



UFRJ CONSULTING CLUB

CUSTO POR MERCADORIA VENDIDA

*Entenda como o CMV interfere em seu negócio
e como geri-lo melhor.*



EBOOK DE NEGÓCIOS



Custo de Mercadoria Vendida (CMV)

Ao ir a um restaurante, muitas pessoas acreditam estar pagando um valor muito maior pelos pratos do que o custo de seus ingredientes. No entanto, por mais que os restaurantes apliquem uma margem de lucro sobre o cardápio, essa diferença também ocorre porque, muitas vezes, apenas se leva em conta o total necessário para comprar as matérias-primas empregadas na fabricação, deixando de lado outros custos operacionais. O Custo de Mercadoria Vendida (CMV) é um conceito fundamental da contabilidade e engloba os custos envolvidos nos processos que antecedem a venda.

● O que é?

O Custo de Mercadoria Vendida (CMV) – do inglês, *Cost Of Goods Sold* (COGS) – refere-se aos **custos diretos de produção ou aquisição de um bem**. Ele representa a soma de todos os custos referentes ao processo de fabricação da mercadoria, englobando desde a compra de matéria-prima, processos de manufatura e a mão de obra do serviço realizado sobre o produto, até que esteja pronto para ser vendido. No caso da revenda por varejistas, esse cálculo é composto pelo valor de compra dos bens dos fornecedores.

Em primeiro lugar, é importante destacar que o CMV pode apresentar conceitos diferentes dependendo do setor no qual a empresa se enquadra. Na teoria, existem outras nomenclaturas para o cálculo, como o **Custo dos Produtos Vendidos (CPV)** e o **Custo dos Serviços Vendidos (CSV)**, que estariam voltados para empresas responsáveis pela produção da própria mercadoria e empresas de prestação de serviços, respectivamente. Contudo, apesar de se referirem a custos operacionais de processos distintos, é muito comum que, na prática, todos sejam designados pela sigla “CMV”, por ser o mais conhecido do ramo. Com isso em mente, será abordado o cálculo do custo de mercadoria vendida conforme seu conceito teórico, no contexto de empresas que revendem produtos, mas também formas que podem ser aplicadas em organizações que produzam seu próprio produto ou serviço.

O custo de mercadoria vendida é contabilizado no planejamento financeiro de muitas empresas, visto que, subtraindo-o da receita líquida, é possível dimensionar o lucro bruto. Entretanto, por mais que o CMV seja referência no âmbito de apuração de custos operacionais, é fundamental destacar que seu método de cálculo é alvo de discussões no ramo da contabilidade. Muitas

organizações apresentam divergências quanto a incluir, ou não, gastos com processos que não estejam diretamente ligados à fabricação do produto, como logística e armazenamento, nesse valor. No caso de empresas varejistas de capital aberto, a ANDT (Academia Brasileira do Direito de Trabalho) permite que seja contabilizado no CMV apenas os custos de aquisição das mercadorias que dão entrada no estoque, valor registrado nas notas fiscais das transações com os fornecedores, desconsiderando, assim, as demais despesas. Por exemplo, se uma empresa varejista compra 10 canetas por R\$ 1,00 e as vende dentro do período de tempo analisado, ela terá um CMV de R\$ 10,00, correspondente ao valor registrado na nota fiscal no momento de aquisição das canetas dos fornecedores.

Para facilitar a análise, será abordado o custo de mercadoria vendida como o total gasto para que o produto chegue na prateleira, desprezando outros gastos como estoque e frete. A fim de embasar melhor esse critério de certas operações estarem ou não incluídas no CMV, é interessante diferenciar dois conceitos da contabilidade: custos e despesas.

- **Custos:** são gastos diretamente ligados à atividade-fim da empresa, seja produção, seja revenda. Eles são essenciais para que a mercadoria esteja preparada para comercialização, como matéria-prima e mão de obra da produção.
- **Despesas:** são os gastos que visam ao funcionamento da organização, mas que não são fundamentais para que ela produza suas mercadorias, como *marketing*, contas de telefone e impostos.

A fim de tornar essa diferenciação mais clara, pode-se fazer a seguinte pergunta: “ao eliminar completamente aquele gasto, a produção ou aquisição de estoques será diretamente afetada?”. Se a resposta for positiva, esse gasto é um custo e pode ser incluído no CMV. Caso contrário, é configurado como uma despesa.

Após essa definição, é possível aprofundar a forma que o custo de mercadoria vendida é aplicado nas companhias. No âmbito financeiro, o CMV é contabilizado no Demonstrativo do Resultado de Exercício (DRE), que pode ser apurado mensal, trimestral ou anualmente, dependendo da forma de tributação da empresa. O DRE aponta inicialmente a Receita Bruta, seguida pelos descontos de impostos sobre vendas e outros gastos que recaem sobre ela, até que se torne a Receita Líquida (RL).

Na declaração, o CMV incide sobre a RL, ou seja, desconta-se do faturamento líquido um valor que engloba todos os custos referentes à mercadoria vendida ou ao serviço prestado. Esse

cálculo demonstra a apuração do lucro bruto da empresa naquele período e, por isso, o custo de mercadoria vendida é considerado um dos principais indicadores para medir a taxa de lucratividade das vendas.

Além disso, vale ressaltar que, no momento em que o CMV incide sobre demonstrações contábeis, são determinados apenas os custos das mercadorias que **foram efetivamente vendidas** pela empresa no período de tempo analisado.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DE EXERCÍCIO (DRE)	
RECEITA BRUTA	
(-) IMPOSTOS SOBRE A VENDA	
(=) RECEITA LÍQUIDA	
(-) CUSTO POR MERCADORIA VENDIDA	
(=) LUCRO BRUTO	
(-) DESPESAS OPERACIONAIS (VENDAS, ADMINISTRATIVAS, FINANCEIRAS)	
(=) LUCRO/PREJUÍZO OPERACIONAL	

● Aplicações

Por dimensionar os custos diretos relacionados a um produto, o CMV é um grande aliado no monitoramento de processos e no controle das operações e, com isso, desempenha um papel importante em certos aspectos da empresa, como:

- **Controle de estoque:** ainda que o custo de mercadoria vendida normalmente não inclua as despesas de armazenamento do item dentro do estoque, a partir de um controle eficiente de inventário, é possível contabilizar as perdas de itens quebrados ou furtados, de forma a embutir esses custos com extravios dentro do CMV.

A fim de ilustrar essa dinâmica, pode-se observar uma empresa cujo sistema de logística informava que havia 100 unidades de um determinado produto em estoque. Em uma contagem de inventário, percebeu-se que havia 10 unidades faltando, e que somente 90 mercadorias estavam armazenadas. Dentre elas, notou-se que outras 10 estavam quebradas, isto é, não se encontravam em condições de serem vendidas, de forma que sobraram apenas 80 unidades. A empresa comprou cada produto por R\$ 1,00 do

fornecedor, mas, graças à grande quantidade adquirida, ele deu um desconto de R\$ 0,10 por unidade no final do pagamento, o que também é contabilizado dentro do CMV. Nessa linha, supondo que ao final do período analisado, todas as mercadorias restantes foram vendidas, o cálculo do CMV pode ser demonstrado da seguinte maneira:

CMV
(-) R\$ 80,00 CUSTO DE MERCADORIAS VENDIDAS
(-) R\$ 10,00 CMV PERDAS
(-) R\$ 10,00 CMV QUEBRAS
(+) R\$ 10,00 CMV BONIFICAÇÃO
(=) R\$ 90,00

Essa segmentação é fundamental para que o gestor possa estar ciente dos extravios que ocorrem dentro do estoque, podendo mitigar essa questão por meio de fiscalizações mais rígidas, além de perceber se muitas mercadorias estão sendo danificadas, o que pode indicar descuido no armazenamento e transporte dessas mercadorias. Outro ponto é que essa separação é fundamental para a questão legal da contabilidade da empresa, visto que é necessário prestar contas ao FISCO (autoridade fazendária brasileira) acerca do destino das mercadorias adquiridas. O registro de perdas e quebras, por exemplo, é importante para visualizar as movimentações dos produtos, auxiliando no combate à omissão de entrada de mercadorias.

Tendo isso em vista, vale ressaltar que o custo de mercadoria vendida será determinado dependendo da metodologia de estoque empregada pela empresa. A **FIFO** (*first in, first out*) e a **LIFO** (*last in, first out*) são os dois principais sistemas de armazenagem que existem atualmente, e são antagônicos em suas aplicações:

- **FIFO:** neste modelo, a primeira compra a entrar é a primeira a sair do estoque, seguindo a ordem cronológica. É uma abordagem interessante para aumentar a rotatividade de produtos com um curto prazo de validade e, por isso, é frequentemente empregada em itens do setor A&B (alimentos e bebidas).

Para ilustrar melhor de que forma o modelo de estoque interfere no cálculo do CMV, é possível olhar para o processo de venda de um produto dentro dessa empresa. Em um certo mês, uma filial de um supermercado compra 50 unidades

de laranjas por R\$ 1,00 o quilo e as armazena. Algumas semanas depois, devido às condições climáticas que interferem na colheita, o fornecedor decide subir o preço do quilo para R\$ 2,00 e, durante esse tempo, a empresa compra mais 100 unidades. Dessa forma, ele tinha em estoque 150 unidades, 50 compradas por R\$ 1,00 e as demais, por R\$ 2,00. Ao final desse período, o supermercado tinha vendido 75 unidades e, por utilizar o sistema FIFO, pode-se assumir que ele teve um CMV de R\$ 100,00, já que, inicialmente, foram vendidas todas as mercadorias compradas primeiro (por R\$ 1,00) e depois as demais (compradas por R\$ 2,00). Normalmente, ao aplicar-se essa metodologia, o custo de mercadoria vendida fica mais barato, visto que os preços dos fornecedores tendem a aumentar com o tempo.

Vale mencionar que, ainda que o ramo A&B seja o exemplo mais clássico, a grande maioria das empresas, dos mais diversos setores, empregam o sistema de estoque FIFO por ser o mais intuitivo e propiciar uma maior rotatividade dos produtos.

- **LIFO:** neste modelo, a última mercadoria que entrou é a primeira a sair, priorizando as aquisições recentes e deixando de lado itens mais antigos. Seguindo a mesma linha de raciocínio que a FIFO, o CMV calculado dentro de empresas que empregam essa metodologia costuma ser mais caro por contabilizar valores de aquisições de itens mais recentes, os quais são, normalmente, mais altos. A vantagem de usá-la seria no intuito de reduzir os impostos, visto que estes são aplicados em cima do lucro da empresa, que estaria menor por conta do elevado CMV. É importante mencionar que, por conta de estratégias como essa, a LIFO não é reconhecida dentro do Brasil pelo FISCO.

Existem empresas, por exemplo, que utilizam a metodologia LIFO apenas no seu inventário norte-americano, enquanto para operações internacionais adotam o sistema FIFO.

Ambos os métodos de gestão de estoque são decisões estratégicas de empresas no intuito de promover ou não a valorização do inventário, o que acaba tendo um impacto direto no custo de mercadoria vendida.

- **Precificação:** dispendo do valor da maior parte dos custos operacionais, torna-se mais fácil para o empresário aplicar a margem de lucro que acredita ser a ideal (assimilando os valores cobrados pela concorrência) em cima do produto, chegando a um preço de venda conveniente. É evidente que inúmeros fatores influenciam no preço de venda da mercadoria, mas normalmente esse valor estará acima do CMV, que é visto como parâmetro base.

Por exemplo, o *markup*, uma das mais utilizadas estratégias de precificação, trata-se da definição do preço do produto a partir do cálculo de margem de lucro em cima dos custos do produto, o que evidencia a importância da empresa ter esse valor apurado.

- **Saúde financeira da empresa:** o CMV também é útil para melhorar a gestão contábil. Seu valor estar relativamente alto em um determinado período pode ser um sinal de alerta para a presença de gastos supérfluos ou exagerados em determinada operação. É nesse momento que, ao decidir cortar gastos, o gestor pode analisar o CMV e averiguar quais processos estão deixando-o mais caro, como um valor cobrado por um fornecedor acima da média do mercado ou custos com mão de obra em excesso, entre outros fatores que variam mediante ao contexto em que a empresa se insere.

Outro ponto é que, a partir do custo de mercadoria vendida, é possível mensurar qual percentual de receitas está disponível para cobrir os custos operacionais e, com isso, analisar se os gastos estão dentro do planejado, avaliando a saúde financeira da empresa.

● **Vantagens e desvantagens**

O cálculo do CMV já engloba os gastos com todas as etapas de produção ou aquisição da mercadoria até que ela esteja pronta para ser vendida. Dessa forma, ele basicamente “unifica” todos esses custos e, por isso, dá uma noção mais precisa acerca deles. Essa é a grande vantagem dessa métrica, pois simplifica a visualização dos resultados, sucedendo análises mais precisas em termos de lucratividade.

Por outro lado, o CMV não possui um formato obrigatório ou pré-determinado de quais processos devem ser levados em conta. Isso se dá devido às particularidades da categoria de cada empresa, mentalidade do gestor e especificidade de certas legislações. Para alguns negócios de *e-commerce*, por exemplo, faz mais sentido que os custos de transporte entrem no cálculo.

Essa pode ser uma estratégia interessante, tendo em vista que a grande maioria das mercadorias vendidas por meio de serviços de *e-commerce* estão atreladas a um serviço de entrega e, por isso pode-se contabilizá-lo no seu custo final de produção. Já em uma pequena loja física que realiza serviços de delivery pontualmente, talvez esse gasto se adeque melhor na categoria de despesas com vendas, gerais e administrativas - as chamadas despesas de não produção que são enquadrados na categoria SG&A (*Selling, General & Administrative Expenses*). Por não trabalharem tão frequentemente com esse serviço, não faz tanto sentido atribuir essas entregas ao custo de produção das mercadorias vendidas. O fato do CMV ter essa definição branda ao se tratar de “custos diretos” é um grande empecilho na comparação dele entre diferentes empresas, visto que pode ser complicado dimensionar os critérios de cada uma.

Outro aspecto negativo a ser levantado é que o CMV contabiliza apenas mercadorias que já foram vendidas, desconsiderando, portanto, os gastos provenientes daquelas que continuam armazenadas no estoque e geram despesas para a organização.

Por fim, vale lembrar que, a partir do seu cálculo, consegue-se apurar apenas o lucro bruto. Despesas administrativas, gastos com vendas, comissão de funcionários, e investimentos de marketing, por exemplo, não entram nessa fórmula, devendo haver uma nova dedução. Apenas após o desconto das despesas da categoria SG&A é possível dimensionar o lucro operacional e, após demais abatimentos de depreciação, amortização, juros e impostos, o lucro líquido. Dessa forma, para que a empresa possa ter uma visão mais ampla sobre sua saúde financeira e dados precisos acerca de seu patrimônio líquido, não se pode considerar apenas o CMV, é preciso levar outros fatores em consideração.

Valor de Vendas, em R\$



Este gráfico mostra o valor total de vendas arrecadado por uma empresa e os custos que incidem sobre ela (CMV, despesas gerais, depreciação e impostos) até obter-se o lucro líquido.

● Como aplicar

Visto que já foram abordados o contexto em que o CMV é contabilizado, o seu principal papel dentro do planejamento financeiro e as análises que ele permite fazer, pode-se avançar para um dos principais pontos: de que forma é possível calcular o custo de mercadoria vendida?

Essa conta pode ser feita por diferentes meios, dependendo da natureza do negócio (aquisição, fabricação de mercadorias ou prestação de serviços).

- **Aquisição de mercadorias:** para empresas que revendem produtos, isto é, que têm seu estoque abastecido por mercadorias de diferentes fornecedores, o CMV é calculado no campo das finanças corporativas por meio de uma fórmula. Nela, o valor calculado é composto pelo custo de aquisição desses produtos, usando o modelo a seguir:
 - **Estabelecimento do intervalo de tempo:** o primeiro passo é definir o período de tempo no qual será analisada a entrada e saída de mercadorias da empresa. Tendo em vista que o valor final do CMV será empregado no DRE, demonstrativo que ocorre de forma periódica, o intervalo de tempo estabelecido deve ser o mesmo para ambos, para que não haja divergências nas contas.

- **Avaliação do Estoque Inicial (EI):** tendo definido o período, deve-se avaliar o valor do estoque no primeiro dia desse intervalo, quantia que recebe o nome de “Estoque Inicial”. Essa análise na maior parte das vezes é feita na moeda do respectivo país, abrangendo o valor dos custos dessas mercadorias, mas também pode ser feita por número de unidades.
- **Monitoramento de gastos com aquisições (C):** É necessário controlar as compras de mercadorias feitas durante esse período para repor o estoque, valor que pode ser avaliado a partir dos custos de aquisição, ou seguindo a linha do ponto acima, pelo número de unidades.
- **Avaliação do Estoque Final (EF):** deve-se avaliar o valor do estoque no final do período estabelecido, quantia que recebe o nome de “Estoque Final”. A análise deve ser feita seguindo o padrão estabelecido no Estoque Inicial e nas aquisições – em dinheiro ou quantidade de itens.

Desse modo, o cálculo do custo de mercadoria vendida começa com a soma do valor do **estoque inicial** com todas as **aquisições** realizadas no período, resultando no custo total do estoque durante aquele intervalo de tempo. Por fim, subtrai-se o **estoque final**, para deixar apenas o que foi efetivamente vendido – visto que o que se quer descobrir é justamente o custo dessas mercadorias.

$$CMV = (EI + C) - EF$$

Contudo, é preciso ter esses valores de estoque apurados a fim de realizar um cálculo de CMV assertivo e, para isso, é necessário que haja um acompanhamento contínuo do armazenamento. O levantamento real da situação do depósito, feito por meio da verificação dos registros de entrada e saída dos produtos, é chamado de **inventário de estoque**. Existem duas formas de realizar esse controle:

- **Inventário Periódico:** É o monitoramento esporádico do espaço de armazenamento, no qual dados são coletados em grandes intervalos de tempo, dificultando a obtenção de informações para o CMV.
- **Inventário Permanente:** É o gerenciamento de estoque completo realizado de forma contínua, a partir de um controle minucioso das entradas e saídas de mercadorias, de

modo a fornecer dados assertivos para o cálculo do CMV. Por exigir um acompanhamento intensivo e ainda ferramentas de análise mais robustas, esse modelo de controle demanda maiores investimentos, o que acaba afastando alguns gestores de adotá-lo.

A partir disso, pode-se notar que a gestão de estoque efetiva - qualificada pela precisão e regularidade dos dados - fornece dados mais detalhados e condizentes com a realidade e, por isso, torna mais eficiente o cálculo do CMV.

Como citado, sua fórmula de cálculo pode ser feita por meio do número de mercadorias ou pelo saldo monetário, que já avalia o valor do estoque em reais. Por ser mais utilizada nos relatórios financeiros e também ser mais prática, será abordada a segunda opção em um exemplo prático.

Exemplo: um varejista que atua no ramo de vinhos e espumantes é especializado na venda de safras nacionais. Ele requer um bom suprimento de estoque para vender durante o período de inverno, e os gestores precisam utilizar o CMV para descobrir a situação atual. No momento, a contabilidade informa os seguintes números referentes ao último ano:

- Estoque Inicial (EI): R\$ 100.000,00;
- Novas Aquisições (C): R\$ 450.000,00;
- Estoque Final (EF): R\$ 35.000,00.

Começando pelo cálculo do custo de estoque total do período:

$$\bullet \quad ET = EI + C = R\$ 100.000,00 + R\$ 450.000,00 = \mathbf{R\$ 550.000,00}$$

Subtraindo o estoque final:

$$\bullet \quad CMV = ET - EF = R\$ 550.000,00 - R\$ 35.000,00 = \mathbf{R\$ 515.000,00}$$

Dessa forma, o varejista de vinhos vendeu um total de mercadorias que lhe custou R\$ 515.000,00 durante o ano, deixando-o apenas com R\$ 35.000,00 de produtos em estoque. Essa informação do CMV poderá auxiliá-lo no planejamento de compras para o próximo ano, além de avaliar custos de aquisição.

Contudo, caso fosse informado o CMV a partir do número de produtos, seria necessário apenas multiplicá-lo pelo custo unitário de aquisição. Por exemplo, pode-se observar o caso da mesma empresa em termos de unidades de venda:

- Estoque Inicial (EI): 2.000 produtos;
- Novas aquisições (C): 9.000 produtos;
- Estoque Final (EF): 700 produtos;
- Custo de aquisição de cada produto: R\$ 50,00.

Calculando de forma sucinta pela fórmula $(2.000 + 9.000 - 700)$, encontra-se um CMV de 10.300 produtos. Para fazer uma análise monetária, bastaria multiplicar esse valor pelo custo de aquisição unitário, e se chegaria ao resultado anterior de R\$ 515.000,00. Esse método pode não ser o mais interessante caso o custo de mercadoria vendida fosse calculado em um longo período, visto que o custo de aquisição poderia sofrer alterações - como, por exemplo, a inflação - de um estoque para outro. É nesse momento que entram as estratégias de entrada e saída de mercadorias citadas anteriormente (FIFO, LIFO), justamente para analisar a ordem de venda dos produtos, priorizando a que forneça maior lucratividade possível.

Essa fórmula para o cálculo do CMV $(EI + C - EF)$ é normalmente utilizada por empresas que realizam o Inventário Periódico, que, como visto anteriormente, é feito por gestores que analisam esporadicamente determinados intervalos de tempo. No caso de empreendimentos que operem com o Inventário Permanente, o monitoramento de aquisições e vendas de mercadorias são registrados em tempo real, e ainda, são acrescentadas duas novas variáveis na fórmula:

- **Devoluções de Venda (DV):** englobam o valor de todas as mercadorias que retornaram ao estoque após terem sido compradas (normalmente por não corresponderem às expectativas dos clientes), o que é muito comum em um cenário de *e-commerce*, por exemplo.
- **Devoluções de Compra (DC):** englobam o valor das mercadorias que estavam no estoque da empresa, mas que por alguma razão (como defeitos de fabricação) retornam para os fornecedores.

Vale mencionar que essas variáveis não entram na fórmula do CMV apurado por meio do Inventário Periódico, tendo em vista que esse cálculo utiliza os saldos totais do estoque apenas após o fechamento do período analisado, e não em tempo real.

Para calcular o custo total do estoque, soma-se o **estoque inicial**, as novas **aquisições** e as **devoluções de venda** (pois as mercadorias voltaram a ocupar o local de armazenamento). Para encontrar o valor do estoque que foi vendido, subtrai-se o **estoque final** e a **devolução de compras** (itens que voltaram para os fornecedores e não ocupam mais espaço no depósito).

$$\text{CMV} = (\text{EI} + \text{C} + \text{DV}) - (\text{EF} + \text{DC})$$

Para ilustrar esse cálculo, pode-se observar o exemplo de uma varejista de *e-commerce* que tem uma gestão de estoque eficiente e, conseqüentemente, um controle de entrada e saída de mercadorias acurado. Durante o último ano, levantaram-se os seguintes dados:

- Estoque Inicial (EI): R\$ 1.500,00;
- Novas Aquisições (C): R\$ 2.500,00;
- Devoluções de Venda (DV): R\$ 100,00;
- Devolução de Compras (DC): R\$ 125,00;
- Estoque Final (EF): R\$ 1.000,00.

Somando o custo total do estoque no período:

$$\text{CT} = \text{EI} + \text{C} + \text{DV} = \text{R\$ } 1.500,00 + \text{R\$ } 2.500,00 + \text{R\$ } 100,00 = \text{R\$ } 4.100,00$$

Subtraindo o estoque final:

$$\text{R\$ } 4.100,00 - (\text{R\$ } 1.000,00 + \text{R\$ } 125,00) = \text{R\$ } 2.975,00$$

Ao final das contas, encontra-se o CMV no valor de **R\$ 2.975,00**, isto é, o total que foi gasto pela empresa para adquirir todos os produtos que foram vendidos.

• **Fabricação de produtos:** vale ressaltar que, nesse caso, o termo correto seria o CPV (Custo do Produto Vendido), mas como mencionado, o CMV assumiu dimensão “universal” e por isso é empregado também nesse contexto. Além da fórmula apresentada, existe outro meio para se calcular o custo de mercadoria vendida, que pode ser aplicado em empresas que fabricam o próprio produto. É o chamado método percentual, por ser baseado justamente no percentual de faturamento do negócio.

Primeiramente, é necessário encontrar o índice médio de custos sobre o valor total: basicamente todos os gastos necessários para produzir a mercadoria (o próprio conceito do CMV). Para ilustrar, pode-se analisar o percentual de custo de mercadoria vendida de um prato de um restaurante.

Supondo que, para preparar o prato do dia, haja gastos com ingredientes, utensílios, eletrodomésticos e mão de obra (todos os custos envolvidos no processo) o valor de R\$ 10,00.

Esse é o índice médio de custos. No cardápio, esse mesmo prato aparece custando R\$ 40,00, sendo esse seu preço de venda. O percentual do CMV é calculado em cima desse faturamento, como mostrado a seguir:

$$\text{CMV} = \frac{\text{INDICE DE CUSTOS}}{\text{RECEITA}} \times 100$$

Calculando o CMV no caso acima, percebemos que o percentual do custo de mercadoria vendida do prato do dia desse restaurante equivale a 25% de seu faturamento. Contudo vale ressaltar que o CMV não representa todos os custos existentes, apenas os custos relacionados diretamente à fabricação. Os impostos, taxas de manutenção do estabelecimento e salário do gerente do restaurante, por exemplo, não estão inclusos, e devem incidir logo após o lucro bruto para encontrar o lucro operacional, e por fim, o lucro líquido. Dito isso, esse método percentual serve para que o empresário tenha uma noção numérica mais clara e real de quanto do que recebe vai para os custos de produção da mercadoria.

Outra forma de calcular os custos do produto, utilizada principalmente por manufatureiras, é considerar o próprio índice médio de custos de forma que a conta seria a própria soma de todos os gastos envolvidos na fabricação do produto. Utilizando o exemplo acima, o restaurante poderia considerar o custo de mercadoria vendida do seu prato do dia o valor de R\$ 10,00.

● Considerações finais

Por mais que esse artigo tenha mostrado as fórmulas mais comuns e os principais usos desse cálculo, existe uma margem variada de diferentes aplicações do CMV. A forma mais assertiva de utilizar esse recurso é saber, primeiramente, em qual setor a empresa analisada se encaixa. Caso seja uma varejista no ramo de revendas, o método mais apropriado provavelmente será por meio das fórmulas de estoque, levando em conta o estilo de inventário implementado. Empresas que fabricam a própria mercadoria ou prestam serviços, por exemplo, seguem a mesma lógica de reunir todos os custos operacionais em um único índice, que pode ser analisado individualmente ou em relação ao faturamento na forma de porcentagem.

Contudo, esses são apenas diferentes mecanismos de cálculo. O aspecto mais relevante é entender o papel que o custo de mercadoria vendida desempenha nas análises financeiras das empresas. Os benefícios mais importantes de sua utilização já foram abordados, mas vale

ênfatizar como esse cálculo é fundamental na avaliação da saúde financeira do seu negócio. Seu primeiro impacto bruto é saber o valor mínimo que deve ser faturado para que a empresa consiga suprir seus custos operacionais e não ter prejuízo (equiparação financeira que designa o momento do breakeven). Outro ponto é que o CMV é um dos principais indicadores levados em conta no momento da precificação, justamente por indicar o “valor base” a ser cobrado para gerar lucro. Além disso, a precisão de seu cálculo está diretamente ligada com a eficiência da gestão de inventário, que permite uma avaliação minuciosa do valor do estoque, além do controle de perdas, roubos e quebras de produtos.

Por fim, não é à toa que o custo de mercadoria vendida tem um espaço reservado em uma das principais demonstrações contabilísticas atuais: o DRE. O cálculo do CMV se tornou fundamental para empresas que buscam constantemente aprimorar sua situação financeira e, por isso, é tão importante entender o encadeamento dos processos por trás desse notável custo.

● Bibliografia

CMV: aprenda a calcular o custo de mercadorias vendidas. **Associação Brasileira de Automação**, 2020. Disponível em: www.blog.gs1br.org/cm-v-aprenda-a-calcul-ar. Acesso em: 23 abr. 2021.

CMV: Como calcular o Custo de Mercadoria Vendida. **egestor**, 2020. Disponível em: www.blog.egestor.com.br/cm-v-custo-da-mercador-ia-vendida. Acesso em: 23 abr. 2021.

CMV: O que é e como calcular o Custo de Mercadorias Vendidas?. **BLB Brasil**, 2017. Disponível em: www.blbbrasil.com.br/blog/cm-v-o-que-e-e-como-calcul-ar. Acesso em: 23 abr. 2021.

CMV: o que é e como funciona o Custo de Mercadoria Vendida? **Suno**, 2019. Disponível em: www.sunoresearch.com.br/artigos/cm-v. Acesso em: 23 abr. 2021.

CMV: Saiba o que é, e como o cálculo é feito. **Rede Jornal**, 2019. Disponível em: www.jornalcontabil.com.br/cm-v-saiba-o-que-e-e-como-o-calcul-o-e-feito. Acesso em: 23 abr. 2021.

CMV – Saiba o que é e como calcular. **Contábeis**, 2017. Disponível em: www.contabeis.com.br/noticias/32813/cmv-saiba-o-que-e-e-como-calcul. Acesso em: 23 abr. 2021.

CMV NEGATIVO SOB A ÓTICA DO ICMS. **Sefaz**, 2001. Disponível em: www.sefaz.ba.gov.br/scripts/ucs/externos/monografias/monografia_ricardo_rego.pdf. Acesso em: 23 abr. 2021.

Código de barras explicado por quem entende do assunto. **GS1**, 2020. Disponível em: www.gs1br.org/educacao-e-pratica/cases/grupo-pao-de-acucar. Acesso em: 23 abr. 2021.

Cost of goods sold definition. **Accounting Tools**, 2021. Disponível em: www.accountingtools.com/articles/2017/5/4/cost-of-goods-sold. Acesso em: 23 abr. 2021.

Cost of Goods Sold (COGS). **CFI**, 2020. Disponível em: www.corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/accounting/cost-of-goods-sold-cogs. Acesso em: 23 abr. 2021.

Cost of Goods Sold (COGS). **Investopedia**, 2021. Disponível em: www.investopedia.com/terms/c/cogs.asp. Acesso em: 23 abr. 2021.

Do You Know Your Cost of Goods Sold? **PatriotSoftware**, 2018. Disponível em: www.patriotsoftware.com/blog/accounting/cost-of-goods-sold-cogs. Acesso em: 23 abr. 2021.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE). **Portal de contabilidade**, 2020. Disponível em: www.portaldecontabilidade.com.br/guia/demonstracaodoresultado.htm. Acesso em: 23 abr. 2021.

How To Calculate Cost of Goods Sold. **The balance small business**, 2020. Disponível em: www.thebalancesmb.com/how-to-calculate-cost-of-goods-sold-397501. Acesso em: 23 abr. 2021.

How to Calculate Cost of Goods Sold Using the FIFO Method. **Investopedia**, 2021. Disponível em: www.investopedia.com/ask/answers/111714/how-do-i-calculate-cost-goods-sold-cogs-using-first-first-out-fifo-method.asp. Acesso em: 23 abr. 2021.

How to Calculate Cost of Goods Sold Using the FIFO Method. **Course hero**, Disponível em: www.coursehero.com/file/p5uduml/Coca-Cola-uses-the-FIFO-method-for-inventory-First-in-first-out-method-refers. Acesso em: 23 abr. 2021.

O que é Custo da Mercadoria Vendida (CMV)? **Dicionário Financeiro**, 2020. Disponível em: www.dicionariofinanceiro.com/cmV. Acesso em: 23 abr. 2021.