



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**O IMPACTO DAS DEVOLUÇÕES EM UMA EMPRESA DE COMÉRCIO
HORTIFRUTIGRANJEIRO**

Tadeu de Tarcio Vieira

**Campina Grande – PB
2017**

TADEU DE TARCIO VIEIRA

**O IMPACTO DAS DEVOLUÇÕES EM UMA EMPRESA DE COMERCIO
HORTIFRUTIGRANJEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC apresentado ao Departamento do Curso de Ciências Contábeis, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

**Campina Grande – PB
2017**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

V657i Vieira, Tadeu de Tarcio.

O impacto das devoluções em uma empresa de comércio hortifrutigranjeiro [manuscrito] / Tadeu de Tarcio Vieira. - 2017. 20 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

"Orientação: Prof. Me. João Dantas, Departamento de Ciências Contábeis".

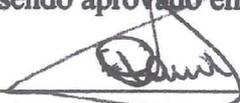
1. Mercado hortifrutigranjeiro. 2. Devolução de mercadorias. 3. Prejuízo. I. Título.

21. ed. CDD 338.19

TADEU DE TARCIO VIEIRA

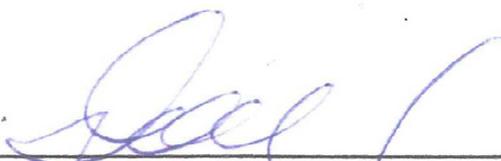
**O IMPACTO DAS DEVOLUÇÕES EM UMA EMPRESA DE COMERCIO
HORTIFRUTIGRANJEIRO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sendo aprovado em sua forma final.



Professor Claudio de Oliveira Leôncio Pinheiro
Coordenador do Trabalho de Conclusão de Curso

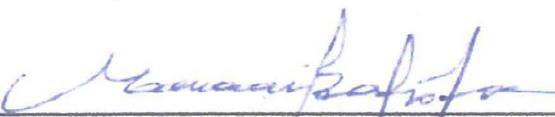
Professores que compuseram a banca:



Prof. Msc. João Dantas (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Msc. Manuel Soares da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Ednadi Batista da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Campina Grande – PB, 12 de Maio de 2017

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelo privilégio da vida e por estar concluindo este e tão sonhado curso. Ao meu pai Tarciso de Tarcio Vieira, a minha mãe Aline Maria Vieira por me educarem e me apoiarem, apesar de todas as dificuldades enfrentadas, para que eu pudesse chegar a realização desta conquista, a conclusão do curso de ciências contábeis. Agradeço também a minha noiva Sabrina Gonçalves Pereira por estar sempre ao meu lado me incentivando e apoiando para alcançar meu sonho. Assim como a meus irmãos Tiago de Tarcio Viera e Tarciana Maria Vieira pelo apoio em todo o decorrer do curso.

Aos professores do Curso de Graduação da UEPB, em especial ao professor Me. João Dantas pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação e pela dedicação. Aos professores Me. Manuel Soares da Silva e Dr. Ednadi Batista da Silva que dispuseram-se a participada da banca examinadora e a todos os professores, que contribuíram ao longo desses anos, por meio das disciplinas e debates, que levaram-me ao desenvolvimento desta pesquisa.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio, em especial Douglas Santos Andrade, José Orlando Vasconcelos Sobrinho e Luiz de Macêdo Neto, por tudo que passarmos juntos por toda as dificuldades do curso chegando todos a conclusão do mesmo.

SUMÁRIO

RESUMO.....	05
1 INTRODUÇÃO.....	05
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	07
2.1 Gastos, custos, investimentos, despesas e perdas.....	07
2.2 Custos diretos e indiretos.....	08
2.3 Custo e despesas agrícolas.....	09
2.4 Produção agrícola.....	09
3 METODOLOGIA.....	10
3.1 A modalidade da pesquisa.....	10
3.2 A pesquisa quanto ao objetivo.....	10
3.3 A pesquisa quanto a coleta de dados e a natureza dos dados.....	11
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	12
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
ABSTRACT.....	19
REFERÊNCIAS.....	19

VIEIRA, Tadeu de Tarcio. **O impacto das devoluções em uma empresa de comércio hortifrutigranjeiro**. 2017. 20 folhas. Trabalho de conclusão de curso – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande – PB, 2017.

Resumo

Devido à competitividade do mercado hortifrutigranjeiro associado ao crescente nível de consciência e exigência dos consumidores, especialmente nas aquisições dos produtos desse setor alimentício é que surgiu a necessidade de estudar e analisar o quanto custa às devoluções pós-vendas em face da não aceitação pelo consumidor de produtos cuja aparência não foi motivadora na hora da compra. Diante deste quadro surgiu o questionamento sobre os impactos causados pelas devoluções de produtos em uma empresa de comércio hortifrutigranjeiro. Neste norte, o objetivo deste trabalho foi o de analisar os impactos causados com as devoluções de produtos não aceita pelos consumidores e, por conseguinte, devolvidos pelos varejistas. Para esta pesquisa foi utilizado dados de uma empresa atacadista do setor hortifrutigranjeiro para analisar o impacto nos custos causado pela devolução de mercadorias nos cinco primeiros meses de 2016. A característica dessa pesquisa pode ser classificada como documental e descritiva por analisar documentos até então não analisado na empresa em tela. Ainda, em conformidade com os procedimentos de coletas e análise de dados, caracterizamos este trabalho como um estudo de caso para tanto, foi patente o quanto as empresas clientes desta em estudo compraram, venderam e, principalmente, o quanto foi devolvido de mercadorias para que se configurassem os comparativos necessários entre o que foi vendido e o que foi devolvido em termos quantitativos, e, assim, mensurar o impacto das devolução de mercadoria no lucro da empresa.

Palavras-chave: Mercado hortifrutigranjeiro, Devolução de mercadoria, Prejuízo.

1 INTRODUÇÃO

O cenário do mundo empresarial é caracterizado por competitividade onde, empresas novas são criadas e outras tantas, por não estarem adequadamente planejadas e preparadas para este enfrentamento, são fechadas.

O advento “da globalização define um mercado que se apresenta cada vez mais competitivo e as empresas precisam buscar um diferencial competitivo para garantir seu espaço” (Câmara, et al.). Essa globalização de que falou o autora pode ser entendida para os mercados “setores” localizados cuja produção era, até pouco tempo, restrito a produção doméstica ou regional, pois bem, as tecnologias de armazenagem de refrigeração associado aos transportes de longa distância de produtos altamente perecível obrigou as empresas regionais “locais” a se atualizarem para enfrentar as exigências crescentes dos consumidores em face das possibilidades de ofertas de produtos perecíveis, mas, sempre com aparência de

novo. Essa força mercadológica obrigou as “empresas locais” a não apenas se atualizarem, mas, especificamente, a conhecer seus números (contabilidade analítica) com o propósito de se manter no mercado.

Deste modo as empresas devem monitorar internamente suas atividades para que assim consigam alcançar seus objetivos. Para esse propósito existe a contabilidade de custos e a contabilidade gerencial que de acordo com Ribeiro (2013), a primeira cuida do registro e controle dos eventos ocorridos na parte produtiva da empresa, que constitui de importante instrumento para a atribuição dos custos dos produtos e a formação do preço de venda. E a segunda tem como objetivo principal auxiliar a área administrativa no planejamento, controle e tomada de decisões.

Assim, os controles dos custos e despesas são essenciais para a manutenção das atividades empresariais, já que interferem no preço de venda e este, por sua vez interfere na quantidade vendida e assim sucessivamente. Principalmente as empresas do setor alimentício, onde, conforme Fernandes (2016), o consumidor tem uma atenção no controle de qualidade dos alimentos e os procedimentos de higiene e manipulação deste já que esses procedimentos são fundamentais para que os produtos fiquem livres de qualquer contaminação e assim que não cause perigo à saúde de quem consumir. Logo se o produto ao chegar ao cliente não estiver com boa qualidade e aparência será prontamente devolvido.

Seguindo esta lógica surgiu a questão problema.

Quais os impactos causados pelas devoluções de produtos agrícolas em uma empresa de comércio hortifrutigranjeiro?

Assim o presente trabalho tem como objetivo analisar os impactos causados com as devoluções dos produtos agrícolas. Por questões de sigilo mercadológico, não foi citado o nome da empresa neste estudo. Onde foi analisado os cinco primeiros meses do ano de 2016 para tomar como base períodos anteriores, como também posteriores.

Este artigo encontra-se estruturado em 5 seções, contando com esta introdução. Em seguida apresenta-se a fundamentação teórica de custeio, produção agrícola e o que é produto. Posteriormente destaca-se a metodologia utilizada. Logo após faz-se uma análise do estudo de caso. Por fim para se chegar aos comentários finais do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para apresentar o que é devolução e os impactos incorridos nesta operação. Primeiramente tem-se que compreende o que são gastos, custo, despesas, investimentos e perdas, e a relação que estes tem com o assunto exposto.

2.1 Gastos, custos, investimentos, despesas e perdas

Gasto, segundo Martins (2010), É aquisição de um produto e ou serviço que acarreta em um sacrifício financeiro a entidade. Tal sacrifício pode ser denominado de desembolso, pagamento pela da aquisição do mesmo. Onde gasto apenas é reconhecido quando a o registro contábil da dívida ou redução do ativo dado como pagamento geralmente dinheiro. Assim pode-se considerar que investimentos, custo e despesas, são tipos de gasto, todavia diferentes entre eles. Cada um tem uma finalidade dentro da empresa.

Ribeiro (2013), relata que custos são gastos relativos à aquisição de bem e serviços utilizados na produção de outros bens e serviços. E Martins (2010) complementa que esses só são considerados como custos quando são encaminhados para a produção ou execução do serviço, enquanto estão estocados são considerados como investimento.

Martins (2010) mostra que, investimentos são gastos na aquisição de bens que serão ativados e posteriormente baixados conforme vão sendo amortizados, depreciados ou exauridos. São contabilizados como custos conforme são utilizados ou consumidos.

Investimentos são todos os gastos com a aquisição de recursos que serão contabilizados no patrimônio da entidade com a intenção que este venha trazer resultados econômicos futuros e conseqüentemente baixados conforme sua utilização pela empresa.

“Despesas compreende os gastos decorrentes do consumo de bens e da utilização de serviços das áreas administrativas, comercial e financeira, que direta ou indiretamente visão obtenção de receita.” (RIBEIRO, 2013 p. 26). Aqueles gastos que não estão diretamente ligado a fabricação de um produto ou efetivação de um serviço.

Despesas são sacrifícios financeiros feitos com o intuito de gerar receitas para a empresa. Desta forma considerados como despesas os gastos com o pessoal do setor de vendas, como comissão aos vendedores e também os gastos com a parte administrativa da

empresa. São desembolsos ocorridos na instituição que não fazem parte, diretamente, do processo produtivo.

Já perdas, de acordo com Martins (2010, p. 26), são bens ou serviços consumidos de forma anormal ou involuntária. Assim pode-se reconhecer perda como um gasto ocorrido na empresa de forma involuntária e não planejada. É algo que acontece eventualmente em uma empresa.

Martins (2010) expõe, que os custos são classificados primeiramente como investimentos, depois transformados em custos e por último transformado em despesas. Como os gastos decorrentes da produção de um produto ou na execução de um serviço, enquanto não são utilizados classificados como investimentos, conforme são empregados na atividade empresarial são registrados como custos e como o resultado final do processo são transformados em despesas, com a denominação de custos do produto vendido (CPV), e conseqüentemente levados para a demonstração do resultado do exercício (DRE).

Adota-se como exemplo a matéria prima, quando adquirida é classificada primeiramente como investimentos (estoque), posteriormente conforme vai sendo utilizada na produção, na constituição do produto, este gasto para custos e quando o produto é vendido é transferido esse gasto é transformado em despesas (CPV).

2.2 Custos diretos e indiretos

Os custos são divididos em duas formas, os custos diretos e os custos indiretos de produção. Custos diretos são “todos os recursos utilizados exclusivamente para conceber, projetar, desenhar e produzir um único produto são custos diretos dele” (MARTINS e ROCHA, 2010, p.33). Assim podem-se reconhecer como custos diretos todos aqueles produtos que estão diretamente ligados a produtos como matéria prima, material direto, mão de obra direta e todo aquele recurso utilizados que pode ser facilmente reconhecido ao visualizar o produto.

“Custos indiretos são aqueles alocados a cada entidade objeto de custeio por meio de estimativas ou aproximações” (MARTINS e ROCHA, 2010, p.39). Custos indiretos são aqueles que não se pode definir, com precisão, o quanto foi gasto de recursos em para produzir cada unidade de um determinado produto ou executar um serviço, apenas faz-se uma

estimativa. Podem-se considerar custos indiretos aqueles custos com mão de obra indireta, os sacrifícios financeiros com energia elétrica na produção assim como, todos os gastos que não podem ser quantificados e diretamente ligadas ao produto.

2.3 Custo e despesas agrícolas

Pelo motivo de a empresa geradora da pesquisa pertence a ao setor agrícola, e por consequência, os produtos em questão serem reconhecidos por produtos agrícolas. Assim, os custos do produto agrícola são “todos os gastos identificáveis direta ou indiretamente com a cultura” (MARION, 2007, P.15). Cita-se como exemplo todos os gastos com sementes, adubos, irrigação, defensivos agrícolas, energia elétrica, mão de obra direta e indireta, depreciação de máquinas e equipamentos agrícolas utilizados na produção, entre outros tipos de gastos desembolsados.

Por outro lado, de conforme Marion (2007, p.15) cita, despesas são todos gastos não inidentificáveis diretamente com a produção como se podem exemplificar os gastos com comissão sobre o salário dos vendedores, salario da parte administrativa, entre outros gastos que não são acumulados no estoque compondo o custo do produto.

Esses gastos com a produção agrícola, seja com os custos ou com as despesas, são integradas ao preço de venda do produto acrescido da margem de lucro que a empresa busca alcançar. Se por hipótese esses produtos não sejam vendidos esses gastos serão estocados juntamente a cultura, se estas não forem vendidas a produção vai tornasse obsoleta e, deste modo, tornar-se-á uma perda para a empresa abatendo assim o lucro da mesma. Seguem o mesmo entendimento as devoluções dos produtos. No qual detêm dentro de seu preço de venda os custos e também as despesas ocorridas, e quando devolvidas provocarão um impacto maior no lucro da instituição.

2.4 Produção agrícola

Produção agrícola ou atividade agrícola, de acordo com Marion (2007, p 2), é explorar a capacidade produtiva do solo por meio do cultivo deste, criação de animais e transformações de produtos agrícolas. Logo se pode considerar que produto agrícola é o resultado desta produção.

Segundo Martins e Rocha (2010 p.4), produto está relacionado tanto a uma definição de *marketing* que diz que produto está conexo às necessidades dos seres vivos, que estes por sua vez precisam do produto para satisfazer estas necessidades. Ou produto é resultado final de um processo produtivo conhecido como *output*. Nesse processo há a transformação de insumos chamados de *input* que no final gerara o *output* (produtos).

Portanto conclui-se que produtos são resultados de um processo produtivo visando no final deste satisfazer alguma necessidade de um ser vivo, já que existem produtos direcionados para o ser humano como também animais, plantas, entre outros. Do mesmo raciocínio define-se produto agrícola, ressaltando que este é derivativo da atividade agrícola.

3 METODOLOGIA

Para a constituição deste trabalho tomou-se como diretriz os dados colhidos em uma empresa de comércio hortifrutigranjeiro, situada na zona rural do município de Alagoa Nova no estado da Paraíba. No período compreendido nos cinco primeiros meses do ano de 2016.

3.1 A modalidade da pesquisa

A pesquisa, quanto ao tipo, caracteriza-se como estudo de caso. Pois “se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos” (SEVERINO, 2007, p. 121) e Gonsalves (2007, p. 69) complementa que “estudo de caso é o tipo de pesquisa que privilegia um caso particular, uma unidade significativa, considerada suficiente para análise de um fenômeno.”

O objeto pesquisado em um estudo de caso de acordo com Silva (2006, p. 57) pode ser um indivíduo, uma empresa, uma atividade, uma organização ou uma situação. Partindo destes pontos foi escolhida a empresa e uma situação ocorrida com a atividade da mesma para constituir a amostra da pesquisa.

Desta forma, os dados da amostra foram catalogados a partir das devoluções de mercadorias feitas por empresas clientes a empresa em análise e o impacto destas no lucro da mesma.

3.2 A pesquisa quanto ao objetivo

A pesquisa, conforme o objetivo, é uma pesquisa descritiva, pois, Segundo Silva (2006, p. 59), “tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo relações entre variáveis”. Dessa forma o trabalho vem descrever a quantidade de devoluções na empresa e o impacto desta no lucro da instituição, e como impactaria, na parte econômica da empresa, se não houvesse o retorno destas mercadorias.

3.3 A pesquisa quanto a coleta de dados e a natureza dos dados

De acordo com os procedimentos de coletas de dados, caracteriza-se como documental onde “recorre a materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou seja, as fontes primárias”. (GONSALVES, 2007, p.38).

Essa característica se dá, devido os dados da amostra serem colhidos diretamente dos documentos da empresa analisada, as devoluções e os dados no sistema fiscal da mesma, logo não tiveram nenhum tipo de análise científica anterior. Logo considerados como fontes primárias.

Entende-se por fontes primárias, “dados originais, produzidos pelas próprias pessoas que os coletaram. Esse tipo de fonte é caracterizada pela relação direta com os fatos a serem analisados.” (GONSALVES, 2007, p.38)

Além disso pode-se perceber que fontes primárias caracterizam-se pela existência direta de uma relação de proximidade entre o pesquisador e os registros, apesar da impessoalidade que existe em uma pesquisa científica, o pesquisador conhece a realidade da amostra pesquisada.

Segundo a natureza dos dados apresentados a pesquisa tem características de uma pesquisa qualitativa, que conforme Gonsalves, (2007), essa forma de pesquisas busca a compreensão e a interpretação de um fenômeno. Essa característica dar-se no fato da pesquisa buscar entender o prejuízo à entidade em estudo causado pelas devoluções no período analisado.

Para esse estudo foi feita observações na rotina da empresa estudada para conhecer como é o tratamento com os produtos da mesma. Foi realizada pesquisas em relatórios, no sistema fiscal da empresa, sobre as devoluções nos cinco primeiros meses de 2016, e o valor

de quanto cada cliente devolveu por mês estudado e desta forma visualizar o impacto financeiro destas na instituição. Ainda foi analisado o quanto cada um, dos clientes, compraram para que assim fosse feita uma relação entre o que foi comprado e o que foi devolvido.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados obtidos nas pesquisas realizadas foram colocados em quadros referentes a cada mês analisado para uma melhor visualização dos dados. Os clientes que tiveram devoluções com o valor menor que R\$ 200,00 foram enquadrados em um único grupo denominado de Outros clientes. O quadro 1 apresentará as devoluções referentes ao mês de Janeiro de 2016 com o valor total de devoluções por cliente, o total que cada um comprou e o percentual de relação entre o que foi comprado e o que foi devolvido.

Quadro 1: Análise das devoluções do mês de Janeiro de 2016

Cientes	Valor total de vendas por cliente	Valor total de devoluções por cliente	% Devoluções
Nordeste Fruit Ltda.	R\$ 5.109,00	R\$ 1.659,00	32,47%
Supermercado Latorre Ltda.	R\$ 15.739,00	R\$ 2.239,80	14,23%
WMS Supermercados do Brasil Ltda.	R\$ 41.763,70	R\$ 4.780,95	11,45%
Bonanza Supermercados Ltda.	R\$ 27.515,60	R\$ 2.500,80	9,09%
Supermercados Manáira Ltda.	R\$ 42.039,65	R\$ 2.448,15	5,82%
Supermercado Nordestão Ltda.	R\$ 275.485,95	R\$ 10.276,25	3,73%
Barcelona Comercio Vare e Atacadista s/a	R\$ 406.508,05	R\$ 15.117,30	3,72%
Supermercado Litoral Ltda.	R\$ 18.756,45	R\$ 674,65	3,60%
Bompreco Supermercados do Nordeste Ltda.	R\$ 193.388,07	R\$ 5.765,10	2,98%
Rede Menor Preço Supermercado Ltda.	R\$ 68.788,90	R\$ 1.346,95	1,96%
Bem Mais Supermercados	R\$ 94.574,93	R\$ 1.819,61	1,92%
Cia Brasileira de Distribuição	R\$ 330.259,60	R\$ 5.384,52	1,63%
Supermercado Boa Esperança Ltda.	R\$ 48.495,80	R\$ 566,00	1,17%

Outros clientes	R\$ 119.615,44	R\$ 443,48	0,37%
TOTAL	R\$ 1.688.040,14	R\$ 55.022,56	3,26%

Fonte: elaboração do autor dados extraídos da empresa estudada.

Nos dados expressados no quadro 1 pode-se perceber que o cliente que mais fez devoluções de mercadorias para a empresa vendedora analisando percentual de relação entre o que foi devolvido com o que foi comprado por ele, tem-se o Nordeste Fruit Ltda. com 32,47% devolvido das compras efetuadas. Seguido do Supermercado Latorre Ltda. com 14,23% e pelo WMS Supermercados do Brasil Ltda. com 11,45% devolvido do que foi comprado.

O quadro 2: Análise das devoluções mês de Fevereiro de 2016, montras as devoluções ocorridas durante do mês citado.

Quadro 2: Análise das devoluções do mês de Fevereiro de 2016

Clientes	Valor total de vendas por cliente	Valor total de devoluções por cliente	% Devoluções
Hardman Incorporação e Participação Ltda.	R\$ 670,60	R\$ 292,00	43,54%
Cerealista Queiroz Ltda.	R\$ 798,10	R\$ 221,50	27,75%
Supermercado Latorre Ltda.	R\$ 13.666,80	R\$ 1.825,59	13,36%
Supermercado Litoral Ltda.	R\$ 14.978,00	R\$ 1.466,90	9,79%
WMS Supermercados do Brasil Ltda.	R\$ 29.409,30	R\$ 2.786,95	9,48%
Atacadão S.A.	R\$ 3.714,55	R\$ 332,20	8,94%
Bonanza Supermercados Ltda.	R\$ 23.421,95	R\$ 1.732,69	7,40%
Supermercado MJ de Gois Ltda.	R\$ 13.504,95	R\$ 532,50	3,94%
Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda.	R\$ 181.161,61	R\$ 7.010,00	3,87%
Barcelona comercio vare e atacadista S.A.	R\$ 300.796,65	R\$ 7.345,70	2,44%
Supermercado Boa Esperança Ltda.	R\$ 38.738,25	R\$ 727,95	1,88%
Supermercado Nordestão Ltda.	R\$ 265.833,60	R\$ 4.956,80	1,86%
Cia Brasileira de Distribuição	R\$ 286.820,80	R\$ 5.182,08	1,81%
Rede Menor Preço Supermercado Ltda.	R\$ 54.050,55	R\$ 975,85	1,81%
Rebouças Supermercado Ltda.	R\$ 13.260,15	R\$ 203,50	1,53%
Bem Mais Supermercados	R\$ 92.788,44	R\$ 1.262,35	1,36%
Outros clientes	R\$ 51.423,50	R\$ 658,50	1,28%

TOTAL	R\$ 1.385.037,80	R\$ 37.513,06	2,70%
--------------	-------------------------	----------------------	--------------

Fonte: elaboração do autor dados extraídos da empresa estudada.

No mês de fevereiro houve uma queda no valor das devoluções. Enquanto no mês de janeiro a empresa teve R\$ 75.022,56 no neste mês teve R\$ 37.513,06 de devoluções, uma queda aproximada de 50%. Nesse mês analisado, percebe-se que alguns clientes que compraram menos devolveram mais como o Hardman Incorporação e Participação Ltda. que devolveu 43,54% de suas compras, seguido do Cerealista Queiroz Ltda. com 27,75% devolvido das compras efetuadas e Supermercado Latorre Ltda. com 13,36% de devolução.

Por outro lado o Barcelona Comercio Vare. e Atacadista S.A., efetuou o maior número de devoluções totalizando R\$ 7.345,70 do valor final de devoluções das empresas clientes no mês, Toda via a relação entre o que a cliente devolveu e o que a mesma comprou corresponde a porcentagem de 2,44%.

Quadro 3: Análise das devoluções mês de Março de 2016

Clientes	Valor total de vendas por cliente	Valor total de devoluções por cliente	% devoluções
Nordeste Fruit Ltda.	R\$ 5.017,50	R\$ 1.659,00	33,06%
Supermercado Latorre Ltda.	R\$ 15.561,70	R\$ 2.532,25	16,27%
Supermercado Litoral Ltda.	R\$ 14.039,20	R\$ 1.646,70	11,73%
Bonanza Supermercados Ltda.	R\$ 26.541,70	R\$ 2.793,30	10,52%
Atacação S.A.	R\$ 101.359,20	R\$ 6.129,75	6,05%
Hiper Queiroz Ltda.	R\$ 11.395,20	R\$ 646,00	5,67%
WMS Supermercados do Brasil Ltda.	R\$ 52.590,20	R\$ 2.526,85	4,80%
Supermercados Manaíra Ltda.	R\$ 35.717,40	R\$ 1.690,04	4,73%
Bompreco Supermercados do Nordeste Ltda.	R\$ 196.337,80	R\$ 7.618,75	3,88%
Barcelona Comercio Vare e Atacadista S.A.	R\$ 308.523,00	R\$ 10.114,82	3,28%
G A Gois Supermercados Ltda.	R\$ 32.058,25	R\$ 1.025,35	3,20%
Supermercado Queiroz Ltda.	R\$ 17.484,55	R\$ 404,40	2,31%
Supermercado Nordestão Ltda.	R\$ 267.286,45	R\$ 5.609,05	2,10%
Comercial Jair urbano de Queiroz Eireli.	R\$ 15.980,40	R\$ 251,85	1,58%
Comercial Praias Belas Ltda.	R\$ 75.466,15	R\$ 1.116,95	1,48%
Rebouças Supermercado Ltda.	R\$ 24.060,55	R\$ 355,55	1,48%

Supermercado M S Barros Ltda.	R\$ 22.499,00	R\$ 255,00	1,13%
Cia Brasileira de Distribuição	R\$ 345.545,50	R\$ 2.967,38	0,86%
Bem Mais Supermercados	R\$ 109.195,20	R\$ 935,83	0,86%
Outros clientes	R\$ 89.120,55	R\$ 267,85	0,30%
Rede menor Preço Supermercado Ltda.	R\$ 723.486,00	R\$ 1.439,60	0,20%
TOTAL	R\$ 2.489.265,50	R\$ 51.986,27	2,08%

Fonte: elaboração do autor dados extraídos da empresa estudada.

No mês de março de 2016 houve um aumento no valor total de devoluções de R\$ 37.513,06 no mês anterior para R\$ 51.986,27. O cliente que teve maior participação nesse aumento foi Barcelona Comercio Vare e Atacadista S.A. com R\$ 10.114,82, contudo esse valor representa apenas 3,28% do que ela comprou. Seguido pelo Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda. com R\$ 7.618,75, em termos percentuais esse valor representa 3,88% do que foi comprado. Esse cliente manteve-se em uma média em relação ao mês antecedente. Porém o primeiro teve um aumento de R\$ 2769,12 em comparação ao mês anterior.

De outro lado manteve-se a mesma projeção do mês fevereiro que clientes que menos compraram foram que tiveram o maior percentual de devoluções relacionado ao que foi comprado. Destacando o Nordeste Fruit Ltda. teve um percentual de 33,06% devolvido do que foi adquirido. O Supermercado Latorre Ltda. devolveu 16,27% que foi comprado. A empresa cliente Supermercado Litoral Ltda. devolveu 11,73% das compras. O Bonanza Supermercados Ltda. devolveu 10,52% do que ela comprou. Essa quatro empresas clientes apresentada foram empresas que efetuaram compras abaixo de R\$30.000,00.

O quadro 4: Analise das devoluções mês de abril de 2016, apresentará o valor das devoluções por clientes no mês de abril de 2016, o total geral de todas as devoluções no mês e o percentual de devoluções por clientes.

Quadro 4: Analise das devoluções mês de Abril de 2016

Clientes	Valor total de vendas por cliente	Valor total de devoluções por cliente	% devoluções
Supermercado M S Barros Ltda.	R\$ 22.746,80	R\$ 5.922,60	26,04%
Supermercado Latorre Ltda.	R\$ 15.007,55	R\$ 2.523,60	16,82%
Supermercado Litoral Ltda.	R\$ 12.739,80	R\$ 1.769,75	13,89%
Bonanza Supermercados Ltda.	R\$ 25.821,50	R\$ 3.020,30	11,70%
JL de Medeiros e Araújo	R\$ 33.156,85	R\$ 1.980,00	5,97%

Ltda.			
Atacadão S.A.	R\$ 103.010,50	R\$ 5.970,65	5,80%
WMS Supermercados do Brasil Ltda.	R\$ 53.404,35	R\$ 3.075,25	5,76%
Supermercado Nordestão Ltda.	R\$ 274.327,90	R\$ 12.456,65	4,54%
Barcelona Comercio vare e Atacadista S.A.	R\$ 336.507,00	R\$ 11.977,17	3,56%
Comercial Jair Urbano de Queiroz Eireli.	R\$ 13.624,60	R\$ 389,20	2,86%
Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda.	R\$ 181.678,80	R\$ 5.029,80	2,77%
Rebouças Supermercado Ltda.	R\$ 14.805,95	R\$ 379,30	2,56%
G a gois supermercados Ltda.	R\$ 35.059,20	R\$ 728,35	2,08%
Cia brasileira de Distribuição	R\$ 321.861,10	R\$ 4.875,20	1,51%
Bem Mais Supermercados	R\$ 121.692,59	R\$ 1.650,95	1,36%
Rede Menor Preço Supermercado Ltda.	R\$ 66.235,75	R\$ 800,15	1,21%
Medeiros e maia Ltda.	R\$ 54.097,15	R\$ 595,00	1,10%
Outros clientes	R\$ 120.375,99	R\$ 1.065,05	0,88%
Supermercado Boa Esperança Ltda.	R\$ 42.803,50	R\$ 235,20	0,55%
TOTAL	R\$ 1.848.956,88	R\$ 64.444,17	3,48%

Fonte: elaboração do autor dados extraídos da empresa estudada.

No mês de Abril o resultado das devoluções totalizou R\$ 64.444,17. Onde nesse mês o cliente que mais fez devolução foi o cliente Supermercado Nordestão com 12.456,65. Seguido pelo Barcelona Comercio Vare e Atacadista S.A. com R\$ 11.977,17 analisando o valor monetário do total de devoluções. Porém ao considerar o percentual projetado na relação entre o que foi vendido e o que foi comprado o cliente que se destacou o maior percentual foi Supermercado M S Barros Ltda. com 26,04% seguido pelo Supermercado Latorre Ltda. 16,82% e pelo Supermercado Litoral Ltda. com 13,89% devolvido do que foi comprado.

O quadro 5: Analise das devoluções mês de Maio de 2016, mostrará o percentual das devoluções mês de maio de 2016 na relação ao que foi comprado e o que foi devolvido.

Quadro 5: Analise das devoluções mês de Maio de 2016

Clientes	Valor total de vendas por cliente	Valor total de devoluções por cliente	% devoluções
Supermercado Litoral Ltda.	R\$ 13.986,85	R\$ 2.226,70	15,92%
Atacadão S.A.	R\$ 122.489,25	R\$ 17.372,10	14,18%
Supermercado Latorre Ltda.	R\$ 17.001,50	R\$ 1.601,10	9,42%

Bonanza Supermercados Ltda.	R\$ 25.092,25	R\$ 1.539,10	6,13%
Supermercado Queiroz Ltda.	R\$ 23.849,83	R\$ 1.385,25	5,81%
WMS Supermercados do Brasil Ltda.	R\$ 46.843,25	R\$ 2.068,70	4,42%
Sendas Distribuidora S.A.	R\$ 392.344,00	R\$ 17.176,84	4,38%
Supermercado Nordestão Ltda.	R\$ 270.739,80	R\$ 10.661,00	3,94%
Rede Menor Preço Supermercado Ltda.	R\$ 59.879,25	R\$ 1.391,45	2,32%
Cia Brasileira de Distribuição	R\$ 335.482,40	R\$ 6.274,50	1,87%
Supermercado Bom a Bessa Ltda.	R\$ 20.975,50	R\$ 299,00	1,43%
Supermercados Manaíra Ltda.	R\$ 33.488,15	R\$ 479,10	1,43%
Bem Mais Supermercados	R\$ 122.346,25	R\$ 1.707,20	1,40%
Bompreco Supermercados do Nordeste Ltda.	R\$ 181.001,30	R\$ 1.458,45	0,81%
Outros clientes	R\$ 102.643,30	R\$ 622,90	0,61%
Total de devoluções	R\$ 1.768.162,88	R\$ 66.263,39	3,74%

Fonte: elaboração do autor dados extraídos da empresa estudada.

No mês de maio de 2016 as devoluções para a empresa totalizaram R\$ 66.637,29 sendo R\$ 17.372,10 deste total feitas pelo Atacadão S.A. seguido pelo Sendas Distribuidora S.A. O Assaí Atacadista que anteriormente sua razão social era Barcelona Comercio Vare e Atacadista S.A. com R\$ 17.176,84. No entanto quando se analisa pelo percentual de devoluções verifica-se que o cliente que mais fez devolução foi o Supermercado Litoral Ltda. com 15,92%, Seguido Atacadão S.A. que teve o maior volume de devoluções ficou segundo maior percentual de devoluções com 14,18% devolvido das compras efetuadas e logo depois aparece o Supermercado Latorre Ltda. com 9,42% de devoluções.

Após a exposição das devoluções nos cinco primeiros meses de 2016. No quadro 6 apresenta-se a demonstração do resultado do exercício e o impacto que estas causam no lucro da empresa e o que ocorreria se os produtos não fossem devolvidos. Para a constituição da DRE desse período foi descartado o cálculo do imposto sobre circulação de mercadorias e serviços de qualquer natureza (ICMS), do imposto sobre a renda das pessoas jurídicas (IRPJ) e o da contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL).

Quadro 6: Demonstração do Resultado do exercício (DRE) dos cinco primeiros meses de 2016

DRE com Devolução			DRE sem Devolução		
Contas	Valor	Percentual	Contas	Valor	Percentual
Receita Bruta	R\$ 9.787.708,57	100,00%	Receita Bruta	R\$ 9.787.708,57	100,00%
Deduções			Deduções		
Devoluções	R\$ 295.229,99	3,02%	Devoluções		
Receita Líquida	R\$ 9.492.478,58		Receita Líquida	R\$ 9.787.708,57	
CPV	R\$ 6.401.293,86	65,40%	CPV	R\$ 6.401.293,86	65,40%
Lucro Bruto	R\$ 3.091.184,72		Lucro Bruto	R\$ 3.386.414,71	
Desp. Vendas	R\$ 503.423,30	5,14%	Desp. Vendas	R\$ 503.423,30	5,14%
Desp. Administrativas	R\$ 736.558,00	7,53%	Desp. Adm.	R\$ 736.558,00	7,53%
Lucro Líquido	R\$ 1.851.203,42	18,91%	Lucro Líquido	R\$ 2.146.433,41	21,93%

Fonte: elaboração do autor dados extraídos da empresa estudada.

A DRE mostra que 3,02% da receita bruta no período é formada por devoluções, deste modo a empresa deixou de incorporar ao seu lucro tal percentual como mostra o quadro com a demonstração descartando o valor da devolução. Portanto a empresa teve uma perda de R\$ 295.229,99 do total da receita.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.

A gestão dos custos com devoluções torna-se primordial para a sobrevivência da empresa no mercado, já que estas perdas provocam uma redução no lucro da mesma. Os produtos devolvidos são descartados, visto que estão impróprios para venda e para suprir os gastos ocorridos na produção e logística de vendas destes, foram retirados da margem de lucro de outros produtos não devolvidos.

O total de R\$ 295.229,99 que a empresa deixou de lucrar no período estudado poderia ser reinvestido na mesma adquirindo máquinas e equipamentos para aprimorar a produção, buscando melhorar a qualidade do produto. Como adquirir veículos para melhorar o transporte das mercadorias e conseqüentemente diminuir o prazo de entrega, evitando assim danos as mesmas, visto que são perecíveis e necessitam de uma entrega rápida, dessa forma diminui as avarias nos produtos reduz o número de devoluções ocorridas.

A empresa poderia identificar, junto a seus clientes, o agente que leva alguns destes terem um percentual de devoluções tão elevado comparado a outros, sendo que a qualidade do produto vendido é a mesma para todos os clientes. Já que neste trabalho, verificou-se que, na maior parte das devoluções as empresas clientes Supermercado Latorre Ltda. e Supermercado Litoral Ltda. estão enquadradas como as que tiveram os maiores percentuais de devoluções no período estudado. Por outro lado empresas que compraram nesse período uma quantidade maior de produtos, em relação as empresas citadas anteriormente, tiveram um percentual de devolução menor como destaca-se a Cia Brasileira de Distribuição.

Evidencia-se também, que a empresa analisada deveria melhorar seu sistema de gestão, logo melhorando seu processo produtivo, aperfeiçoando sua logística interna e externa e conseqüentemente diminuir os prejuízos causados pelas devoluções.

THE COST OF RETURNS IN A COMPANY OF COMMERCE HORTIFRUTIGRANJEIRO

ABSTRACT

Due to the competitiveness of the hortifrutigranjeiro market associated to the increasing level of consumer awareness and demand, especially in the purchases of the products of this food sector, it was necessary to study and analyze how much it costs to the post-sales returns due to the non-acceptance by the consumer of Products whose appearance was not motivating at the time of purchase. Faced with this situation, the question arose about the impacts caused by the return of products in a horticultural trade company. In the north, the objective of this work was to analyze the impacts caused by returns of products not accepted by consumers and, therefore, returned by retailers. For this research was used data from a wholesale company in the horticultural industry to analyze the cost impact caused by the return of goods in the first five months of 2016. The characteristic of this research can be classified as documentary and descriptive for analyzing documents that were not analyzed in the Company on screen. Also, in accordance with the data collection and analysis procedures, we characterized this work as a case study to do so, it was clear how the client companies of this study bought, sold and, mainly, how much was returned of merchandise so that To set the necessary comparisons between what was sold and what was returned in quantitative terms, and thus measure the impact of the return of merchandise on the company's profit.

Keywords: Return, Loss, Customers.

Referências

CÂMARA, Renata Paes de Barros, et al. **A importância da gestão dos custos ambientais.** Disponível em: <http://www.intercostos.org/documentos/166.pdf>. Acesso em: 23 de Setembro de 2016.

FERNANDES, Michelle Araújo. **A importância do controle de qualidade em estabelecimentos alimentícios.** Disponível em: <http://www.saudeviver.com.br/artigos/a-importancia-do-controle-de-qualidade-em-estabelecimentos-alimenticios>. Acesso em: 24 de Setembro de 2016.

GONSALVES, Elisa Pereira, **Conversas sobre a iniciação a pesquisa científica.** Campinas, SP. Alínea, 2007, 4ª ed.

MARION, José Carlos. **Contabilidade rural: contabilidade agrícola, contabilidade pecuária, imposto de renda pessoa jurídica.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Eliseu. ROCHA Wellington. **Métodos de custeio comparados: custos e margens analisados sob diferentes perspectivas.** São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos.** 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23 ed. rev. e atualizada. São Paulo. Cortez, 2007.

SILVA, Antônio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses.** 2 ed. São Paulo. Atlas, 2006.