

Educação para os empreendedores: utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança

Jorge Caetano Fonseca

Universidade Católica de Moçambique no Instituto de Educação a Distância | jorgecaetanofonseca859@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1317-3552>

João António Dias Junior

Universidade Católica de Moçambique no Instituto de Educação a Distância | joao.junior@ucm.ac.mz
<https://orcid.org/0009-0003-4935-1338>

Resumo: A educação é compreendida como um instrumento normativo que constitui uma acção social contextualizada num tempo e espaços definidos em função dos quais variam as possibilidades, os recursos e os conteúdos formativos e economia é o estudo da forma como as sociedades utilizam recursos escassos para produzir bens e serviços com valor e para os distribuir entre indivíduos diferentes. O problema da pesquisa reside no facto de pesquisadores verificarem a existência constante de falência das empresas, perante este problema, pode se dar o seguinte questionamento: qual é o contributo da Educação para os empreendedores: a utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança, no Município do Dondo? A opção pelo tema da pesquisa justifica-se pelo facto de constituir uma prioridade a operação de mudanças tendentes à melhoria da inserção na formação moral dos empreendedores em observância do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança, porque ele bem utilizada permite a correcta administração dos recursos financeiros. Objectivo central é compreender *o contributo da Educação para os empreendedores o, uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança*. A metodologia desta pesquisa foi utilizada o paradigma interpretativo, o tipo de pesquisa foi a qualitativa, o método utilizado foi o indutivo, a técnica foi a entrevista, a análise documental e a observação, a 4 participantes (empreendedores informais). Os resultados foram os seguintes: segundo os nossos entrevistados não conhece e nunca ouviram do ponto critico das vendas e margem de segurança; falta da educação para os empreendedores em matéria do ponto critico e margem de segurança. Podemos concluir que é importante promover a matéria da *Educação para os empreendedores o, uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança*, porque o cálculo do ponto critico das vendas permitem efectuar simulações quanto aos resultados das empresas, sendo muito utilizado na realização de a análises de viabilidade, pós permite conhecer a dimensão mínima necessária para tornar o projecto lucrativo, existe situações em que o lucro em inferior em relação aos custos (prejuízo). Podemos concluir também que este instrumento bem aplicado permite ao gestor/empreendedor planear e controlar os recursos financeiros, facilitando a tomada de decisões futuras, assim como novos investimentos.

Palavras-chave: educação empreendedora, empreendedores informais, gestão financeira, ponto de equilíbrio, margem de segurança

Abstract: Education is understood as a normative instrument that constitutes a social action contextualized in a defined time and space according to which the possibilities, resources and training contents vary and economics is the study of how societies use scarce resources to produce goods and services with value and to distribute them among different individuals. The problem of the research lies in the fact that researchers verify the constant existence of bankruptcy of companies, in the face of this problem, the following question can be asked: what is the contribution of Education to entrepreneurs: the usefulness of the use of the Critical Point of Sales and Safety Margin, in the Municipality of Dondo? The choice of the research theme is justified by the fact that it is a priority to make changes aimed at improving the insertion in the moral formation of entrepreneurs in observance of the use of the Critical Point of Sales and Safety Margin, in the Municipality of Dondo because it allows the correct administration of financial resources. The main objective is to understand the contribution of Education to entrepreneurs, the use of the Critical Point of Sales and Safety Margin, in the Municipality of Dondo. The methodology of this research was used the interpretative paradigm, the type of research was qualitative, the method used was inductive, the technique was interview, document analysis and observation had 5 participants (informal entrepreneurs). We obtained the following results: according to our interviewees, they do not know and have never heard of the critical point of sales and margin of safety; Lack of education for entrepreneurs on the critical point and safety margin. We can conclude that it is important to promote the subject of Education for entrepreneurs, the use of the Critical Point of Sales and Margin of Safety, because the calculation of the critical point of sales allows simulations to be carried out as to the results of the companies, being widely used in the performance of post-feasibility analyses allows to know the minimum size necessary to make the project profitable, There are situations in which the profit is lower than the costs (loss). We can also conclude that this well-applied instrument allows the manager/entrepreneur to plan and control financial resources, facilitating future decision-making, as well as new investments.

Keywords: entrepreneurial education, informal entrepreneurs, financial management, break-even point, safety margin

Introdução

Quando procedermos uma análise mais profunda das actuais tendências do mundo económico, é destacada a predominância de economias mais voltadas ao mercado, conduzidas essencialmente pelas decisões de seus consumidores. A abertura de mercados e o crescimento da competitividade entre as unidades produtivas marcas impostas pela globalização da economia, exigindo maior nível de qualidade e eficiência de seus agentes.

Assim, a educação pode ser entendida como um instrumento normativo que constitui uma acção social contextualizada num tempo e espaços definidos em função dos quais variam as possibilidades, os recursos e os conteúdos formativos. Neste contexto, as práticas educativas institucionais não são processos uniformes e gerais, mas, realidades singulares cuja forma e fundo variam de uma comunidade para outra, no âmbito onde os conteúdos e as modalidades educativas se dispõem de acordo com os interesses e objectivos das instituições educativas e das pessoas para quem se organizam e actualizam. Para a formação do carácter, os empreendedores precisam de saber a importância da educação para os empreendedores a utilidade do Ponto crítico das vendas e margem de segurança, viver, desde início, experiências moralmente enriquecedoras, que os ajudam a interiorizar os valores básicos, em especial o valor da gestão financeira na vida pessoal tal como na organização.

Nota se constantemente o fecho ou enceramento das empresas, por falta da incapacidade de manter os investimentos, a incapacidade de honrar os compromissos para com os terceiros, falta de controlo da rentabilidade do capital investido, a falta de controlo dos seus lucros, possibilidade de falência e entre outros. Perante este problema, pode se dar o seguinte questionamento: *Qual é o contributo da Educação para os empreendedores a utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança?*

A opção pelo tema da pesquisa justifica-se pelo facto de constituir uma prioridade a operação de mudanças tendentes à melhoria da inserção na formação moral dos empreendedores em educação na observância do cálculo no uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança. Podemos perceber o ponto de equilíbrio tem como objectivo principal mostrar para a empresa o que ela precisa de produzir e vender para cobrir todos os seus custos e despesas (fixos e variáveis) e dar lucro. Cada empresa tem o seu próprio ponto de equilíbrio. A análise do ponto de equilíbrio deve ser feita com cautela, tendo em conta as peculiaridades da empresa, ramo de actividade, estrutura de custos e qualidade da informação na base de cálculo, bem como à margem de contribuição, que terá relação e reflexo directamente no fluxo de caixa.

É relevante para gestores determinarem e saberem quais as quantidades a produzir ou a vender, para atingirem um ponto em que não tenham lucro, nem prejuízo, a fim de delinearem as estratégias que lhe permitem ultrapassar esse ponto e produzirem ou venderem quantidades que lhes dêem lucro.

O exercício do objecto deste estudo foi desenvolvido no âmbito das buscas de alternativas e possibilidades com o intuito de apoiar as instituições, o qual teve como objectivo central Compreender a Educação para os empreendedores: utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança. Para o efeito, o pesquisador propõe os seguintes objectivos específicos:

Identificar *contributo da Educação para os empreendedores a utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança.*

Descrever a relevância do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança

Perceber o papel da educação *para os empreendedores* a utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança

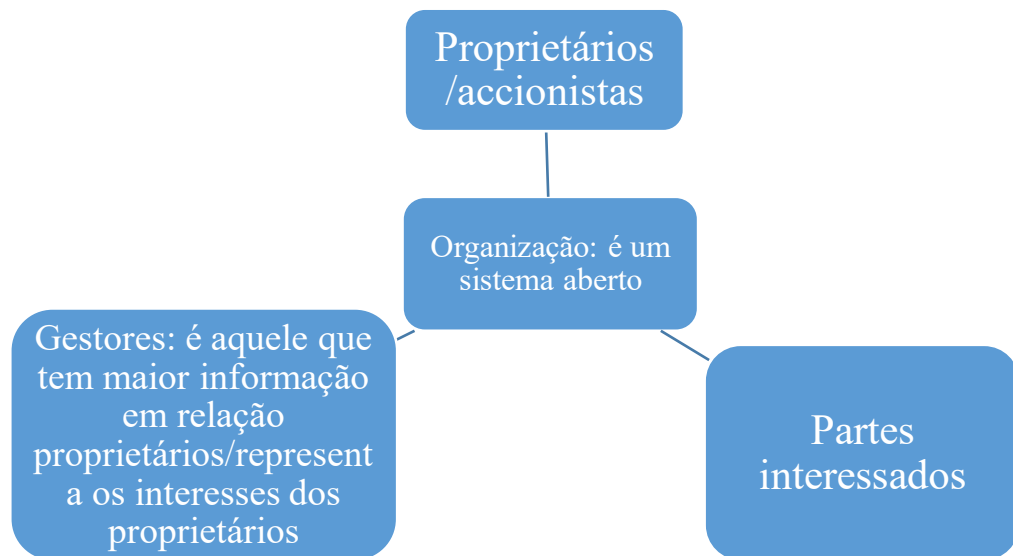
2. REVISÃO DA LITERATURA

A globalização pressupõe um livre comércio entre as nações e nesse contexto a contabilidade assume um papel muito importante nesse processo porque apura e divulga os resultados das empresas em diferentes contextos econômicos sujeitos a normas específicas, e também dos agregados de mercado.

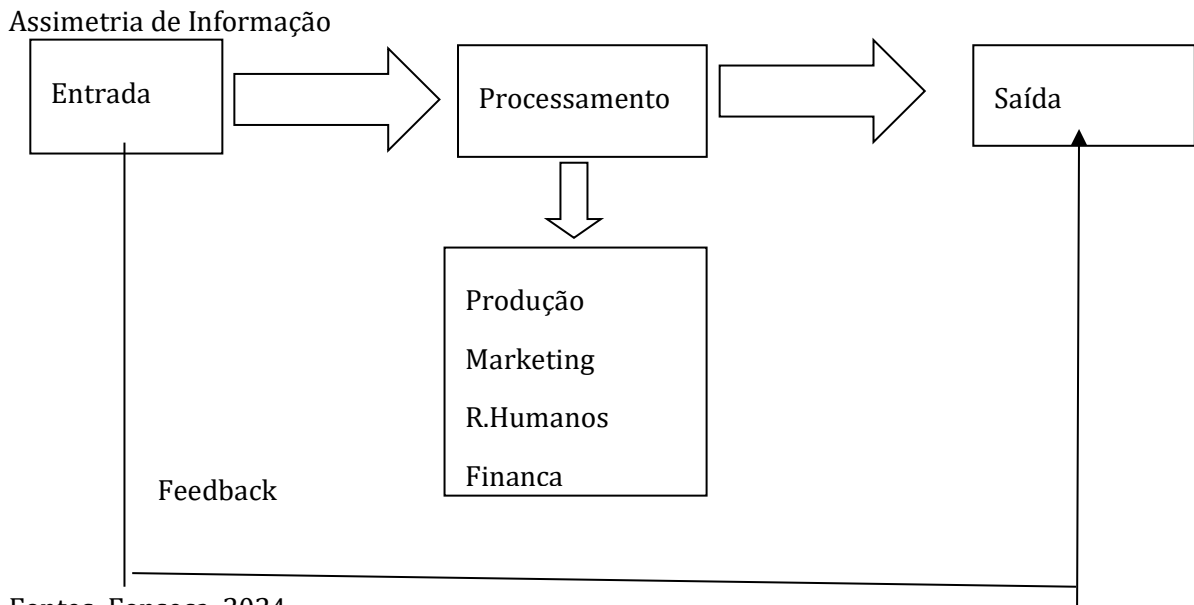
Dessa forma, uma empresa não pode mais ser vista como um sistema fechado em seu ambiente interno, mas sim como um sistema aberto com o principal, objectivo de obter resultados.

2.1. Empresa

Uma empresa pode ser definida como uma organização que tem por objectivo obter utilidades através da sua participação no mercado de bens e serviços. Geralmente é uma integração de elementos humanos, materiais e técnicos.



Fontes: Fonseca, 2024



Fontes: Fonseca, 2024

2.2. Educação para os empreendedores a utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança

Enquanto Freire (2019) entende a educação como sendo um esforço a serviço da humanidade ou do bem-estar da humanidade. Já para, Boavida e Dujo, (2007), a educação pode ser entendida como um instrumento normativo que constitui uma acção social contextualizada num tempo e espaços definidos em função dos quais variam as possibilidades, os recursos e os conteúdos formativos. Neste contexto, as práticas educativas institucionais não são processos uniformes e gerais, mas, realidades singulares cuja forma e fundo variam de uma comunidade para outra, âmbitos onde os conteúdos e as modalidades educativas se dispõem de acordo com os interesses e objectivos das instituições educativas e das pessoas para quem se organizam e actualizam.

Edgar (2002) e Carmo, (2014), apontam uma das principais características do acto educativo: a sua constante mudança e o seu dinamismo; um processo estruturado por momentos, elementos e acontecimentos que interactuam e se influenciam mutuamente e mudam no tempo. Assim se exemplifica neste modelo básico – linear-de-educação-comunicação. Abaixo apresentamos o processo básico da educação- comunicação

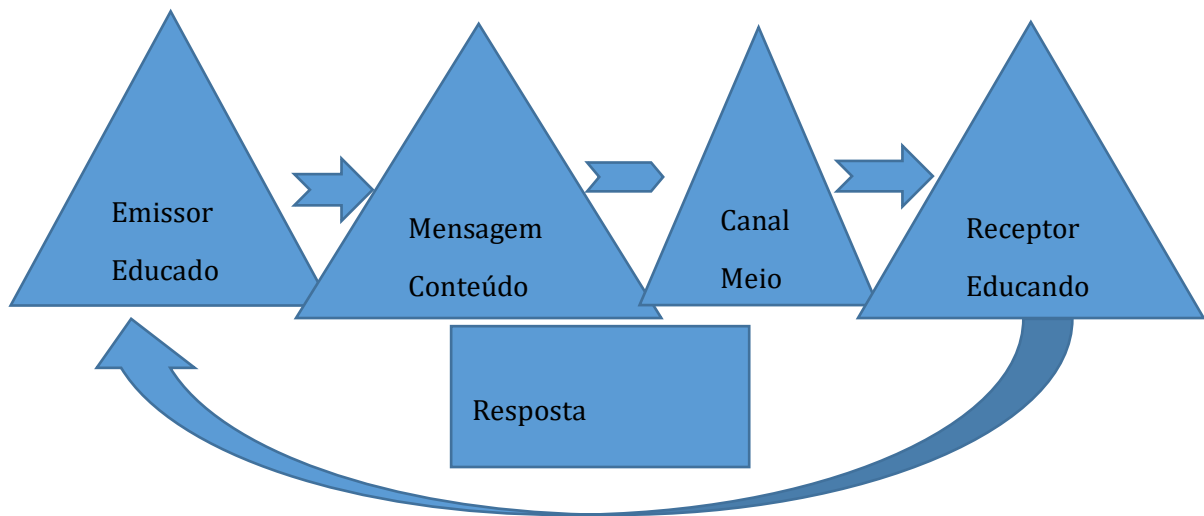


Figura 1- Processo básico da educação- comunicação

Fonte: Autores com base em Gomez, Freitas e Callejas, (2014)

2.3. Ponto crítico das vendas e margem de segurança

Todas empresas têm sempre como objectivo principal no desenvolvimento da sua actividade obter resultados positivos.

É relevante para os gestores determinarem e saberem quais as quantidades a produzir ou a vender, para atingirem um ponto em que não tenham lucro, nem prejuízo, a fim de delinearem as estratégias que lhes permitem ultrapassar esse ponto e produzirem ou vendem quantidades que lhes deem lucro.

O mesmo se dá em relação ao valor das vendas, procurando saber o valor das quantidades vendida que não do lucro nem prejuízo, após este conhecimento os gestores podem actuar de forma que as vendas ultrapassem o resultado zero a posse a ter o lucro desejado.

Assim o ponto crítico pode ser definido como o ponto onde a receita obtida na venda de necessidades de um bem ou serviço é igual os custos incorridos na produção das mesmas quantidades.

O ponto crítico das vendas segundo Matarazzo (2010), Santos (2004), Perreira da Silva (2010), Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), pode ser definido em termos de valor, correspondendo neste caso, o montante de vendas necessário para cobrir os custos totais. Tendo em conta este conceito, no ponto crítico de vendas os lucros são nulos, tornando-se positivo para quantidades superiores e negativos para quantidades inferiores.

O cálculo do ponto crítico das vendas permitem efectuar simulações quanto aos resultados das empresas, sendo muito utilizado na realização de análises de viabilidade pós permite conhecer a dimensão mínima necessária para tornar o projecto lucrativo, existe situações em que o lucro é inferior em relação aos custos (prejuízo) e o contrário a empresa está tendo lucros.

2.4. Determinação do ponto crítico

Para a determinação do ponto crítico das vendas segundo Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), é relevante a presença dos seguintes elementos:

Resultado (R)

Proveito (P)

Custos variáveis (CV)

Custos fixo (CF)

Quantidade (Q)

Preço de venda (PV)

$R = P - C$

$R = P - (CV - CF)$

$R = (Q * PV) - (Q * CV) - CF$

$R = Q(PV - CV) - CF$

$Q(PV - CV) - CF$

A análise do ponto crítico segundo Matarazzo (2010), Santos (2004), Perreira da Silva (2010), Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), possibilita:

Analisar o comportamento e influência de alguns parâmetros económico relevante.

Determinar o espaço de variação do nível de actividade.

Apreciar a viabilidade económico de novos investimentos em capital fixo.

Produtividade monetária

A produtividade económica do trabalho, avaliada em termos monetários, apresenta na seguinte fórmula:

$$Pm = VAB/Q = VAB/C \times C/S \times S/Q$$

Assim:

VAB/Q = Produtividade Económica

VAB/C = Taxa de Produtividade do Capital

C/S = Intensidade Tecnológica

S/Q = Custo médio do trabalho por produto

Estes indicadores fornecem a seguinte informação:

A taxa de produtividade do capital ($VAB/\text{Capital e exploração}$) mede a capacidade do capital de exploração para criar valor, isto é, indica o número de unidades de valores acrescentado por 90 unidades de capital investido.

A intensidade tecnológica ($\text{Capital investido}/\text{Massa salarial}$) mede a relação do custo de capital com o custo do trabalho humano, ou seja, indica se a actividade é intensiva em capital ou intensiva em mão de obra.

O custo médio do trabalho por produto (massa salarial/produção) mede o custo médio anual do factor trabalho incorporado em cada unidade produzida.

Uma explicação mais analítica da taxa de produtividade do capital (VAB/C) pode ser realizada através da sua desagregação em dois indicadores subsidiários:

$$VAB/C = VAB/VN \times VN/C$$

Em que:

VAB/VN = taxa de integração

VN/C = rotação do capital

Rentabilidade V. negocio = resultado líquido / volume de negócios

A utilização dos capitais aplicados expressa-se num coeficiente que, quando muito elevado, pode significar que a empresa está a trabalhar perto do limite da capacidade ou, no inverso, pode significar a subutilização de recursos.

Rotação dos capitais aplicados = volume de negócios / capitais aplicados

Assim, segundo Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), o indicador económico da rentabilidade do capital aplicado (Rc) apura-se na seguinte equação:

Rentabilidade do capital = margem comercial x rotação do capital

Ou

Resultado líquido/capital investido = resultado líquido/vol. Negócios x vol. Negócios /capital investido

Para aumentar a rentabilidade do capital investido na exploração pode actuar-se sobre a margem (eficácia comercial) ou/e sobre a rotação do investimento (eficácia dos capitais). Assim, através de varias combinações de margem e rotação, é possível atingir-se a mesma taxa de rentabilidade do investimento, isto é, alternativas de rendimento do capital de exploração.

Exemplo: Margem = 15%

Rotação = 2

Taxa de rentabilidade de investimento = 15% x 2 = 30%

Margem = 5%

Rotação = 6

Taxa de rentabilidade de investimento = $5\% \times 6 = 30\%$

Limiar mínimo de rentabilidade

O Limiar de Rentabilidade segundo Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), corresponde a um determinado ponto económico (chamado ponto crítico das vendas), no qual o valor dos proveitos totais da actividade (volume de negócios) iguala o custo total dessa mesma actividade. Uma vez atingido esse ponto limiar, a empresa tem a garantia de que não terá prejuízo, embora também não registe Lucro, já que os custos fixos igualam a margem bruta (venda – custo das vendas) gerada pelo volume de negócios.

Este conceito fornece-nos muitas informações importantes, pois o ponto crítico das vendas mostra:

O volume de vendas para o qual os proveitos igualam a custos totais conduzindo a um resultado nulo;

E também, o volume de vendas que permite a obtenção de uma margem de contribuição suficiente para a cobertura de custos fixos.

Fórmulas para o cálculo do ponto crítico das vendas:

Ponto crítico das vendas em quantidade $\rightarrow Q^* = CF / mg(u)$

Ponto crítico das vendas em valor $\rightarrow V^* = CF / (mg(u) / pv(u))$

Os passos para o cálculo do Limiar de rentabilidade são as diferenças entre os custos fixos e custos variáveis:

Os custos fixos (Cf) são os custos próprios da estrutura empresarial, que deverão ser assumidos independentemente do volume de negócios (Ex. salários, amortizações, custos financeiros, imposto sobre o rendimento);

Os custos variáveis (Cv) são os custos que se assumem na razão directa das operações de produção e venda (Ex. consumo de matérias primas, serviços externos, impostos indirectos).

Margem de segurança ou lucro

De acordo com Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), podemos entender como um indicador estatístico do risco económico de exploração. Este indicador que nos apresenta a percentagem do volume de actividade efectivamente praticada para além do ponto crítico. Para calcularmos a margem de segurança é necessário um prévio conhecimento do ponto crítico das vendas estamos a referir (em valor ou em quantidade).

$Ms = \text{Preço de vendas} - \text{preço de custo} \times 100$ ou

Preço de venda

$Ms = \frac{\text{Margem bruto}}{\text{Preço de venda}} \times 100$ ou

Preço de venda

$Ms = \frac{\text{Margem bruto}}{\text{Preço de venda}} \times 100$

Custo de preço

Ponto crítico das vendas segundo Matarazzo (2010), Santos (2004), Perreira da Silva (2010), Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), entendem que é o ponto onde as receitas e as despesas são iguais, ou seja, em que as vendas são suficientes para cobrir as despesas significa que não se perde nem se ganha dinheiro, estando-se somente a receber o valor que se gastou.

Segundo os autores referem que para determinar o ponto crítico, um empreendedor precisa saber:

O risco do produto/serviço para clientes

Os custos associados a que esta ser vendida (custo variável)

As despesas habituais associadas a gestão do negócio (custo fixo)

- Custos variáveis: Custos que variam directamente com número de unidade produzidas ou vendidas.

3. Desenho Metodológico

O presente capítulo trazemos uma breve apresentação acerca do procedimento metodológica e das técnicas escolhidas para a realização da presente investigação.

Neste contexto, visa fazer uma apresentação das técnicas, métodos e instrumentos que foram usados para efectivar a pesquisa com a temática relacionada com Educação para os empreendedores: utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança. Para Mattos (2005) a metodologia é sistematização de práticas na solução de problemas de pesquisa. É com este princípio que tentamos sistematizá-la de modo a alcançar os propósitos do estudo.

Segundo a ideia dos autores podemos perceber que a metodologia científica pode ser definida como um conjunto de procedimentos e abordagens técnicas intelectuais operacionalizáveis pela ciência para resolver questões atinentes a aquisição objectiva do conhecimento de uma forma sistemática no que se refere aos procedimentos metodológicos como: O paradigma é o tipo de pesquisa, a selecção dos participantes da pesquisa as técnicas de recolha de dados, as considerações éticas, a descrição do local do estudo e os procedimentos para análise dos dados provenientes da entrevista e da análise documental, abaixo apresentamos a tabela que ilustra os objectivos específicos da pesquisa, as questões levantadas e os conceitos chaves da pesquisa.

3.1. Paradigmas da investigação

Bardin (2010) definem paradigma como sendo uma estrutura mental assumida que serve para classificar o real antes do estudo ou investigação mais profunda que comporta elementos de natureza metodológico mais também metafísica, psicológica por ai em diante.

Para este estudo foi utilizado paradigmas interpretativo porque este paradigma valoriza a explicação e compreensão holística das situações, o carácter complexo e essencialmente humano da actividade de interpretação do real e o papel privilegiado que

nessa actividade toma o plano da intersubjectividade resultante do encontro e interacção de múltiplos actores sociais entre os quais se inclui o investigador refere o (Amado, 2014).

3.2. Tipo de pesquisa

Para este foi utilizado o estudo qualitativo porque a pesquisa qualitativa pode ser definida como a que se fundamenta principalmente em análises qualitativas, caracterizando-se, em princípio, pela não utilização de instrumental estatístico na análise dos dados (Bardin, 2010).

3.3. Método de pesquisa

Carvalho (2009), define o método científico como um processo racional que se emprega na investigação, ou é a linha de raciocínio adoptada no processo de pesquisa. Os métodos de abordagem, tradicionalmente divulgados em termos que fornecem as bases lógicas a investigação são: Método dedutivo, o método indutivo e o método hipotético dedutivo. Para este estudo vamos utilizar método indutivo.

Método Indutivo

Para este estudo foi utilizada método Indutivo, o conhecimento científico é o único caminho seguro para a verdade dos factos.

Para o Carvalho (2009), define Método indutivo, é uma operação lógica que vai do particular ao geral, ou ao contrário da dedução, não progride simplesmente pelas relações entre ideias. Considera que o conhecimento é fundamentado na experiência, não levando em conta princípios preestabelecidos.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolha de dados

Para reunir informações pormenorizadas, escolheu-se um conjunto de técnicas e instrumentos metodológicos capazes em abordagem qualitativa, interpretar uma realidade com maior riqueza de detalhes, como é pertinente num estudo de caso: entrevistas, observação, análise documental e grupos de discussão focalizada. A opção por estas técnicas justifica-se pelo facto de ter-se escolhido uma abordagem qualitativa na modalidade de estudo de caso, pois as técnicas seleccionadas podem ser combinadas conforme diz Vilelas (2009) para obter informação muito credível.

Para colher informações em causa, foi utilizado estudo qualitativo de recolha de dados, nomeadamente:

Entrevista semi-estruturada (para obtenção de dados primários do estudo)

Análise documental (para obtenção de dados secundário)

Observação (para obtenção de dados terciário)

3.5. Participantes

Para a seleção dos participantes, importa referir que nas pesquisas qualitativas os indivíduos do estudo geralmente não são chamados por sujeitos ou elementos da amostra, mas sim de participantes.

Entretanto, para este estudo tem como participantes (04) empreendedores todos eles empreendedores informais.

4. Apresentação e discussão de resultados

Os resultados da pesquisa está organizada com base nas categorias que orientam o processo de apresentação e análise dos dados, como afirmamos anteriormente estas categorias emergiram a partir do nosso quadro teórico e dos dados das entrevistas com os participantes em nossa pesquisa acima referenciado as informações sobre a importância do estudo perspectiva da Educação para os empreendedores: utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança. Assim vamos apresentar e discutirmos os resultados em torno dos objetivos específicos as seguintes questões: Qual é a utilidade da observância do Ponto crítico das vendas e margem de segurança? Quais são as vantagens do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança? Qual é a importância da Educação para os empreendedores: utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança?

4.1. Utilidade da observância do Ponto crítico das vendas e margem de segurança

A categoria a cima, se procurou saber a utilidade da observância do Ponto crítico das vendas e margem de segurança, nesta questão procuramos saber os participantes (E1, E2, E3 e E4), pudemos perceber que dos quatros entrevistados foram *unanimemente em responderem que não conhecem e nunca ouviram falar da utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança*. Segundo as respostas dos empreendedores entrevistados, percebemos que têm fracos conhecimentos em matéria da Educação para os empreendedores na observância no uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança. Através da observância do uso do ponto crítico das vendas permitem efectuar simulações quanto aos resultados das empresas, sendo muito utilizado na realização de análises de viabilidade pois permite conhecer a dimensão mínima necessária para tornar o projecto lucrativo, existem situações em que o lucro é inferior em relação aos custos (prejuízo) e o contrário a empresa está tendo lucros. Segundo Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), para determinação do ponto crítico das vendas é relevante e visa: analisar o comportamento e influência de alguns parâmetros económicos relevantes.

EX: custo fixo e variável e preços unitários.

Determinar o espaço de variação do nível de actividade.

Apreciar a viabilidade económica de novos investimentos em capital fixo.

Ponto crítico das vendas é o ponto onde as receitas e as despesas são iguais, ou seja, em que as vendas são suficientes para cobrir as despesas significa que não se perde nem se ganha dinheiro, estando-se somente a receber o valor que se gastou.

4.2. As vantagens do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança

Quanto a essa categoria, se procurou saber qual é a vantagem da educação para os empreendedores a observância do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança, segundo os nossos entrevistados (E1, E2, E3 e E4), *pudemos perceber que dos quatros entrevistados responderam que não conhecem as vantagens porque nunca ouviram falar do*

Ponto crítico das vendas e margem de segurança. Para um determinado ponto económico (chamado ponto crítico das vendas), no qual o valor dos proveitos totais da actividade (volume de negócios) iguala o custo total dessa mesma actividade. Uma vez atingido esse ponto limiar, a empresa tem a garantia de que não terá prejuízo, embora também não registre Lucro, já que os custos fixos igualam a margem bruta (venda – custo das vendas) gerada pelo volume de negócios.

Segundo Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), estes conceitos fornecem informações importantes, pois o ponto crítico das vendas mostra:

O volume de vendas para o qual os proveitos igualam a custos totais conduzindo a um resultado nulo; E também, o volume de vendas que permite a obtenção de uma margem de contribuição suficiente para a cobertura de custos fixos. Segundo os autores referem que para determinar o ponto crítico, um empreendedor precisa saber: o risco do produto/serviço para clientes; os custos associados a que esta ser vendida (custo variável); as despesas habituais associadas a gestão do negócio (custo fixo).

4.3. A importância da Educação para os empreendedores: utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança

Para esta terceira categoria, procurou se analisar a importância da Educação para os empreendedores: utilidade do uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança. Segundo Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), Este instrumento fornece informações importantes, pois o ponto crítico das vendas mostra: O volume de vendas para o qual os proveitos igualam a custos totais conduzindo a um resultado nulo; E também, o volume de vendas que permite a obtenção de uma margem de contribuição suficiente para a cobertura de custos fixos.

Fórmulas para o cálculo do ponto crítico das vendas:

Ponto crítico das vendas em quantidade -> $Q^* = CF / (Pv - u)$

Ponto crítico das vendas em valor -> $V^* = CF / (mg(u) / pv(u))$

Exemplo:

Uma empresa que produz e comercializa o produto A apresenta de custos fixos no valor de 5.000. O preço de venda unitário é de 5 e o somatório dos custos unitários é de 2,50. Para calcularmos o ponto crítico das vendas em quantidade e em valor teríamos que fazer o seguinte:

$$Q^* = 5.000 / (5 - 2,5) = 2.000 \text{ Unidades}$$

$$V^* = 5.000 / (5 / 2,5) = 10.000$$

Estes valores significam que para a empresa conseguir cobrir todos os custos fixos tem de produzir e vender 2.000 unidades do produto A, o equivalente a 10.000 de vendas. Só a partir destes valores é que a empresa conseguiria obter algum lucro. Margem de segurança ou lucro para Netos (2012), Diniz (2015) & Fonseca (2024), entendem que este indicador nos apresenta a percentagem do volume de actividade efectivamente praticada para além do ponto crítico. Para calcularmos a margem de segurança é necessário um prévio conhecimento do ponto crítico das vendas estamos a referir (em valor ou em quantidade).

Para tal precisa por exemplo saber o custo de aquisição do bem a ser vendido aos clientes, o custo matérias-primas, custo de transporte, o custo de embalagem.

Considerações finais

A utilização correcta das ferramentas de controlo proporcionará à empresa melhor utilização de seus recursos, de forma mais consciente. Diante da realização da pesquisa, as questões de investigação não foram respondidas e foi tecido um referencial teórico para reflectir sobre a trajectória histórica da utilidade desse indicador para os empreendedores em Moçambique com ênfase de controlar os activos. É importante ressaltar que o uso de controlos permite ao gestor planear e controlar os recursos financeiros, facilitando a tomada de decisões futuras, assim como novos investimentos. A utilização dos controlos dá condições ao gestor de eliminar dificuldades financeiras e a visualização dos valores de custos e despesas, bem como os valores das entradas e das saídas, permitindo a correcta alocação dos recursos.

Nesta senda, podemos concluir que é importante promover a matéria da *Educação para os empreendedores* o, uso do Ponto crítico das vendas e margem de segurança, porque o cálculo do ponto crítico das vendas permitem efectuar simulações quanto aos resultados das empresas, sendo muito utilizado na realização de análises de viabilidade pós permite conhecer a dimensão mínima necessária para tornar o projecto lucrativo, existe situações em que o lucro é inferior em relação aos custos (prejuízo). Podemos concluir também que este instrumento bem aplicado permite ao gestor/empreendedor planear e controlar os recursos financeiros, facilitando a tomada de decisões futuras, assim como novos investimentos.

Referências

- Amado, J. (2014). *Manual de investigação qualitativa em educação*. 2.ed. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Bardin, L. (2010). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Boavida, João, DUJO, D. G. Ângela. (2007). *Teoria da Educação Contributos Ibéricos (1ª. Ed)*- Coimbra
- Carvalho, J. E.(2009). *Metodologia do Trabalho Científico. «Saber Fazer» da investigação para dissertações e teses*. 2. ed. Lisboa, Portugal: Escolar Editora
- Diniz, N. (2015). *Análise das demonstrações financeira (1.Es)*. Rio de Janeiro: SESES.
- Edgar, Morin. (2002). *Os setes saberes para a educação do futuro – Coleção: Horizontes Pedagógicas/88* –São Paulo. Cartaz editora
- Fonseca, Caetano Jorge. (2024). *Educação e Comunicação para a Gestão Financeira: Desafios dos Gestores em controlar as finanças*. Novas Edições Académicas.
- Gomez, C.A. José; Freitas, P.M. Orlando; Callejas, V.German. (2014). *Educação e desenvolvimento Comunitário Local perspetivo pedagógico e sociais da sustentabilidade*. Porto: Profedições
- Matarazzo, D. C. (2010). *Análise financeira de balanços: abordagem gerencial*. 7. ed. São Paulo: Atlas.
- Mattos, P.L.C.L.A. (2005). *Entrevista não estruturada como forma de conversão: razões e sugestões para sua análise*. *RAP: Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v.4. nº, ISSN 0034-7612, ISSN on-line 1982-3134
- Neto, A.A. e Silva, C. A T. (2012). *Administração do Capital de Giro*. 3.ed.São Paulo: Editora Atlas, SA.
- Perreira da Silva, J. (2010). *Análise financeira das empresas*. 10. ed. São Paulo: Atlas.
- Paulo,F. (2019). *Direitos Humanos e Educação Libertadora, Gestão Democrática da Educação Publica Cidade de São Paulo eBook*
- Santos,L. (2004). *Fluxos de Caixa*. 3.Ed- Porto: Vida Económica (Grupo Editorial Peixoto de Sousa).
- Vilelas, J. (2009). *Investigação: o processo de construção do conhecimento*. Lisboa: Silabo.