

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - UNICAMP  
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - IFCH  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E PLANEJAMENTO ECONÔMICO - DEPE  
CENTRO TÉCNICO ECONÔMICO DE ASSESSORIA EMPRESARIAL - CTAE**

## **ANÁLISE DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO**

**Material de uso exclusivo dos cursos no DEPE**

**M2.9-7.74-300/8**

## 1. NATUREZA DA FUNÇÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

A função de comercialização pode ser definida em linhas gerais como a tarefa de levar o produto fabricado até o cliente da empresa. Para fins de mensuração e controle de custos os objetivos da comercialização podem ser divididos nas seguintes funções:

- a) criação da procura e sustentação da procura - mensuração do esforço de vendas (equipe de vendas publicidade e propaganda)
- b) armazenamento e depósito - custos de distribuição
- c) transportes
- d) financiamento e cobrança de vendas

## 2. NATUREZA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

A maioria dos itens de custo de comercialização são indiretos e não proporcionalmente variável com a atividade de vendas.

Geralmente é mais fácil a apropriação dos custos diretos e variáveis por produto final. Na área de custos de comercialização, dadas às características acima especificadas, a apropriação por departamentos, setores ou produtos, à semelhança dos custos de produção, se torna muito mais difícil.

Deve-se acrescentar ainda o fato de que os custos de comercialização têm estreita relação com o processo e a estratégia mercadológica, o que vem dificultar ainda mais qualquer processo de apropriação de custo.

A estratégia mercadológica tem, muitas vezes, um processo de maturação longo, influenciando, pois, no conceito de apropriação econômica dos custos.

Portanto, há uma diferença fundamental entre os custos de produção e comercialização.

Na produção, uma vez determinados os produtos a serem fabricados, a meta passa a ser a eficiência e a redução dos custos por unidade de produto.

Na comercialização, no entanto, a relação entre os custos de comercialização e a renda das vendas é de vital importância.

### **3. CONTROLE DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO**

O método mais prático, e talvez o mais utilizado para apropriação por produto, é aquele no qual os custos de comercialização se baseiam em uma percentagem fixa com relação a vendas (o que confere apenas o crédito de praticidade do sistema de custo).

- Outro aprimoramento consiste na técnica de classificação dos custos de comercialização segundo o produto, território ou estabelecimento de distribuição (o que nem sempre é possível, em função da linha de produtos comerciáveis da empresa).

- Uma terceira técnica consiste em classificar todos os grupos individuais ou funcionais de custos de comercialização, segundo a relação direta ou a sua variabilidade com fatores específicos. Isso envolve muito estudo e análise. Os resultados de tais esforços são úteis, tanto para o planejamento, como para o controle, e para a programação de custos de comercialização (orçamento de comercialização).

### **4. PRINCIPAIS CUSTOS NA ÁREA DE COMERCIALIZAÇÃO**

#### **4.1. Publicidade e Vendas**

- Espaço em revistas e jornais - trabalho artístico, redação etc.
- Ordenados do departamento de publicidade e encargos sociais.
- Ordenados da equipe de vendedores e encargos sociais.
- Despesas de viagens de vendedores - amostras, equipamentos, etc.
- Ordenados do pessoal de escritórios de vendas e encargos sociais
- Impressão

- Papelaria
- Selagem
- Telefone e telégrafo
- Outras despesas

#### **4.2. Expedição e Entrega**

- Mão-de-obra do departamento de expedição e encargos sociais
- Materiais de consumo de embalagem
- Caminhão e garagem
- Frete, impressos para selagem de pacotes, etc.

#### **4.3. Administração Comercial**

- Ordenados de executivos e encargos sociais
- Ordenados de auxiliares e encargos sociais
- Papelaria e impressão
- Selagem
- Telefone e Telégrafo
- Manutenção - equipamentos de escritório
- Depreciação
- Despesas Gerais

### **5. ATRIBUIÇÃO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO**

É útil na medida em que permite traçar estratégias e verificar falhas na execução da política comercial e de distribuição da empresa. A sua influência na rentabilidade da empresa e na forma em que são despendidos para a consecução da máxima eficiência comercial é objeto de nosso interesse.

Para que se tenha uma idéia de como se procede à análise e atribuição dos custos de comercialização, veremos alguns exemplos.

Uma pequena empresa industrial vende seus produtos aos comerciantes mediante seu próprio corpo de vendedores.

Através de tal sistema de vendas, obtém os seguintes resultados.

<b>RESUMO DOS RESULTADOS (EM Cr\$ 1,00)</b>		
Vendas	30 000	100%
Custo de fabricação	19 500	65%
Margem bruta	10 500	35%
Custo de vendas	6 600	22%
Gastos gerais	3 000	10%
Lucro líquido	900	3%

Os custos de venda podem separar-se como indica a seguir:

Ordenados dos vendedores e encargos sociais	2 000	
Administração de vendas	500	
Despesas com diárias	1 200	
Correspondência relacionada com as vendas	200	
Gastos com pedidos realizados	200	
Comissão de vendedores e encargos sociais	600	(2% s/ preço de venda)
Custo de armazenagem	300	
Gastos de expedição	600	
Fretes	750	
Gastos com faturamento	200	
Administração e cobrança	50	
	<b>6 600</b>	

Mediante uma análise das operações realizadas nos últimos anos pela organização de vendas, obtiveram-se os seguintes dados:

Número de pedidos recebidos	1 000	
Número de visitas realizadas	2 500	
Kms percorridos pelos vendedores	60 000	
Peso das mercadorias vendidas	5 000	Kg
Número de cartas enviadas	2 000	

### ORGANIZAÇÃO DE VENDAS

CUSTOS DE VENDA	Unidade de Cálculo	Quant	Custos	
			Totais (Cr\$)	Unit.
Ordenados dos vendedores e enc.sociais	Visita	2 500	2 000	0,80
Administração de vendas	Visita	2 500	500	0,20
Despesas com diárias	Km	60 000	1 200	0,02
Correspondência de vendas	Carta	2 000	200	0,10
Gastos com pedidos realizados	Pedido	1 000	200	0,20
Comissão de vend. e enc. sociais	Vr. do pedido	30 000	600	2%
Custos de armazenagem	Kg	5 000	300	0,06
Expedição	Kg	5 000	600	0,12
Fretes	Kg	5 000	750	0,15
Gastos com faturamento	Pedido	1 000	200	0,20
Administração e cobrança	Pedido	1 000	50	0,05
<b>TOTAL</b>	---	---	<b>6 600</b>	---

<b><u>CUSTO DE VENDA DE 2 PEDIDOS</u></b>	<b><u>Valor do Pedido</u></b>	
- Ordenados de vendedores (2 ½ visita p/ pedido)                      2 ½ x 0,80	<u>\$ 50,00</u> 2,00	<u>\$ 10,00</u> 2,00
- Administração de vendas (idem)    2 ½ x 0,20	0,50	0,50
- Diárias (60 Km p/ pedido)                      60 x 0,02	1,20	1,20
- Correspondência de vendas (2 cartas p/ pedido)                              2 x ,010	0,20	0,20
- Gastos com pedidos realizados (soma fixa p/ pedido)	0,20	0,20
- 2% comissão s/ o vr. de pedidos 2% s/ \$ 50,00	1,00	2% s/\$10,00 0,20
- Custos de armazenagem (0,166 kg. x Valor do pedido x \$0,06) - (1)	0,50	0,10
- Fretes (0,166Kg x Valor do pedido x \$0,15)	1,25	0,25
Expedição (0,166Kg x Valor do pedido x 0,12)	1,00	0,20
- Gastos com faturamento	0,20	0,20
- Administração e cobrança	0,05	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>8,10</b>	<b>5,10</b>

$$(1) = \frac{5\ 000\ \text{Kg}}{\$ 30\ 000,00} = 0,166\ \text{Kg} / \$ \text{ de venda}$$

### **COMPARAÇÃO ENTRE OS DOIS PEDIDOS**

Valor	\$ 50,00	\$ 10,00
Custo de fabricação	\$ 32,50	\$ 6,50
Margem bruta	\$ 17,50	\$ 3,50
Custos de vendas	\$ 8,10	\$ 5,10
<b>Lucro ou prejuízo</b>	<b>\$ 9,40</b>	<b>\$ (1,60)</b>

**COMPARAÇÃO DOS CUSTOS DE DISTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS A e B**

Custo de Vendas	A		B		Custos Unit.	
	\$ 10 000		\$ 20 000			
	Custos Totais	Unid./C alc. Quant.	Custos \$	Unid. Calc. Quant.		Custos \$
Ordenados dos vendedores e enc. sociais	2 000	500	400	2 000	1 600	0,80 / visita
Administração de vendas	500	500	100	2 000	400	0,20 / visita
Despesas com diárias	1 200	12 000	240	48 000	960	0,02 / Km
Correspondência de vendas	200	500	50	1 500	150	0,10 / carta
Gastos com pedidos realizados	200	200	40	800	160	0,20 / pedido
Comissões de venda e encargos sociais	600	10 000	200	20 000	400	2% /s/ P.V
Custos de armazenagem	300	1 500	90	3 500	210	0,06 / Kg
Expedição	600	1 500	180	3 500	420	0,12 / Kg
Fretes	750	1 500	225	3 500	525	0,15 / Kg
Gastos com faturamento	200	200	40	800	160	0,20/pedido
Adm. e cobrança	50	200	10	800	40	0,05/pedido
<b>TOTAIS</b>	<b>6 600</b>	<b>--</b>	<b>1 575</b>	<b>--</b>	<b>5 025</b>	<b>--</b>

	Distribuição Entre Grupos de Produtos em Cr\$			
	A		B	
Vendas	\$ 30 000	100 %	\$ 10 000	\$ 20 000
Custos de fabricação	\$ 19 500	65 %	\$ 6 500	\$ 13 000
Margem bruta	\$ 10 500	35 %	\$ 3 500	\$ 7 000
Custos de venda	\$ 6 600	22 %	\$ 1 575	\$ 5 025
Gastos gerais	\$ 3 000	10 %	\$ 1 000	\$ 2 000
Lucro ou prejuízo	\$ 900	3 %	\$ 925	\$ (- 25)
	<b>\$ 10 500</b>	<b>35 %</b>	<b>\$ 3 500</b>	<b>\$ 7 000</b>

**COMPARAÇÃO DE DOIS TERRITÓRIOS DE VENDAS - PRODUTO "B"**

		Cr\$ 10 000		Cr\$ 10 000	
		(em Cr\$) Área X		Área Y	
Pedidos (no. de pedidos)	2 000		700		1 300
Ordenados de vendedores	1 600		560		1 040
Administração de vendas	400		140		260
Despesas diárias	960	1 000 Km	200	38 000 Km	760
Correspond. de vendas	150	35 % (150)	52	65% (150)	98
Gastos com pedidos realiz.	160	280 ped. 0,20	56	520 ped. 0,20	104
Comissões de vend.e enc. sociais	400		200		200
Custo de armazenagem	210		105		105
Expedição	420		210		210
Fretes	525		262		263
Gastos com faturamento	160	0,20 x 280	56	0,20 x 520	104
Adm. de cobrança	40	0,05 x 280	14	0,05 x 520	26
	<b>5 025</b>		<b>1 855</b>		<b>3 170</b>

**APURAÇÃO DO LUCRO OU PREJUÍZO DP PRODUTO B.**

		(em Cr\$)	Área X	Área Y
Vendas	20 000	100 %	10 000	10 000
Custos de fabricação	13 000	65 %	6 500	6 500
Margem bruta	7 000	35 %	3 500	3 500
Custos de venda	5 025	25,12 %	1 855	3 170
Gastos gerais	2 000	10 %	1 000	1 000
Lucro ou prejuízo	(- 25)	(0,12) %	645	(- 670)
	<b>7 000</b>	<b>35 %</b>	<b>3 500</b>	<b>3 500</b>