



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

**A IMPORTÂNCIA DA APURAÇÃO DOS CUSTOS: um estudo de caso em um
restaurante *self service* em João Pessoa-PB**

WILLIAM CHARLES DE ARAÚJO ESPÍNDULA

**Campina Grande – PB
2016**

WILLIAM CHARLES DE ARAÚJO ESPÍNDULA

A IMPORTÂNCIA DA APURAÇÃO DOS CUSTOS: um estudo de caso em um restaurante *self service* em João Pessoa-PB

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
2016**

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.

E77i Espíndula, William Charles de Araújo
A importância da apuração dos custos [manuscrito] : um estudo de caso em um restaurante self service em João Pessoa - PB / William Charles de Araújo Espíndula. - 2016.
21 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.
"Orientação: Prof. Me. Manuel Soares da Silva, Departamento de Ciências Contábeis".

1. Restaurante. 2. Custo. 3. Custeio. 4. Contabilidade de custos. 5. Demonstração contábil. I. Título.

21. ed. CDD 657

WILLIAM CHARLES DE ARAÚJO ESPÍNDULA

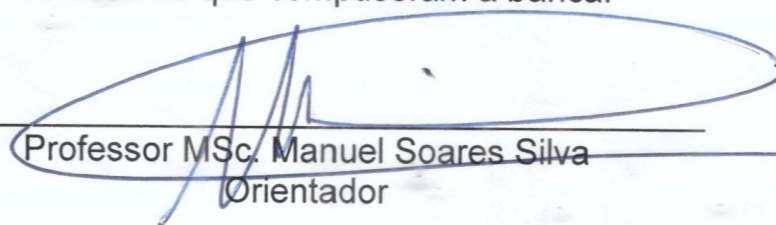
A IMPORTÂNCIA DA APURAÇÃO DOS CUSTOS: um estudo de caso num restaurante *self service* em João Pessoa-PB

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 Esp. Cláudio de Oliveira Leôncio
Coordenador do Trabalho de Conclusão de Curso

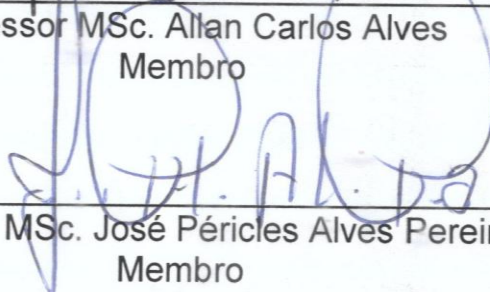
Professores que compuseram a banca:



Professor MSc. Manuel Soares Silva
Orientador



Professor MSc. Allan Carlos Alves
Membro



Professor MSc. José Péricles Alves Pereira
Membro

Campina Grande – PB, 13 de outubro de 2016

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	05
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	07
2.1 RESTAURANTE SELF SERVICE	07
2.2 A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS E SUA CLASSIFICAÇÃO	08
2.3 MÉTODOS UTILIZADOS PARA CUSTEIO DA PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS.....	10
2.3.1 Custeio por absorção	10
2.3.2 Custeio variável	11
2.4 O SISTEMA DE CUSTEIO VARIÁVEL E SUA IMPORTÂNCIA EM RESTAURANTES SELF SERVICES	11
3 METODOLOGIA	12
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	12
3.2 COLETA DOS DADOS.....	13
3.3 UNIDADE DE ESTUDO DE CASO	14
3.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	14
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	15
4.1 DEMONSTRAÇÃO DO FATURAMENTO	15
4.2 DEMONSTRAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESA VARIÁVEIS	15
4.3 DEMONSTRAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS FIXOS.....	16
4.4 ALOCAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEL E FIXO AO PRODUTO	17
4.5 APURAÇÃO DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL E DO PONTO DE EQUILÍBRIO.....	17
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
ABSTRACT	19
REFERÊNCIAS.....	19

A IMPORTÂNCIA DA APURAÇÃO DOS CUSTOS: um estudo de caso em um restaurante *self service* em João Pessoa-PB

William Charles de Araújo Espíndula*

RESUMO

A apuração correta dos custos numa empresa tem grande importância do ponto de vista da constituição de outros importantes elementos como a formação do preço de venda, a margem de lucro, o ponto de equilíbrio, dentre outros. Neste sentido, surge aqui um estudo que teve por objetivo apurar o custo de um restaurante do segmento de *self service*, com base no custeamento marginal variável. Foi realizada uma pesquisa de natureza exploratória em um restaurante, localizado em João Pessoa, utilizando-se também de bibliografias, documentos e relatórios da empresa. Por meio da coleta e análise de dados foi possível se chegar aos resultados que são imprescindíveis a gestão. As informações levantadas estão relacionadas com as receitas, custos e despesas operacionais mensais. Os resultados encontrados mostram um lucro operacional de R\$ 881,76, o que evidencia que a empresa não está tendo prejuízo com a venda do produto, porém o lucro ainda está reduzido, sendo importante analisar os dados para então tomar novas decisões gerenciais que possam favorecer o restaurante.

PALAVRAS-CHAVE: *self service*, custo, custeamento marginal.

1 INTRODUÇÃO

Neste ano de 2016 não tem sido fácil conviver com a alta do dólar, a escalada dos juros, inflação crescente, recessão, bem como uma grande crise política e a corrupção. Este cenário não é nada animador para a indústria e o comércio, os quais não se mostram otimistas, conforme se observa em inúmeras notícias veiculadas nacionalmente. Uma destas notícias, veiculada no jornal da Folha de São Paulo (31/08/2016), evidencia que o Brasil vive a segunda pior recessão de sua história, tendo uma queda econômica acumulada em 7,9%, contra 8,5% da mais profunda recessão, que foi do início da década de 80.

Diante deste cenário, o consumidor não tem confiança em gastar e assim os faturamentos das empresas caem gerando uma conseqüente onda de demissões e ao mesmo tempo uma não contratação.

* Graduando do Curso de Ciências Contábeis – UEPB – Campina Grande-PB. Email: williamespindula@yahoo.com.br.

Para agravar a situação e independentemente do segmento de mercado e do tamanho da empresa, todas estão envolvidas na acirrada luta pela sobrevivência que vem desenrolando num cenário nacional e internacional altamente competitivo. Ser competitivo é ter foco no cliente e no mercado; é gerar qualidade nos produtos e/ou serviços, e bons preços.

Nesse contexto, o empresário necessitará de planejamento e controle para crescer e alcançar o sucesso na sua trajetória. Dessa forma, ele irá utilizar a contabilidade como ferramenta essencial de sua gestão, a qual é um sistema útil de síntese de informação, visto que só ela é capaz de oferecer aos empresários informações e dados sobre comportamento de custos fixos e variáveis, planejamentos tributários, preços, demonstrações financeiras e pareceres contábeis: um precioso e verdadeiro poder informacional para as empresas de todos os portes e segmentos.

Assim, com o intuito de auferir lucro e se perpetuarem no mercado, o que está cada vez mais difícil, em virtude do que já foi mencionado, estas empresas são obrigadas a determinar seus preços pelos valores praticados no mercado (MARTINS, 2010). Caso os administradores não saibam os custos de seus produtos e conseqüentemente não saibam gerenciá-los, eles poderão sair do mercado ou se tornarem menos competitivos ao perderem paulatinamente as vendas.

Diante deste cenário e também dos problemas enfrentados pelos restaurantes com relação à gestão de custos, surge aqui esta pesquisa que foi realizada num restaurante, de pequeno porte, localizado em João Pessoa, que atua no setor de *self service*, que está no mercado há cerca de 2 anos e vem sofrendo as conseqüências em decorrência da atual situação econômica pela qual passa o Brasil.

Portanto, o referido estudo apresenta a seguinte questão de pesquisa: Como são apurados os custos mensal de um restaurante que atende na modalidade de *self service*, localizado na cidade de João Pessoa-PB?

Para responder a essa problemática, o estudo tem com objetivo geral: apurar qual foi o custo mensal de um restaurante que atende na modalidade de *self service*, localizado na cidade de João Pessoa-PB. Como objetivos específicos, esta pesquisa se propõe a caracterizar a atividade de restaurante *self service*; apresentar a importância e classificação dos custos; identificar os custos e despesas operacionais; determinar a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio.

Sob esta ótica, esta pesquisa se justifica pelo seu principal foco que está contida na contabilidade de custos, conforme cita Padoveze (2010), que é de apurar o custo unitário do produto, sendo possível, através de métodos, sistemas, teorias, conceitos e diferentes critérios de cálculos, tendo como objetivo básico determinar quanto custa cada unidade de produto oferecida pela empresa, onde as informações geradas sobre o custo dos produtos e serviços permitem análise de custos e rentabilidade de produtos, análise de adequação da capacidade produtiva, apuração dos recursos que devem ser processados internamente ou externamente, entre outros.

O estudo está organizado em 5 (cinco) tópicos, sendo esta introdução o primeiro deles, onde se apresenta o assunto a ser abordado. O segundo tópico é referente à fundamentação teórica, a qual dará o suporte teórico sobre o tema em questão. Na sequência tem-se o terceiro tópico relativo à metodologia, onde serão apresentadas as técnicas e processos empregados para a execução desta pesquisa. O quarto tópico se refere à apresentação e análise dos dados, ou seja, o estudo de caso em si. Por fim, vem o quinto tópico com as considerações finais a respeito da do resultado obtido no estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 RESTAURANTE *SELF SERVICE*

Um restaurante, conforme o Dicionário Aurélio (2002), é um estabelecimento comercial onde se preparam e servem comidas, ou seja, é um local destinado ao preparo e comércio de refeições, podendo também ter bebidas alcoólicas e não alcoólicas. De um modo geral, possui um salão e uma cozinha, havendo diferenciações na forma de servir, preparar a comida e atender.

Para contribuir em prol do setor de alimentação no Brasil, foi criada em 1986 a Associação de Bares e Restaurantes (ABRASEL), e segundo ela (2015), neste atual contexto econômico do país, o consumidor opta pelo mais barato. Com poder de compra reduzido pela crescente inflação, o trabalhador brasileiro tem feito de tudo para economizar. Isso inclui a alimentação fora de casa. Essa busca tem elevado a demanda nos restaurantes de autos serviço, mais conhecidos como *self services*.

Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2009) restaurantes *self services* estão relacionados à conveniência e proximidade, além de oferecerem sociabilidade, prazer e qualidade. Eles atendem às características locais e um público que não dispõe de muito tempo para suas refeições, tornando-se uma ótima opção para quem precisa almoçar fora de casa, com a opção de escolher o que quer consumir, apresentando uma relação direta entre o que foi consumido e o valor que está sendo pago.

Esta novidade não demorou a se espalhar por todo o país devido ao fato de apresentar uma relação direta entre o que foi consumido e o valor que está sendo pago e também de o cliente ter uma variedade maior de opções para colocar em seu prato, além de não precisar esperar que fique pronto.

O SEBRAE estima que há cerca de 1 milhão de restaurantes no Brasil, sendo apenas 30% com serviços *à la carte*. Por se tratar de um segmento muito concorrido, os restaurantes não dependem mais somente da boa comida para alcançar o sucesso, devem estar atentos aos desejos dos clientes, ao atendimento, à diversificação de pratos e à higiene, entre tantos outros itens.

2.2 A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS E SUA CLASSIFICAÇÃO

Custos são gastos relativos a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços; são todos os gastos relativos à atividade de produção.

De acordo com Martins (2010), a contabilidade de custos nasceu da contabilidade financeira, quando da necessidade de avaliar os estoques na indústria, tarefa essa que era fácil na empresa típica da era do mercantilismo. Seus princípios derivam dessa finalidade primeira e, por isso, nem sempre conseguem atender completamente a suas outras duas mais recentes e provavelmente mais importantes tarefas: controle e decisão. Acrescenta-se ainda que o conhecimento dos custos é vital para saber se, dado o preço do produto é rentável; ou, se não rentável, se é possível reduzi-los (os custos).

A contabilidade de custos, segundo Padoveze (2010), tem como objetivo básico determinar quanto custa cada unidade de produto oferecida pela empresa, através de métodos, sistemas, teorias, conceitos e diferentes critérios de cálculos. Estas informações obtidas sobre o custo dos produtos/serviços permitem análise de custos e rentabilidade de produtos, análise de adequação da capacidade produtiva,

apuração dos recursos que devem ser processados internamente e/ou externamente. Para tanto, deverá estabelecer diferentes sistemas de custos e adotar critérios diferentes para avaliação, cálculo e alocação, a fim de se determinar o custo correto de determinado produto ou serviços.

Para que a contabilidade aponte um lucro final num determinado período, além dos custos, têm-se as despesas e as receitas, cujas rubricas serão algebricamente relacionadas, sendo receitas a parte positiva e custos e despesas, as partes negativas.

O principal conceito de receitas são os recursos provenientes da venda de mercadorias ou de uma prestação de serviços (MARTINS, 2010).

As despesas, por sua vez, são todos os gastos de caráter geral, relacionado com a administração e a venda, que uma empresa precisa ter para obter uma receita (MARTINS, 2010).

Os custos podem ser classificados em relação aos produtos fabricados em direto e indireto e, já com relação ao volume de produção, são classificados em fixos e variáveis (RIBEIRO, 2009).

Assim, os custos diretos são aqueles que podem ser facilmente identificados ao produto ou serviço em consideração, assim, se o que está sob consideração é uma linha de produtos, então os materiais e a mão de obra envolvidos em sua manufatura seriam, ambos, custos diretos, dessa forma, relacionando-se então com os produtos finais (PADOVEZE, 2010).

Os custos indiretos, de acordo com Padoveze (2010), caracterizam-se por gastos que não podem ser alocados de forma direta ou objetiva aos produtos ou a outro segmento ou atividade. Assim, para serem incorporados, os custos indiretos aos produtos, necessitam da utilização de algum critério de rateio.

Com relação aos custos fixos, segundo Oliveira e Júnior (2012), são aqueles que permanecem constantes dentro de determinada capacidade instalada, independentemente do volume de produção. Conseqüentemente, não são identificados como custos da produção do período, mas como custos de um período de produção.

Já os custos variáveis, ainda conforme Oliveira e Júnior (2012), são aqueles custos que mantêm uma relação direta com o volume de produção ou serviço e, conseqüentemente, podem ser identificados com os produtos. Dessa maneira, o

total dos custos variáveis cresce à medida que o volume de atividades relacionadas à produção da empresa aumenta.

Ao apurar o custo dos produtos e serviços devem-se levar em conta as características e comportamento dos custos.

A contabilidade de custos também incorpora os conceitos de desperdícios e de perda. Desperdícios são gastos que a empresa incorre em decorrência da ineficiência do processo produtivo em termos de materiais, mão de obra e retrabalho e que são incorporadas ao custo. Perdas são gastos que ocorrem de forma involuntária, provocados por furto, incêndio e outros, que significam reduções de resultado, mas não são incorporadas ao custo (MARTINS, 2010).

2.3 MÉTODOS UTILIZADOS PARA CUSTEIO DA PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS

Para ser feita a mensuração unitária dos custos dos produtos ou serviços de uma empresa, que é o foco principal da contabilidade de custos, deve-se apropriar os custos diretos e indiretos aos produtos, sendo que só é possível identificar os custos indiretos aos produtos através de algum critério de rateio ou alocação, que de acordo com Maher (2001) é o processo de atribuir custos indiretos aos objetos do custo.

Há várias formas criadas pela contabilidade para alocar os custos indiretos, no entanto, a dificuldade está em selecionar esses custos e verificar que método melhor se aplicará a realidade da empresa. Devido a uma diversidade de métodos existentes, serão abordados a seguir os métodos de custeio dos custos indiretos considerados mais relevantes para este artigo: custeio por absorção e custeio variável.

2.3.1 Custeio por absorção

O método do custeio por absorção é um sistema adotado no Brasil pela legislação comercial e fiscal, para apresentação de demonstrações financeiras e pagamento de imposto de renda (OLIVEIRA e JÚNIOR, 2012).

No custeio por absorção, todos os custos de produção são alocados aos bens ou serviços produzidos, o que compreende todos os custos variáveis, fixos, diretos ou indiretos. Os custos diretos, por meio da apropriação direta, enquanto os custos indiretos, por meio de sua atribuição com base em critérios de rateios.

Esse sistema contempla apenas custos de produção, onde só são contemplados os custos estocáveis, assim, os custos de vendas do tipo comissões de vendas e custos administrativos do tipo salário dos executivos, não são apropriados (MAHER, 2001).

2.3.2 Custeio variável

No método do custeio variável, segundo Oliveira e Júnior (2012), a expressão custeamento marginal variável ou direto designa os custos e despesas variáveis que, em valor absoluto, oscilam na razão direta dos aumentos ou reduções das quantidades produzidas.

Souza, Kulpa e Dubois (2008), ressaltam que no custeio variável, somente os custos variáveis de produção e as despesas variáveis, são alocados aos bens ou serviços produzidos, deixando os fixos para serem incorporados posteriormente.

De acordo com Leone (2010), o objetivo do custeio variável é a determinação da Contribuição Marginal - diferença entre as receitas e os custos/despesas variáveis – que auxilia os dirigentes no processo de planejamento e de tomada de decisões, a respeito de que produzir, a quantidade a ser produzida, e se é viável ou não a produção.

2.4 O SISTEMA DE CUSTEIO VARIÁVEL E SUA IMPORTÂNCIA EM RESTAURANTES *SELF SERVICES*

Ao atribuir apenas os custos variáveis aos produtos, percebe-se que a análise se concentra nos custos que sofrem alteração de acordo com a produção (MEGLIORINI, 2011).

Como todos os custos podem ser classificados em diretos ou indiretos e fixos ou variáveis, dependendo do comportamento do elemento de custo (MEGLIORINI, 2011), considera-se, como custo variável, em um *self service*, apenas o custo dos materiais usados para preparar a refeição. Os custos fixos englobam a energia

elétrica, material de limpeza, depreciação, mão de obra, impostos e outros (MATOS, 2004).

Nesse negócio, a rentabilidade deve ser buscada com base: a) na redução de custos variáveis, envolvendo o custo, o rendimento e o desperdício da matéria prima; b) na redução de custos fixos tanto no total quanto por unidade, por meio de otimização de recursos; c) no aumento do volume do negócio, por meio da atração e fidelização de clientes (ERFURTH, 2011).

Cabe ressaltar que, em um *self service*, o cliente é responsável pelo pagamento apenas do que consome, por isso, controlar desperdícios se torna um desafio importante no sentido de reduzir custos variáveis e fixos. Desperdícios elevados afetam os custos finais e a sobrevivência do negócio, já que não podem ser repassados aos clientes e nem elevar excessivamente o custo da refeição (ANJOS, 2014).

Assim, o controle e a análise de custos buscam identificar como as variáveis receitas, custos, desperdícios e despesas se inter-relacionam para obter a margem de contribuição de cada produto e do resultado geral para a empresa (MATOS, 2004). Essa margem mostra a capacidade da empresa em cobrir seus custos fixos e obter lucro (ASSEF, 2010).

Por meio do custeamento marginal é possível encontrar indicadores que auxiliam a tomada de decisões, pois: a) o levantamento e análise da margem de contribuição indicam como melhorara utilização da capacidade da empresa; b) a análise da relação custo volume e lucro permite analisar o ponto de equilíbrio e estratégias; c) a análise em separado da composição de cada elemento de custo permite mostrar o impacto de suas variações na rentabilidade da empresa. (DUTRA, 2010; CREPALDI, 2012).

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Quanto ao procedimento, esta pesquisa foi realizada mediante um estudo de caso, em um restaurante do setor de *self service*, localizado em João Pessoa-PB. O estudo foi realizado em agosto de 2016, tendo em vista a programação pré-estabelecida pelo pesquisador.

A pesquisa do tipo estudo de caso caracteriza-se principalmente pelo estudo concentrado de um único caso. (BEUREN, 2009).

Sobre o estudo de caso, Roesch (1999) enfatiza que este é um estudo adequado especialmente para o estudo de processos, além de caracterizá-lo como estratégia de pesquisa, onde os fenômenos são estudados com profundidade e explorados com base em vários enfoques.

Ainda quanto aos procedimentos, trata-se de um estudo bibliográfico e documental. Segundo Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos e na pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

Este estudo utilizou-se de consultas a livros, sites e artigos específicos, bem como de notas fiscais, controles de estoques fornecidos pelos proprietários do restaurante e de planilhas geradas por meio de entrevistas e observações.

Para atender o objetivo, foi realizada uma pesquisa de natureza exploratória. Gil (2002) também ressalta que o planejamento desse tipo de pesquisa requer bastante flexibilidade, podendo adotar diversas técnicas para a coleta de dados.

Ainda segundo Gil (2002), quanto à pesquisa exploratória, seu objetivo é familiarizar-se com o problema, a fim de obter uma nova percepção ou de descobrir novas ideias. Assim, apesar de utilizar dados mensuráveis, essa pesquisa tem por objetivo apurar os custos do restaurante e determinar as margens de contribuições e os pontos de equilíbrios, com o intuito de servir como instrumento de gestão nas tomadas de decisão, e de também auxiliar o gestor no gerenciamento de seu empreendimento.

3.2 COLETA DOS DADOS

Também foi utilizada a técnica de entrevista estruturada (baseada em modelos constantes no material bibliográfico consultado), buscando identificar as principais problemáticas do restaurante com relação a controle e gerenciamento do negócio. Esta observação foi assistemática e não participante com a intenção de observar os setores, seus respectivos processos e procedimentos do restaurante. Observação não participante e entrevista parcialmente estruturada em visita ao

restaurante e por telefone no intuito de tirar dúvidas sobre produto, capacidade, as vendas, preços, entre outros.

A entrevista totalmente estruturada é aquela, que de acordo com Marconi e Lakatos (2003), o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido, onde as perguntas são pré-determinadas, seguindo de acordo com um formulário, e no decorrer da pesquisa.

A técnica de observação assistemática não participante, a assistemática ou informal consiste em, segundo Marconi e Lakatos (2003), “recolher e registrar fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas. É mais empregada em estudos exploratórios e não tem planejamento e controle previamente elaborados.” A observação não participante é uma técnica onde, segundo Richardson (2009), o investigador atua apenas como espectador, onde com base nos seus objetivos de pesquisa e por meio do roteiro de observação, registra o máximo de ocorrências que interessar para seu trabalho.

3.3 UNIDADE DE ESTUDO DE CASO

O Restaurante *Self Service* Di Forno está localizado na Rua Prefeito José Leite, 120, no bairro de Miramar, João Pessoa-PB, é uma microempresa que está enquadrada no Simples Nacional e tem como ramo principal o comércio. A empresa é familiar, tendo dois sócios (um casal como proprietários) e três empregados.

Com capacidade para 100 lugares o restaurante oferece um extenso cardápio de alimentação. Além de fornecer a alimentação no próprio ambiente, o restaurante também oferece alimento em marmita, fazendo parte do composto de produtos ofertados pela empresa.

3.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

O cálculo dos custos no restaurante em estudo foi feito mediante o levantamento de dados durante o mês de agosto de 2016, em que o restaurante esteve aberto durante 27 dias, de acordo com as informações fornecidas pelos proprietários, que mantêm um controle de entradas e saídas através de anotações. Considerou-se para este cálculo o método do valor de vendas ou mercado por

entender-se que seu custeamento está intimamente relacionado com capacidade de geração de recursos do produto.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 DEMONSTRAÇÃO DO FATURAMENTO

A tabela 1 demonstra as vendas totais do produto referente ao mês em estudo em quantidades e valores.

Tabela 1 – Demonstração do faturamento mensal

Descrição	Quantidade (Kg)	Preço unit. em R\$	Total em R\$
<i>Buffet</i>	1.036,8	33,90	35.147,52
Total			35.147,52

Fonte: Elaboração própria, 2016.

O preço do *buffet* por kg é de R\$33,90, no entanto, cada cliente quando vai ao restaurante não consome o valor total. De acordo com os proprietários, os clientes consomem em média R\$ 13,56 por pessoa, assim utilizou-se essa média a fim de equiparar os custos. No mês de referência (agosto de 2016) foi observada uma média de 83 pessoas que optaram pelo *buffet* por kg e de uma média de 13 pessoas que optaram pela marmitta.

4.2 DEMONSTRAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESA VARIÁVEIS

Depois de levantado todos os custos e despesas variáveis, verificou-se que uma parcela dos insumos era comum a todos os produtos, como arroz, feijão, farinha, óleo, tempero, entre outros. E outros apenas a alguns, como é o caso da carne, visto que há algumas pessoas que são vegetarianas e assim não consomem carne. Dessa forma, segue-se na tabela 2 a separação dos alimentos principais, da carne, e também de outros custos (água, gás, descartáveis).

Tabela 2 – Demonstração dos custos e despesas variáveis

Descrição por produto	Total em R\$	Percentual
Alimentos principais	12.779,91	68%
Carne	5.400,00	29%
Outros custos e despesas	482,00	3%
Total	18.661,91	100%

Fonte: Elaboração própria, 2016.

A tabela 2 representa o custo e despesa total variável para a produção dos produtos no período em estudo. A carne diária consumida equivale ao preço médio de R\$ 200,00, enquanto que os alimentos principais consumidos (feijão, arroz, verduras, óleo, sal, queijo, enlatados, ovos, farinha de mandioca e outros) equivalem ao preço médio de R\$ 473,33. Há neste restaurante uma preocupação no cardápio diário e o provável número de refeições servidas para se evitar o desperdício de alimentos.

4.3 DEMONSTRAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS FIXOS

Na tabela 3, estão os custos indiretos apurados na empresa no período em estudo e que não podem ser alocados diretamente ao produto.

Tabela 3 – Demonstração dos custos e despesas fixos

Descrição dos custos e despesas fixos	R\$
Aluguel	3.800,00
Depreciação	333,32
Despesa com manutenção	410,00
Energia elétrica	555,00
Funcionários	3.813,48
Gasolina	600,00
Contador	500,00
Tributos	598,40
IPTU	50,00
IPVA	38,33
Material de limpeza	440,32
Pro labore	4.000,00
Telefone/internet	321,00
Aluguel das máquinas de cartões	144,00
Total	15.603,85

Fonte: Elaboração própria, 2016.

4.4 ALOCAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEL E FIXO AO PRODUTO

Na tabela abaixo, foram encontrados os custos e despesas unitários variável, fixo e total do produto de acordo com os dados obtidos demonstrados anteriormente e divididos pela quantidade (em quilos) do que foi vendido.

Tabela 4 – Demonstração dos cálculos dos custos unitários variável e fixo

Produto	Custo, Desp. variável total R\$	Custo, Desp. fixo total R\$	Custo, Desp. total R\$	Quant. kg	Custo, Desp. variável unit. R\$	Custo, Desp. fixo unit. R\$	Custo, Desp. total unit. R\$
<i>Buffet por Kg</i>	18.661,91	15.603,85	34.265,76	1.036,8	17,99	15,05	33,04

Fonte: Elaboração própria.

4.5 APURAÇÃO DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO TOTAL E DO PONTO DE EQUILÍBRIO

A margem de contribuição representa o quanto sobra de receita para pagar os custos fixos e, conseqüentemente, ter lucro após as vendas, ou seja, indica quanto de receita sobra após o desconto do custo variável. Ela pode ser classificada como margem de contribuição unitária, quando a análise é feita única e exclusivamente sobre um produto/serviço ou total, quando ela é feita para toda sua produção/capacidade produtiva.

Um indicador importante é o ponto de equilíbrio em quantidade e em receita de vendas. Esse indicador permite que a empresa analise quantas unidades são necessárias para não incorrer em prejuízo (GITMAN, 2010). Pode ser obtido, dividindo-se o custo fixo pelo fator margem de contribuição total sobre receita de vendas.

Dessa maneira, apurou-se a margem de contribuição total, no intuito de verificar a capacidade de contribuição de cada produto em cobrir os custos fixos e obter lucro, bem como o ponto de equilíbrio, como se demonstra na tabela 5 a seguir.

Tabela 5 – Demonstração do cálculo da margem de contribuição total e ponto de equilíbrio financeiro

Descrição	Buffet por kg
Receita total	35.147,52
Custo, Desp. variável total	18.661,91
Margem de contribuição total	16.485,61
Custo, Desp. fixo total	15.603,85
Ponto de equilíbrio em R\$	33.267,60
Lucro operacional	881,76

Fonte: Elaboração própria, 2016.

Depois de fazer o cálculo da sua receita total, menos o custo variável total, consegue-se visualizar a sua margem de contribuição. Nesse caso, estamos vendo a margem de contribuição total. Isso quer dizer que se os seus custos fixos fossem maiores do que R\$18.661,91, o restaurante estaria tendo prejuízo.

Ao analisar o ponto de equilíbrio, percebe-se que o restaurante está trabalhando acima deste ponto, porém com um lucro reduzido. Com isso, para que a empresa cubra todos os custos fixos e obtenha lucro é necessário um maior giro de vendas e redução dos custos variáveis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve por finalidade apurar o custo mensal de um restaurante no segmento de *self service*, com base no custeamento marginal variável, que é capaz de fornecer informações para auxiliá-las no controle e na tomada de decisões, contribuindo para o aumento da competitividade no mercado.

Os objetivos foram alcançados e pode-se perceber que a receita total do mês de agosto do corrente ano foi R\$ 35.147,52, o total dos custos e despesas variável foi R\$ 18.661,91, a margem de contribuição foi R\$ 16.485,61, o total dos custos e despesas fixo foi R\$ 15.603,85, o ponto de equilíbrio foi R\$ 33.267,60, dando assim um lucro operacional de R\$ 881,76.

Para aumentar este lucro, os empresários precisam aumentar o número de vendas, além de verificar quais são os alimentos/pratos que produzem uma menor margem de contribuição, associado também a diminuição dos custos com base: a) na seleção correta de fornecedores com o intuito de obter qualidade aliada a

promoção e descontos; b) em não desperdiçar e ter um armazenamento correto; c) eletrodomésticos e lâmpadas com menor consumo.

Assim, o grande segredo da eficiência e da eficácia de uma empresa está ligado diretamente à análise do custo do produto ou do serviço prestado e verificação do lucro que irá obter. Dessa forma, a empresa que utilizar a contabilidade de custo, terá mais chance de crescer e obter um sucesso nos negócios, além de obter informações úteis ao processo decisório.

ABSTRACT

The correct calculation of the costs a company has great importance of the establishment of the point of view of other important elements such as the formation of the sale price, the profit margin, the balance, among others. In this sense, here comes a study that aimed to assess the cost of a self service restaurant segment, based on the variable marginal costing. An exploratory nature of research was carried out at a restaurant, located in João Pessoa, also using up bibliographies, documents and company reports. Through the collection and analysis of data it was possible to achieve the results that are essential to management. The information gathered is related to revenues, costs and monthly operating expenses. The results show an operating income of R\$ 881.76, which shows that the company is not losing money by selling the product, but the income is still low, it is important to analyze the data and then take further management decisions that may promote the restaurant.

KEYWORDS: self service, cost, marginal costing.

REFERÊNCIAS

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. **Trabalhador brasileiro recorre cada vez mais aos self services**. Belo Horizonte-MG. Abril de 2015. Disponível em: <http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/3399-17042015-trabalhador-brasileiro-recorre-cada-vez-mais-aos-self-services.html>.

ANJOS, Chayza Moreira, et al. **Avaliação dos fatores que influenciam o consumidor na escolha de restaurantes do tipo self-service**. Revista Contextos da Alimentação, v. 3 n. 1, p.3-17. dez/2014.

ASSEF, Roberto. **Guia prático de formação de preços: aspectos mercadológicos, tributários e financeiros para pequenas e médias empresas**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

AURELIO, **O mini dicionário da língua portuguesa**. 4. Ed. revista e ampliada do mini dicionário Aurélio. 7ª. impressão – Rio de Janeiro. 2002.

BEUREN, Ilse Maria (organizadora e colaboradora). Colaboradores: André Andrade Longaray, Fabiano Maury Raupp, Marco Aurélio Batista de Sousa, Romualdo Douglas Colauto, Rosimere Alves de Bona Porton. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática**. 3. Ed. São Paulo: Atlas. 2009.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 5. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CPT - Centro de Produções Técnicas e Editora Ltda. **Restaurante self-service oferece rapidez e qualidade no mundo moderno**. Viçosa-MG. 2016. Disponível em: <http://www.cpt.com.br/cursos-pequenasempresas-comomontar/artigos/restaurante-self-service-oferece-rapidez-qualidade-mundo-moderno>.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DUTRA, René Gomes. **Custos: uma abordagem prática**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ERFURTH, Alfredo Ernesto; LUCIANO, Adriana Louzada. **Apuração dos custos em um restaurante de pequeno porte do setor de self-service de Londrina**. Symposium, Lavras: 18. ed, v. 9, n. 2, jul/dez. 2011.

FRAGA, Érica. Jornal Folha de São Paulo. **Brasil vive a segunda pior recessão de sua história**. São Paulo-SP. Agosto de 2016. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1808803-brasil-vive-a-segunda-pior-recessao-de-sua-historia.shtml>.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, Lawrence. **Princípios de Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

GR Treinamento em Gestão de Restaurantes e Gastronomia. Redução de Custos – Gestão Restaurante. **Belo Horizonte-MG. Fev. de 2013. Disponível em:** <http://gestaoderestaurantes.com.br/blog/index.php/2013/02/06/reduo-de-custos-gesto-restaurante/>.

LEONE, George; LEONE, Rodrigo José Guerra. **Curso de Contabilidade de Custos**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAHER, Michael. **Contabilidade de custos: criando valor para a administração**. São Paulo: Atlas, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

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

MATOS, Antônio Carlos. **Come Certo**: Restaurante Self service. Sebrae, Brasília-DF. 2004.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos**: Análise e Gestão. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

OLIVEIRA, Luís Martins de; JÚNIOR, José Hernandes Perez. **Contabilidade de custos para não contadores**: textos e casos práticos com solução. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PADOVEZE, Luiz Clóvis. **Contabilidade gerencial**: um enfoque em sistema de informação contábil. 7. ed. São Paulo:Atlas, 2010.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos fácil**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

RICHARDSON, Roberto. Jarry. **Pesquisa Social**: Métodos e Técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROESCH, Sylvania Maria Azevedo. **Projeto de Estágio e de Pesquisas em Administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como montar um restaurante self-service**. Sede: Brasília-DF. 2009. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-restaurante-self-service,8c287a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>.

SOUZA, Luiz Eurico de; KULPA, Luciana; DUBOIS, Alexy. **Gestão de Custo e Formação de Preços**: Conceitos, modelos e Instrumentos. Abordagens do Capital de Giro e da Margem de Competitividade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.