

Análise de custos de micro empreendimento atuante na venda de lanches na Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus Tome Açu.

Laudenilson Diniz Luna¹
Maeli Cascaes Pereira²
Rosimeire Moreira dos Santos³
Jerffeson Almeida de Souza⁴
Brunno Sergio Franco Piteira⁵
Karolline Corrêa da Silva⁶
Luciane Cristina Costa Soares⁷

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo identificar por estudo de caso a rentabilidade gerada na venda de três tipos de lanches de acordo com o método de custo variável e identificar por análise de resultados os elementos que podem sofrer alguma alteração para formação do preço e obtenção de lucro. Como parâmetro para o resultado, são usados cálculos de Margem de Contribuição, Ponto de Equilíbrio e Margem de Segurança Operacional. Utilizou-se de pesquisa descritiva com abordagem quantitativa e qualitativa. Conclui-se que pelo custeio variável a micro empreendedora obtém lucro a partir do momento que aumenta seus preços.

PALAVRAS-CHAVE: Custos, Vendas, Rentabilidade.

INTRODUÇÃO

Em meio a grande crise financeira que o Brasil se encontra, um número cada vez maior de desempregados, uma economia bastante instável em grande parte dos setores produtivos do país, as pessoas que atualmente encontram-se fora do mercado formal e que por algum motivo acabaram perdendo seus postos de trabalho tiveram a necessidade de buscar novas fontes de rendas para o custeio de seus lares e de suas famílias.

Neste cenário, onde a geração de empregos é cada vez mais escassa, a busca pelo mercado informal tornou-se uma saída para diversas famílias que buscam suprir a ausência

¹ Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus de Tomé Açu/PA.
E-mail: laude17nilson@hotmail.com

² Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus de Tomé Açu/PA.
E-mail: maelicascaes@hotmail.com

³ Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus de Tomé Açu/PA.
E-mail: edurose83@hotmail.com

⁴ Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus de Tomé Açu/PA.
E-mail: jerffesoncdm@bol.com.br

⁵ Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus de Tomé Açu/PA.
E-mail: brunnosergio.sms@gmail.com

⁶ Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal Rural da Amazônia, Campus de Tomé Açu/PA.
E-mail: karollinecorrea34@gmail.com

⁷ Doutora em Desenvolvimento Rural Universidad Autónoma Metropolitana UAM-Xochimilco México D.F (2015) Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Pará.
E-mail: crisluani@gmail.com

de recursos que antes era provinda dos milhares de postos de empregos formais que foram extintos de forma tão avassaladora.

Segundo dados do IBGE (2017), “o trabalho informal foi o maior responsável pela geração de emprego entre o trimestre de junho a agosto deste ano, correspondendo a 60% dos postos de trabalho gerados”. Os trabalhadores por conta própria são aqueles que, segundo o IBGE, possuem um empreendimento, mas não empregam mão de obra, ou seja, são aquelas pessoas que na grande maioria perderam seus empregos e buscaram outras ocupações em busca de novos rendimentos para suprir suas necessidades.

As pessoas que fazem parte deste tipo de atividade podem ser consideradas verdadeiras empreendedoras, pois é através deste tipo de empreendimento que tais pessoas buscam novas oportunidades para se alocarem no mercado de trabalho novamente, trazendo dignidade, melhorando sua autoestima e levando novos sonhos e perspectivas de desenvolvimento e inserção no mercado de trabalho e de produção.

Diante dos dados e características apresentadas acima, o presente trabalho buscou aplicar um estudo de caso com enfoque neste tipo de atividade, ou seja, a atividade informal que está em meio a uma enorme crescente no país. Como objeto deste estudo utilizamos a atividade realizada pela Sra. Maria das Graças Moreira dos Santos, que atua no mercado de produção e venda de alimentos para os alunos da Universidade Federal Rural da Amazônia (Campus, Tomé-Açu).

Maria das Graças Moreira dos Santos, é uma cidadã brasileira residente no Município de Tomé-Açu/PA, mais popularmente conhecida como Dona Graça, reside na cidade há 29 anos, casada e possui quatro filhos, sendo duas mulheres e dois homens, estudou até a 1ª série do ensino fundamental e viu na atividade informal uma forma de complementar a sua renda familiar, pois o esposo está atualmente desempregado e conta apenas com um salário mínimo dos dois filhos Rosinete M. Santos e Romário M. Santos.

Sabendo da importância da análise de custos como grande fonte de geração de informações, com relação à mensuração e formação de preços e com a grande relevância deste tipo de atividade para nossa economia, buscou-se analisar a aplicabilidade da análise de custos na atividade da Sra. Maria das Graças M. do Santos. Com isto chegamos a seguinte problemática deste Artigo: **É possível aplicar os conceitos de análise de custos e gerar informações úteis para a tomada de decisão à pequenos empreendimentos?**

Neste sentido e mediante os fatos apresentados, o artigo tem como objetivo verificar de que forma os conceitos de análise de custos e sua aplicação poderão auxiliar a

atividade da Sra. Marias das Graças na composição e formação de seus preços de venda e de que forma isto poderá influenciar em seu resultado financeiro final.

METODOLOGIA

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa, e para a coleta de dados foi realizado um estudo de caso. O estudo de caso é um método de pesquisa de campo, onde são investigados os fatos em sua total veracidade, sem qualquer interferência do pesquisador, analisando suas especificidades de forma minuciosa. Para tanto foi aplicado um questionário contendo 27 perguntas abertas, utilizando para tabulação e processamento dos dados coletados, um sistema de informação automática geralmente utilizado para esse fim, o Programa Excel 2013, com o intuito de obter respostas que irão auxiliar na busca pelo objetivo deste trabalho.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Formação de Preço

De acordo com o professor QUEIROZ (2008), o preço é um fator determinante para a fidelização do cliente, sendo também um dos principais problemas das organizações independente do porte e área de atuação, sendo necessário uma análise dos fatores internos e externos para a sua implantação. Segundo CARVALHO (2013, p.2), “definir o preço de venda é uma tarefa importante para os gestores, pois é por meio da formação de preço de venda que a empresa começa, efetivamente, a competir no mercado cada vez mais acirrado”. O presente estudo identificou através do questionário que o método utilizado para a formação de preço inicialmente foi baseado pelo preço de mercado, no entanto, após verificar com o auxílio de sua filha Rosimeire M dos Santos que seu lucro era mínimo, a Dona Graça adotou um novo preço de venda dos seguintes pratos: Arroz com Galinha e Farofa de Charque, baseado no custo de produção de forma empírica com intuito de aumentar sua lucratividade.

Margem de Contribuição

A margem de contribuição é um termo que faz parte do método de custeio direto e é uma ferramenta utilizada neste método, podendo ser definida também como a diferença entre o preço de venda e o custo variável total do produto (BERTI, 2011). Esse método permite ao gestor verificar qual a contribuição individual que cada produto deixa para a empresa, podendo decidir quanto à continuação da produção de um ou outro produto,

permitindo também a formação do preço com mais clareza para enquadrar-se de modo alinhado à concorrência no mercado competitivo, evitando o risco de atuação desleal.

Diante deste conceito apresentamos abaixo alguns dados numéricos levantados para apuração dos resultados finais dos custos dos produtos do Micro Empreendimento da Dona Graça.

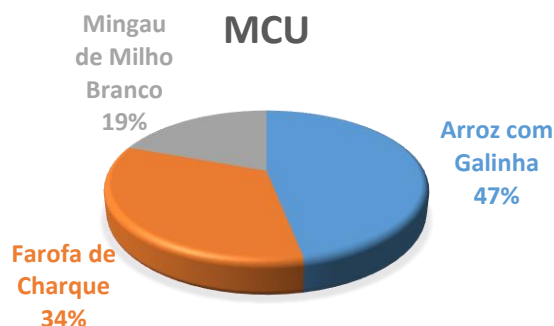
Quadro 1 – Custos do Processo Produtivo e Margem de Contribuição

Produtos	Arroz com Galinha	Farofa de Charque	Mingau de Milho Branco
Matéria Prima	R\$ 18,39	R\$ 39,62	R\$ 7,70
Mao de Obra	R\$ 7,80	R\$ 7,80	R\$ 7,80
CIF	R\$ 4,05	R\$ 4,49	R\$ 1,40
Custo Total	R\$ 30,24	R\$ 51,91	R\$ 16,90
Preço de Venda	R\$ 4,00	R\$ 4,00	R\$ 2,00
Quantidade Diária	25	26	20
Receita Total	R\$100,00	R\$ 104,00	R\$ 40,00
Margem de Contribuição	R\$ 69,76	R\$ 52,09	R\$ 23,10
Margem de Contribuição Unitária	R\$ 2,79	R\$ 2,00	R\$ 1,16

Fonte: Elaboração Própria

Conforme a quadro acima obtida através de dados fornecidos pelo objeto de estudo para a produção diária, e utilizando os conhecimentos adquiridos na academia sobre análise de custo, aplicando o método de custeio variável, que é o método utilizado pelos gestores para auxiliar na tomada de decisão, ou seja, é uma ferramenta gerencial fundamental para gerar relatórios internos que permite a gestão a conhecer o custo de cada produto e qual a margem de contribuição de cada um para a empresa antes que sejam deduzidos os custos fixos. O custeio variável tem a preocupação principal com os custos variáveis dos produtos ou dos serviços e os custos fixos são levados diretamente ao resultado do período (BERTI, 2011). Desta forma ao aplicar o custeio variável foi possível conhecer a margem de contribuição de cada produto como também conhecer o quanto cada unidade vendida contribui para seu negócio, sendo que, segundo o estudo, o prato de Arroz com Galinha é o que representa maior margem de contribuição unitária, sendo sua margem diária de contribuição total dos produtos R\$ 144,95 (cento e quarenta e quatro reais e noventa e cinco centavos). A mesma trabalha no período noturno durante quatro dias por semana, totalizando em média 18 dias mensais, desta forma sua margem de contribuição mensal é de aproximadamente R\$ 2.609,10 (dois mil seiscentos e nove reais e dez centavos). O gráfico abaixo mostra a porcentagem de quanto cada item representa da margem de lucro total.

Gráfico 1 – Percentual de Margem de Contribuição Unitária por item



O gráfico acima representa em percentual a margem de contribuição unitária, sendo possível assim visualizar a representatividade de cada produto, deste modo analisamos que o arroz com galinha contribui com 47% sobre o faturamento de sua receita, enquanto a farofa tem uma representação de 34% e o mingau de milho com o menor percentual compreendendo apenas 19% de contribuição para o empreendimento.

Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o momento em que o resultado das operações da empresa é nulo, ou seja, a receita total é igual a soma dos custos e despesas totais (BERTI, 2011). Sendo, portanto o ponto no qual a empresa cobre todos os custos, porém inexistindo qualquer ganho, ou seja, toda operação acima desse nível representa ganho e abaixo representa prejuízo. Sendo assim:

$$\underline{\text{Receita total} = \text{Custos Totais (custos fixos + custos variáveis)}}.$$

Porém ao apurarmos os custos existentes no empreendimento estudado constatou-se a inexistência dos custos fixos, isso se deu por essa atividade ter peculiaridades da economia solidária onde se trabalha com autogestão não havendo assim a distinção entre funcionário e patrão, não tendo custo com aluguel e detalhes mais, pois a mesma produz em sua própria residência, vendendo seus produtos no saguão da Universidade Federal Rural da Amazônia, localizada a 2,5 km de distância de sua residência, considerando que este percurso e locomoção acontece por intermédio de seu genro que diariamente leva sua esposa à Universidade e ela por sua vez se utiliza do mesmo transporte de forma gratuita, não entrando em sua atividade custos com transportes e locomoção entre estes pontos.

Nesse sentido utilizamos somente os custos variáveis totais para igualarmos à receita total. Para calcularmos o ponto de equilíbrio dividimos o custo total variável pelo

preço de venda, chegando ao resultado de que para cobrir os seus custos diários é necessário vender em média 08 (oito) pratos descartáveis tamanho “15” de Arroz com Galinha, 13 (treze) pratos descartáveis tamanho “12” de Farofa de Charque e 8,5 (oito e meio) copos de 250 ml de mingau.

Margem de Segurança Operacional

A margem de segurança significa o quanto é vendido acima do ponto de equilíbrio, deste modo GABRIEL et al (2016) diz que é importante que as empresas trabalhem com uma boa margem de segurança, para aumentar sua competitividade no mercado e sua saúde financeira sem o risco de cair no endividamento.

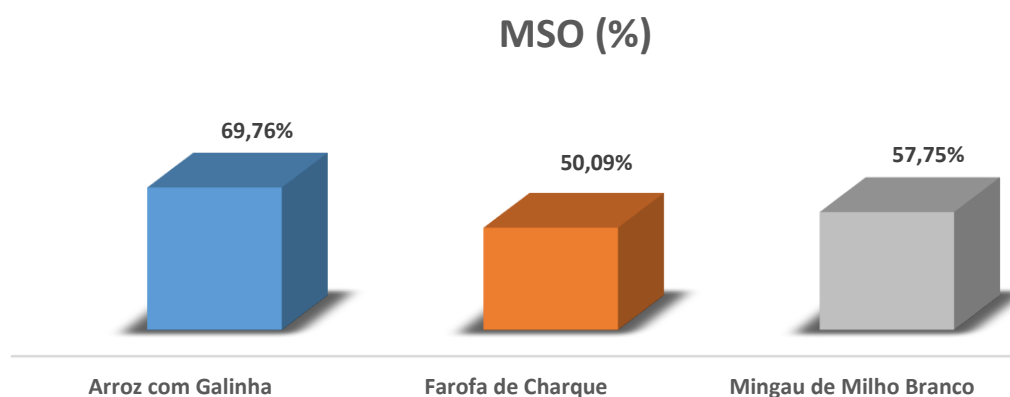
Levando em consideração a importância da margem de segurança foi aplicado o conceito no empreendimento em questão e foi possível chegar à margem de segurança dos pratos produzidos conforme a quadro abaixo.

Quadro 2 – Representação quantitativa e percentual da MSO

Produtos	Arroz com Galinha	Farofa de Charque	Mingau de Milho
MSO (Dados numéricos)	17,44	13,02	11,55
MSO (Dados percentuais)	69,60 %	50 %	57,75 %

Fonte: Elaboração Própria

Conforme demonstra o quadro acima, ambos os pratos apresentam uma boa margem de segurança operacional, no entanto o Arroz com Galinha é de maior representatividade, podendo ter uma queda nas vendas de até 69,60% que não chegará ao ponto de prejuízo, seguido pelo mingau de milho que tem sua margem de segurança em 57,75% podendo assim ter uma queda até esse nível sem representar risco para seu negócio e a farofa de charque podendo chegar a reduzir sua venda em até 50% que não representará prejuízo. Desta forma apresenta-se o gráfico a seguir para melhor compreensão.



CONCLUSÃO

De acordo com a pesquisa realizada, foi possível concluir que o levantamento dos dados gerou informações absolutamente úteis e precisas para identificar a partir de uma análise, os resultados das vendas, e o que pode ser alterado ou não no fator de produção. Mais importante todavia, é ressaltar que a análise de custos de um micro empreendimento foi logicamente possível a partir de método de custo variável mesmo constatando que o caso estudado não apresenta custos fixos em detrimento de algumas peculiaridades da atividade exercida. Observamos além disso que com a análise dos resultados, que a venda dos 03 produtos diários, ultrapassa a quantidade mínima para se alcançar o Ponto de Equilíbrio (PE), possibilitando lucro às vendas ocorridas. Sua margem de contribuição é favorável e sua margem de segurança operacional está dentro do esperado, ou seja, é trabalhada com uma considerável quantidade de vendas acima do ponto de equilíbrio, garantindo segurança ao negócio e menos risco de prejuízos e perdas.

REFERÊNCIAS

- BERTI, Anélio. **Contabilidade e análise de custo teoria e prática**. Juruá 2^o edição. 3^a reimpressão. Curitiba, 2011.
- CARVALHO, Malena Cordeiro da Silva. **A Importância da Formação de Preço**. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, 2013. Disponível em <semanaacademica.org.br> em 08/10/2017.
- GABRIEL, Daiane et al. **Ponto de equilíbrio, margem de contribuição e margem de segurança**. 3^o simpósio de agronomia e tecnologia de alimento; 2016. Disponível em <eventos.seifai.edu.br>.
- QUEIROZ, João Edson F. Filho; **Contabilidade de Custo e Formação de Preço**. CRC-CE. 2008. Disponível em <www.crc-ce.org.br> em 08/10/2017.
- STARK, José Antônio. **Contabilidade de custo**. Pearson Prentice Hall São Paulo 2007.

ABSTRACT

The purpose of this article is to identify by case study the profitability generated in the sale of three types of snacks according to the variable cost method and to identify by analysis of results the elements that may undergo some alteration for price formation and profit making .As a parameter to the result, Contribution Margin, Balance Point and Operational Safety Margin calculations are used. We used descriptive research with a quantitative and qualitative approach. It is concluded that by the variable costing the micro entrepreneur obtains profit from the moment that increases its prices.

KEY WORDS: Costs, Sales, Profitability.

Recebido em 09/2018

Aprovado em 11/2018