

ESTRATÉGIAS DE VENDAS PARA PRODUTOS COM DATA PRÓXIMA AO VENCIMENTO EM CONTEXTO DE ISOLAMENTO SOCIAL¹

Leonardo Silva Muniz²
Michaela Cristine Ribeiro Feliciano³
Rosilene Lucas da Silva⁴

RESUMO

Este estudo verifica as estratégias de vendas utilizadas pela Poupa Farma, para produtos com data próxima ao vencimento, em contexto de isolamento social por conta da pandemia do novo Coronavírus, assim como a análise do gerenciamento e das estratégias de custos. Este artigo aborda ainda o tema do Controle de Estoques e Análise de Custos, visando a atualidade e os impactos causados na gestão, em momento de crise sanitária, na venda de produtos com data de vencimento próximo da validade e como é feito o seu descarte após o vencimento.

Palavras-chave: Controle; Estoque; Custos; Preço de venda.

Introdução

Criada em setembro de 2007, a Poupa Farma é uma rede de drogarias com mais de 87 lojas distribuídas em 31 cidades do Estado de São Paulo. O início foi regional, com filiais na Baixada Santista, que até hoje concentra uma boa parte do total de lojas da região, mas houve a expansão para a capital paulista, atualmente com 23 unidades, e Vale do Paraíba.

No litoral paulista atualmente a empresa conta com 35 filiais, 16 delas em Santos, onde teve início a rede. No total, são 2 mil colaboradores trabalhando nas lojas, no setor administrativo e na distribuição. Iniciou suas atividades com a proposta de oferecer remédios baratos, viabilizar tratamentos médicos e, conseqüentemente, proporcionar

¹ Artigo desenvolvido nas aulas de Projeto Integrador do curso de Ciências Contábeis no 2º semestre do ano de 2020, sob a orientação da Profa. Ma. Mônica De Crescenzo Xavier de Souza.

² Acadêmico da Faculdade de Ciências Administrativas, Comerciais, Contábeis e Econômicas (FACCE)

³ Acadêmica da Faculdade de Ciências Administrativas, Comerciais, Contábeis e Econômicas (FACCE)

⁴ Acadêmica da Faculdade de Ciências Administrativas, Comerciais, Contábeis e Econômicas (FACCE)

através dessas ações, mais saúde para seus clientes. Neste contexto, vem promovendo uma série de inovações e melhorias.

Diante do exposto, este estudo se propõe a apresentar uma abordagem da visão da empresa sobre definição do preço de vendas de seus produtos com data de vencimento próximo da validade.

Pretendemos com esse artigo compreender os investimentos em estoques farmacêuticos, desde o sistema de controle de estoque, considerando o perfil financeiro representativo de cada item do estoque dentro do conjunto e, principalmente, o seu gerenciamento, não somente para melhorar a situação econômica da empresa, como também ao atendimento das necessidades de seus consumidores.

Este estudo de caso analisa o controle e gerenciamento dos estoques através do método de valorização de estoque PEPS (Primeiro que entra é o primeiro que sai), a operação desse modelo dispõe de uma estrutura em que os produtos com data de aquisição anterior são colocados à frente, nas gôndolas de perfumaria e prateleiras de medicamentos, de forma que não ocorra dispensação de produtos adquiridos recentemente, ou seja, para o efetivo controle dos estoques, estudo e análise dos custos para definição do preço de venda dos produtos com data próxima à validade, para evitar a perda de mercadorias, seja por obsolescência ou perda da validade, o que ajudará a empresa a não incorrer em prejuízos.

Para melhor compreendermos o controle de estoque recorreremos as seguintes formas de pesquisa: exploratória, descritiva, explicativa, pesquisa de campo. De acordo com GIL (2008, p.28)

uma pesquisa exploratória é exatamente o que a situação anterior sugere. O objetivo de uma pesquisa exploratória é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido, pouco explorado. Ao final de uma pesquisa exploratória, você conhecerá mais sobre aquele assunto, e estará apto a construir hipóteses. Como qualquer exploração, a pesquisa exploratória depende da intuição do explorador (neste caso, da intuição do pesquisador). Por ser um tipo de pesquisa muito específica, quase sempre ela assume a forma de um estudo de caso.

A pesquisa de campo compreendeu visitas às lojas, observação da organização dos produtos nas gondolas e conversa com gestores, que em sua grande maioria são gerentes farmacêuticos.

2. Fundamentação Teórica

A palavra custo possui significado amplo: pode representar o custo das mercadorias vendidas em uma empresa com atividade dedicada à compra e venda de mercadorias (supermercados, material fotográfico, material de construção etc.), o custo dos serviços prestados em uma empresa de prestação de serviços (limpeza, manutenção, auditoria etc.) e o custo de fabricação de um produto em uma empresa industrial (montadora de veículos, siderúrgicas, alimentos etc.), conforme expõe Megliorini (2006):

Os termos técnicos utilizados na Contabilidade de Custos são muitos. Entretanto, nesse estágio se faz necessário o conhecimento do significado de alguns:

- **Gastos:** é a aquisição de um bem ou de um serviço que vai originar um desembolso da empresa. Normalmente, esse desembolso é representado pelo pagamento. Observe-se que o gasto somente se concretiza quando os bens adquiridos passam a ser de posse da empresa. O gasto ainda poderá ocorrer de maneira involuntária, como é o caso de perdas ou desperdícios. A partir do momento em que o gasto vai gerar um desembolso para a empresa, o seu conceito acaba ficando muito abrangente.
- **Custos:** são os gastos aplicados na produção de um novo produto (materiais, mão-de-obra e gastos gerais de fabricação etc.);
- **Despesas:** compreende os gastos das áreas não produtivas da empresa (despesa de correio, impostos, comissões sobre vendas, juros, salários etc.);
- **Investimentos:** são os gastos com a obtenção de bens de uso da empresa e, principalmente, aqueles destinados à produção (máquinas e equipamentos, veículos, móveis e utensílios, materiais etc.);
- **Desembolso:** é o simples pagamento de alguma coisa adquirida pela empresa.

Destaca-se que, a análise de custos surge não como a única, mas como a melhor solução para o sucesso de uma empresa. Existem inúmeras estratégias para o crescimento e lucratividade de uma empresa, porém a análise de custos é considerada essencial por ser a mais destacada na atualidade.

Saber analisar significa conseguir gastar menos e lucrar mais, uma empresa que gasta mais e lucra menos não está desenvolvendo uma boa análise de custo, vale ressaltar

a necessidade de conhecer a melhor estratégias e escolher a melhor para o seu próprio negócio.

Ter conhecimento sobre como gerenciar e usar de forma estratégica os custos revelam a compressão de muitos fatores dentro de uma organização. A partir de um bom gerenciamento a organização terá maior controle de seus gastos e de onde pode investir, eliminar desperdícios, entre outras ações (ASSAF, 2008).

Analisar os custos e investir em produtos são os mecanismos usados pelas empresas, sem esses mecanismos é impossível ter um negócio de sucesso, essa análise pode começar na observação dos produtos que são mais lucrativos, ou seja, aqueles que o público mais procura.

Quando se fala em análise de custos não se pode perder de vista a ideia de que os serviços prestados têm inúmeras característica, como o alto contato com o cliente, participação do cliente no processo, perecibilidade, não tocável, mão-de-obra-intensa, custos lead times, output variável ou padronizado, intangibilidade, dificuldade de se medir produtividade, dificuldade em medir qualidade.

A análise de custos é utilizada como forma de precificar, satisfazer os clientes com o menor custo, além de proporcionar competitividade no mercado. Esse tema se torna relevante a proporção em que estrategicamente é utilizado como ferramenta de gestão (MARTINS; LAUGENI, 2017).

2.1 Custeio Variável

Manter uma empresa funcionando e dando lucro depende de uma série de fatores. Por isso, existe a análise de custo variável. Saber o **custo variável** de um empreendimento é necessário para calcular a média de lucro bruto que este negócio dará no período.

Custeio variável, também chamado de **custeio direto**, é um tipo de cálculo que considera que determinados gastos que nem sempre incorrerão, ao menos não com aquele valor.

O conceito base do custeio variável parte do pressuposto de que dentro de uma organização há **despesas fixas** e despesas que nem sempre precisarão ser pagas.

São considerados custos fixos: seguros, aluguel, folha de pagamento, limpeza e higienização do ambiente de trabalho, por exemplo. Isso porque estes gastos independem da produção.

Dessa forma, o custeio variável, como o nome sugere, separa os gastos que são fixos e os que variam de acordo com o período ou ocasião.

Custo variável é aquele cujo total varia na razão direta das alterações do nível de atividade, que pode ser expressa de muitas maneiras, como, por exemplo, unidades produtivas, unidades vendidas, quilometragem percorrida, leitos ocupados, linhas de impressão, horas trabalhadas e assim por diante. (GARRISON, 2001, p.37).

O que integra o custo variável de uma empresa variará de acordo com a sua atividade-fim, serviço ou produto, ou seja, ele está diretamente atrelado à produção. Então, para pensar em exemplos de custeio variável é preciso considerar o produto desenvolvido por tal empresa.

Logo, considerando uma empresa de sapatos, o seu custo variável pode ser o cadarço de couro, que só será necessário se determinado modelo for produzido. Os valores pagos com comissões aos vendedores dos produtos também são despesas variáveis.

As despesas fixas são os salários em si, que são os mesmos todos os meses, de modo geral. O custeio variável não é a única forma de cálculo utilizada pela Contabilidade. No geral, os métodos de custeio utilizados pelas empresas são: custeio por absorção (ou custeio integral); custeio variável; custeio padrão; custo ABC.

Uma das grandes vantagens do custeio variável é sua simplicidade e objetividade, que facilitam a análise do investidor. Isso porque os custos relacionados às vendas ficam mais claros e os custos fixos são tratados como despesas permanentes. Isso permite avaliar com mais precisão como anda o equilíbrio entre gastos e ganhos na empresa.

O custeio variável é apenas um dos critérios para a tomada de decisão de investidores, que vem acompanhado de vários outros conceitos contábeis e financeiros. Logo, se você pretende investir nas ações mais rentáveis da bolsa e colher os frutos da gestão estratégica, precisa aprofundar seus conhecimentos nessa área.

Ao entender os métodos de custeio, por exemplo, você percebe que o aumento das vendas não significa, necessariamente, mais lucro para os acionistas. Afinal, o que

importa é como a empresa gerencia seus custos e direciona a precificação para garantir a lucratividade do negócio

É importante ter em mente que métodos e formas de cálculo contábeis como o **custeio variável** podem interferir diretamente no lucro da empresa e, conseqüentemente, nos valores dos dividendos.

2.2 Conceito de margem de contribuição

A Margem de Contribuição é um indicador que sinaliza se a receita de uma empresa é suficiente para obter lucro após o pagamento de todas as despesas e custos fixos.

É bastante vista no Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE), que é um indicador financeiro de extrema importância para analisar a viabilidade econômica do seu negócio.

O conceito de margem de contribuição pode ser facilmente entendido se avaliarmos as palavras de forma isolada: a Margem: é a diferença entre um padrão e um resultado. Aqui aplicado, representa a diferença entre o valor de venda de um produto e os custos e despesas relacionadas à produção e comercialização deste produto.

Já a Contribuição é o quanto este Lucro/Margem por produto contribui para o pagamento dos custos e despesas fixos da empresa, ou seja, os custos de estrutura, indispensáveis ao funcionamento do negócio.

A margem de contribuição é, em outras palavras, a “sobra financeira” de cada produto ou divisão de uma companhia para a recuperação ou amortização das despesas e dos custos fixos de uma entidade e para o alcance do lucro esperado pelos empresários (PEREZ, 2005, P.124)

Portanto, margem de contribuição é o percentual de participação do lucro de cada produto para o pagamento das demais despesas, visando a cobertura total destes custos de forma que ainda gere lucro para a empresa.

Apesar de um estarem diretamente relacionado ao outro, lucro e margem de contribuição são conceitos e informações diferentes em um DRE. A margem de

contribuição, como vimos, é o indicador que informa qual o percentual de faturamento que você tem para pagamento das despesas e custos fixos.

2.3 Por que calcular a margem de contribuição

A margem de contribuição é um indicador fundamental para análise da situação financeira do negócio. Sem essa informação, você não terá um real panorama sobre a saúde da sua empresa, e não entenderá o quão sustentável é o seu negócio.

É, também, essa informação que vai permitir que você tome decisões acerca do preço de venda do seu produto e realize sua projeção de vendas, de forma a conquistar os resultados esperados.

A tomada de qualquer decisão, durante a gestão de um negócio, deve ser realizada com base em indicadores precisos e confiáveis. A margem de contribuição é um indicador importante para embasar muitas decisões, inclusive a retirada de um produto de linha, por exemplo.

2.4 Exemplo de quando usar a margem de contribuição

Conhecer a margem de contribuição é de extrema importância para qualquer planejamento ou decisão.

Um dos usos bastante comuns da margem de contribuição é na hora de fazer uma [projeção de vendas](#), pois o gestor precisa conhecer seu IMC (Índice de Margem de Contribuição) para poder planejar o volume de vendas necessário para o atingimento dos resultados esperados.

Para conhecimento do ponto de equilíbrio de uma operação, o IMC também é fundamental. Com isso, a empresa consegue antecipar potenciais crises econômicas, buscando alternativas para minimizar riscos ou impactos (SCHUTZ, 2019, online).

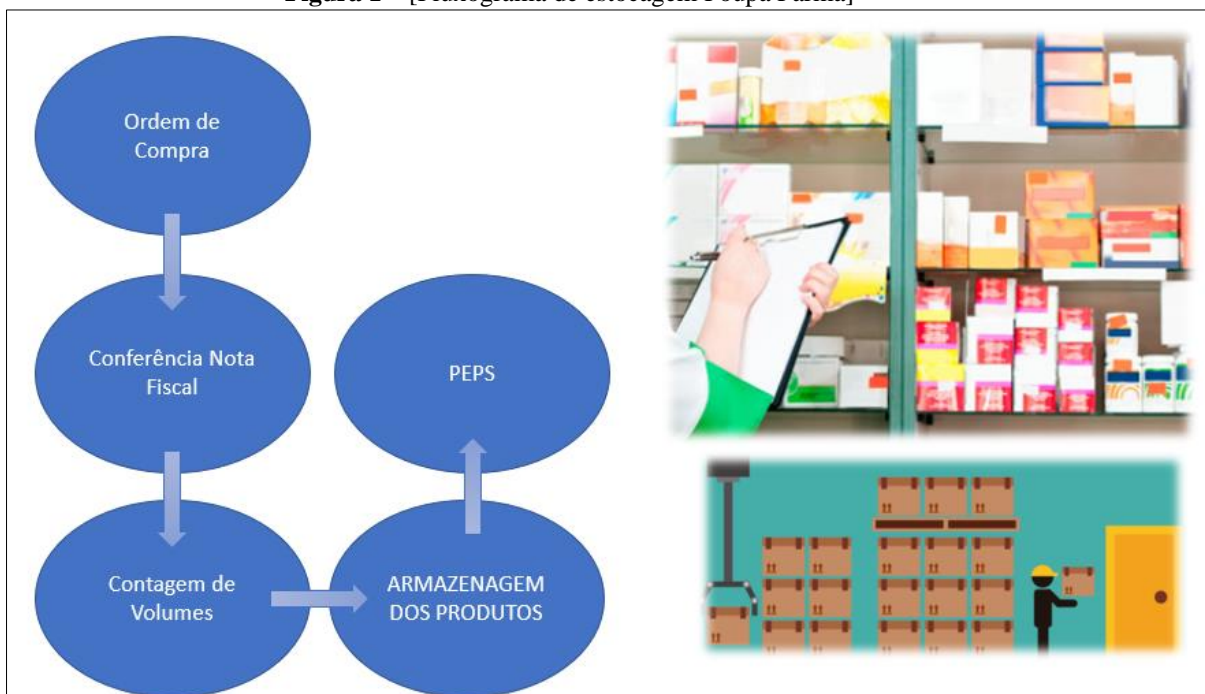
2.5 Gestão do estoque

Conforme Chiavenato (1991), estoque é a composição de materiais (em processamento, inacabado, acabado) que não são utilizados em estipulados momento na

empresa, mas necessitam existir em razão de futuras adversidades. Para boa ordem a gestão do estoque deve estar alinhada em todos os processos desde a entrada a saída da mercadoria. A gestão de estoques é um conjunto de processos e atividades que visam adequar as necessidades de organização, com o máximo de eficiência e menor custo, por meio da maior rotatividade de saída de mercadorias, tendo como seu principal objetivo o equilíbrio entre nível de estoque ideal e redução dos custos gerais (VIANA, 2000).

A gestão de estoques visa elevar o controle de custos e melhorar a qualidade dos produtos guardados na empresa. As teorias sobre o tema normalmente ressaltam a seguinte premissa: é possível definir uma quantidade ótima de estoque de cada componente e dos produtos da empresa, entretanto, só é possível defini-la a partir da previsão da demanda de consumo do produto (DIAS, 2010).

Figura 1 – [Fluxograma de estocagem Poupa Farma]



Fonte: [próprios autores]

1. **Ordem de compra:** Inicia-se com a determinação de quais produtos estariam em falta nas gôndolas, para que seja formalizado através de solicitação de ordem de compra, documento este, que providencia qualquer tipo de produto;

2. **Conferência Nota Fiscal:** Ao ser pesquisado o CNPJ, no sistema do SEFAZ, encontra o arquivo de XML, para que a nota fiscal seja baixada e importada para o sistema interno, que faz a conferência das mercadorias juntamente com o setor responsável;
3. **Contagem de Volumes:** A contagem de volumes parametrizada pela empresa em seu sistema, é realizada pela contagem das caixas, os volumes são conferidos com a nota fiscal de acordo com a ordem de compra efetuada;
4. **Armazenagem dos produtos:** Os produtos são armazenados pelo CD (Centro de distribuição), onde existe uma parametrização do sistema que é separado por ruas e endereços, onde é realizado todo o processo de armazenagem.

As mercadorias são recebidas em caixas, na sequência passa pela esteira onde são separadas por categorias de cada produto, como os remédios comuns, os controlados, cosméticos e outros. Sendo então separados por sessão, pois quando são enviados para as lojas, os mesmos são distribuídos em unidades;

5. **PEPS:** Tratando-se da contabilização dos produtos, o PEPS (primeiro que entra, primeiro que sai) ou FIFO (*first in, first out*) é o método utilizado para controle dos estoques, as baixas do estoque são efetuadas pelo custo mais antigo, assim o estoque é baixado à medida que ocorrem as vendas pelo custo que foi efetuado primeiro, este método também é aceito pelo fisco (SCHIER, 2012).

A utilização do método permite maior controle dos produtos que estão próximos ao vencimento no qual será abordado a maneira para composição do desconto para estes produtos não permanecerem inertes no estoque.

Segundo Viana (2000), qualquer que seja o método é fundamental a plena observância das rotinas em prática a fim de se evitar problemas de controle, com consequências no inventário, que redundam em prejuízos para a empresa. Controle de estoque é o procedimento adotado para registrar, fiscalizar e gerir a entrada e saída de mercadorias e produtos seja numa indústria ou no comércio.

3. DEMONSTRAÇÃO DE PESQUISA E ANÁLISE DE RESULTADOS

Através de dados fictícios (A empresa não disponibilizou seus dados), foi feita a abordagem do método de custeio variável para analisar a margem de contribuição de dois produtos próximos ao vencimento comercializados pela PoupaFarma, com o objetivo de demonstrar como o desconto pode ser concedido sem comprometer a lucratividade da empresa.

Tabela 1: Custeio Variável

Custeio Variável

DRE sintética	PRODUTO 1: PROTETOR SOLAR SUNDOWN	UNID. PROX. AO VENCIMENTO 120	PRODUTO 2: SHAMPOO JOHNSONS BABY	UNID. PROX. AO VENCIMENTO 60	TOTAL GERAL
	Total	Valor unitário	Total	Valor unitário	
Receita	2.040,00	17	720,00	12	2.760,00
(-) Custos					
(-) Outros custos					
ENERGIA ELÉTRICA ARMAZEM GERAL	R\$ 30,00	R\$ 0,25	R\$ 12,00	R\$ 0,20	42,00
OUTROS GASTOS VARIÁVEIS	R\$ 122,00	R\$ 1,02	R\$ 48,00	R\$ 0,80	170,00
(-) Soma dos Custos	R\$ 152,00	R\$ 1,27	R\$ 60,00	R\$ 1,00	212,00
Margem de Contribuição	1.888,00	15,73	660,00	11,00	2.548,00
(-) ALUGUEL ARMAZEM GERAL					15.000,00
Lucro Líquido					-12.452,00

Fonte: [próprios autores]

Analisando a margem de contribuição dos produtos 1 e 2, na Tabela 1, é possível concluir que podem ser aplicáveis descontos de até 92% no produto 1 e 91% no produto 2, ambos os produtos atingirão seus pontos de equilíbrio nos percentuais indicados de forma que não prejudique a saúde do negócio, apesar do lucro se apresentar negativo, o preço do aluguel compõe todos os demais produtos armazenados.

3.1 Pesquisa de campo

Na pesquisa de campo, foi realizada uma entrevista com a gestora Lizandra da Empresa Poupa Farma, com relação a eventuais alterações em face do período de pandemia da COVID-19.

Segundo a gestora, “durante o período de Pandemia que estamos passando, houve uma queda significativa nas vendas de medicações de uso mais comum e alguns cosméticos, como por exemplo analgésicos e protetores solares. A queda das vendas desses produtos está associada ao fato das pessoas não estarem tendo contato direto umas com as outras e não estarem saindo de casa, devido ao isolamento social, desta forma estão adoecendo menos e como não estão expostas diretamente ao sol, não estão utilizando filtros solares.

A saída foi encontrar outro produto que atendesse a necessidade atual, que no nosso caso em específico foram os suplementos e as vitaminas. A estratégia foi utilizada com a proposta de alcançar públicos que não faziam parte da nossa cartela de clientes.

Além disto, foi colocado em prática o *e-commerce*, ferramenta que era pouco utilizada pela empresa, mas no cenário atual foi a medida mais favorável de se aplicar”.

Considerações Finais

O estudo apresenta inicialmente uma revisão bibliográfica onde abordamos os sistemas e métodos de custeio, a análise do custo, volume e resultado, além da contabilidade e da gestão de custos, que foi a base conceitual utilizada para a realização do estudo aplicado.

A contabilidade de custos realiza coleta, classificação e registro dos dados operacionais das diversas atividades que são realizadas por uma entidade, tanto internos quanto externos. Esse ramo além de produzir informações para auxiliar as funções de desempenho, atua como uma ferramenta de planejamento e controle das operações na tomada de decisão.

Com este trabalho, podemos concluir que no cenário atual em relação a pandemia da Covid-19, a empresa Poupa Farma assim como as demais do mercado, tiveram que reformular suas estratégias para se adaptar ao novo normal.

Diante disto foram expostos os conceitos e métodos para gerenciamento do seu estoque, assim como uma análise com dados fictícios demonstrando o método de custeio variável para a obtenção da margem de contribuição e assim definir os percentuais que podem ser aplicados em cada produto sem que ultrapassem o ponto de equilíbrio.

Referências

ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CHIAVENATO, I. **Iniciação à administração dos materiais**. São Paulo: Makron, 1991.

DIAS, M. A. P. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GARRISON, R. H., NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 9. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2001.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES NETO, Oscar. **Análise de custo**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

LAUGENI, F. P. **Administração da Produção**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

MARQUES, M. B. **Análise de Custos, Contabilidade e Análise de Custos Planejado e Determinando Preços no Mercado**. (Apostila) 2010.

MEGLIORINI, E. **Custos: análise e gestão**. 2.ed. São Paulo: Pearson, 2006.

SCHIER, C. U. C. **Custos industriais**. 20. ed. Curitiba: IBPEX, 2012.

_____. **Gestão de Custos**. São Paulo: Intersaberes, 2018.

SCHULTZ, F. **Saiba tudo sobre margem de contribuição** – O que é e como calcular. Disponível em <<https://blog.bomcontrole.com.br/margem-de-contribuicao/>>. Acesso em 18/10/2020.

PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M. de; COSTA, R. G. **Gestão estratégica de custos**. São Paulo: Atlas, 2005.

VIANA, J. J. **Administração de Materiais: um enfoque prático**. São Paulo: Atlas, 2000. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/coluna/abc-do-cdc/311295/a-questao-do-prazo-de-validade-dos-produtos-em-geral-e-dos-medicamentos>>. Acesso em: 08/09/2020.