Megliorini, 2007).

Existem três tipos de ponto de equilíbrio, sendo eles: contábil, econômico e financeiro. No Quadro 1, apresenta-se a descrição de cada um deles e suas fórmulas.

<b>Classificação</b>	<b>Definição</b>	<b>Fórmula</b>
<b>Ponto de Equilíbrio Contábil</b>	É alcançado quando há volume necessário para cobrir todos os custos e despesas fixas. Com este ponto de equilíbrio, a empresa terá igualdade entre a receita e os gastos.	$PEC = \frac{\text{Custos e Desp. Fixas Totais}}{MC}$
<b>Ponto de Equilíbrio Econômico</b>	É acrescido com os gastos, o custo de oportunidade. Isso acontece quando a empresa busca fazer a comparação de seu lucro em relação à taxa de atratividade que o mercado financeiro oferece ao capital investido.	$PEE = \frac{\text{Custos e Desp. Fixas Totais} + \text{Retorno s/ PL}}{MC}$
<b>Ponto de Equilíbrio Financeiro</b>	Apresenta a quantidade de vendas necessárias para a empresa cobrir os compromissos financeiros. Deverão ser excluídos a depreciação e demais gastos não desembolsáveis.	$PEF = \frac{\text{Custos e Desp. Fixas Totais (com juros inclusos)} - \text{Deprec.} + \text{Amort. Financ.}}{MC}$

**Quadro 1. Ponto de Equilíbrio**

**Nota.** Fonte: Adaptado de Crepaldi, 2004; Dubois, Kulpa, & Souza, 2006.

A margem de segurança operacional equivale à quantidade de produtos ou valor de receita em que a empresa opera acima do ponto de equilíbrio. Está expressa o espaço que a organização tem para obter lucro após atingir o ponto de equilíbrio. Quanto maior for a margem de segurança, maior a estabilidade que a organização terá de não incorrer em prejuízos (Leone, 2000; Megliorini, 2007).

Para chegar ao valor da margem de segurança, é preciso diminuir as vendas estimadas pelo ponto de equilíbrio das vendas totais alcançadas pela organização; o resultado desse cálculo representa uma folga no faturamento. Portanto, caso a empresa venha a diminuir suas vendas, dentro do limite de sua margem de segurança, ela não obterá prejuízo (Bruni, 2006).

Nesse contexto, Schwert, Cruz, Rossato, Guse, Freitas e Kessler (2013) observam a necessidade do uso de ferramentas da contabilidade de custos no gerenciamento das atividades, principalmente nos empreendimentos rurais que, em sua maioria, carecem dessas informações, no intuito de garantir sua prosperidade e crescimento.

Gargioni e Ben (2008) também destacam a importância da análise dos custos, da margem de contribuição e do ponto de equilíbrio, pois influenciam a tomada de decisão.

Na atividade vinícola, que tem o preço de venda dos produtos estabelecidos pelo mercado, conhecer esses indicadores é fundamental.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A pesquisa se caracteriza como qualitativa. Para Richardson (1999), este estudo possibilita ao pesquisador um conhecimento aprofundado de um determinado problema, buscando analisar suas causas.

Enquadra-se como descritiva, pois apresenta os custos envolvidos na produção de vinho da organização pesquisada e projeta os resultados com base no custeio variável. De acordo com Oliveira (1999), este estudo permite apontar os fatos para que eles sejam analisados e interpretados, porém, é preciso manter os dados originais, sem realizar alterações.

Em relação aos procedimentos, foi efetuado um estudo de caso em uma vinícola localizada no sul catarinense. Conforme Gressler (2004), o estudo de caso busca realizar um estudo intensificado de um ou mais objetos, permitindo um amplo conhecimento sobre estes.

Para tanto, empregou-se uma pesquisa documental que, para Marconi e Lakatos (2008), consiste no uso de dados da organização, sendo eles documentos escritos ou não.

Os dados foram obtidos por meio de entrevista com o gestor da organização em dezembro de 2016, o qual disponibilizou planilha eletrônica Microsoft Excel dos custos de fabricação dos vinhos, controle de caixa e faturamento, com os dados referentes ao ano de 2016. Observa-se que esses dados não foram auditados pelos pesquisadores, o que representa uma limitação de pesquisa.

A técnica da entrevista utilizada neste estudo é definida como semiestruturada, pois dá ao pesquisador a liberdade de realizar perguntas conforme o andamento da entrevista, não sendo necessário o planejamento das questões (Michel, 2015).

Os resultados projetados para 2017, 2018 e 2019 foram norteados pelas

premissas elencadas pelo gestor da vinícola. Para tabulação dos dados e cálculo dos indicadores ponto de equilíbrio contábil e econômico, margem de contribuição e elaboração do Demonstrativo do Resultado, foi utilizada planilha eletrônica Microsoft Excel.

## **4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Nessa seção, descreve-se a caracterização da empresa, o processo produtivo e os produtos fabricados, os gastos da organização, os resultados obtidos em 2016 e a projeção para 2017, 2018 e 2019.

### **4.1. Caracterização da empresa e processo produtivo**

A vinícola foi fundada na década de 1970, no intuito de seguir a tradição de família e, assim, ocupar espaço na região no ramo da vitivinicultura. A organização cultiva as variedades de uva *Goethe*, *Isabel* e *Niágara*. Porém, a quantidade é irrelevante para produzir os seus vinhos. Sendo assim, é preciso comprar uvas, por exemplo, a *Cabernet Sauvignon* e *Merlot*, adquiridas da serra catarinense e gaúcha.

O faturamento obtido pela vinícola no ano de 2016, de acordo com a pesquisa, foi de R\$ 427.381,62, o qual, diminuindo-se as deduções do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e Impostos sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviço – Substituição Tributária (ICMS ST), correspondeu ao valor de R\$ 338.402,16, que é denominado, neste estudo, como “vendas totais”. Em relação à quantidade, este empreendimento vendeu aproximadamente 26 mil unidades de vinhos no ano de 2016.

A vinícola atua no mercado com diversas linhas de vinho. Inicialmente, é produzido o vinho a granel, conhecido como vinho base que, posteriormente, é envasado em garrafas de 375 ml e 750 ml, garrafões de 4,6L e embalagens *Bag in Box* de 3L.

Para melhor entendimento, o Quadro 2 apresenta as variedades de vinhos e as

formas disponíveis para venda.

Variedades	Características	Uva	Disponibilidade para venda			
1 - Produto A	Seco e Demi Sec	Goethe		750 ML		
2 - Produto B	Seco	Goethe	375 ML	750 ML	4,6L	Bag in Box 3L
3 - Produto C	Demi Sec	Goethe		750 ML		
4 - Produto D	Tinto Seco Cabernet e Merlot	Cabernet Sauvignon e Merlot	375 ML	750 ML		
5 - Produto E	Seco	Cabernet Sauvignon		750 ML		
6 - Produto F	Brut	Goethe		750 ML		
	Demi Sec	Goethe		750 ML		
7 - Produto G	Tinto Seco e Suave	Isabel e Bordô	375 ML	750 ML	4,6L	Bag in Box 3L
	Branco Seco e Suave	Niágara	375 ML	750 ML	4,6L	Bag in Box 3L
8 - Produto H	Moscatel	Moscato		750 ML		
	Brut	Pinot Noir, Chardonnay e Riesling		750 ML		

#### Quadro 2. Produtos

Nota. Fonte: Dados da pesquisa.

Destaca-se que, no período em análise, não ocorreu venda do produto B na embalagem *Bag in Box* 3L e do produto D na embalagem de 375 ml.

#### 4.2. Gastos da vinícola

Na Tabela 1, são apresentados esses custos variáveis referentes ao ano de 2016.

Tabela 1  
**Custos Variáveis**

<b>Descrição</b>	<b>Acumulado 2016 (R\$)</b>	<b>% Custos</b>	<b>% Vendas Totais</b>
Uva	R\$ 108.450,21	48,70%	32,05%
Açúcar	R\$ 4.566,32	2,05%	1,35%
Leveduras	R\$ 1.141,58	0,51%	0,34%
Embalagens	R\$ 63.662,74	28,59%	18,81%
Terceirização de espumantes	R\$ 44.867,07	20,15%	13,26%
<b>Total</b>	<b>R\$ 222.687,93</b>	<b>100,00%</b>	<b>65,81%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Para a produção do vinho, destaca-se como custo variável a matéria-prima que contempla a uva, o açúcar e as leveduras, e o total desses gastos utilizados no período representa 33,74% em relação às vendas totais.

Para este estudo, foram desconsiderados os custos com a produção própria da uva devido à irrelevância da quantidade produzida pela vitivinícola. Assim, estimou-se o custo total da matéria-prima pelo custo de aquisição. Para a produção do vinho, são necessários outros insumos como, por exemplo, as embalagens para o processo de engarrafamento, que representam 18,81% das vendas totais.

Os custos com a terceirização de espumantes referem-se aos produtos F e H, na proporção de 10% e 90% respectivamente. Estes são enviados para uma empresa localizada no Rio Grande do Sul, responsável pela etapa da produção, que tem a finalidade de adicionar gás aos espumantes.

As despesas variáveis são apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2  
**Despesas Variáveis**

Descrição	Acumulado 2016 (R\$)	% Despesas	% Vendas Totais
CSLL	R\$ 3.654,74	7,69%	1,08%
PIS	R\$ 2.199,61	4,63%	0,65%
IRPJ	R\$ 4.060,83	8,55%	1,20%
Frete sobre vendas	R\$ 3.706,96	7,80%	1,10%
Comissões cartão débito/crédito	R\$ 2.127,39	4,48%	0,63%
COFINS	R\$ 10.152,06	21,37%	3,00%
Crédito presumido ICMS	R\$ 10.152,06	21,37%	3,00%
Comissões vendedores	R\$ 6.934,35	14,60%	2,05%
FAPESC	R\$ 3.384,02	7,12%	1,00%
Selos IG	R\$ 1.139,00	2,40%	0,34%
<b>Despesas Variáveis Totais</b>	<b>R\$ 47.511,03</b>	<b>100,00%</b>	<b>14,04%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

A vinícola é tributada pelo Lucro Presumido, sendo a alíquota aplicada para Programa de Integração Social (PIS) de 0,65% e Contribuição para o Financiamento de Seguridade Social (COFINS) de 3%, e esse regime de tributação não concede direito a crédito na compra de mercadorias.

A alíquota simplificada de Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) é de 1,2% e a da Contribuição Social Sobre Lucro Líquido (CSLL) é de 1,08%. A alíquota dos Impostos sobre a Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviço (ICMS) para vendas internas de vinhos em SC é de 25%. Ressalta-se que as vendas ocorrem dentro do estado de SC. Porém, o ICMS recolhido é de 3% devido ao crédito presumido de ICMS. A Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC) é quem permite à empresa receber esse benefício, sendo que a vinícola precisa recolher o valor de 1% sobre sua venda total para essa fundação.

Para manter a empresa em funcionamento, são necessários gastos fixos, divididos entre custos e despesas. Na Tabela 3, evidenciam-se os custos fixos acumulados no ano de 2016.

Tabela 3  
**Custos Fixos**

Descrição	Acumulado 2016 (R\$)	% Custos	% Vendas Totais
Mão de obra Produção	R\$ 55.287,07	60,99%	16,34%
Técnico Enólogo	R\$ 10.087,50	11,13%	2,98%
Água	R\$ 299,31	0,33%	0,09%
Energia Elétrica	R\$ 2.878,29	3,18%	0,85%
Análise Epagri	R\$ 85,00	0,09%	0,03%
Material de Limpeza	R\$ 2.763,05	3,05%	0,82%
Manutenção de Equipamentos	R\$ 2.333,50	2,57%	0,69%
Manutenção de Imóvel	R\$ 15.769,76	17,40%	4,66%
Alvarás e ITR	R\$ 1.145,66	1,26%	0,34%
<b>Custos Fixos Totais</b>	<b>R\$ 90.649,14</b>	<b>100,00%</b>	<b>26,80%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Verifica-se que os custos fixos são elevados e representam 26,79% das vendas totais. O custo com a mão de obra direta é o mais relevante, contemplando os salários e ordenados e seus respectivos encargos sociais, que correspondem a 16,34% das vendas totais. Observa-se que, no estudo de Schwert *et al.* (2013), o custo de mão de obra também alcançou valor representativo no montante dos custos das atividades agrícolas desenvolvidas na propriedade pesquisada.

É importante destacar que a depreciação foi desconsiderada nesse estudo, visto que os bens estão totalmente depreciados.

Na Tabela 4, são apresentadas as despesas fixas do período de 2016.

Tabela 4  
**Despesas Fixas**

Descrição	Acumulado 2016 (R\$)	% Despesas	% Vendas Totais
Despesas Administrativas	R\$ 38.348,20	40,88%	11,33%
Despesas Financeiras	R\$ 6.501,70	6,93%	1,92%
Despesa Comercial	R\$ 48.967,03	52,19%	14,47%
<b>Despesas Fixas Totais</b>	<b>R\$ 93.816,93</b>	<b>100,00%</b>	<b>27,72%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Os maiores gastos relacionados às despesas administrativas contemplam os

salários e encargos, com 19,29% das despesas fixas e 5,35% sobre as vendas totais. Nas despesas comerciais, destacam-se os salários e encargos que representam 22,53% das despesas fixas e 6,25% das vendas totais. Em seguida, a despesa com veículo, que inclui combustível, IPVA e a manutenção, é representada por 16,03% das despesas fixas totais e 4,44% das vendas totais.

Por fim, é possível observar que os custos e despesas fixas são consideravelmente elevados, correspondendo ao total de 54,51% das vendas totais. Essa constatação vai ao encontro dos achados de Pandini et al. (2016), que indicaram que os custos fixos e as despesas fixas são representativos, pois correspondem a 22,11% e 24,94%, respectivamente, das vendas da vinícola investigada.

### **4.3. Análise dos resultados**

Neste tópico, são expostos os resultados da análise custo/volume/lucro de cada linha de produto e total da organização e a Demonstração do Resultado (DR).

#### **4.3.1. Análise custo, volume e lucro**

Os dados das vendas referentes ao ano de 2016 são apresentados na Tabela 5, identificando os preços de venda unitários, a quantidade vendida, o percentual de vendas de cada produto e o custo variável unitário. Cabe destacar que essa tabela serviu de base para cálculo das projeções futuras.

Tabela 5  
**Vendas 2016**

Produto	Características	Formato	Unid.	PV	CV	Venda total	% Vendas
Prod. A	Seco	750 ml	1588	R\$ 18,27	R\$ 6,69	R\$ 29.008,08	6,79%
Prod. A	Demi Sec	750 ml	1321	R\$ 18,73	R\$ 6,74	R\$ 24.737,88	5,79%
Prod. B	Seco	750 ml	942	R\$ 14,67	R\$ 6,69	R\$ 13.823,09	3,23%
Prod. B	Seco	375 ml	92	R\$ 9,58	R\$ 4,73	R\$ 881,00	0,21%
Prod. B	Seco	4,6 l	15	R\$ 32,87	R\$ 24,02	R\$ 493,00	0,12%
Prod. C	Demi Sec	750 ml	345	R\$ 22,51	R\$ 12,01	R\$ 7.765,91	1,82%
Prod. D	T. Seco Cabernet	750 ml	1446	R\$ 19,24	R\$ 7,53	R\$ 27.816,54	6,51%
Prod. D	T. Seco Cabernet	375 ml	97	R\$ 9,52	R\$ 4,47	R\$ 923,00	0,22%
Prod. D	Tinto Seco Merlot	750 ml	1222	R\$ 19,31	R\$ 6,34	R\$ 23.600,04	5,52%
Prod. E	Tinto Seco	750 ml	676	R\$ 40,46	R\$ 13,02	R\$ 27.348,57	6,40%
Prod. F	Demi Sec	750 ml	596	R\$ 34,54	R\$ 22,15	R\$ 20.583,43	4,82%
Prod. F	Brut	750 ml	616	R\$ 34,45	R\$ 22,15	R\$ 21.220,54	4,97%
Prod. G	Tinto Seco	750 ml	3474	R\$ 8,75	R\$ 3,99	R\$ 30.394,25	7,11%
Prod. G	Tinto Seco	375 ml	330	R\$ 6,65	R\$ 3,43	R\$ 2.194,90	0,51%
Prod. G	Tinto Seco	3 l	66	R\$ 36,45	R\$ 18,01	R\$ 2.406,00	0,56%
Prod. G	Tinto Seco	4,6 l	615	R\$ 32,85	R\$ 20,26	R\$ 20.200,21	4,73%
Prod. G	Tinto Suave	750 ml	6673	R\$ 8,57	R\$ 4,16	R\$ 57.219,12	13,39%
Prod. G	Tinto Suave	375 ml	422	R\$ 6,50	R\$ 3,51	R\$ 2.741,10	0,64%
Prod. G	Tinto Suave	3 l	94	R\$ 33,34	R\$ 18,68	R\$ 3.134,00	0,73%
Prod. G	Tinto Suave	4,6 l	567	R\$ 32,36	R\$ 21,29	R\$ 18.350,00	4,29%
Prod. G	Branco Seco	750 ml	1305	R\$ 8,77	R\$ 4,03	R\$ 11.441,55	2,68%
Prod. G	Branco Seco	375 ml	4	R\$ 8,50	R\$ 3,38	R\$ 34,00	0,01%
Prod. G	Branco Seco	3 l	1	R\$ 33,00	R\$ 17,49	R\$ 33,00	0,01%
Prod. G	Branco Seco	4,6 l	612	R\$ 31,05	R\$ 19,50	R\$ 19.002,50	4,45%
Prod. G	Branco Suave	750 ml	1218	R\$ 9,25	R\$ 4,18	R\$ 11.267,69	2,64%
Prod. G	Branco Suave	375 ml	29	R\$ 8,52	R\$ 3,44	R\$ 247,00	0,06%
Prod. G	Branco Suave	3 l	1	R\$ 40,00	R\$ 18,10	R\$ 40,00	0,01%
Prod. G	Branco Suave	4,6 l	43	R\$ 33,47	R\$ 20,40	R\$ 1.439,00	0,34%
Prod. H	Moscatel	750 ml	1195	R\$ 30,26	R\$ 25,92	R\$ 36.165,02	8,46%
Prod. H	Brut	750 ml	432	R\$ 29,79	R\$ 25,92	R\$ 12.871,20	3,01%
		<b>Total</b>	<b>26037</b>		<b>Total</b>	<b>R\$ 427.381,62</b>	<b>100,00%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Nota-se que os produtos da linha G apresentam maior percentual de vendas com 42,15%, os quais são categorizados como vinhos de mesa, seguidos pelos das linhas A e D, com 12,58% e 12,25%, respectivamente, que constituem vinhos secos. No estudo

de Ducati e Bernardi (2005), realizado em uma pequena vinícola na região do Vale do Itajaí em Santa Catarina, foi identificado que os vinhos suaves apresentaram maior demanda de vendas. No estudo de Pandini et al. (2016), realizado em outra vinícola da região sul de Santa Catarina, o vinho tinto suave também é o principal item comercializado. Infere-se, desse modo, que a fabricação e comercialização de vinhos de mesa pode ser considerada uma das características das vinícolas de pequeno porte desse estado.

Na Tabela 6 são expostos os valores correspondentes às vendas totais da empresa que, após deduzir os gastos variáveis, resulta na margem de contribuição por linha de produtos e o acumulado da vinícola.

Tabela 6  
**Margem de Contribuição**

<b>Produtos</b>	<b>Venda Total</b>	<b>(-) CV</b>	<b>(-) DV</b>	<b>(=) MC</b>	<b>(=) IMC</b>
<b>Produto A</b>	<b>R\$ 42.556,23</b>	R\$ 19.537,68	R\$ 5.974,82	<b>R\$ 17.043,73</b>	<b>0,40049915</b>
<b>Produto B</b>	<b>R\$ 12.033,11</b>	R\$ 7.100,75	R\$ 1.689,43	<b>R\$ 3.242,93</b>	<b>0,26950056</b>
<b>Produto C</b>	<b>R\$ 6.149,07</b>	R\$ 4.143,47	R\$ 863,32	<b>R\$ 1.142,29</b>	<b>0,18576574</b>
<b>Produto D</b>	<b>R\$ 41.442,65</b>	R\$ 19.068,35	R\$ 5.818,47	<b>R\$ 16.555,83</b>	<b>0,39948765</b>
<b>Produto E</b>	<b>R\$ 21.654,69</b>	R\$ 8.798,19	R\$ 3.040,28	<b>R\$ 9.816,22</b>	<b>0,45330686</b>
<b>Produto F</b>	<b>R\$ 33.100,52</b>	R\$ 26.849,03	R\$ 4.647,25	<b>R\$ 1.604,24</b>	<b>0,04846558</b>
<b>Produto G</b>	<b>R\$ 142.638,86</b>	R\$ 95.022,49	R\$ 20.026,23	<b>R\$ 27.590,14</b>	<b>0,19342650</b>
<b>Produto H</b>	<b>R\$ 38.827,04</b>	R\$ 42.167,97	R\$ 5.451,24	<b>-R\$ 8.792,17</b>	<b>-0,22644461</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 338.402,16</b>	<b>R\$ 222.687,93</b>	<b>R\$ 47.511,03</b>	<b>R\$ 68.203,19</b>	<b>0,20154479</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Verifica-se que o produto E foi o que apresentou melhor margem de contribuição, correspondendo a 45%, seguido do produto A, que representa 40%, igualmente ao produto D. Com isso, é possível verificar que estes são os mais representativos para os resultados da empresa. Observe-se que constituem vinhos secos.

O produto G tem uma margem de contribuição pequena pelo ao fato de ser o vinho mais comum, o tradicional. Com isso, seu preço de venda é mais acessível, ou seja, mais barato; assim apresenta uma margem de contribuição de apenas 19%. Contudo, é um dos principais produtos comercializados pela vinícola, correspondente a

42,15% das vendas totais no período analisado. Gargioni e Ben (2008) concluíram, no seu estudo, que a produção de vinho tinto comum apresenta rentabilidade muito baixa.

O produto F, por sua vez, da linha de espumante, apresenta uma margem de contribuição de apenas 5%, e esse é um fator determinante para que sejam analisados seus gastos e seu preço de venda. Verifica-se que o produto H da linha de espumante apresentou margem de contribuição negativa de 23%, e um dos motivos para essa ocorrência é o fato de ter alto custo com a etapa terceirizada de produção. Por isso, é preciso rever os gastos e criar novas estratégias para sua elaboração. Do mesmo modo, na pesquisa de Gargioni e Ben (2008), os vinhos espumantes apresentaram elevado custo de produção.

A margem de contribuição total obtida no período foi de R\$ 68.203,19, sendo que, dividindo esse valor pela venda total, é encontrado o índice de margem de contribuição de 0,20154479, que foi utilizado para o cálculo do ponto de equilíbrio exposto na Tabela 7.

Tabela 7  
**Ponto de Equilíbrio Contábil**

<b>Ponto de Equilíbrio Contábil</b>	<b>2016</b>
(+) Custos Fixos	R\$ 90.649,14
(+) Despesas Fixas	R\$ 93.816,93
<b>(=) Total Custos e Despesas Fixas</b>	<b>R\$ 184.466,07</b>
Margem de Contribuição (IMC)	0,20154479
<b>Ponto de Equilíbrio Contábil</b>	<b>R\$ 915.260,91</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Com base nos dados de 2016, calculou-se o ponto de equilíbrio em reais, que correspondeu a R\$ 915.260,91, ou seja, a empresa necessitaria obter, no mínimo, uma receita líquida nesse valor para cobrir seus gastos fixos. A vinícola, porém, obteve uma venda total de R\$ 338.402,16, e esse resultado está aquém do esperado no ponto de equilíbrio contábil.

Comparando esses resultados com os de Pandini et al. (2016), verifica-se que os achados convergem, pois constatou-se que outra vinícola da mesma região também apresenta custos fixos elevados, e o preço praticado e a quantidade vendida não são suficientes para cobri-los.

Para a elaboração do Demonstrativo de Resultado (DR), apresentam-se os valores correspondentes ao faturamento bruto, deduzindo do IPI, que corresponde à alíquota de 10%, e o ICMS ST que, para encontrar sua base de cálculo, é aplicado sobre a venda dos produtos, que inclui IPI, e a Margem de Valor Agregado (MVA) original de 50,16%. Portanto, a Tabela 8 apresenta o Demonstrativo de Resultado (DR) pelo método de custeio variável referente ao ano de 2016.

Tabela 8  
**Demonstrativo de Resultado (DR)**

<b>Faturamento Bruto</b>	<b>R\$ 427.381,62</b>	<b>126,29%</b>
(-) IPI	R\$ 33.840,22	10,00%
(-) ICMS ST	R\$ 55.139,25	16,29%
<b>(=) Venda total</b>	<b>R\$ 338.402,16</b>	<b>100,00%</b>
(-) Custos Variáveis	R\$ 222.687,93	65,81%
(-) Despesas Variáveis	R\$ 47.511,03	14,04%
<b>(=) Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 68.203,19</b>	<b>20,15%</b>
(-) Custos Fixos	R\$ 90.649,14	26,79%
(-) Despesas Fixas	R\$ 93.816,93	27,72%
<b>(=) Prejuízo</b>	<b>-R\$ 116.262,88</b>	<b>-34,36%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

A vinícola apresentou um prejuízo contábil no período, no valor de R\$ 116.262,88, equivalente a 34,36% das vendas totais. Esse resultado evidencia que sejam analisados os custos dos produtos, pois alguns são elevados e sua margem de contribuição não é satisfatória. Isso também mostra que a vinícola deverá estabelecer estratégia para aumentar as vendas e rever os preços de venda praticados, já que os gastos fixos são elevados.

É preciso analisar as margens de contribuição unitárias de cada produto para perceber os vinhos que não estão agregando valor aos resultados e, posteriormente, deixar de fabricá-los ou encontrar novas formas de produzi-los, bem como incrementar a fabricação dos mais lucrativos.

#### **4.3.2. Projeção dos resultados para 2017/2018/2019**

Para realizar a projeção para o ano de 2017, com base nos dados de 2016, o gestor elencou as seguintes premissas: aumento do volume de vendas de 15%; aumento de custos e despesas fixas de 5%; aumento de custos e despesas variáveis de 15% relacionados ao aumento da quantidade vendida mais 5% de reajuste de preços, exceto os tributos, pois esses são aplicados sobre as vendas totais. Em relação ao preço de venda dos vinhos, não haverá alterações.

Com base nas premissas, projeta-se que, no ano de 2017, a vinícola venderá aproximadamente 29.943 mil unidades de vinhos. Ao realizar essas variações, na Tabela 9 apresenta-se a margem de contribuição total projetada para 2017.

Tabela 9  
**Margem de Contribuição – Projeção 2017**

<b>Margem de Contribuição</b>	<b>2017</b>
<b>Venda Total</b>	<b>R\$ 389.162,48</b>
(-) Custos Variáveis	R\$ 268.895,68
(-) Despesas Variáveis	R\$ 55.437,38
<b>(=) Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 64.829,42</b>
<b>(=) Índice de Margem de Contribuição</b>	<b>0,16658703</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

A margem de contribuição total projetada para 2017 é de R\$ 64.829,42 e, comparada com o realizado de 2016, diminuiu 4,95% em termos monetários e não é suficiente para cobrir os gastos e gerar lucro. Nota-se que o aumento da quantidade vendida em 15% sem realizar reajuste de preços não é suficiente para a vinícola gerar lucros.

Com o índice obtido, foi calculado o ponto de equilíbrio contábil que é exposto na Tabela 10.

Tabela 10  
**Ponto de Equilíbrio Contábil – Projeção 2017**

<b>Ponto de Equilíbrio Contábil</b>	<b>2017</b>
(+) Custos Fixos	R\$ 95.181,60
(+) Despesas Fixas	R\$ 98.507,78
<b>(=) Total Custos e Despesas Fixas</b>	<b>R\$ 193.689,37</b>
Margem de Contribuição (IMC)	0,16658703
<b>Ponto de Equilíbrio Contábil</b>	<b>R\$ 1.162.691,78</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Os resultados da projeção apontaram ponto de equilíbrio contábil de R\$ 1.162.691,78 para 2017, vendas suficientes para cobrir os custos e despesas fixas. Diante disso, verifica-se que a organização precisa realmente rever seus custos e despesas fixas, pois esses têm grande representatividade sobre as vendas totais, bem como sobre os preços de vendas praticados.

Após encontrar o ponto de equilíbrio contábil, é exposta, na Tabela 11, a demonstração do resultado projetado para esse período (2017).

Tabela 11  
**DR – Projeção 2017**

<b>Faturamento Bruto</b>	<b>R\$ 491.488,86</b>	<b>126,29%</b>
(-) IPI	R\$ 38.916,25	10,00%
(-) ICMS ST	R\$ 63.410,13	16,29%
<b>(=) Venda total</b>	<b>R\$ 389.162,48</b>	<b>100,00%</b>
(-) Custos Variáveis	R\$ 268.895,68	69,10%
(-) Despesas Variáveis	R\$ 55.437,38	14,25%
<b>(=) Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 64.829,42</b>	<b>16,66%</b>
(-) Custos Fixos	R\$ 95.181,60	24,46%
(-) Despesas Fixas	R\$ 98.507,78	25,31%
<b>(=) Prejuízo</b>	<b>-R\$ 128.859,95</b>	<b>-33,11%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Ao final desta projeção, percebe-se que a empresa ainda incorrerá em prejuízo, que corresponde a R\$ 128.859,95, equivalente a 33,11% das vendas totais. Em relação a 2016, a vinícola apresentará prejuízo superior em 11% com base nos valores monetários. Porém, em pontos percentuais, diminuirá o prejuízo contábil em 1,25%, baixando de 34,36% para 33,11%. Um dos motivos para a empresa ainda incorrer em prejuízo é referente ao preço de venda dos vinhos, para o qual não foi projetado reajuste.

Destaca-se que, a partir de 2018, as vinícolas poderão ser tributadas pelo Simples Nacional. Assim, foi realizada a projeção para os anos 2018 e 2019 no intuito de verificar os resultados consequentes à alteração do Lucro Presumido para esse regime de tributação. As premissas utilizadas foram: aumento do volume de vendas de 15%; aumento de custos e despesas fixas de 5%; aumento de custos e despesas variáveis de 15%, referentes ao aumento da quantidade vendida mais 5% de reajuste de preços. O preço de venda no ano de 2018 será reajustado em 6% e, em 2019, em 4%. Em 2018, projeta-se que a vinícola venda em torno de 34.434 mil unidades de vinhos e, em 2019, aproximadamente 39.599 mil unidades.

Supondo que a empresa seja enquadrada no Simples Nacional, a alíquota desse tributo, conforme Anexo II da Lei Complementar nº 155, de 27 de outubro de 2016, corresponderá a 7,18% em 2018 e 7,69% em 2019. Assim, foi realizado o cálculo da margem de contribuição total em valor e percentual que é exposta na Tabela 12 para os dois períodos.

Tabela 12  
**Margem de Contribuição – Projeção 2018/2019**

<b>Margem de Contribuição</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Venda Total</b>	<b>R\$ 532.366,20</b>	<b>R\$ 561.755,94</b>
(-) Custos Variáveis	R\$ 324.691,53	R\$ 392.065,02
(-) Simples Nacional / Despesas Variáveis	R\$ 58.502,09	R\$ 64.820,00
<b>(=) Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 149.172,59</b>	<b>R\$ 104.870,92</b>
<b>(=) Índice de Margem de Contribuição</b>	<b>0,28020672</b>	<b>0,18668414</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

É perceptível, no ano de 2018, que a margem de contribuição projetada, comparada com o projetado em 2017, obteve um crescimento de 130% no valor. É importante destacar que o produto E continuará em 2019, sendo o que traz melhor retorno para a empresa, com margem de contribuição de 57%.

Com os índices de margem de contribuição obtidos, é calculado o ponto de equilíbrio na Tabela 13.

Tabela 13  
**Ponto de Equilíbrio Contábil – Projeção 2018/2019**

<b>Ponto de Equilíbrio Contábil</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
(+) Custos Fixos	R\$ 99.940,68	R\$ 104.937,71
(+) Despesas Fixas	R\$ 103.433,17	R\$ 108.604,82
<b>(=) Total Custos e Despesas Fixas</b>	<b>R\$ 203.373,84</b>	<b>R\$ 213.542,53</b>
Margem de Contribuição (IMC)	0,28020672	0,18668414
<b>Ponto de Equilíbrio Contábil</b>	<b>R\$ 725.799,30</b>	<b>R\$ 1.143.870,80</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

O valor correspondente às vendas totais que a empresa precisa obter para cobrir os seus gastos fixos em 2018 é de R\$ 725.799,30 e, com base na projeção, alcançará apenas R\$ 532.366,20. Em 2019, o ponto de equilíbrio projetado corresponde a R\$ 1.143.870,80, porém a vinícola obteve uma venda projetada de R\$ 561.755,94. Um dos fatores que contribuiu para esse resultado foi referente ao pequeno reajuste do preço

de venda de 4% projetado para o ano de 2019, o qual não cobre o aumento projetado para os custos fixos.

Com esses resultados, após encontrado o ponto de equilíbrio, é exposto, na Tabela 14, a demonstração do resultado projetado para 2018 e 2019.

Tabela 14  
**DR – Projeção 2018/2019**

DR	2018	%	2019	%
<b>Faturamento Bruto</b>	<b>R\$ 599.124,92</b>	<b>112,54%</b>	<b>R\$ 716.553,41</b>	<b>127,56%</b>
(-) ICMS ST	R\$ 66.758,72	12,54%	R\$ 154.797,47	27,56%
<b>(=) Venda total</b>	<b>R\$ 532.366,20</b>	<b>100,00%</b>	<b>R\$ 561.755,94</b>	<b>100,00%</b>
(-) Custos Variáveis	R\$ 324.691,53	60,99%	R\$ 392.065,02	69,79%
(-) Simples Nacional / Despesas Variáveis	R\$ 58.502,09	10,99%	R\$ 64.820,00	11,54%
<b>(=) Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 149.172,59</b>	<b>28,02%</b>	<b>R\$ 104.870,92</b>	<b>18,67%</b>
(-) Custos Fixos	R\$ 99.940,68	18,77%	R\$ 104.937,71	18,68%
(-) Despesas Fixas	R\$ 103.433,17	19,43%	R\$ 108.604,82	19,33%
<b>(=) Prejuízo</b>	<b>-R\$ 54.201,25</b>	<b>-10,18%</b>	<b>-R\$ 108.671,61</b>	<b>-19,34%</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

A projeção de resultados para 2018 e 2019 não é satisfatória, a não ser que as premissas utilizadas neste estudo sejam atingidas. A vinícola apresentará um prejuízo de R\$ 54.201,25 em 2018 e, em 2019, de R\$ 108.671,61. Em pontos percentuais, esse indicador apresenta melhorias, principalmente para o ano de 2018, que diminuiu para 10,18%.

Apresenta-se, na Tabela 15, o ponto de equilíbrio econômico informando o valor esperado de lucro, que equivale a 10% sobre as vendas totais.

Tabela 15  
**Ponto de Equilíbrio Econômico – Projeção 2018/2019**

<b>Ponto de Equilíbrio Econômico</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
(+) Custos Fixos	R\$ 99.940,68	R\$ 104.937,71
(+) Despesas Fixas	R\$ 103.433,17	R\$ 108.604,82
(+) Lucro desejado	R\$ 53.236,62	R\$ 56.175,59
<b>(=) Total Custos e Despesas Fixas</b>	<b>R\$ 256.610,46</b>	<b>R\$ 269.718,13</b>
Margem de Contribuição (IMC)	0,28020672	0,18668414
<b>Ponto de Equilíbrio Econômico</b>	<b>R\$ 915.789,82</b>	<b>R\$ 1.444.783,31</b>

**Nota.** Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Para atingir o lucro esperado, a vinícola precisará vender R\$ 915.789,82 em 2018 e R\$ 1.444.783,31 em 2019. Nota-se que é um valor extremamente superior ao que a empresa vem obtendo em suas vendas. A organização precisará aumentar suas vendas, reduzir seus gastos fixos e rever seus preços de vendas, pois o reajuste de preço foi muito pequeno em comparação ao aumento repassado aos gastos, ocasionando a redução de sua margem de contribuição.

Observa-se que a organização precisa estabelecer estratégias tanto de caráter comercial quanto no que concerne ao planejamento de produção, pois os produtos mais vendidos pertencem à linha G, vinhos de mesa, que correspondem a 42,15% das vendas totais. Contudo, no período analisado, esse tipo de vinho apresentou margem de contribuição equivalente a 19%, inferior aos percentuais de custos e despesas fixos.

Os vinhos da linha F e H, espumantes, por passarem por etapa de produção terceirizada que incorre em altos custos, necessitam de análises mais acuradas para decisão de continuar sua produção ou suprimi-la, visto que apresenta margem de contribuição muito pequena e, até mesmo, negativa. Os produtos mais lucrativos são das linhas E, A e D, vinhos secos, que merecem atenção para o incremento da produção e venda.

Outro fator a ser observado é a necessidade de aquisição da uva de outras regiões, ocasionando custos mais elevados com a logística de abastecimento. Esse fato é diferente do estudo de Gargioni e Ben (2008), pois a empresa pesquisada

localiza-se em uma grande região produtora de uvas, o que propicia menor custo de aquisição da matéria-prima e preço mais competitivo no mercado.

Ademais, é preciso revisar a política de preços de vendas utilizada pela empresa, uma vez que os preços são estabelecidos pelo mercado.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A contabilidade de custos contribui com a realização de planejamento e controle dos gastos das empresas além de fornecer subsídios ao processo decisório. Nesse contexto, é imprescindível, para os pequenos e médios produtores de vinho, conhecer os custos envolvidos na produção, para buscar alternativas de reduzi-los e alcançar resultados positivos. Porém, os gestores das indústrias vinícolas localizadas na região Sul Catarinense, geralmente, não possuem conhecimento suficiente para o gerenciamento do negócio e não dispõem de tempo para esse processo, visto que estão envolvidos principalmente com trabalho produtivo, por serem empresas de pequeno porte e com gestão familiar.

Diante disso, o objetivo geral desse trabalho consistiu em analisar os resultados com a aplicação do custeio variável em uma vinícola localizada no sul de Santa Catarina.

Inicialmente, foi identificada a estruturação do processo produtivo e, depois de se classificarem os custos e despesas em fixos e variáveis, observou-se, em relação às vendas totais, que os custos variáveis representam 65,81%, as despesas variáveis 14,04%, os custos fixos 26,79% e as despesas fixas 27,72%. Nota-se que o faturamento obtido pela organização não é suficiente para cobrir esses gastos.

Verificou-se que os produtos mais representativos da empresa são: os da linha E, com margem de contribuição de 45%, e os da linha A e D, que apresentaram 40% de margem de contribuição. A margem de contribuição total é de R\$ 68.203,19, que representa 20,15% das vendas totais sem IPI e ICMS ST; com isso, a vinícola não atingiu o ponto de equilíbrio nesse período. Um dos motivos para incorrer em prejuízo

de R\$ 116.262,88 no ano de 2016 é em virtude do elevado valor de gastos fixos, além de utilizar preços de vendas que não são suficientes para cobrir os gastos. Ademais, os produtos mais vendidos são da linha G, que possuem preço de venda com baixo valor agregado, por serem vinhos de mesa.

Após se apurarem os resultados de 2016, foi realizada projeção de dados para 2017, sendo a vinícola ainda tributada pelo Lucro Presumido e, em 2018 e 2019, enquadrando-se no Simples Nacional.

Considerando as premissas elencadas pelo gestor, em 2017, a empresa apresentará margem de contribuição total de R\$ 64.829,42 e, comparando com o ano anterior, diminuiu 4,95%. Conseqüentemente, a organização ainda não atingiu seu ponto de equilíbrio e aumentou seu prejuízo em aproximadamente 11% em valores monetários. Um dos fatores que ocasionou esse resultado está em relação ao preço de venda que não foi reajustado, pelo menos, ao indicador aplicado aos gastos fixos e variáveis de 5%.

Em 2018 e, mesmo, em 2019, a empresa, enquadrando-se no Simples Nacional, não apresentará melhoria nos resultados. Continuará ainda incorrendo em prejuízo ao final da projeção de 2019 no valor de R\$ 108.671,61. Com isso, conclui-se que a vinícola precisa rever suas premissas orçamentárias, analisar seus custos e despesas e, considerando que o preço de venda seja definido de acordo com a concorrência, a organização precisa verificá-lo, pois não está cobrindo seus custos e despesas e gerando lucro.

Sugere-se dar continuidade ao estudo para comparar se os resultados realizados estão de acordo com os projetados; analisar os custos e despesas, buscando reduzi-los no intuito de proporcionar lucro. Além disso, sugere-se: realizar o cálculo do preço de venda com base nos custos para observar a diferença entre o praticado e o que realmente irá cobrir os custos e despesas e, ainda, gerar resultados positivos; e simular os resultados considerando descontinuação da fabricação do produto H, visto que apresenta margem de contribuição negativa e aumento de produção dos vinhos das linhas A, E e D, observando as demandas de mercado.

É importante também realizar estudos com as demais vinícolas da região para verificar se esse cenário é peculiar a esse tipo de atividade.

Destaca-se como limitação da pesquisa que, em virtude de a organização não apresentar lucro, não foi possível calcular a margem de segurança.

## REFERÊNCIAS

- Bomfim, E. D. A., & Passarelli, J. (2006). *Custos e formação de preços*. São Paulo, SP: Editora Thomson IOB.
- BRASIL. *Lei Complementar nº 155, de 27 de outubro de 2016*. Recuperado de: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp155.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp155.htm)>. Acesso em: 12 jun. 2017.
- Bruni, A. L. (2006). *A administração de custos, preços e lucros: com aplicações na HP12C e Excel*. São Paulo: Atlas.
- Crepaldi, S. A. (2004). *Curso básico de contabilidade de custos*. São Paulo: Atlas.
- Dubois, A., Kulpa, L., & de Souza, L. E. (2006). *Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade*. São Paulo: Atlas.
- Ducati, E., & Bernardi, V. (2005, novembro). O uso do custeio variável em uma indústria vinícola. *In: Anais do Congresso Brasileiro de Custos*, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, 12.
- Ferreira, R. J. (2007). *Contabilidade de custos: teoria e questões comentadas*. Rio de Janeiro: Ferreira.
- Gargioni, L., & Ben, F. (2008, novembro). Análise dos custos envolvidos na implantação de uma empresa vinícola no Estado do Rio Grande do Sul. *Anais do Congresso Brasileiro de Custos*. Curitiba, Paraná, Brasil, 15.
- Gressler, L. A. (2004). *Introdução à pesquisa: projetos e relatórios*. São Paulo: Loyola.
- Leone, G. S. G. (2000). *Curso de contabilidade de custos*. São Paulo: Atlas.

- Marconi, M. de A.; Lakatos, E. M. (2006). *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas.
- Martins, E. (2010). *Contabilidade de custos*. São Paulo: Atlas.
- Megliorini, E. (2007). *Custos: análise e gestão*. Pearson Prentice Hall.
- Michel, M. H. (2015). *Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais: Um Guia Prático para Acompanhamento da Disciplina e Elaboração de Trabalhos Monográficos*. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, S. L. de (1999). *Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses*. São Paulo: Pioneira.
- Pandini, T. O., Cittadin, A., Guimarães, M. L. F., Menegali, M. V., da Silva, R., & Vieira, A. (2016, novembro). Apuração de custos e precificação em uma vinícola do estado Catarinense. *Anais do Congresso Brasileiro de Custos*, Porto de Galinhas, Pernambuco, 23.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Schwert, L. D., da Cruz, V. R. L., Rossato, M. V., Guse, J. C., de Freitas, L. A., & Kessler, N. S. (2013, novembro). Apuração de custos: uma análise em uma propriedade rural produtora de vinho e suco de uva. *Anais do Congresso Brasileiro de Custos*, Uberlândia, Minas Gerais, 20.
- Wernke, R. (2005). *Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais*. São Paulo: Saraiva.
- Queiroz, T. R., & Zuin, L. F. S. (2015). *Agronegócios: Gestão Inovação e Sustentabilidade*. São Paulo: Saraiva.

Data de Submissão: 04/04/2018

Data de Aceite: 09/07/2018