

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**RENAN MARCULINO COMIM**

**APURAÇÃO DE RESULTADO GERENCIAL DE UM PEQUENO RESTAURANTE  
EM ARARANGUÁ-SC**

**CRICIÚMA**

**2014**

**RENAN MARCULINO COMIM**

**APURAÇÃO DE RESULTADO GERENCIAL DE UM PEQUENO RESTAURANTE  
EM ARARANGUÁ-SC**

Monografia apresentado à disciplina de trabalho de conclusão de curso – TCC I , do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, como requisito parcial para obtenção de aprovação na referida disciplina.

Prof. Orientador: Alessandro Cruzetta

**CRICIÚMA**

**2014**

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho primeiramente à Deus, minha família que sempre deu o suporte necessário para a realização deste curso, meus amigos que acreditaram na minha capacidade e me ajudaram e a todos que de alguma forma cooperaram.

"Grandes visionários são importantes,  
grandes administradores são fundamentais."

Tom Peters

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Gráfico dos custos fixos.....	20
Figura 2: Gráfico dos custo variáveis.....	20
Figura 3: Fórmula Margem de contribuição.....	21
Figura 4: Equação dos custo de produção.....	24

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Classificação das contas: fixas e variáveis.....	33
Quadro 2: Tabela dos custos.....	34

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA</b> .....	<b>10</b>
<b>1.2 OBJETIVOS</b> .....	<b>11</b>
1.2.1 Objetivo geral .....	11
1.2.2 Objetivos específicos.....	11
<b>1.3 JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>11</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS NA CONTABILIDADE DE CUSTOS</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2 A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3 ESTRUTURA E CONTROLES</b> .....	<b>16</b>
<b>2.4 CONCEITOS UTILIZADOS</b> .....	<b>17</b>
2.4.1 Custo .....	18
2.4.2 Gasto.....	18
2.4.3 Desembolso .....	19
2.4.4 Despesas .....	19
2.4.5 Investimento .....	19
2.4.6 Rateio .....	20
<b>2.5 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS</b> .....	<b>20</b>
<b>2.5.1 Quanto à alocação: direto e indireto</b> .....	<b>21</b>
<b>2.5.2 Quanto à variabilidade: fixo e variável</b> .....	<b>21</b>
<b>2.6 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b> .....	<b>23</b>
<b>2.7 PONTO DE EQUILÍBRIO</b> .....	<b>23</b>
2.7.1 Ponto de equilíbrio contábil .....	24
2.7.2 Ponto de equilíbrio econômico .....	24
2.7.3 Ponto de equilíbrio financeiro .....	24
<b>2.8 LUCRO</b> .....	<b>24</b>
<b>2.9 Plano de contas</b> .....	<b>25</b>
2.9.1 Custos de produção .....	25
2.9.2 Custos administrativos .....	26

2.9.3 custos de comercialização .....	26
<b>2.10 RESTAURANTE .....</b>	<b>26</b>
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO-ALVO.....</b>	<b>30</b>
<b>3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS .....</b>	<b>31</b>
<b>4 ANÁLISE DA PESQUISA.....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 LEVANTAMENTO DE DADOS DOS CUSTOS .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2 APURAÇÃO DAS CONTAS DA EMPRESA .....</b>	<b>32</b>
4.2.1 Indicadores das contas.....	34
<b>4.3 CLASSIFICAÇÃO DAS CONTAS: FIXAS E VARIÁVEIS .....</b>	<b>34</b>
<b>5 APURAÇÃO DO RESULTADO GERENCIAL .....</b>	<b>35</b>
<b>6 ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>36</b>



## 1. INTRODUÇÃO

O setor alimentício na última década, vem crescendo cada vez mais no Brasil, por ser um setor que movimenta significativamente a economia. Possui diversos ramos e com isso é considerado de grande destaque. A partir disto, a ideia de negócios neste ramo, vem se tornando mais comum entre novos empreendedores.

As empresas de pequeno porte são fundamentais para estimular a economia do País e possibilitar a inclusão social, por serem geradoras de emprego. A cada ano, nascem cerca de 500 mil empresas no Brasil. Entretanto, segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE, em 2004, 49,4% delas encerram as atividades com até 2 (dois) anos de existência, 56,4% com até 3 (três) anos e 59,9% não sobrevivem além dos 4 (quatro) anos.

Nestes investimentos industriais, nos últimos anos o ramo de novos restaurantes de médio e pequeno porte vem crescendo. A alta taxa destes novos empreendimentos no setor de restaurantes fez com que este mercado seja uma zona de guerra, onde empresários que desconhecem os detalhes de seus negócios acabam por serem devorados por seus concorrentes.

A alimentação fora do lar deixou de ser uma opção de lazer e passou a ser uma questão de necessidade, devido à escassez de tempo para preparar as refeições. A frequência das refeições diárias feitas fora de casa aumentou e, em muitos casos, é a única opção viável. Dados da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF 2008/2009), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), estimam que, atualmente, cerca de 30% da renda dos brasileiros é destinada para tal finalidade. Entre os motivos que reforçam essa preferência, está a inserção maciça das mulheres no mercado de trabalho, ocupando espaços antes reservados somente ao sexo masculino. O fato das mulheres estarem ocupando o mercado de trabalho trouxe mudanças no cotidiano das famílias fazendo com que hábitos mais práticos e dinâmicos fossem adotados no dia a dia, entre eles a alimentação fora do domicílio (POF 2008/2009).

Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel),

cerca de 680 mil estabelecimentos recebiam uma média de 85,2 milhões de clientes por ano até 2011. Em 2002, a rede não contava com mais de 240 mil empresas. O segmento do mercado alimentício cresce de forma acelerada. Está sempre repleto de inovações, portanto a permanência no mercado está ficando cada vez mais complexa (Abrasel, 2013).

## **1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA**

A empresa em questão está no mercado à quase 10 meses e trabalha na área alimentícia mais precisamente no ramo de restaurantes, produzindo uma média de 50 a 60 almoços por dia, onde oferece serviços de marmitex e/ou almoços à Buffet a kilo. A mesma conta com 4 (quatro) colaboradores onde apenas um é empregado de forma direta e os outros 3 (três) são familiares.

Por ser uma empresa familiar, a mesma tem uma gestão simples e de certo modo perigosa, pois vem praticando uma gestão que desconhece seus custos de produção e assim não tendo idéia de sua rentabilidade, mesmo a empresa trabalhando com o controle de gastos e lucros não conhece seus custos de produção.

É importante para o micro empreendedor conhecer os custos de seu negócio nos mais ínfimos detalhes. Um negócio não pode sobreviver na base da sorte, é preciso existir um estudo para que o mesmo venha se mostrar lucrativo ou ao menos rentável. A empresa apenas pratica um fluxo de caixa simplificado conhecendo apenas suas contas a receber e contas a pagar. Quanto ao preço praticado por desconhecer seus custos de produção apenas trabalha com os valores que são aceito de certa maneira pelo mercado, fazendo um comparativo com a concorrência.

Desta maneira, tem-se a seguinte pergunta-problema: Como formatar um modelo de apuração de resultado gerencial de um pequeno restaurante, que atua no segmento de marmitas e Buffet a kilo?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 OBJETIVO GERAL

Formatar um modelo de apuração de resultado gerencial de um pequeno restaurante, que atua no segmento de marmitas e Buffet a kilo.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar e classificar os gastos do restaurante em contas padronizadas;
- Mensurar as contas, realizadas durante um semestre;
- Classificar os gastos em fixos e variáveis;
- Apurar o resultado gerencial do restaurante.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

O presente estudo tem como **objetivo** apurar os resultados gerenciais de uma pequena empresa do extremo sul de Santa Catarina. Considera-se **importante atingir este objetivo**, pois o projeto é de grande importância para o desenvolvimento da empresa e o acadêmico pretende com este estudo saber se o negócio está se mantendo lucrativo nesse pouco tempo de funcionamento.

Desta forma o presente estudo é **relevante** para o acadêmico e para a universidade. Para o acadêmico, pois o mesmo pretende conhecer os resultados obtidos pela empresa e para a universidade, porque gera conhecimento a respeito do tema estudado e o estudo ficará a disposição para novas pesquisas no setor alimentício.

Este estudo se apresenta **viável**, pois do ponto de vista de desenvolvimento, o pesquisador teve disponibilidade temporal e financeira para a construção deste estudo. Também conta com orientação suficiente (tanto de professores como de biblioteca e acervos virtual) para o término do mesmo. Este

projeto ainda visa mostrar que um estudo de custos para o empreendedor, é algo de maior interesse para se reduzir o risco de fracasso do negócio e se obter o máximo de informação para um melhor planejamento futuro da empresa.

Cabe aqui lembrar que o momento é oportuno para se trabalhar com este tipo de negócio, pois este setor da alimentação cresce de forma acelerada, ganhando campo no segmento dos semi - prontos, alimentos frescos para consumo em curto prazo, que requerem pouco tempo de preparo, criando então, um nicho de fornecimento de comida pronta, com empresas oferecendo refeições completas ou por encomenda.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Neste capítulo serão abordados teorias de alguns autores, sobre contabilidade gerencial, assunto que foi exposto pela pesquisa do acadêmico. Tem como objetivo esclarecer cientificamente o assunto abordado na pesquisa.

### **2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS NA CONTABILIDADE DE CUSTOS**

O consumo e a utilização de serviços são de necessidade da condição humana desde a civilização primordial. No início eram extraídos produtos da própria natureza para a subsistência própria e da família. Com o desenvolvimento da civilização, as comunidades ou clãs, retiravam da natureza os bens necessários para sua subsistência e passaram a trocar seus bens com outros clãs, assim surgindo o sistema de trocas ou intercâmbios. Com o passar do tempo, houve transformações importantes, os camponeses passaram a exigir o pagamento em dinheiro ou com os excedentes agrícolas. Os burgos, característica da sociedade medieval, com o sistema de trocas de excedentes culminou no surgimento das organizações comerciais. (DUTRA, 1995; SINGER, 1987).

De acordo com Schmitd (2000), como os mercados consumidores cresceram para além dos muros das cidades, principalmente as cidades com saída para o mar, tanto os comerciantes como os consumidores necessitaram de controle com suas mercadorias e seus negócios. Assim, os dinheiros envolvidos nessas espécies de negócios foram tomando forma, e então surgiu a necessidade de controle das entradas e saídas de caixa.

Segundo Martins (2010) quase só existia a Contabilidade Financeira até a Revolução Industrial, em meados do século XVIII, que foi desenvolvida na época mercantilista, e eram bem estruturadas para servir os comércios.

Singer (1987), diz que os regimes de mercado na Idade Média, eram muito diversos em cada cidade ou região, e os produtores do mesmo tipo de produto, acabaram se organizando em corporações de ofício, para evitar a

concorrência mútua dos artesãos locais e de outras cidades. Essas corporações controlavam a qualidade da matéria-prima utilizada, a qualidade das mercadorias, fixando o número de unidades de produção e o número máximo de trabalhadores por unidade, o salário dos produtores e fixavam o preço dos produtos. Por vez, está limitação de oferta, acabava por sustentar um "preço justo", impedindo um excesso de ofertas.

O desenvolvimento do comércio e do transporte marítimo proporcionou a ampliação e a produção, envolvendo maior número de pessoas, embora ainda artesanalmente. Todo este processo evolutivo culminou com a Revolução Industrial iniciada na Inglaterra, cuja primeira fase ocorreu na segunda metade do Século XVIII. Este estágio da evolução determinou a necessidade de ser incrementada a forma de organização societária, proporcionando o desenvolvimento da empresa capitalista, cujo valor do capital aplicado transformou-a de propriedade individual em coletiva, despessoalizando-a. (DUTRA, 1995).

De acordo com Martins (2003), no período da Baixa Idade Média, com a ampliação econômica, encontraram-se diversas dificuldades, tais como: a falta de moedas e de capital circulante e a desigualdade de renda, as divergências entre os mercadores e as corporações de ofício e o escasso sistema de transporte. Outro obstáculo encontrado à expansão das relações econômicas foi quanto à natureza da economia de mercado.

Para uma melhor compreensão, Singer (1987, p. 12) esclarece o seguinte:

"A economia do mercado é muito antiga. Desde os primórdios da história, diferentes sociedades organizavam sua vida econômica sob a forma de produção especializadas de bens que eram intercambiados em feiras sazonais ou mercados permanentes. Nas formações sociais antes do capitalismo só iam coexistir com uma economia de subsistência mais ou menos extensa. Alguns bens eram produzidos como mercadorias, e muitos outros eram produzidos como valores de uso, para consumo dos próprios produtores ou de outros membros dos seus meios domésticos."

A Contabilidade de Custos nasceu da Contabilidade Financeira, quando

da necessidade de avaliar 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. Esses novos campos deram nova vida a essa área que, por sua vez, apesar de já ter criado técnicas e métodos específicos para tal missão, não conseguiu ainda explorar todo o seu potencial; não conseguiu talvez, sequer mostrar a seus profissionais e usuários que possuiu três facetas distintas que precisam ser trabalhadas diferentemente, apesar de não serem incompatíveis entre si (MARTINS, 2001).

O custo está inserido na vida de todo indivíduo, desde o seu nascimento ou mesmo desde a sua vida intra-uterina até a sua morte, uma vez que todos os bens necessários ao seu consumo ou à sua utilização têm um custo. Se por um aspecto isto traz algumas facilidades para o seu perfeito entendimento, por outro pode ocasionar algumas dificuldades na sua iniciação aos estudos de custos (DUTRA, 1995).

Segundo Dutra (1995), tudo que é produzido necessita de comercialização e precisa ser administrado, sendo assim, não é possível produzir sem comercializar e administrar a produção.

De acordo com Santos (2005), com a evolução das atividades econômicas e o surgimento das indústrias, surgiu a necessidade de registros precisos para fazer a estruturação das atividades mercantilistas. Esta necessidade de controle fez com que a apuração dos custos ganhasse importância desde o início do Capitalismo. Para tanto, foi com este meio de estruturação dos registros mercantis, que foi possível controlar as variações de custos e de vendas, e com isso, poder avaliar o crescimento ou retrocesso do negócio.

Segundo Martins (2001), com a não-utilização de todo o seu campo gerencial, a Contabilidade de Custos deixou de ter uma evolução mais acentuada por um longo tempo. Com o constante crescimento das empresas, a contabilidade de custos, passou a ser encarada como uma eficiente forma de auxílio no desempenho dessa nova missão, a gerencial.

## **2.2 A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS**

Megliorini (2002), fala que os custos são formados, para que possa alcançar alguns objetivos como: a determinação do lucro, controle das operações e tomada de decisão. Para isso, as empresas utilizam métodos de custeio estruturados, podendo assim obter informações internamente. Estas informações abrangem varias áreas tais como: almoxarifado, vendas, produção, etc., devendo estarem sempre registradas para que se possa analisar e chegar aos resultados pretendidos.

De acordo com Megliorini (2002), os custos refletem a empresa, e estes reflexos advém de atitudes, comportamentos, estruturas e modo de conduzir uma empresa e, quanto melhor estruturada a empresa, melhores serão os resultados e se as informações obtidas não forem confiáveis, os resultados serão deficientes.

Santos (2005), diz que "A análise de custos, no sentido amplo, tem por finalidade mostrar os caminhos a serem percorridos na prática da gestão profissional de um negócio". Portanto, são essenciais para a administração de uma empresa que se analise as informações de planejamento, controle de custos e lucros para poder enfrentar a concorrência no mercado.

Portanto, os custos são insumos de capitais, bens e serviços, que auxiliam para que se possa chegar aos resultados desejados. A contabilidade de custos tem como finalidade, auxiliar nas tomadas de decisão, ou seja, ajudar a entender as necessidades gerenciais. A obter informações para o planejamento, o controle, a administração e o desenvolvimento das operações.

## **2.3 ESTRUTURA E CONTROLES**

De acordo com Bomfim e Passareli (2002), quando a empresa organiza padrões, de base de comparação, onde lhe possibilitem perceber os desvios entre os gastos reais e o nível de gastos considerado normal. Para a finalidade de controle, usa-se o custo padrão e os orçamentos empresariais, onde um não anula



o outro.

Custo padrão é o procedimento orçamentário, e seu uso na empresa facilita na elaboração de orçamentos, ou ao menos na parte em que tange as operações de bens e serviços. Já o controle orçamentário, é comparação entre os resultados orçados e os resultados reais. E tem como objetivo, apurar as variações, para que deste modo se assegure um lucro ao menos igual ao definido no orçamento.

Bornia (2002), diz que o custo-padrão fornece suporte para o controle de custos. Assim, fornecendo um padrão para o comportamento dos custos. O custo-padrão auxilia na determinação e discriminação das diferenças verificadas, assim ajudando a empresa a alcançar seus objetivos.

Para Atkinson, Banker et all (2000), existem dois tipos de sistema de controle, o controle por tarefas e o controle por resultados. O controle por tarefas é o sistema que verifica se a atividade está completa, da maneira pretendida. Quanto ao controle por resultados, é o que podemos entender por motivação dos funcionários em atingir os objetivos da empresa. Para tanto, o controle por resultados, necessita de um monitoramento e avaliação das contribuições, para que desta forma se atinja os objetivos.

Portanto, entende-se por custo padrão o suporte de custos, para que a empresa consiga alcançar seus objetivos, por meio de organização padrão, e procedimentos orçamentários em relação as operações de bens e serviços.

## **2.4 CONCEITOS UTILIZADOS**

Segundo Santos (2005), a contabilidade de custos tem como objetivo o controle e a avaliação do desempenho da gestão de um negócio. Em um sentido mais amplo, mostrar os caminhos a serem traçados na gestão do negócio.

Martins (2003), diz que, a contabilidade de custo é uma forma de auxílio no desempenho gerencial. A contabilidade de custos tem dois objetivos importantes, uma é a de auxílio ao controle e ajuda nas tomadas de decisões. Quanto ao controle, sua função é fornecer dados para estabelecer os padrões,

orçamentos, e acompanhar efetivamente a comparação com os valores anteriores. No que diz respeito a decisão, sua função é a de fornecimento de informações sobre os valores referentes a consequências de curto e longo prazo, sobre as medidas de introdução ou corte de produção, administração de preços de vendas, opção de compra ou produção, etc.

Para Hansen e Mowen (2001), um sistema é um conjunto de partes inter-relacionadas que realiza um ou mais processos para que se possa atingir objetivos específicos. Estendesse por isso, que na gestão de custos, os conceitos utilizados para a obtenção de informações, são conjuntos de partes que estão inter-relacionadas. Para que desta maneira se possa analisar e decidir em níveis de produção, os caminhos futuros que a empresa deverá percorrer.

#### **2.4.1 CUSTO**

São os gastos, que estão ligados a produção dos bens e também serviços, que são destinadas a comercialização (BOMFIM; PASSARELI, 2006).

De acordo com Atkinson, Banker et al (2000), o custo é uma relação entre o custo do produto e seu preço, assim sendo um recurso para obter um serviço ou um produto.

Para Bruni (2006), os custos estão relacionados aos produtos ou serviços produzidos, sendo que em empresas industriais ou comerciais, os custos estão relacionados à formação dos valores que estão armazenados em estoques.

#### **2.4.2 GASTO**

Para Bomfim e Passareli (2006), são aqueles valores que serão desembolsados pela empresa para quitar os compromissos assumidos por ela, no desempenho de suas operações de produção e serviços. E também no apoio dessas operações como venda e pós-venda.

Berti (2002), acrescenta que o gasto é um sacrifício financeiro que a empresa tem para conseguir bens ou serviços. Para tanto, só é considerado

gasto, quanto se obtém a informação contábil da dívida ou o abatimento do ativo dado em pagamento.

### **2.4.3 DESEMBOLSO**

É o pagamento de parte ou do total adquirido, ou elaborado, ou comercializar, ou seja, a parcela ou o todo do gasto que foi pago (DUTRA, 1995).

Para Bruni e Famá (2004), o desembolso é a ação de pagamento do bem ou serviço, independente se o bem ou serviço foi ou irá ser consumido. Ou seja, o desembolso é a saída dos recursos financeiros do caixa da empresa.

### **2.4.4 DESPESAS**

As despesas administrativas integram um custo total da produção de bens e serviços. Essas despesas são exclusivamente em funções administrativas e comerciais da empresa (BOMFIM; PASSARELI, 2002).

Para Bornia (2002), as despesas são os valores dos insumos consumidos na empresa, sendo que são divididas em administrativa, comercial e financeira. As despesas assim são diferenciadas por estarem ligadas a administração geral de uma empresa.

Bruni e Famá (2004), as despesas estão relacionadas aos gastos administrativos. Para tanto, são ligadas as despesas e deste modo, correspondem aos consumos diretos e indiretos na obtenção das receitas.

### **2.4.5 INVESTIMENTO**

Meglierini (2002), diz que são todos aqueles bens e direitos que estão registrados no ativo da empresa, para baixar em função de venda, amortização consumo desaparecimento, perecimento ou desvalorização, por exemplo, quando a empresa faz uma compra de materiais a mesma está realizando um investimento em seus estoques.

Segundo Berti (2002), os investimentos são os gastos relativos para a aquisição, com o objetivo de obter benefícios a curto, médio e longo prazo.

Bruni e Famá (2004), acrescentam que os investimentos são a representação dos gastos em relação dos benefícios futuros, e posteriormente são incorporados aos custos e despesas.

#### **2.4.6 RATEIO**

Para Megliorini (2002), o rateio é atrelado aos custos indiretos de produção. Significa que todo e qualquer critério, deve se empregado em função de uma base, para aproximasse do que seria "custo perfeito".

### **2.5 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS**

Segundo Megliorini (2002), os custos são agrupados de diversas formas para melhor atenderem a suas finalidades. Dentre essas classificações existem duas formas básicas de classificação, que possibilitam determinar os custos de cada produto fabricado, ou em outros casos onde há diferentes níveis de produção em uma empresa.

Segundo Bruni e Famá (2004), a contabilidade de custos são princípios da contabilidade geral, para registrar os custos de operações de um negócio. As informações obtidas são utilizadas com o objetivo de alcançar eficiência e lucratividade. Para tanto a contabilidade de custos atende três razões primárias, a determinação do lucro, controle das operações e a tomada de decisões.

Berti (2002), diz que para se efetuar a classificação dos custos, se utiliza três componentes básicos, que são:

- Valor das matérias primas adquiridas de outra empresa;
- Valor dos serviços prestados por pessoa física; e
- Valor dos serviços prestados por outras empresas.

Onde esses custos são classificados como: quanto a alocação: diretos,

indiretos, e quanto a variabilidade: fixos e variáveis.

### **2.5.1 QUANTO À ALOCAÇÃO: DIRETO E INDIRETO**

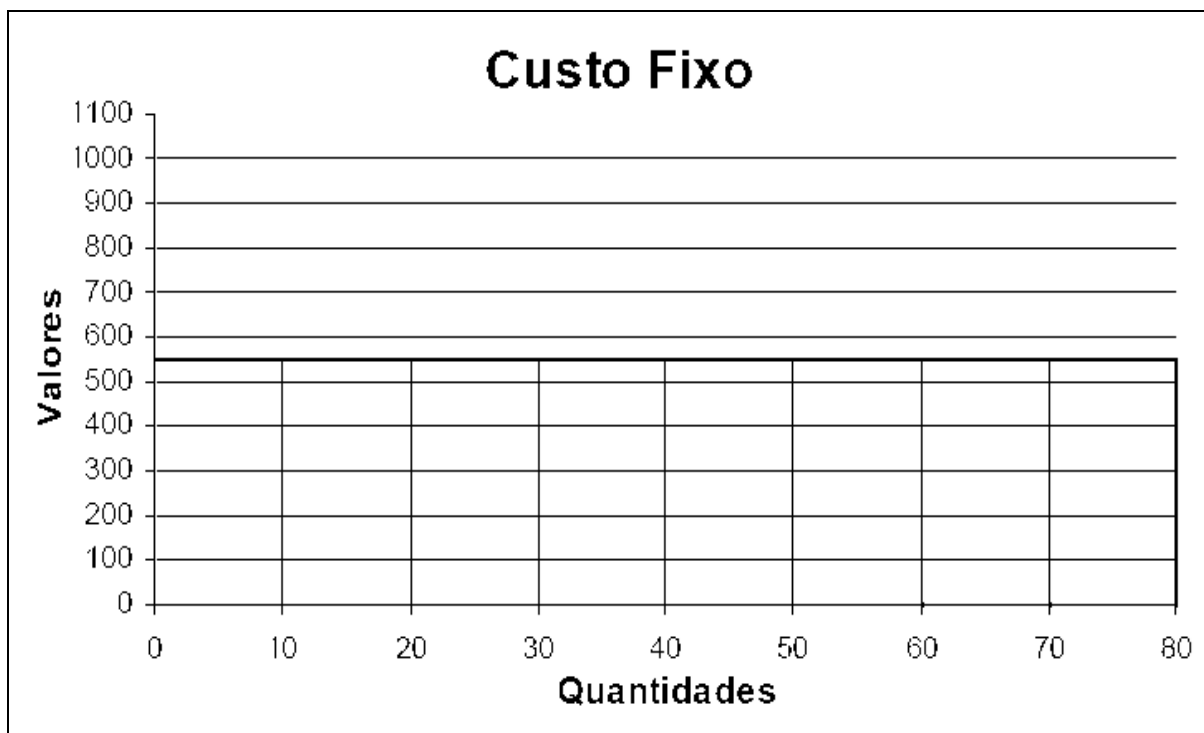
Nesta etapa os custos são divididos em duas divisões para melhor alocação da contabilidade. Segundo Megliorini (2002), a classificação quanto a direto ou indireto, fazem parte diretamente na aplicação da quantidade aplicada no produto os que podem ser determinado em direto e quando não se é possível determinar essa aplicação, são reconhecidos como indireta.

De acordo com Dutra (2009), pode-se classificar custo direto quando os custos são apropriados diretamente ao produto, bastando haver uma medição de consumo, como por exemplo, material direto e Mão de obra direta. Custos indiretos são custos que incorrem dentro do processo de produção de forma geral, mas que também obrigam o uso de rateio para serem identificados.

### **2.5.2 QUANTO À VARIABILIDADE: FIXO E VARIÁVEL**

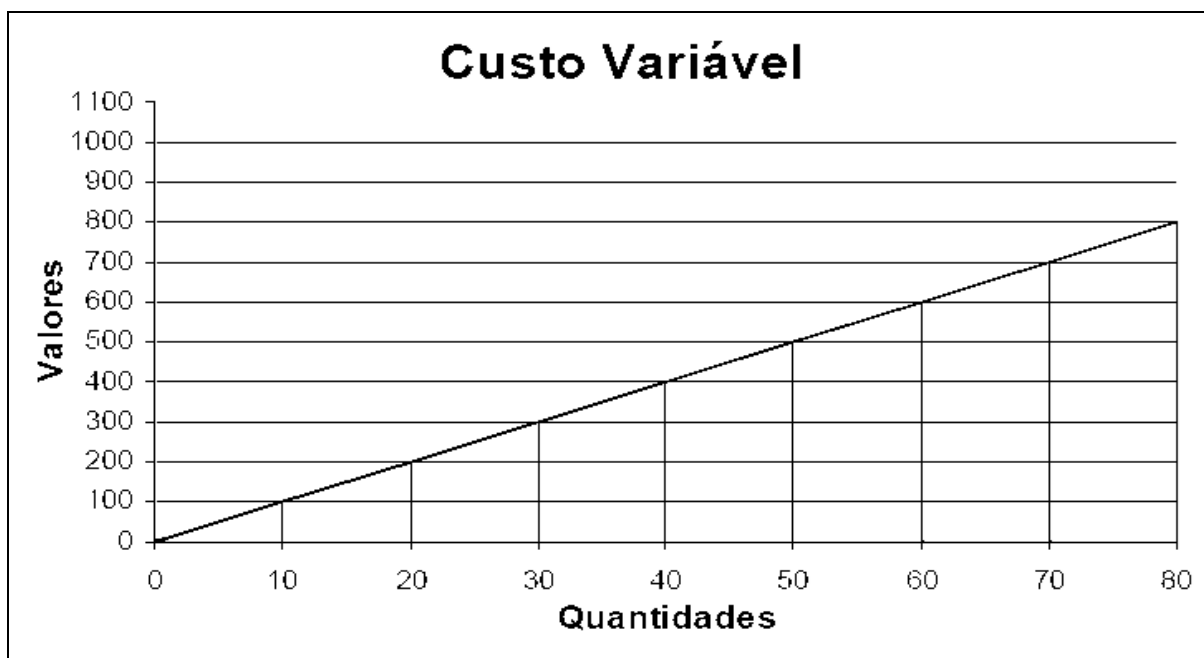
Segundo Bomfim e Passareli (2002), além das despesas diretas e indiretas, os custos ainda podem ser classificados, conforme comportamento em relação à intensidade de produção e ao tempo. Os gastos proporcionais a quantidade de produção são conhecidos como variáveis. E os gastos que não vêm diretamente da quantidade de produção são vistos como fixos. Graficamente podem-se representar os custos fixos e variáveis conformes os dois gráficos a seguir:

Figura 1: Gráfico de custos fixos.



Fonte: Kolb (2011).

Figura 2: Gráfico de custos variáveis.



Fonte: Kolb (2011).

## 2.6 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Megliorini (2001), diz que margem de contribuição é o quanto resta do preço, ou seja, do valor da venda de um produto são deduzidos os custos e despesas por ele gerados. Entende-se que para a fabricação de produtos, provoca a ocorrência de custos variáveis. E esses produtos ao serem comercializados provocam o surgimento de despesas variáveis.

Costa (1990), salienta que o preço de venda de um produto deve ser estipulado de forma a cobrir seus custos e despesas variáveis gerando margem de contribuição.

Segundo Cheng e Mendes (1989, p. 02) "Margem de contribuição propicia a análise e tomada de decisão em nível de produtos, divisões, filiais e outros, possibilitando ainda, uma clara visão sobre a formação dos resultados totais."

Figura 3: Fórmula Margem de Contribuição

$$\text{Margem de Contribuição} = \text{Valor das vendas} - (\text{Custos Variáveis} + \text{Despesas Variáveis})$$

Fonte: SEBRAE (2004)

Bornia (2002), acrescenta que a margem de contribuição está ligada a contribuição, e desta forma a contribuição relaciona-se com a rentabilidade. Ou seja, quanto maior a margem de contribuição, melhor será sua rentabilidade para a empresa.

## 2.7 PONTO DE EQUILIBRIO

Segundo Santos (2005), a análise do ponto de equilíbrio é um importante instrumento para a decisão gerencial, onde o sucesso financeiro está condicionado à existência da melhor informação gerencial.

De acordo com Martins (2010), o ponto de equilíbrio nasce da união dos

custos e despesas totais com as receitas totais, onde estás numa economia de mercado tem uma representação macroeconômica e não linear.

De acordo com Bornia (2002), existem três pontos de equilíbrio, os quais ajudam para o bom gerenciamento da empresa. A diferença principal entre os três pontos são os custos, e as despesas fixas. Os três pontos de equilíbrio são: contábil, econômico e financeiro.

### **2.7.1 PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL**

Segundo Meglioni (2002), ponto de equilíbrio contábil é quando a margem de contribuição se torna capaz de cobrir todos os custos e despesas fixas de um período.

Segundo Bruni (2006), é por meio do ponto de equilíbrio contábil, que a empresa determina seu volume ou faturamento que precisa obter para cobrir seus gastos. No ponto de equilíbrio contábil o lucro é nulo.

### **2.7.2 PONTO DE EQUILÍBRIO ECONÔMICO**

Para Santos (2005), ponto de equilíbrio econômico acontece quando as receitas totais se igualam aos custos totais. Ele diferenciase do ponto de equilíbrio contábil, pois além de considerar os custos e despesas fixas, a sua margem de contribuição também cobre os custos de oportunidade.

### **2.7.3 PONTO DE EQUILÍBRIO FINANCEIRO**

Para que se consiga o ponto de equilíbrio financeiro, os gastos de custo e despesas somente serão considerados, os que forem desembolsados no período, desconsiderando, portanto a depreciação contida nos custo e despesas fixas.

## **2.8 LUCRO**



Segundo Santos (2002) o lucro é apurado com base em três diferentes funções: planejamento, análise e controle. Planejamento é quando se elabora previsões de resultado com objetivo de estabelecer metas. A análise tem função de avaliar o resultado, comparando-o com padrões ou metas estabelecidas. E o controle, já é destinado a corrigi-lo quando não for satisfatório esse resultado.

## **2.9 PLANO DE CONTAS**

### **2.9.1 CUSTOS DE PRODUÇÃO**

Segundo Santos (2005), o custo de produção, são os custos propriamente ditos, onde estão associados com a manufatura de produtos ou prestação de serviços. Os custos de produção são compostos pela matéria-prima, mão-de-obra direta e dos custos indiretos de produção.

O custo de fabricação, de acordo com Hansen e Mowen (2001), são todos os custos de produção, de materiais diretos e de mão-de-obra direta, que são necessárias para se produzir produtos. Exemplos desses insumos são: a depreciação de equipamentos, manutenção, supervisão, manuseio de materiais, energia, materiais diretos, trabalho humano, entre outros.

Os custos de matéria-prima compreendem diretamente aos materiais aplicados para se obter um produto final. Quanto aos custos de mão-de-obra direta, é o elemento utilizado para a transformação dos materiais diretos em produto, e estão relacionados com os encargos sociais dos trabalhadores, que claramente pode ser identificada como as unidades produzidas, horas-máquina ou homens-hora. Já os custos indiretos de fabricação, são os custos que complementam as atividades de forma indireta ou geral, com isso, beneficiando os bens ou serviços prestados ou produzidos, representando os demais custos de produção (limpeza, segurança, depreciação, supervisão geral da fábrica, energia elétrica, água, etc.) (SANTOS, 2005).

Figura 4: Equação custos de produção.

<p><b>Custo de Produção = MP + MOD + CIF, onde</b> MP - Matéria-prima MOD - Mão de obra direta CIF - Custo indireto de fabricação</p>
---

Fonte: Dutra (2003).

## 2.9.2 CUSTOS ADMINISTRATIVOS

São todos os custos associados com a administração geral da organização, tendo como responsabilidade garantir que as várias atividades da organização se concretizem, com isso, a integração correta dessas duas funções é essencial para maximizar os lucros globais de uma empresa. Exemplos de custos administrativos são os salários da alta gestão, honorários legais, a impressão do relatório legal, a contabilidade geral e pesquisa e desenvolvimento (HANSEN e MOWEN, 2001).

## 2.9.3 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

De acordo com Hansen e Mowen (2001), os custos de comercialização são os custos necessários para comercializar e distribuir um produto ou serviço através do marketing (vendas). Exemplos de custos de comercialização incluem os seguintes: salários e comissões do pessoal de vendas, propaganda, armazenamento, transporte e serviços ao cliente.

## 2.10 RESTAURANTE

O objetivo de um restaurante é simples e claro: deve preparar e servir alimentos de forma segura do ponto de vista higiênico-sanitária e nutricional. O ramo da alimentação está em constante crescimento é um segmento de fácil acesso, mas de alto risco. É um tipo de negócio que pode ser bastante lucrativo, mas deve-se tomar os devidos cuidados pois não é certo que o lucro ocorra. Os

empreendedores que não tem experiência e são novatos podem se enganar com facilidade (REBELATO,1997).

Segundo dados da (ABERC) a dimensão e a importância deste setor na economia nacional podem ser medidas a partir dos números gerados pelo segmento no ano 2012 - o mercado de refeições coletivas como um todo fornece 11 milhões de refeições/dia, movimenta uma cifra de 14,7 bilhões de reais por ano, oferece 195 mil empregos diretos, consome diariamente um volume de 5,2 mil toneladas de alimentos e representa para os governos uma receita de 1,6 bilhões de reais anuais entre impostos e contribuições. Calcula-se que o potencial teórico das refeições coletivas no Brasil é superior a 41 milhões de unidades diariamente, o que demonstra que o segmento ainda tem muito que crescer.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia é a forma de se encontrar os caminhos necessários para o auto aprendizado em que o indivíduo é agente do processo, aprendendo a pesquisar e a sistematizar o conhecimento adquirido. Se fundamenta em estudos e avaliação dos métodos disponíveis, sempre procurando suas limitações em nível das implicações de sua utilização; examina e avalia as técnicas de pesquisa, bem como a geração ou verificação de novos métodos que conduzem à captação e processamento da informação com vistas à resolução de problemas de investigação (OHAYON; et al, 2007).

Segundo Pádua (2004), toda pesquisa tem uma intencionalidade, que é a de elaborar conhecimentos que possibilitem compreender e transformar a realidade.

No entendimento de Gil (1994) sobre o significado da pesquisa é que ela tem por objetivo fundamental “descobrir respostas para problemas, mediante o emprego de procedimentos científicos”.

O procedimento metodológico se caracteriza por determinar o caminho a ser percorrido pelo pesquisador na busca de tentar relacionar teoria com a prática: A metodologia dá origem ao método, e todo o método vem através da pesquisa. Segundo Lakatos e Marconi (2003), método é “o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador”.

Portanto, o proceder metodológico se fundamenta em uma atividade científica básica, que através da indagação e construção da realidade, alimenta a atividade de ensino e a atualiza frente à realidade. O proceder metodológico une pensamento e ação já que “nada pode ser intelectualmente um problema se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema da vida prática (LIMA E MIOTO, 2007). Neste capítulo serão expostos os procedimentos metodológicos que irão ser utilizados no desenvolvimento deste trabalho.

### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O delineamento de uma pesquisa representa o planejamento, com certo grau de detalhamento, daquilo que se pretende realizar. Trata-se do plano ou do esquema que o pesquisador pretende utilizar em seu trabalho (APOLINÁRIO, 2006).

Para a realização da análise de custos do projeto em estudo, a forma de pesquisa a ser utilizada neste trabalho será a descritiva. Foi selecionado como meio de investigação de dados a pesquisa documental e a pesquisa bibliográfica.

- ❖ Pesquisa descritiva: A pesquisa descritiva utiliza dados ou fatos colhidos da própria realidade, tendo a coleta de dados como uma das suas tarefas principais. A pesquisa descritiva observa, registra, analisa, descreve e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los. Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas. Geralmente procura descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre e sua relação com outros fatores (CERVO; BERVIAN, 1996).

A utilização deste método neste trabalho terá como objetivo principal descrever a característica dos custos do restaurante e suas finalidades no processo de apuração do resultado gerencial.

Quanto aos meios de investigação será utilizada a pesquisa documental e a pesquisa bibliográfica.

- Pesquisa documental: Este tipo de pesquisa se assemelha em muito com a pesquisa bibliográfica. O que as diferencia está na natureza das fontes: A pesquisa bibliográfica ocorre através da contribuição de diferentes autores sobre o tema a ser abordado, enquanto que a pesquisa documental recorre a materiais que ainda não tiveram tratamento analítico, ou seja, as fontes primárias. No entanto devemos

ficar atento, pois na pesquisa documental o trabalho do pesquisador requer uma análise mais minuciosa e detalhada do assunto, visto que os documentos não passaram antes por nenhum tratamento científico (OLIVEIRA, 1997).

- Pesquisa bibliográfica: Cervo e Bervian (1996, p. 48) definem a pesquisa bibliográfica como a que “explica um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou com parte da pesquisa descritiva ou experimental. Ambos os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existente sobre um determinado assunto, tema ou problema.” Por ser de natureza teórica, a pesquisa bibliográfica constitui geralmente o primeiro passo de qualquer pesquisa científica. A pesquisa bibliográfica deve atentar para os dados publicados relacionados ao assunto.

### **3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO-ALVO**

A empresa a ser estudada é um restaurante com serviços para atender como self-service e marmitaria. A empresa conta com quatro funcionários, incluindo a proprietária, uma cozinheira, um auxiliar de cozinha e um atendente, para colocar em funcionamento todas as atividades previstas para o preparo de refeições e serviço de atendimento.

### **3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS**

A coleta de dados foi realizada através de dados primários, que foram coletados entre o período de 10 de março de 2014 a 15 de abril de 2014. Sendo que os dados primários são aqueles levantados junto a organização em estudo, neste caso o restaurante em Araranguá/SC. Os dados primários são colhidos diretamente pelo pesquisador. Segundo Souza, Filho e Otani (2007), descrevem

os dados primários como sendo os dados coletados através de arquivos públicos ou privados, dados bibliográficos, estatísticos, informações, pesquisas, registros ou quaisquer outros documentos que se remontam da época que o pesquisador está produzindo. Neste estudo os dados primários foram utilizados para apurar informações sobre os gastos da empresa em determinado período, para assim determinar o resultado rentável do restaurante.

Os dados foram coletados por meio de duas técnicas quantitativas, sendo que uma se baseia em coletar dados e organizar para obtenção das informações ou seja, fazer a organização dos dados levantados. A outra técnica utilizada foi a coleta de dados já publicada oficialmente, levantamento de dados organizacionais, relatórios escritos, entre outros (ROESCH, 1999).

### **3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS**

Neste estudo será utilizada na análise de dados a abordagem quantitativa, por ser uma pesquisa de caráter descritiva. O quantitativo, conforme o próprio termo indica, significa quantificar opiniões, dados, nas formas de coleta de informações, assim como também com o emprego de recursos e técnicas estatísticas. A pesquisa foi feita através de levantamentos estatísticos e também através da apuração dos custos do trabalho em estudo. Os dados serão colocados em planilhas eletrônicas que através das suas fórmulas financeiras apresentarão os resultados. Este método é muito utilizado no desenvolvimento das pesquisas descritivas, na qual se procura descobrir e classificar a relação entre variáveis, assim como na investigação da relação de causalidade entre os fenômenos: causa e efeito (OLIVEIRA, 1997).

## **4 ANÁLISE DA PESQUISA**

O desenvolvimento da pesquisa teve por objetivo apurar os resultados da empresa, num período semestral. Os dados primários foram coletados da própria empresa, para a formulação do trabalho em questão

Empresa que está no mercado a pouco mais de 10 meses, trabalhando no setor alimentício, mais propriamente no ramo de restaurantes. O empreendimento funciona de segunda a sábado, e abre do horário das 10:00 hs da manhã até as 14:00 hs da tarde. Trabalhando especificadamente apenas com almoços. Por ser uma empresa familiar a mesma conta no momento com apenas um colaborador contratado com folha salarial sendo a cozinheira, e mais 3 (três) colaboradores onde dois são auxiliares de cozinha e o último lida com a parte administrativa e no atendimento ao público.

Na empresa se trabalha com dois tipos de produtos: marmita e buffet. As marmitas são montadas em embalagens de alumínio, com um cardápio pré-definido diariamente e montadas na hora de sua requisição podendo haver variações em sua composição de acordo com os clientes. Seus preços são variados tanto por quantidades, quanto por pesagem a kilo de acordo com o gosto do cliente. O Buffet self-service é com cardápios variados todos os dias e seus preços fixados em Buffet livre e por peso, para o pessoal que preferir almoçar no local. O restaurante servi uma média diária de 50 a 60 almoços entre marmitas e buffets. Suas refeições são preparadas todas na mesma cozinha e servidas no próprio local, nos horários já citados a cima. Tem como clientes pessoas que trabalham no comércio local, entre lojistas, mecânicos, dentre outros.

### **4.1 LEVANTAMENTO DE DADOS DOS CUSTOS**

A empresa não conta com um sistema informatizado, a coleta dos dados se partiu de notas e recibos que a mesma tinha guardado, com esses valores encontrados, eles foram divididos em custo fixos e custo variáveis.

### **4.2 APURAÇÃO DAS CONTAS DA EMPRESA**



A seguir as contas foram classificadas de acordo com a procedência de cada uma. Onde foi descrito o que cada indicador de conta representa dentro da apuração do resultado. Esses indicadores representam cada gasto da empresa nesse período estudado.

- ❖ Matéria prima - Todos os alimentos que são utilizados na fabricação de produtos para venda tais como arroz, feijão, massas, carnes e todo os outros tipos de alimentos que são utilizados na preparação de almoços;
- ❖ Embalagens - Gastos com embalagens de alumínios , hamburgeiras e sacolas plásticas utilizados no embalamento dos almoços;
- ❖ Gás - valores com gastos com o gás utilizado no preparo dos alimentos;
- ❖ Salários + encargos: Todos os valores que são emitidos em folha de pagamento, juntamente com seus encargo (INSS, FGTS);
- ❖ Energia elétrica: Valor da conta de energia elétrica do restaurante. Lançado pelo mês de pagamento;
- ❖ Água: Valor da fatura de água paga no mês;
- ❖ Aluguel: Valor pago a titulo de aluguel pela locação das instalações;
- ❖ outras despesas: Gastos com as demais contas utilizadas no restaurante e que não se enquadram nas contas listadas anteriormente.
- ❖ Assinatura de jornais/revistas: Valores gastos com a assinatura de jornais ou revistas;
- ❖ Material de expediente: gasto com materiais usados no dia a dia na rotina administrativa, como: canetas, bloco de notas, caderneta de anotações de pedidos entre outros;
- ❖ Telefone: Valores gastos com ligações telefônicas originadas do restaurante.
- ❖ EPI: Todo gasto oriundo do material usado pelos funcionários na cozinha, como tocas e luvas descartáveis.
- ❖ Limpeza: Todo material usado na higienização do restaurante, como pano de chão, sabão liquido, desinfetantes.
- ❖ Contador: valor pago ao contabilista da empresa.

Custo tributário:

- ❖ Simples nacional: Valores pagos relativos ao simples.

#### **4.2.1 INDICADORES DAS CONTAS**

- ◆ Custo variável: Esse item é composto pelo total dos custos variáveis gerados dentro do restaurante.
- ◆ Custo fixo: é composto pelo total dos custos fixos que foram gerados no restaurante.
- ◆ Custo total: é a fusão dos custo fixo e variáveis que foram gerados no período pela empresa.
- ◆ Faturamento: è o total faturado em reais, pela venda de produtos no período.
- ◆ Margem de contribuição: são os valores do faturamento que diminuídos dos custos variáveis, formam o montante que a empresa lucrou com a venda dos produtos.
- ◆ Lucro: Após os pagamentos dos custo fixos e variáveis e seus impostos é o restante final em reais, que sobra para a empresa.

#### **4.3 CLASSIFICAÇÃO DAS CONTAS: FIXAS E VARIÁVEIS**

Nesta etapa, as contas da empresa foram separadas em fixas e variáveis. Essa classificação demonstra quais foram os gastos da empresa, relativos a venda ou não de produtos. Esses gastos sendo ligados diretamente a variabilidade, foram descritos da seguinte forma no quadro a baixo:

Quadro 1 - classificação das contas: fixas e variáveis.

Classificação	critérios
Fixos	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ salário - É fixo pois indefere da quantidade produzida;</li> <li>❖ Energia elétrica - Por não ter medidor de gastos relativos a produção essa conta se torna fixa;</li> <li>❖ Água - Por não ter medidor de gastos relativos a produção essa conta se torna fixa;</li> <li>❖ Aluguel - fixo porque na produção de 1 ou 100 almoços os valores da locação do imóvel não mudam.</li> <li>❖ Gás - Por não ter medidor de gastos relativos a produção essa conta se torna fixa;</li> <li>❖ EPI - material que indefere do quanto se produz na empresa;</li> <li>❖ Assinatura de jornais/revista: indefere da produção;</li> <li>❖ Material de expediente:</li> </ul>
variáveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Matéria prima - É variável pois quanto maior a produção da empresa, mais os valores desta conta aumentam;</li> <li>❖ Embalagens - Variável porque quanto maior a demanda, maior a vendas dos produtos e conseqüentemente a produção, assim aumentando a variabilidade das embalagens, podendo aumentar ou diminuir dependendo da escala das vendas.</li> </ul>

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

## 5 APURAÇÃO DO RESULTADO GERENCIAL

A Planilha a seguir demonstra os custos levantados durante o período de novembro de 21013 a abril de 2014, classificados por mês e por área de custo.

Quadro 2: tabela de custos:

Indicadores	Novembro		Dezembro		Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Semestre		Média	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	Total	%	
<b>a) Custo Variável</b>	R\$ 3.325,95	49,23%	R\$ 3.167,71	49,96%	R\$ 4.061,30	56,73%	R\$ 3.480,63	53,93%	R\$ 3.496,88	52,29%	R\$ 2.853,15	49,10%	R\$ 20.385,62	R\$ 3.397,60	52,81%	
Matéria prima	R\$ 3.205,95	52,11%	R\$ 2.901,71	45,76%	R\$ 3.941,30	55,06%	R\$ 3.339,13	51,74%	R\$ 3.376,88	50,50%	R\$ 2.703,15	46,52%	R\$ 19.468,12	R\$ 3.244,69	50,43%	
Embalagens	R\$ 120,00	1,95%	R\$ 266,00	4,19%	R\$ 120,00	1,68%	R\$ 141,50	2,19%	R\$ 120,00	1,79%	R\$ 150,00	2,58%	R\$ 917,50	R\$ 152,92	2,38%	
<b>b) Custo Fixo</b>	R\$ 2.606,00	42,36%	R\$ 3.032,50	47,82%	R\$ 2.895,00	40,44%	R\$ 2.728,00	42,27%	R\$ 2.931,00	43,83%	R\$ 2.735,00	47,07%	R\$ 16.927,50	R\$ 2.821,25	43,85%	
Sálarios	R\$ 850,00	13,82%	R\$ 1.204,00	18,99%	R\$ 850,00	11,87%	R\$ 850,00	13,17%	R\$ 850,00	12,71%	R\$ 850,00	14,63%	R\$ 5.454,00	R\$ 909,00	14,13%	
Energia Elétrica	R\$ 66,00	1,07%	R\$ 162,00	2,55%	R\$ 166,00	2,32%	R\$ 198,00	3,07%	R\$ 188,00	2,81%	R\$ 164,00	2,82%	R\$ 944,00	R\$ 157,33	2,45%	
Água	R\$ 20,00	0,33%	R\$ 21,50	0,34%	R\$ 23,00	0,32%	R\$ 30,00	0,46%	R\$ 63,00	0,94%	R\$ 56,00	0,96%	R\$ 213,50	R\$ 35,58	0,55%	
Aluguel	R\$ 1.300,00	21,13%	R\$ 1.300,00	20,50%	R\$ 1.300,00	18,16%	R\$ 1.300,00	20,14%	R\$ 1.300,00	19,44%	R\$ 1.300,00	22,37%	R\$ 7.800,00	R\$ 1.300,00	20,20%	
Gás	R\$ 185,00	3,01%	R\$ 185,00	2,92%	R\$ 370,00	5,17%	R\$ 185,00	2,87%	R\$ 370,00	5,53%	R\$ 185,00	3,18%	R\$ 1.480,00	R\$ 246,67	3,83%	
EPI	R\$ 35,00	0,57%	R\$ 10,00	0,16%	R\$ 36,00	0,50%	R\$ 15,00	0,23%	R\$ 10,00	0,15%	R\$ 30,00	0,52%	R\$ 136,00	R\$ 22,67	0,35%	
Contador	R\$ 150,00	2,44%	R\$ 150,00	2,37%	R\$ 150,00	2,10%	R\$ 150,00	2,32%	R\$ 150,00	2,24%	R\$ 150,00	2,58%	R\$ 900,00	R\$ 150,00	2,33%	
<b>1 Custo Operacional (a+b)</b>	R\$ 5.931,95	96,42%	R\$ 6.200,21	97,78%	R\$ 6.956,30	97,17%	R\$ 6.208,63	96,20%	R\$ 6.427,88	96,12%	R\$ 5.588,15	96,17%	R\$ 37.313,12	R\$ 6.218,85	96,66%	
<b>c) Administrativos</b>	R\$ 183,00	2,97%	R\$ 103,30	1,63%	R\$ 165,00	2,30%	R\$ 208,00	3,22%	R\$ 222,00	3,32%	R\$ 185,00	3,18%	R\$ 1.066,30	R\$ 177,72	2,76%	
Assinatura de jornais	R\$ 93,00	1,51%		0,00%	R\$ 70,00	0,98%	R\$ 70,00	1,08%	R\$ 70,00	1,05%	R\$ 70,00	1,20%	R\$ 373,00	R\$ 62,17	0,97%	
Material de expediente	R\$ 10,00	0,16%	R\$ 15,00	0,24%	R\$ 10,00	0,14%	R\$ 20,00	0,31%	R\$ 13,00	0,19%	R\$ 5,00	0,09%	R\$ 73,00	R\$ 12,17	0,19%	
Telefone	R\$ 59,00	0,96%	R\$ 67,30	1,06%	R\$ 56,00	0,78%	R\$ 62,00	0,96%	R\$ 108,00	1,61%	R\$ 89,00	1,53%	R\$ 441,30	R\$ 73,55	1,14%	
Materia de limpeza	R\$ 21,00	0,34%	R\$ 21,00	0,33%	R\$ 29,00	0,41%	R\$ 56,00	0,87%	R\$ 31,00	0,46%	R\$ 21,00	0,36%	R\$ 179,00	R\$ 29,83	0,46%	
<b>d) Custos Inbutários</b>	R\$ 37,50	0,61%	R\$ 37,50	0,59%	R\$ 37,50	0,52%	R\$ 37,50	0,58%	R\$ 37,50	0,56%	R\$ 37,50	0,65%	R\$ 225,00	R\$ 37,50	0,58%	
SIMPLES	R\$ 37,50	0,61%	R\$ 37,50	0,59%	R\$ 37,50	0,52%	R\$ 37,50	0,58%	R\$ 37,50	0,56%	R\$ 37,50	0,65%	R\$ 225,00	R\$ 37,50	0,58%	
<b>2 Custo não-operacional (c+d)</b>	R\$ 220,50	3,58%	R\$ 140,80	2,22%	R\$ 202,50	2,83%	R\$ 245,50	3,80%	R\$ 259,50	3,88%	R\$ 222,50	3,83%	R\$ 1.291,30	R\$ 215,22	3,34%	
<b>1-2 custo total</b>	R\$ 6.152,45	91,07%	R\$ 6.341,01	88,82%	R\$ 7.158,80	93,30%	R\$ 6.454,13	99,85%	R\$ 6.687,38	98,22%	R\$ 5.810,65	89,14%	R\$ 38.604,42	R\$ 6.434,07	93,34%	
faturamento	R\$ 6.756,00		R\$ 7.139,35		R\$ 7.672,69		R\$ 6.464,00		R\$ 6.808,41		R\$ 6.518,43		R\$ 41.358,88	R\$ 6.893,15		
margem de contribuição	R\$ 3.392,55	50,22%	R\$ 3.934,14	55,11%	R\$ 3.573,89	46,58%	R\$ 2.945,87	45,57%	R\$ 3.274,03	48,09%	R\$ 3.627,78	55,65%	R\$ 20.748,26	R\$ 3.458,04	50,17%	
ponto de equilíbrio	R\$ 5.189,65		R\$ 5.503,13		R\$ 6.215,20		R\$ 5.985,94		R\$ 6.095,07		R\$ 4.914,27					
lucro líquido	R\$ 603,55	8,93%	R\$ 798,34	11,18%	R\$ 513,89	6,70%	R\$ 9,87	0,15%	R\$ 121,03	1,78%	R\$ 707,78	10,86%	R\$ 2.754,46	R\$ 459,08	6,66%	

Fonte: Dados da pesquisa

## 6 ANÁLISE DOS DADOS

A tabela demonstra os custo classificados em colunas, onde foram calculados o semestre. Na primeira coluna os valores totais do restaurante, onde foram apresentados em R\$ e na segunda os valores em %. Nas ultimas colunas foram apresentados os valores totais em R\$ e % do semestre e a média também em R\$ e logo depois em %. Os principais custo variáveis encontrados foram os da matéria prima com 50,43% do total de todo consumo, sendo o total dos custos variáveis de 52,81%.

Os custo fixos operacionais representam 43,85% dos gastos totais. Onde o aluguel representa 20,20% disso, sendo o maior custo fixo da empresa, sendo seguido pelo salário, com 14,13% desse total e o gás com 3,83%.

Por ser uma empresa familiar, os gasto com o setor administrativos são baixos, sendo uma despesa de apenas 2,76% dos gastos. Os impostos

representam 0,58%. Mediante isto os gastos não-operacionais representam um total de apenas 3,35% dos custos totais, e somando isto aos custos operacionais totais dá 93,34%, dando uma margem de contribuição 50,17% e um lucro líquido em 6,66%, dados médios do semestre.

## CONCLUSÃO

O presente estudo que foi realizado em um restaurante localizado na cidade de Araranguá-SC teve como objetivos identificar e classificar os gastos do restaurante, mensurar as contas, realizadas durante um semestre, classificar os gastos em fixos e variáveis e apurar o resultado gerencial da empresa.

Então foi necessário realizar a coletas dos dados gastos pelo restaurante, já que o mesmo não tinha um controle informatizado de seus gastos. Com esses gastos em mãos, foi possível classificar e determinar sua procedência, para assim se chegar a rentabilidade da empresa no período de um semestre.

Este estudo apenas foi possível, após um trabalho de levantamento de dados relativos a um semestre da empresa. Onde o pesquisador recolheu todos os dados referente a mesma. Essa pesquisa foi realizada em notas de compras referentes a cada mês. Esses dados foram classificados e aclopados em uma planilha de controle gerencial. Os dados de despesas referente a variabilidade foram classificados em fixos e variáveis e as contas foram apuradas, e cada uma teve sua devida explicação, como por exemplo a matéria prima que significava o conjunto de todos os alimentos usados no restaurante como arroz feijão, carne.

Referente aos custos do restaurante, os gasto variáveis da empresa tem uma maior porcentagem com 52,81%, tendo a matéria prima como seu maior consumo em 50,43% seguido pelas embalagens com apenas 2,38%.

Os custo fixos vem em seguida com 43,85% dos gastos e são representados principalmente pelo aluguel do local com 20,20%, e em seguida o salário com 14,13% dos gastos. A margem de contribuição das vendas se mostrou com 50,17% e o lucro liquido apenas com 6,66% se mostrando mínimo, para as pretensões dos donos.

Após o estudo realizado, concluiu-se que pelo tempo de existência da empresa a mesma vem se mantendo como pode no mercado, sendo imprescindível, uma melhora nas vendas e uma otimização no serviço de self-service, para quem sabe uma fidelização do cliente. Uma crescente nas vendas e uma melhora no controle dos gastos referente aos custo, assim como um estudo

mais detalhado referente a margem de contribuição e ao lucro dos produtos, pode se esperar uma melhora para os próximos meses esperando assim uma geração de melhores resultados.

## REFERENCIAS

ABERC. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE REFEIÇÕES COLETIVAS. **História e Mercado**. São Paulo: ABERC, 2007. Disponível em: <<http://www.aberc.com.br/conteudo.asp?IDMenu=18>> Acesso em: 02 out. 2013

ABRASEL – **Associação Brasileira de Bares e Restaurantes**. Artigos em geral. Disponível em < [http:// www.abrasel.com.br](http://www.abrasel.com.br)>. Acesso em: 09 nov. 2013.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia de ciência**: filosofia e prática de pesquisa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Vamos Abrir um Novo Negócio?**. São Paulo: Makron Books, 1995.

SINGER, Paul. **O capitalismo**: sua evolução, sua lógica e sua dinâmica. São Paulo: Moderna, 1987.

BOMFIM, Eunir de Amorim; PASSARELLI, João. **Custos e Formação de Preços**. 5. ed. São Paulo: Thomson, 2006.

BOMFIM, Eunir de Amorim; PASSARELLI, João. **Custo: análise e controle**. São Paulo: IOB: Pioneira Thompson Learning. 2002.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4 ed. São Paulo: Maklon Books, 1996.

DUTRA, R. G. **Custos**: uma abordagem prática. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GUERREIRO, R. **Gestão do lucro**. São Paulo: Atlas, 2006.

HANSEN, D. R.; MOWEN, M. M. **Gestão de Custos**. 3. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

KOLB, J. J. **Classificação dos Custos**. (2011). Disponível em: <http://julianakolb.com/2011/05/27/classificacao-dos-custos/>. Acesso em: 17 mar. 2014

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

LIMA, Telma Cristina Sasso; MIOTO, Regina célia Tamasso. Procedimentos metodológicos na construção de conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica.



**Revista Katálysis**. Florianópolis. v. 10. n. spe. p. 37-45, 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-49802007000300004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-49802007000300004&script=sci_arttext)>. Acesso em: 15 mar. 2014.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

\_\_\_\_\_. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

\_\_\_\_\_. **Contabilidade de custos**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. São Paulo: *Makron books*, 2002.

\_\_\_\_\_. **Custos**: uma abordagem prática. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

OHAYON, Pierre. Iniciação científica: uma metodologia de avaliação. vol. 15, n. 54. Rio de Janeiro, Jan/Mar. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ensaio/v15n54/a08v1554.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TPI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1997.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. Metodologia de pesquisa: a abordagem teórica-prática. 10 ed. Campinas, São Paulo: Papilus, 2004.

REBELATO, Marcelo Giroto. Uma análise sobre a estratégia competitiva e operacional dos restaurantes self-service. Revista **Gestão e Produção**, São Carlos, v. 4, n. 3, dez. 1997. Disponível em; <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-530X1997000300006&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X1997000300006&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 10 abr. 2014.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SANTOS, J. J. **Análise de Custos**. Remodelando com ênfase para custos marginal, relatórios e estudos de caso. São Paulo: Atlas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Análise de Custos**. Remodelando com ênfase para custos marginal, relatórios e estudos de caso. São Paulo: Atlas, 2000.

SCHMIDT, Paulo. História do Pensamento Contábil. Porto Alegre: *Bookman*, 2000.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. 2004. Disponível em: [http://www.sebraerj.com.br/docs/margem\\_contribuicao.pdf](http://www.sebraerj.com.br/docs/margem_contribuicao.pdf) - Acesso em: 03 mai. 2014.

SEBRAE.DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS-DIEESE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**: 2010-2011. Brasília,2011. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 07 Mai. 2014.

SOUZA, Antonio Carlos de; FIALHO, Francisco Antonio Pereira; OTANI, Nilo. **TCC: métodos e técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.