ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa
Lisbon University Institute

Contabilidade Financeira I

2014/2015

LG, LFC, LE, LGIL, LGM, LGRH

Capítulo 5

Resolução dos casos

Resolução dos casos (*)

Caso 5.01 Modelo Continente

Caso 5.02 Grupo Leya

(*) Os casos foram preparados com base na consulta das fontes mencionadas em cada um deles. Foram construídos exclusivamente para fins pedagógicos, numa perspetiva académica. Algumas das informações qualitativas e quantitativas e as questões apresentadas são meramente hipotéticas. As denominações, marcas e logótipos são propriedade da(s) entidade(s) mencionada(s), às quais agradecemos a compreensão, colaboração e cortesia.

CASO 5.01 Modelo Continente[1]

Resolução

Modelo Continente: a marca em que os portugueses confiam

1. **Rédito das vendas**

   a. **Concorda com estes princípios aplicados pelo Modelo Continente? Porquê?**

   O Modelo Continente, apesar de permitir a devolução dos produtos no prazo de duas semanas, reconhece o rédito no momento em que o mesmo é entregue ao cliente.

   O procedimento está correto. Apesar do Modelo Continente permitir que os clientes devolvam os produtos adquiridos, a probabilidade de tal acontecer é muito reduzida. Assim, no momento da venda a entidade transferiu para o comprador os riscos e vantagens significativos da propriedades dos bens.

   O rédito da venda reconhecido pelo Modelo Continente é diferente consoante o cliente use ou não cartão de pontos Continente.

   O procedimento está correto. Quando o Modelo Continente vende mercadorias a um cliente que usa cartão de pontos, deve reconhecer a venda pelo valor líquido. O valor recebido e correspondente aos pontos acumulados será diferido e reconhecido como rédito quando o cliente usar esses pontos numa nova compra.

   O rédito da venda reconhecido pelo Modelo Continente é o mesmo, independentemente dos clientes comprarem a pronto ou a crédito.

   O procedimento está correto. Quando o Modelo Continente vende mercadorias a crédito, deve reconhecer um rédito pelo valor correspondente a uma compra a pronto pagamento. A diferença entre o valor do rédito e o valor recebido posteriormente será reconhecida como rendimento financeiro, durante o período do crédito.

[1] Caso elaborado por Isabel Lourenço e José Pinhão Rodrigues.

b. Registe no diário o efeito de cada uma das transações, indicando a data em que é efetuado esse registo.

Nº	Data	Descrição	Débito	Crédito	Valor
1	Venda	Venda a pronto	Caixa	Vendas	80.000
			CMVMC	Mercadorias	60.000
2	Receb.	Venda a pronto c/ entrega	Caixa	Clientes	65.000
	Entrega		Clientes	Vendas	65.000
			CMVMC	Mercadorias	50.000
3	Venda	Venda a crédito	Clientes	Vendas	18.000
			CMVMC	Mercadorias	14.000
3	Receb.	Recebimento	Caixa	-	20.000
			-	Clientes	18.000
			-	Rend. Fin.	2.000
4	Devolução	Devolução de vendas	Vendas	Caixa	5.000
			Mercadorias	CMVMC	4.000
5	Venda	Venda com cartão	Caixa	-	16.000
			-	Vendas	15.000
			-	Diferimentos	1.000
			CMVMC	Mercadorias	12.000

c. Comente a seguinte afirmação: "Um aumento das vendas traduz-se obrigatoriamente num aumento do resultado líquido".

A afirmação está incorreta.

Regra geral, um aumento das vendas traduz-se num aumento do resultado líquido.

Contudo, um aumento das vendas pode, excecionalmente, traduzir-se numa diminuição do resultado líquido. Tal acontece quando o aumento das vendas é acompanhado por um aumento mais do que proporcional nos gastos a reconhecer na demonstração dos resultados.

2. **Dívidas de clientes**

a. Registe no diário o efeito de cada uma das informações sobre dívidas a receber de clientes.

Nº	Descrição	Débito	Crédito	Valor
1	Perda c/ cliente	Perdas por imparidade	Clientes	10.000
2	Perda c/ cliente	Perdas por imparidade	Clientes	3.000
3	Reversão de perda	Clientes	Reversões de perdas por imparidade	4.000

b. Comente a seguinte afirmação: "O reconhecimento de uma perda por imparidade de clientes afeta apenas o ativo e não os resultados da entidade, dado a perda ainda não poder ser considerada como definitiva".

A afirmação está incorreta. O reconhecimento de uma perda por imparidade de clientes afeta sempre o ativo (conta de clientes) e também os resultados (perdas por imparidade), independentemente da empresa poder vir, ou não, a recuperar a quantia da perda no futuro.

3. **Caixa**

Discuta eventuais justificações para a diferença entre o saldo das contas Caixa e Depósitos à ordem e o valor que resultou da contagem efetiva do dinheiro.

A diferença entre o saldo das contas Caixa e Depósitos à ordem e o valor que resultou da contagem efetiva do dinheiro (160 milhares de euros) pode estar relacionada com uma contagem deficiente do dinheiro, com eventuais erros nos trocos, com roubo praticado por algum dos colaboradores de caixa e/ou com a existência de um pagamento que ainda não foi registado pelos serviços de contabilidade.

CASO 5.02 Grupo Leya[2]

Resolução

Leya: a sério ou a brincar

1. Rédito das vendas e resultado líquido

a. Registe no diário o efeito de cada uma das transações apresentadas.

Nº	Descrição	Débito	Crédito	Valor
1	Venda a pronto	Caixa	Vendas	45.000
		CMVMC	Mercadorias	30.000
2	Venda a pronto c/ entrega	Caixa	Vendas	39.600
		CMVMC	Mercadorias	32.000
3	Venda a crédito	Clientes	Vendas	60.000
		CMVMC	Mercadorias	47.500
4	Devolução de vendas	Vendas	Caixa	3.000
		Mercadorias	CMVMC	2.000
		Perda em inventários	Mercadorias	2.000
5	Despesas de transporte	FSE	Caixa	500
6	Pagamento a fornecedores	Fornecedores	Caixa	9.000
7	Aluguer de armazém	FSE	Caixa	7.500
8	Depreciações	Gastos de depreciação	Ativos fixos tangíveis	6.000
9	Remunerações	Gastos c/ pessoal	Caixa	7.000
10	Honorários	FSE	Caixa	10.000

[2] Caso elaborado por Francisco Cambim e Isabel Lourenço.

b. Determine o resultado líquido obtido com as transações apresentadas.

Vendas	141.600
CMVMC	(107.500)
Fornecimentos e serviços externos	(18.000)
Gastos com o pessoal	(7.000)
Depreciações	(6.000)
Perdas em inventários	(2.000)
Resultado operacional	**1.100**

2. Dívidas de clientes

Indique as afirmações que são falsas.

Uma venda a crédito nunca afeta o valor das dívidas de clientes.

Afirmação falsa. As vendas a crédito não afetam, de imediato, o valor em caixa mas afetam sempre o valor das dívidas a receber de clientes.

A falência de um cliente afeta sempre o valor das dívidas de clientes.

Afirmação falsa. A falência de um cliente, regra geral, afeta o valor das dívidas de clientes. Contudo, se a empresa reconheceu previamente uma perda de imparidade da dívida, a falência propriamente dita já não irá afetar o saldo líquido da conta de clientes.

O recebimento de uma dívida de um cliente afeta sempre o valor das dívidas de clientes.

Afirmação falsa. O recebimento de uma dívida de um cliente, regra geral, afeta o valor das dívidas de clientes. Contudo, se a empresa reconheceu previamente uma perda de imparidade da dívida, o recebimento não irá afetar o saldo líquido da conta de clientes. Será reconhecida uma reversão da perda por imparidade de clientes por contrapartida do recebimento do dinheiro.