

# Contabilidade Financeira I

2011/2012

GES, FC, GEI, GRH, GMKT, ECO

## Capítulo 6

Exercícios para trabalho autónomo  
(Enunciados e resoluções)

---



## Exercícios para trabalho autónomo<sup>1</sup> (\*):



### Exercício 6.01 Chocolates Imperial

<sup>1</sup>Estes exercícios estão resolvidos, compreendendo o enunciado e a resolução.

(\*) Estes exercícios foram preparados com base na consulta das fontes mencionadas em cada um deles. Foram construídos exclusivamente para fins pedagógicos, numa perspectiva 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.



## Exercício 6.01      Chocolates Imperial<sup>1</sup>



---

### Conceitos abordados

- ❖ Custo dos inventários: Custo histórico.
- ❖ Compras de inventários.
- ❖ Margem bruta das vendas.
- ❖ Variação dos inventários.

---

### Objectivos de aprendizagem

Após o estudo/resolução deste caso os alunos devem:

- ❖ Compreender a contabilização das compras de inventários, dos descontos e das devoluções de compras.

---

### Diapositivos das aulas teóricas

- ❖ Todos os diapositivos relativos ao capítulo 6.

---

### Recursos de apoio ao caso

- ❖ Vídeo disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=nrW0hDf4Mxc>
- ❖ Website: [http://imperial.rar.pt/pt/a\\_empresa\\_imperial](http://imperial.rar.pt/pt/a_empresa_imperial)
- ❖ Diapositivos das aulas teóricas.
- ❖ Livro recomendado da UC.

---

### Trabalho autónomo prévio

- ❖ Visualização dos vídeos e pesquisa no website acima referidos.
- ❖ Leitura do enunciado do caso.
- ❖ Estudo dos diapositivos das aulas teóricas e capítulo 7 do livro recomendado correspondentes aos conceitos abordados no caso.

---

<sup>1</sup> Fonte: [http://imperial.rar.pt/pt/a\\_empresa\\_imperial](http://imperial.rar.pt/pt/a_empresa_imperial). Este exercício foi construído exclusivamente para fins pedagógicos, numa perspectiva académica. Algumas das informações e as questões apresentadas são meramente hipotéticas. As denominações, marcas e logótipos são propriedade da(s) entidade(s) mencionada(s) no exercício, às quais agradecemos a compreensão, colaboração e cortesia.



## Exercício 6.01

## Chocolates Imperial



### Enunciado<sup>2</sup>

#### A EMPRESA

A Imperial – Produtos Alimentares, S.A. foi fundada em Vila do Conde, em 1932, iniciando a sua actividade na produção e comercialização de chocolates e produtos afins.

Em 1973, a RAR, após ter adquirido um ano antes uma participação minoritária, passou a deter a maioria do capital da empresa.



Desde sempre a Imperial desenvolveu marcas largamente reconhecidas como referências no mercado – as Bom-Bokas, lançadas em 1978, as Pintarolas em 1980 e os chocolates Pantagruel e Jubileu lançados em 1982.

Em 2000, a Imperial adquiriu a Regina, uma das marcas de chocolate referência em Portugal. Esta marca, está hoje em dia fortemente posicionada nas diversas categorias de produto onde está presente, possuindo igualmente uma elevada notoriedade junto dos consumidores portugueses.

A Imperial posiciona-se actualmente como o maior fabricante de chocolates em Portugal, detendo as principais marcas do sector como a Jubileu, Regina, Pintarolas, Pantagruel, Fantasias e Allegro.

O bom desempenho das marcas da Imperial no mercado de chocolates nacional é bem visível através dos resultados alcançados, destacando-se a liderança da marca Regina no segmento dos Frutos Secos Cobertos com Chocolate, detendo a Jubileu a terceira posição. A marca Regina detém ainda a segunda posição no segmento de figuras de chocolate no canal impulso, fruto da excelente *performance* das Sombrinhas de chocolate. No segmento de culinária, a marca Pantagruel lidera o

<sup>2</sup> Fonte: [http://imperial.rar.pt/pt/a\\_empresa\\_imperial](http://imperial.rar.pt/pt/a_empresa_imperial). As denominações, marcas e logótipos são propriedade da(s) entidade(s) mencionada(s) no exercício, às quais agradecemos a compreensão, colaboração e cortesia. Este exercício foi construído numa perspectiva académica. Algumas das informações e questões apresentadas são meramente hipotéticas.

mercado e a marca Pintarolas tem registado um crescimento assinalável, sendo líder no canal de impulso, na categoria de drageias de chocolate, no formato de tubo.

A empresa tem vindo igualmente a desenvolver a sua presença a nível internacional, através da introdução e comercialização das suas marcas em diferentes mercados, estando hoje em dia presente em mais de 25 países, distribuídos pelos continentes Europa, África, América e Ásia.

Em 2010, a Imperial obteve vendas de 20,4 milhões de euros, um resultado líquido de 789 mil euros e contava com um total de 155 colaboradores.

### Questão 1

Suponha que as rubricas e montantes a seguir indicados são relativos à Imperial e referentes ao exercício de 2010:

Rubricas	Valor
Vendas líquidas de mercadorias	958.500
Compras de mercadorias	501.250
Compras de matérias-primas	250.000
Inventário inicial de mercadorias	675.000
Inventário inicial de matérias-primas	381.250
Varição de Inventários de mercadorias	-201.750
Varição de Inventários de matérias-primas	102.000

#### Pedidos:

1. Indique o valor do Inventário final de matérias-primas.
2. Apure o valor do custo das mercadorias vendidas.
3. Calcule a margem bruta das vendas de mercadorias.

### Questão 2

Comente as seguintes frases. Justifique a sua resposta.

1. «Podemos valorizar sempre os inventários ao valor realizável líquido (VRL).»
2. «O gestor da minha empresa considera que a escolha do método de custeio das saídas de inventários não tem efeitos práticos a nível da apresentação de resultados aos accionistas.»
3. «Os custos de armazenamento podem ser sempre incluídos no valor dos inventários.»



## EXERCÍCIO 6.01      Chocolates Imperial

---

### Resolução<sup>3</sup>

#### Questão 1

1. Indique o valor do Inventário Final de matérias-primas

**Varição ( $\Delta$ ) do inventário de matérias-primas = Inventário final – Inventário inicial**

Inventário final = ?

$$102.000 = \text{Inventário final} - 381.250$$

$$\text{Inventário final de matérias-primas} = 483.250$$

#### Comentários:

- ❖ Maior valor de inventário final de matérias-primas significa por exemplo:
  - Maior esforço de investimento financeiro em matérias-primas;
  - Custos com o armazenamento potencialmente mais elevados;
  - Maior probabilidade de deterioração e/ou quebras e/ou perdas de valor nos inventários.

2. Apure o valor do custo das mercadorias vendidas

**Custo das mercadorias vendidas = Inventário inicial + Compras líquidas – Inventário final**

**CMV = li + CL – If**

$$\text{CMV} = ? \qquad \text{li} = 675.000; \qquad \text{CL} = 501.250; \qquad \text{If} = ?$$

Inventário Final = ?

Varição ( $\Delta$ ) de inventário de mercadorias = Inventário final – Inventário inicial

$$-201.750 = \text{Inventário final} - 675.000$$

$$\text{Inventário final (If)} = 473.250$$

Então:

$$\text{CMV} = 675.000 + 501.250 - 473.250$$

$$\text{CMV} = 703.000$$

---

<sup>3</sup> As informações apresentadas foram preparadas exclusivamente para fins pedagógicos e académicos. As denominações, marcas e logótipos são propriedade das entidades mencionadas no caso, às quais agradecemos a compreensão, colaboração e cortesia.

3. Calcule o valor da margem bruta de vendas das mercadorias em %

**Margem bruta das vendas = Vendas líquidas – Custo das mercadorias vendidas**

**MBV = VL – CMV**

MBV (em valor) = 958.500 – 703.000 = 255.500

MBV (em %):

MBV em relação às Vendas líquidas =  $(255.500 / 958.500) \times 100 = 26,7\%$

MBV em relação ao Custo das vendas =  $(255.500 / 703.000) \times 100 = 36,3\%$

## Questão 2

1. «Podemos valorizar sempre os inventários ao valor realizável líquido (VRL).»

FALSO.

Valor realizável líquido (VRL) = Preço de venda estimado deduzido dos custos estimados de acabamento e dos custos estimados associados ao processo de venda.

O critério de mensuração é o menor entre o VRL e o custo de aquisição (ou custo de produção). Assim:

- Se  $VRL < \text{Custo}$ , temos que mensurar/ valorizar obrigatoriamente ao VRL.
- Se  $VRL > \text{Custo}$ , não podemos mensurar/valorizar ao valor realizável líquido, mas sim ao custo de aquisição ou produção.

2. «O gestor da minha empresa considera que a escolha do método de custeio das saídas de inventários não tem efeitos práticos a nível da apresentação de resultados aos accionistas.»

FALSO.

Os gestores que pretendam apresentar um melhor resultado aos seus accionistas escolhem um método de custeio das saídas que resulte num menor valor de CMVMC.

É de relevar que num cenário de aumento de preços (inflação), com o conseqüente aumento do custo das mercadorias e matérias-primas, a situação que conduziria à apresentação de um menor valor de CMVMC é representada pela utilização do método de custeio FIFO (*first-in-first-out*).

A simples escolha de um método mais favorável de custeio das saídas de inventários não garante a apresentação de melhores resultados aos accionistas. O gestor terá igualmente que ter em consideração o impacto que outras rubricas de gastos poderão ter nos resultados do período.

3. «Os custos de armazenamento podem ser sempre incluídos no valor dos inventários.»

FALSO.

Em condições normais, os custos de armazenamento não podem ser incluídos no valor dos inventários porque o critério de mensuração não o permite.

No caso de mercadorias e matérias-primas, o custo de aquisição compreende todos os gastos incorridos pela desde a compra ao fornecedor até à entrada no armazém da empresa.

No caso de produtos acabados e produtos e trabalhos em curso, o custo de produção compreende várias componentes de custos, v.g., custo das matérias-primas, custo da mão-de-obra directa e gastos gerais de fabrico; este tema será abordado na unidade curricular de Contabilidade de Gestão.