

CASO RUNNER SHOES¹

Análise do ponto crítico com diversos produtos

Runner Shoes é uma empresa que produz e vende sapatos de desporto:

A empresa fez um estudo para compreender melhor a sua estrutura de custos:

1. Os custos variáveis e fixos foram estimados para cada linha de produto;
2. Os custos fixos diretos foram afetados a cada linha de produto;
3. Foram identificados os custos comuns, como a publicidade corporativa, eletricidade e gastos gerais administrativos, não se tendo efetuado qualquer imputação.

De seguida a empresa preparou a seguinte demonstração de resultados pelas suas linhas de produtos:

em EUR

	SPORTS LINE	TOP LINE	TOTAL
Vendas	3 000 000	1 800 000	4 800 000
Custos variáveis	750 000	900 000	1 650 000
Margem de contribuição variável	2 250 000	900 000	3 150 000
Custos fixos diretos	1 500 000	500 000	2 000 000
Margem direta	750 000	400 000	1 150 000
Custos fixos comuns:			
Publicidade			15 000
Eletricidade			30 000
Outros custos administrativos			550 000
Custos comuns			595 000
Resultado operacional			555 000

Questões:

- a. Calcule o ponto crítico para a empresa.
- b. Existe um ponto crítico por produto?
- c. Calcule o volume de vendas necessário para obter um resultado operacional de 800.000€.
- d. Quais os pressupostos nos dois cálculos anteriores?
- e. Qual seria o efeito nos resultados operacionais de um aumento das vendas de 100.000 € através do sports line por comparação com o mesmo acréscimo no top line?
- f. Com base nesta Informação qual o seu conselho sobre qual o produto que a empresa deveria apostar no crescimento e porquê.

¹ Preparado por João Carvalho das Neves, Professor catedrático, ISEG Universidade de Lisboa, 2016