

O IMPACTO DOS CUSTOS FIXOS NOS DIFERENTES PONTOS COMERCIAIS DE UMA LANCHERIA NA CIDADE DE PELOTAS

Osmar Lara Cardoso (UFPEL) - osmarlara@yahoo.com.br

Juliana De Oliveira Härter (UFPEL) - julianaharterr@gmail.com

Juliana Froner Oliveira (Furg) - jufroner@yahoo.com.br

Luciana Nunes Ferreira (UFPEL) - luciana.ferreira@ufpel.edu.br

Resumo:

Ao pesquisar uma empresa é importante entender o quanto os custos fixos, ou seja, os custos que não dependem do volume de produção, são importantes no resultado final, seja ele positivo ou negativo. O presente trabalho tem por objetivo analisar o impacto que esses custos fixos geram nos diferentes pontos comerciais de uma lancheria situada na cidade de Pelotas/RS e para isso analisou informações, planilhas e documentos fornecidos pela empresa, onde os custos fixos, variáveis e o preço de venda são os principais valores utilizados. O resultado mostra o quanto o custo fixo impacta no preço de venda dos produtos e o quanto a margem de contribuição é satisfatória.

Palavras-chave: *Controle. Custos. Custos Fixos. Métodos de Custeio. Contabilidade de Custos.*

Área temática: *Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões*

O impacto dos custos fixos nos diferentes pontos comerciais de uma lancheria na cidade de Pelotas

Resumo

Ao pesquisar uma empresa é importante entender o quanto os custos fixos, ou seja, os custos que não dependem do volume de produção, são importantes no resultado final, seja ele positivo ou negativo. O presente trabalho tem por objetivo analisar o impacto que esses custos fixos geram nos diferentes pontos comerciais de uma lancheria situada na cidade de Pelotas/RS e para isso analisou informações, planilhas e documentos fornecidos pela empresa, onde os custos fixos, variáveis e o preço de venda são os principais valores utilizados. O resultado mostra o quanto o custo fixo impacta no preço de venda dos produtos e o quanto a margem de contribuição é satisfatória.

Palavras-chave: Controle. Custos. Custos Fixos. Métodos de Custeio. Contabilidade de Custos.

Área Temática: Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões.

1 Introdução

O sucesso não surge do nada, ocorre através de exclusiva e total devoção, além de uma postura de inovação e originalidade. Reorganização, criação de outros pontos de venda e reinvestimento de grande parte dos lucros, tudo isso evidência de forma incontestável o sucesso e a consolidação de uma empresa (TIMM, 2017).

Dentre os vários ramos da contabilidade destaca-se a contabilidade de custos, que visa gerir e gerar informações para os mais diversos níveis e setores dentro de uma empresa. Os sistemas de gestão de custos ajudam no gerenciamento das empresas de duas formas principais: auxílio no controle e na tomada de decisões. Informações sobre custos auxiliam na busca por problemas ou situações imprevistas e são úteis como subsídio em processos decisórios (BORNIA, 2010).

Sendo assim, é de suma importância que as empresas tenham um controle eficiente sobre seus custos, dando-lhes a oportunidade de realizarem suas atividades do dia a dia, bem como o cumprimento de seus compromissos financeiros, além de subsidiarem qualquer tomada de decisão (ATKINSON; KAPLAN; MATSUMURA; YOUNG, 2015).

Diante do mercado e suas especificidades, torna-se de extrema relevância que a empresa tenha um método de custeio que proporcione sua gestão e amplie a visão interna de seus processos e procedimentos nos seus diversos departamentos ou setores, facilitando uma maior conscientização de seus custos durante seu processo produtivo (WERNKE, 2004).

Na busca pela gestão eficaz, é necessário que cada empresa adote métodos de custeio tecnologicamente modernos, que proporcionem segurança e eficiência na tomada de decisão de seus gestores. Perante este cenário, o assunto gestão de custos tão necessário e fundamental para o controle financeiro de uma empresa, vai sendo preterido por outras questões rotineiras e emergenciais (MEGLIORINI, 2012).

Através deste estudo busca-se destacar a necessidade de se dar a devida importância a gestão de custos e principalmente, dar uma atenção especial aos custos fixos, conforme preconizam Souza e Dieh, 2009, pois estes não oscilam quanto ao volume de produção e este fato reflete diretamente no faturamento, exemplo disso é quando uma empresa tem mais de

um ponto comercial, em diferentes endereços, ou até mesmo em diferentes cidades ou estados.

Uma empresa não consegue alcançar êxito somente contando com a competência de seus sócios, é imprescindível que se transformem em gestores e detenham a capacidade de formar equipes onde cada funcionário tenha o comprometimento necessário para a execução das funções a ele atribuídas, este engajamento só ocorre em ambientes de trabalho que reúnem uma mistura de circunstâncias propícias juntamente com treinamento e disciplina, quando a instituição se propõe a instituir em seus colaboradores, o sentimento de valorização e satisfação e como consequência cada um colabora com o seu melhor (TIMM, 2017).

E é neste contexto e diante desta temática que surge o seguinte questionamento: Qual o impacto dos custos fixos nos diferentes pontos comerciais da empresa Lanches X¹ na cidade de Pelotas – RS?

Este estudo tem por objetivos: Geral, analisar o impacto que os custos fixos geram nos diferentes pontos comerciais da citada empresa de lanches através de um estudo de caso. Os objetivos específicos estão em: 1 - Classificar e analisar os custos fixos dos empreendimentos. 2 - Fazer levantamento destes custos nos diferentes pontos comerciais. 3 - Analisar o impacto dos custos fixos na formação do preço de venda em cada estabelecimento.

Quanto às relevâncias do trabalho em pauta, constata-se: Primeiro, está na importância da alocação dos custos e os impactos que os custos fixos geram no estabelecimento das metas da empresa. Afirmam Dubois, Kulpa e Souza, 2009 que os custos fixos serão diluídos através da quantidade de produtos vendidos em determinado período de apuração dos resultados. Como um dos custos mais significativos são os custos de locação de espaço, cada ponto comercial terá um ponto de equilíbrio diferente, o que pode gerar um aumento também nas despesas com publicidade dentre outras. A partir deste estudo foi observado como os custos fixos se diferenciam em cada local dando aos gestores maior autonomia e eficiência para futuras tomadas de decisão e como podem ser melhor controlados e analisados. E em segundo, o estudo contribui através dos resultados e conclusões para a conscientização e importância do tema, além do surgimento de novos questionamentos, estudos e pesquisas futuras relativas ao assunto em outras empresas do mesmo ramo e também de ramos e atividades diferentes.

Assim, o trabalho está dividido em seis partes. Inicialmente a introdução que destaca a importância do tema e a ideia do estudo de caso; na segunda parte, explica a localização e importância do assunto dentro do universo da contabilidade e mais especificamente da contabilidade de custos e as referências teóricas utilizadas, que tratam das discussões e estudos feitos por alguns renomados autores sobre a matéria, localizando historicamente, conceituando e classificando os termos mais usados na contabilidade de custos; a terceira parte descreve e classifica as metodologias utilizadas; na quarta parte é realizada a análise dos resultados apresentados através da coleta de dados; a quinta parte constitui a conclusão quanto ao impacto dos custos fixos sobre cada um dos estabelecimentos comerciais da lancheria e por último a sexta parte contém as referências bibliográficas que embasaram o estudo.

2 Referencial Teórico

2.1 Histórico e terminologia

A contabilidade começou a se desenvolver impulsionada pelo advento da Revolução Industrial, principalmente com ênfase na importância do maior controle dos estoques (ATKINSON; KAPLAN; MATSUMURA; YOUNG, 2015).

Por sua vez, a contabilidade de custos foi criada para resolver questões financeiras ligadas aos estoques e aos resultados e não como uma ferramenta administrativa, porém nas

últimas décadas, acabou mudando de status, saiu de mera coadjuvante no controle de estoques e lucros para importante ferramenta de controle e decisão gerencial, além inclusive de servir a outros ramos da própria contabilidade. Sendo assim, informações sobre custos se tornam relevantes para a área da contabilidade tributária, da contabilidade gerencial, da controladoria e da contabilidade societária (MARTINS; ROCHA, 2010).

Neste cenário, a análise e controle dos custos para a tomada de decisões constituem-se parte importante do processo de gestão das empresas, envolvendo estratégias de desempenho. Importante destacar que a contabilidade e de forma mais específica a contabilidade de custos, usam em seu vocabulário alguns termos que podem soar sem sentido ou gerar uma interpretação diferente da real, pois são termos comuns da língua portuguesa que também são usados corriqueiramente pelas pessoas em seu dia a dia. Sendo assim, conceituam-se alguns dos termos mais usados (MARTINS, 2009).

Entende-se por gasto, qualquer sacrifício financeiro que a empresa tem para obter um produto ou serviço. Os gastos se estabelecem quando, por exemplo, a empresa adquire algum insumo para a produção de algum produto ou compra ferramentas e máquinas para a prestação de algum serviço (BRUNI; FAMÁ, 2009).

Conceitua-se despesa como qualquer valor despendido de forma voluntária com bens ou serviços que são utilizados na obtenção de receitas, sejam de forma direta ou indireta. Tal conceito quando usado no caso de uma indústria ou fábrica identifica os gastos que não estão relacionados com a produção de algum bem ou produto e sim ligados às práticas e atividades gerenciais da entidade, ou seja, despesas de vendas, administrativas e financeiras (WERNKE, 2004).

A primeira idéia de desperdício é aquela sobra de material decorrente do processo de fabricação de algum produto, ou a manipulação de determinado produto de forma errada, mas além destes, podemos perceber que podem ocorrer de várias outras formas e em vários outros setores de uma empresa, conceitua-se desperdício como sendo um gasto que ocorre na empresa pelo fato da mesma não conseguir aproveitar todos os seus recursos, tanto quando falamos nos seus setores produtivos quanto nos setores administrativos, ou seja, não alcançar uma produtividade acima do planejado ou investir em determinado produto e este não dar o retorno pretendido, afetando sempre de forma negativa a produtividade da empresa (DUBOIS, 2006).

Custo, um dos termos mais relevantes para uma empresa, pois é determinante em todas as etapas da confecção de um determinado produto em uma linha de produção, são considerados como sendo todos os gastos econômicos relacionados a bens ou serviços que são utilizados para a geração de quaisquer outros bens ou serviços, estão ligados de forma direta ou indireta a produção como, por exemplo, o salário do pessoal ligado diretamente a produção. É através do conhecimento dos custos de produção que a empresa chega ao preço de venda de um produto ou serviço (KOLIVER, 2009).

Entende-se por perda, todas as causas involuntárias ou indesejadas que ocorrem no ambiente de produção de uma empresa, acontecem sempre de forma fortuita, não estando previstas em planejamentos ou etapas de produção, casos como incêndios, inundações, furtos de mercadorias ou de matérias primas, sempre que ocorrem, fogem à normalidade da produção ou da prestação de serviços da empresa (WERNKE, 2004).

2.2 Classificação dos Custos

A grande maioria dos autores entende que os custos subdividem-se em custos diretos, custos indiretos, custos fixos e custos variáveis, a seguir, as definições de alguns autores de renome, conforme demonstra o quadro 1 a seguir:

Quadro 1: Tipos de custos

TIPO	CONCEITO	AUTOR
Custos Diretos	São os que podem ser diretamente (sem rateio) apropriados aos produtos, bastando existir uma medida de consumo (quilos, horas de mão de obra ou de máquinas, quantidade de força consumida etc.). De maneira geral, associam-se a produtos e variam proporcionalmente à quantidade produzida.	CREPALDI, (2010, p. 8)
Custos Indiretos	São aqueles cuja relação com o produto (ou objeto de custo) é de difícil identificação. São exemplos a mão de obra indireta, alugueis e muitos dos chamados custos administrativos. Comumente, a atribuição desses custos aos produtos se dá através de rateio.	SOUZA; DIEH, (2009, p. 17)
Custos Fixos	Aquele cujo os valores são os mesmos, qualquer que seja o volume de produção da empresa, dentro de um intervalo relevante. Portanto, eles não apresentam qualquer variação, em função do nível de produção.	DUBOIS, KULPA, SOUZA, (2009, p. 28)
Custos Variáveis	São aqueles que aumentam ou diminuem conforme o volume de produção.	MEGLIORINI, (2012, p. 11)

Fonte: Elaborado com base nas referências, 2018.

Os custos diretos são facilmente identificados, pois se relacionam diretamente com a produção de um produto. São os gastos com matéria prima, embalagens, mão de obra específica, etc. Por isso a importância do gestor ter conhecimento destes custos e saber classificá-los de forma correta (FERREIRA, 2003).

Ao contrário dos diretos, os custos indiretos não são tão facilmente identificáveis, primeiramente por não serem de grande relevância na composição dos custos do produto propriamente dito e ainda por serem normalmente resultado de rateio para sua alocação. Cita-se como exemplos, os custos com a energia elétrica, o seguro, a conta telefônica, etc (SILVA, 2008).

Já os custos fixos têm uma tendência a permanecer de forma mais constante fixa, mesmo que a empresa passe por períodos em que haja oscilações na produção e na quantidade produzida. São custos que variam muito pouco ou nem variem independentemente do nível de atividade na área de produção. Estão relacionados especificamente com a estrutura física sendo que seu valor está desvinculado ao volume de produtos produzidos, ou dos serviços prestados. Tais custos sempre existirão, quer a empresa esteja produzindo pouco ou muito ou nem esteja produzindo (WERNKE, 2004).

Diferentemente dos fixos, os custos variáveis conforme o próprio nome já diz, variam de acordo com o volume produzido em determinado período, podendo-se dizer que quanto maior a produção, maiores serão os custos variáveis, um exemplo é a própria matéria-prima usada para a produção das mercadorias e seus custos (WERNKE, 2004).

2.3 Ponto de Equilíbrio e Margem de Contribuição

O ponto de equilíbrio reflete o grau de produção onde a empresa atua sem contabilizar lucros ou prejuízos, quer dizer a quantidade de produtos vendidos em ponto de equilíbrio se torna bastante para saldar os custos fixos e os custos variáveis sem obter nenhum lucro. Após ultrapassar este patamar, cada unidade de produto fabricada, aumentará a margem de lucro unitária (WERNKE, 2004).

Conceitua-se margem de contribuição, como sendo o resultado obtido pela diferença entre o valor do preço de venda e a soma das despesas e dos custos variáveis de um

determinado produto ou serviço, este resultado demonstra o que restou da receita direta obtida com as vendas após a dedução dos custos e das despesas variáveis ocorridas durante a fabricação de determinado produto afim de quitar os custos fixos (OLIVEIRA; PEREZ JÚNIOR, 2005). Já Bernardi (2010, p. 43) preceitua que a margem de contribuição é o resultado obtido da diferença entre o valor das vendas, os custos variáveis e as despesas variáveis de venda, ou seja, consegue-se determinar o valor que cada venda contribui para saldar os custos fixos e as despesas fixas, conclui-se que ao utilizar este procedimento consegue-se um novo procedimento para a apuração dos resultados visto que não se aferem os lucros brutos e sim determina-se a margem de contribuição.

2.4 Formação do Preço de Venda e os Métodos de Custeio

Estudos sobre a formação do preço de venda começaram a partir dos primeiros anos do século XX, percebe-se uma preocupação por parte dos gestores com relação à formação dos preços dos produtos produzidos ou dos serviços prestados, tal assunto é tratado com extrema relevância, pois tem caráter estratégico para qualquer empresa. Nota-se que o preço de determinado produto ou serviço deve conter o valor de todos os custos que fazem parte do seu processo de produção e distribuição, tais valores são de extrema importância em razão de que a cada dia a concorrência tem aumentado e com isso aumentam as necessidades das empresas de garantirem recursos para custear suas produções e remunerar seus funcionários, por isso a busca constante na otimização e aproveitamento no uso de recursos durante os processos de fabricação e distribuição. As empresas têm buscado cada vez mais por políticas de formação de preços para seus produtos, visando estar sempre à frente da concorrência, e mantendo-se no mercado (BRUNI 2009).

Sobre os métodos de custeio, as empresas de modo geral e principalmente aquelas que têm em seus ramos de atuação uma concorrência acirrada, têm atualmente como principal objetivo, a busca por procedimentos ou mecanismos que ajudem a otimizar sua gestão. A grande concorrência entre as empresas muitas vezes as obriga a praticar preços que sejam inferiores aos de seus concorrentes e para que isso aconteça trabalham com margens de lucro cada vez menores, neste contexto, seus administradores precisam obter informações gerenciais em tempo real sobre seus custos e conseqüentemente sobre a rentabilidade de seus produtos. Cabe à contabilidade gerencial municiar os administradores com informações consistentes refletindo a realidade dos custos dos produtos possibilitando que as tomadas de decisão sejam assertivas e previsíveis, tanto na criação de novos produtos quanto na manutenção ou retirada de alguma linha de produto. Percebe-se que quanto mais confiáveis forem as informações sobre os custos dos produtos, maiores serão as chances de longevidade da empresa. Para tanto a mesma necessita de sistemas de gestão de custos confiáveis e contextualizados com a realidade do mercado objetivando total controle no cálculo do preço unitário de cada produto que trará como resultado, a soma dos custos variáveis e fixos atribuídos aos produtos (WERNKE, 2004).

O método de custeio por absorção é o mais aplicado nas empresas, apareceu em meados da década de 20, consiste basicamente na apropriação de todos os gastos relativos à produção dos produtos ou serviços, quer sejam diretos ou indiretos, fixos ou variáveis. Outra característica importante a se destacar, e que este é o único método aceito frente à legislação fiscal do Brasil para efeito de valorização dos estoques, e tem seu aparelhamento conceituado como de longo prazo, onde as alterações nos lucros, nos custos e nos volumes, têm de estar satisfatoriamente compatibilizados. Através deste método, são apropriados os custos diretos e os custos indiretos aos produtos ou serviços, objetivando-se a devida valorização dos estoques. O lado negativo do método de custeio por absorção é a delegação de todos os custos aos respectivos produtos ou serviços, mediante

certos critérios, que por diversas vezes podem ser considerados desmedidos e até mesmo autoritários, como por exemplo, os ditos rateios que constituem na apropriação de um custo estipulado a um produto, baseado em padrões como custo de hora/máquina, custo de hora/mão-de-obra, dentre outros (MARTINS; ROCHA, 2010).

Já o método de custeio variável, resguarda o isolamento e individualização dos custos em fixos e variáveis. Conforme Bornia (2010, p. 35), “apenas os custos variáveis são relacionados aos produtos, sendo os custos fixos considerados como custos do período”. Verifica-se que, para valorizar os estoques, só deverão ser dados aos produtos ou serviços, os custos variáveis, sendo os custos fixos determinados como custos de certo período delimitado, ou seja, refletindo diretamente no DRE (demonstrativo de resultado do exercício). Por este método de custeio, só podem ser outorgados aos produtos ou serviços, seus respectivos custos variáveis; portanto, não impera nenhum tipo de arbitrariedade quando da atribuição dos custos, como existe no método de custeio por absorção, o que reflete imensa vantagem no levantamento dos custos. Porém, este método não é admitido pela legislação fiscal do Brasil, mas consagrou-se como uma ferramenta de extrema relevância para o gestor, a fim de diferenciar os produtos ou serviços mais lucrativos para a empresa, baseando-se na definição da margem de contribuição, que simboliza a diferença entre vendas líquidas e custos e despesas variáveis. Esta definição é bastante usada nas empresas de cunho industrial e comercial, já que os gestores se sentem seguros para tomar decisões de curto prazo, verificando as relações entre custo/volume/lucro em cada produto ou serviço (FARIA; COSTA, 2005).

Pelo método de custeio padrão, que é comumente usado nas empresas, necessita-se de outros mecanismos para fins de comparação das informações procurando dar aos gestores uma percepção geral dos gastos reais confrontados com os que foram planejados e pré-estabelecidos pela empresa. O custeio padrão é um método simples, que usa a comparação das informações reais do produto que está sendo produzido com as informações das metas traçadas e se estão sendo alcançadas ou não (MARTINS; ROCHA, 2010).

3 Procedimentos Metodológicos

A presente pesquisa teve como objeto de estudo a rede de estabelecimentos comerciais (três lojas) da Empresa Lanches X sediada na cidade de Pelotas – RS, que atua no ramo da alimentação, oferecendo a seus clientes ampla e diversificada variedade de lanches e acompanhamentos. Possui uma estrutura familiar, composta de pai, mãe e filha, que atuam e participam diretamente em todas as áreas do negócio, que conta atualmente com cerca de 80 (oitenta) funcionários e comercializa em média 1.000 (um mil) unidades de lanches e acompanhamentos diariamente, o mercado consumidor que a empresa atende são moradores, visitantes e turistas que residem ou transitam pela cidade de Pelotas, onde foi aplicado um estudo de caso objetivando encontrar o impacto dos custos fixos nos diferentes pontos comerciais da Lancheria X. O campo de estudo de caso sobre gestão de custos e custos fixos foi a cidade de Pelotas – RS.

O objetivo da pesquisa se classifica como descritiva, onde são descritas todas as informações dos dados explorados nos documentos e dados fornecidos pela empresa, segundo Triviños (1987, p. 110) “os estudos descritivos exigem do pesquisador uma série de informações sobre o que se deseja pesquisar.”

A natureza da pesquisa é qualitativa que faz uma análise aprofundada, segundo Marconi (1992, p. 48) e foi realizada através de atividades com coleta e análise de dados, procurando comprovar relações presentes entre o evento estudado e os fatores associados a ele, na busca pela constatação e reconhecimento de outras variáveis.

A escolha do objetivo de estudo é de caso único, onde a pesquisa será concentrada em uma única empresa, subdividindo-se nas 3 (três) lojas. Yin (2001, p. 59) diz que “o caso único pode, então, ser utilizado para se determinar se as proposições de uma teoria são corretas ou se algum outro conjunto alternativo de explicações possa ser mais relevante.”

A técnica de coleta de dados foi documental, onde os dados foram coletados através de planilhas de custos e despesas e posteriormente analisados separadamente, levando em consideração o custo fixo que cada unidade possui. Segundo Gil (2008, p. 51) “a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.” A técnica de coleta de dados também foi feita de forma bibliográfica já que visa discutir e esclarecer um tema/problema que segundo Gil (2002, p. 44) é aquela que “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.”

Sobre os procedimentos, primeiramente, no dia 30 de abril de 2018, foi realizada uma visita a sócia proprietária da empresa Lanches X, na loja 1 situada no Centro da cidade de Pelotas – RS, na ocasião procedeu-se uma entrevista não estruturada, que se caracteriza pelo encontro de duas ou mais pessoas, com o objetivo de obtenção de referências em que uma delas transmita informações a respeito de um determinado assunto (MARCONI; LAKATOS, 1999). Foram feitos vários questionamentos abertos a respeito do funcionamento geral e os tipos de controle dos custos e dos custos fixos nas diversas unidades da empresa. Segundo Duarte e Barros (2006, p. 65) tais questionamentos abertos objetivam “a capacidade de aprofundar as questões a partir das respostas e tornam esse tipo de entrevista muito rico em descobertas”.

Além deste primeiro encontro também aconteceram várias trocas de informações, envio de planilhas e questionamentos, feitos através de e-mails e pelo aplicativo de troca de mensagens *WhatsApp*. Neste estudo também foi utilizado como apoio, o *software* denominado *Microsoft Excel*, para criação de planilhas, comparação, manipulação e mapeamento dos dados.

Para analisar as respostas aos questionamentos foram realizadas comparações destas com as informações obtidas e constantes no referencial teórico, sempre averiguando e levando em conta as particularidades e contextos dos estabelecimentos estudados e o contexto do local onde se situam, pretendendo sempre a solução para o problema levantado.

4 Análise e Discussão dos Dados

Para analisar os dados da pesquisa, foi utilizado o método de custeio variável por se tratar do mais adequado em se falando do ponto de vista gerencial e em se tratando de tomada de decisões gerenciais, além de assegurar um fluxo rápido de informações fundamentais ao bom andamento da empresa.

Dentro dos parâmetros deste método observa-se pela prática ser o mais esclarecedor e instrutivo à administração, por afastar os custos fixos e considerá-los contabilmente como se fossem despesas, pois quase sempre são recorrentes e autônomos nos diversos produtos e unidades. Cabe ressaltar que as normas legais contábeis vigentes atualmente no Brasil, não admitem o uso de DRE – Demonstrativo do Resultado do Exercício e nem de Balanços Patrimoniais que em sua elaboração tiveram como base o uso do método de Custeio Variável (MARTINS, 2009).

Após apuração dos custos fixos totais das 3 (três) lojas² procedeu-se o cálculo da margem de contribuição de cada produto para o cálculo do ponto de equilíbrio individualmente, conforme demonstram a seguir as tabelas 1, 2 e 3.

Tabela 1: Loja 1

Produto	Preço de Venda Unitário	Margem de contribuição unitária	Faturamento dia	% do faturamento	INDEX	Ponto de equilíbrio mix produtos	Ponto de equilíbrio financeiro
Lanche 1	R\$18,40	R\$ 10,43	R\$ 920,00	0,0840	0,87631	41	R\$ 750,76
Lanche 2	R\$ 19,40	R\$ 10,92	R\$ 970,00	0,0886	0,96734	43	R\$ 834,58
Lanche 3	R\$ 26,50	R\$ 12,61	R\$ 1.325,00	0,1210	1,52587	59	R\$ 1.557,25
Lanche 4	R\$ 23,40	R\$ 10,49	R\$ 1.170,00	0,1068	1,12085	52	R\$ 1.214,22
Lanche 5	R\$ 17,90	R\$ 11,60	R\$ 895,00	0,0817	0,94813	40	R\$ 710,51
Lanche 6	R\$ 20,90	R\$ 11,72	R\$ 1.045,00	0,0954	1,11848	46	R\$ 968,63
Lanche 7	R\$ 17,40	R\$ 8,99	R\$ 870,00	0,0795	0,71427	39	R\$ 671,37
Lanche 8	R\$ 17,40	R\$ 9,62	R\$ 870,00	0,0795	0,76433	39	R\$ 671,37
Lanche 9	R\$ 18,40	R\$ 10,55	R\$ 920,00	0,0840	0,88639	41	R\$ 750,76
Lanche 10	R\$ 20,90	R\$ 10,77	R\$ 1.045,00	0,0954	1,02782	46	R\$ 968,63
Lanche 11	R\$ 18,40	R\$ 12,49	R\$ 920,00	0,0840	1,04939	41	R\$ 750,76
TOTAL			R\$ 10.950,00	1,0000	10,9992	486	R\$ 9.848,87

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Tabela 2: Loja 2

Produto	Preço de Venda Unitário	Margem de contribuição unitária	Faturamento dia	% do faturamento	INDEX	Ponto de equilíbrio mix produtos	Ponto de equilíbrio financeiro
Lanche 1	R\$ 18,40	R\$ 10,43	R\$ 699,20	0,0840	0,87631	31	R\$ 573,91
Lanche 2	R\$ 19,40	R\$ 10,92	R\$ 737,20	0,0886	0,96734	33	R\$ 637,99
Lanche 3	R\$ 26,50	R\$ 12,61	R\$ 1.007,00	0,1210	1,52587	45	R\$ 1.190,42
Lanche 4	R\$ 23,40	R\$ 10,49	R\$ 889,20	0,1068	1,12085	40	R\$ 928,20
Lanche 5	R\$ 17,90	R\$ 11,60	R\$ 680,20	0,0817	0,94813	30	R\$ 543,15
Lanche 6	R\$ 20,90	R\$ 11,72	R\$ 794,20	0,0954	1,11848	35	R\$ 740,46
Lanche 7	R\$ 17,40	R\$ 8,99	R\$ 661,20	0,0795	0,71427	29	R\$ 513,23
Lanche 8	R\$ 17,40	R\$ 9,62	R\$ 661,20	0,0795	0,76433	29	R\$ 513,23
Lanche 9	R\$ 18,40	R\$ 10,55	R\$ 699,20	0,0840	0,88639	31	R\$ 573,91
Lanche 10	R\$ 20,90	R\$ 10,77	R\$ 794,20	0,0954	1,02782	35	R\$ 740,46
Lanche 11	R\$ 18,40	R\$ 12,49	R\$ 699,20	0,0840	1,04939	31	R\$ 573,91
TOTAL			R\$ 8.322,00	1,0000	10,9992	371	R\$ 7.528,87

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Tabela 3: Loja 3

Produto	Preço de Venda Unitário	Margem de contribuição unitária	Faturamento dia	% do faturamento	INDEX	Ponto de equilíbrio mix produtos	Ponto de equilíbrio financeiro
Lanche 1	R\$ 18,40	R\$ 10,43	R\$ 460,00	0,4868	5,07704	24	R\$ 450,68
Lanche 2	R\$ 19,40	R\$ 10,92	R\$ 485,00	0,5132	5,60444	26	R\$ 500,99
TOTAL			R\$ 945,00	1,0000	10,6815	50	R\$ 951,67

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Os resultados foram obtidos através da inserção dos preços de venda de cada produto e subtraídos os valores dos custos e despesas variáveis, chegando-se então ao valor da margem de contribuição em reais (R\$) de cada produto. Com a margem de contribuição em reais (R\$) dividindo o valor do preço de venda de cada produto, foi encontrado assim, o valor de margem de contribuição em pontos percentuais (%) (BERNARDI, 2010).

Após o valor do custo fixo de cada loja ser calculado separadamente, esse valor foi dividido por 25 (vinte cinco) dias trabalhados/mês e então encontrado o valor de custo fixo/dia para cada loja. Sendo assim, os resultados foram: loja 1 tem R\$ 5.341,60 (cinco mil, trezentos e quarenta e um reais e sessenta centavos) de custo fixo/dia, a loja 2 R\$ 4.083,33 (quatro mil, oitenta e três reais e trinta e três centavos) de custo fixo/dia e a loja 3 possui R\$ 537,47 (quinhentos e trinta e sete reais e quarenta sete centavos) de custo fixo/dia.

Os custos fixos não sofrem alteração, independentemente do volume de produção (MEGLIORINI, 2012).

Sabendo-se que o número estimado de lanches/dia é de aproximadamente 1.000 (um mil) unidades, subdivididas entre as três lojas da empresa, foram desta forma, calculados então a quantidade média estimada de 540 (quinhentos e quarenta) lanches vendidos/dia na loja 1, 410 (quatrocentos e dez) lanches vendidos/dia na loja 2 e 50 (cinquenta) lanches vendidos/dia na loja 3. O número total de lanches vendidos em cada uma das sedes foi dividido por 11 (onze) que é o número dos principais tipos de lanches comercializados nas lojas 1 e 2, e por 2 (dois) que é o número de tipos de lanches comercializados na loja 3.

Quando o valor de faturamento diário de cada loja foi encontrado, foi possível calcular o percentual que cada produto representa no total do faturamento diário de cada loja. Foi obtido o valor percentual em cima do faturamento diário e multiplicado por este percentual da margem de contribuição de cada produto, encontrou-se o index (ou média ponderada) para todos os produtos e a soma delas gerou o valor em percentual do index (ou média ponderada) do mix de produtos (através da fórmula: Custos e Despesas fixas diária/soma do index).

Assim, calculou-se o ponto de equilíbrio do mix de produtos de cada loja através do valor dos custos fixos/dia divididos pela soma do index (ou média ponderada). O ponto de equilíbrio em quantidades vendidas por dia de cada loja obtido foi o seguinte: Loja 1: 486 (quatrocentos e oitenta e seis) unidades/dia, loja 2: 371 (trezentos e setenta e um) unidades/dia e Loja 3: 50 (cinquenta) unidades/dia.

Através deste resultado da quantidade que é necessária se comercializar diariamente para cobrir os custos fixos, foi possível encontrar o valor também em reais (R\$), onde conclui-se que a Loja 1 para atingir seu ponto de equilíbrio precisa vender R\$ 9.848,87 (nove mil, oitocentos e quarenta e oito reais e oitenta e sete centavos) por dia, a loja 2 R\$ 7.528,87 (sete mil, quinhentos e vinte oito reais e oitenta e sete centavos) por dia e a Loja 3 R\$ 951,67 (novecentos e cinquenta e um reais e sessenta e sete centavos) por dia³.

Importante salientar que todos os números e resultados pesquisados, calculados e obtidos, são estimados em projeções e consultas realizadas ao longo da elaboração deste trabalho, podendo sofrer alterações com o passar do tempo e de loja para loja.

5 Considerações Finais

Comumente as empresas adotam e investem em sistemas de controle para levantamento de custos e avaliação dos estoques na esperança de obtenção de resultados em pouco espaço de tempo e na expectativa de resolução de todos os problemas de administração do negócio. É sabido que na prática a realidade é bem diferente, primeiramente porque ainda não existe um sistema com capacidade de solucionar todos os problemas e em segundo, porque tal sistema de controle precisa necessariamente ser desenvolvido e aprimorado para

cada empresa em particular, respeitando-se suas características e individualidades (MARTINS, 2009).

Este estudo teve como objetivo geral analisar o impacto que os custos fixos geram nas 3 (três) lojas da empresa Lanches X e para este propósito ser atingido criou-se uma subdivisão com intenções direcionadas e específicas: A princípio, classificação e análise separadamente dos custos fixos da Loja 1, Loja 2 e Loja 3, depois, foi feito um levantamento a fim de quantificar estes custos nos 3 (três) diferentes pontos comerciais e finalmente, analisar o impacto dos custos fixos na formação do preço de venda em cada estabelecimento.

Após a coleta e análise dos dados, os objetivos do estudo foram atingidos e através dos resultados, foi possível chegar a algumas conclusões, primeiramente, que a empresa Lanches X tanto em sua Loja 1 quanto em sua Loja 2 possuem atualmente conjunturas saudáveis quanto aos valores de lucro/dia, onde se percebe claramente que a quantidade vendida cobre e supera os custos fixos, tendo assim um resultado lucro/dia satisfatório. Por outro lado, na Loja 3 a realidade observada foi diferente e o valor alcançado atualmente de lucro/dia não se mostra suficiente para a cobertura dos custos fixos, pois no momento atual os valores obtidos com as vendas/dia são insuficientes, fazendo com que a Loja 3 esteja em situação que requer uma maior atenção por parte dos gestores.

Ao analisar a margem de contribuição de cada lanche, percebe-se que a mesma se encontra adequada e correta, e tomando por base esta informação pode-se sugerir que a gestão da empresa faça um estudo investigativo, buscando descobrir quais os fatores e quais as medidas devem ser tomadas para melhorar o desempenho financeiro da Loja 3.

Outra recomendação seria utilizar uma consultoria especializada em planejamento tributário, pois a empresa tem recolhido mensalmente, significativa carga tributária e tal consulta poderá demonstrar alguns caminhos e ajustes ou até mesmo uma mudança no regime tributário, visto que atualmente a tributação tem impacto significativo no total dos custos de cada loja.

Comprovados os resultados neste estudo de caso, tem-se como contribuição acadêmica o fato de despertar o interesse pelo tema que certamente resultará em quantidade maior de estudos e pesquisas futuros além de um maior aprofundamento no assunto, através da razão de cálculo utilizada que ainda é rara, tanto no meio acadêmico quanto no meio administrativo/empresarial, além das outras várias técnicas utilizadas para contextualizar e embasar esta pesquisa.

Observa-se que o assunto custos fixos é sempre abordado por todos os autores, mas de forma conceitual, genérica e bastante superficial, sugere-se um maior incentivo aos acadêmicos despertando maior interesse por este tema que tem demonstrado ser de extrema importância para o meio empresarial, carecendo de mais pesquisas e estudos além de uma maior conscientização por parte dos empresários, administradores e gestores.

Agradecimentos ao Lanches X na pessoa de sua sócia proprietária que abriu as portas da empresa e forneceu todas as informações e dados necessários para a realização desta pesquisa. Ato de extrema importância para os acadêmicos, pois são inúmeros os trabalhos e pesquisas que são prejudicados ou nem chegam a se concretizar devido às negativas das empresas em fornecer referências para as pesquisas acadêmicas, sugere-se estreitar a comunicação entre as empresas e o mundo acadêmico, tendo-se em vista que a grande maioria dos administradores e gestores passaram, estão passando ou vão passar pelas universidades.

Referências

ATKINSON, A.; KAPLAN, R. S.; MATSUMURA, E. M.; YOUNG, M. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas, 2015.

BERNARDI, L. A. **Manual de Formação de Preço: Políticas, Estratégias e Fundamentos**. São Paulo: Atlas, 2010.

BORNIA, A. C. **Análise Gerencial de Custos: Aplicação em Empresas Modernas**. São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNI, A.; FAMÁ, R.. **Gestão de Custos e Formação de Preços: com Aplicações na Calculadora HP 12c e Excel**. 5. ed. São Paulo: Scipione, 2009.

CREPALDI, S. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. São Paulo: Atlas, 2010.

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DUBOIS, A.; KULPA, L.; SOUZA, L. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade**. São Paulo: Atlas, 2006.

FARIA, A. C.; COSTA, M. F. **Gestão de custos logísticos**. São Paulo: Atlas, 2005.

FERREIRA, R. **Contabilidade de Custos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ferreira, 2003.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

KOLIVER, O. **Contabilidade de Custos**. Curitiba: Juruá, 2009

MARCONI, M. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1992.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Atlas, 2009.

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

MEGLIORINI, E. **Custos Análise e Gestão**. São Paulo: Pearson, 2012.

OLIVEIRA, L. M.; PEREZ JÚNIOR, J. H. **Contabilidade de custos para não contadores**. São Paulo: Atlas, 2005.

SILVA, A. C. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SOUZA, M.; DIEHL, C. **Gestão de Custos**. São Paulo: Atlas, 2009.

TIMM, C. **A Saga da Família que acreditou em um sonho**. 1. ed. Caxias do Sul: Lorigraf, 2017.

TRIVIÑOS, A. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

WERNKE, R. **Gestão de Custos: uma abordagem prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

YIN, R. **Estudo de Caso Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman: 2001.

¹ O nome verdadeiro foi omitido por solicitação dos sócios da empresa.

² Os instrumentos de coleta encontram-se disponíveis mediante solicitação aos autores da pesquisa.

³ As planilhas completas encontram-se disponíveis mediante solicitação aos autores da pesquisa, somente para comprovação dos dados.