

## **ANALISAR OS CUSTOS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO EM LANCHES RÁPIDO**

Isabel Poloni Leites<sup>1</sup>  
Odir Berlatto<sup>2</sup>  
Catherine Dutra<sup>3</sup>

### **INTRODUÇÃO**

A Contabilidade de Custos em um mundo globalizado é de fundamental importância para os gestores poderem tomar decisões para enfrentarem o mundo concorrente. Os consumidores estão cada vez mais sensíveis a preço e qualidade. Os empresários ao tentar agradar e atrair clientes acabam, muitas vezes, deixando de observar seus custos. Em um mercado aberto à concorrência, os empresários necessitam conhecer os seus custos para fixarem o seu preço de venda. Quando mencionamos o preço de venda, já imaginamos que ele será, ou melhor, que ter o valor suficiente para a quitação de compromissos que poderão ser: o custo de reposição de estoque, os impostos e ainda contribuir para geração de recursos para o pagamento de despesas que não serão ligadas ao preço de venda e aquilo que o empresário julga o mais importante, que é o tão desejado e sonhado lucro.

Nas pequenas empresas no Brasil observa-se uma determinação empírica dos preços dos produtos. Em muitas dessas companhias o empresário determina o preço de venda de seus produtos simplesmente aplicando um número-fator com o qual multiplica o preço do insumo de maior peso em seus custos.

Analisar os custos evidenciados na produção de lanches rápidos da empresa de Carlos Aurélio Hambsch para a formação do preço de venda. Definindo uma metodologia de alocação do custo no produto, identificando os custos e propor um método adequado do preço de venda.

Atualmente, o mercado consumidor está muito exigente. A globalização afeta diretamente a competitividade entre as empresas. Essa competitividade tem exigido das empresas a busca contínua em aprimorar a qualidade em todos os processos e atividades que

---

<sup>1</sup> Aluna do Curso de Ciências Contábeis da FSG.

<sup>2</sup> Professor Orientador do Projeto.

<sup>3</sup> Professora Orientadora do Projeto.

executam, a fim de alcançar a aceitação dos seus produtos e/ou serviços, à permanência no mercado que atuam, e também seus objetivos almejados. Alguns dos aspectos que influenciam fortemente a obtenção desses objetivos são aqueles que dizem respeito à análise dos custos e suas influências nas decisões que impactam a formação do preço de venda. (THEISS; KRIECK, 2005).

Empresas, com fim lucrativo ou não, enfrentam dificuldades para determinar o preço de seus produtos ou serviços, visto que o preço sofre grande influência do mercado, levando em conta o poder aquisitivo da população, qualidade, oferta e alternativas de escolha em função de suas preferências.

O preço de venda, no passado foi muitas vezes definido e analisado de forma empírica, com base em informações e dados subjetivos. Esse tipo de análise e decisão não mais atende as necessidades que a competitividade trouxe, principalmente em períodos recessivos e de crise econômica, quando a demanda cai de forma relevante, surgindo uma verdadeira “briga de preços”, fato que permite, por exemplo, a existência de duas empresas com a mesma estrutura física e de recursos financeiros, praticando preços muito diferentes (BERNARD, 2006).

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A contabilidade de Custos nasceu da contabilidade financeira, a partir da necessidade de se avaliar estoques nas indústrias, mas com o crescimento das empresas a informação contábil e a moderna contabilidade de custos, tornaram-se subsídios imprescindíveis nos processos de gestão empresarial, tendo com um dos seus principais objetivos, fornecerem dados para o processo de tomada de decisão e até mesmo como o auxílio na formulação de estratégias.

A Contabilidade gerencial pode ser caracterizada superficialmente, como um enfoque especial conferido a várias técnicas e procedimentos contábeis já conhecidos e tratados na contabilidade financeira, na contabilidade de custos, na análise financeira e de balanços, etc.; colocados numa perspectiva diferente, num grau de detalhe mais analítico ou numa forma de apresentação e classificação diferenciada, de maneira a auxiliar os gerentes das entidades em seu processo decisório. (IUDICIBUS, 1998, p.21).

A Contabilidade de Custos, é o ramo da Contabilidade que se destina a produzir informações para os diversos níveis gerenciais de uma entidade, como auxílio às funções de determinação de desempenho, de planejamento e controle das operações e de tomada de decisões (Leone, 1997), nasceu da Contabilidade Financeira quando da necessidade de avaliar estoques na indústria, tarefa essa que era fácil na empresa típica da era mercantilista. Porém, a Contabilidade de Custos acabou por passar nessas últimas décadas, de mera auxiliar na avaliação de estoques e lucros globais para uma importante arma de controle e decisão gerencial (MARTINS, 2003). Com o significativo aumento da competitividade que vem ocorrendo na maioria dos mercados, os custos tornam se altamente relevantes quando da tomada de decisão em uma empresa.

O controle de custos permite que a formação do preço de venda seja feito com mais exatidão, garantindo a lucratividade, também auxilia na tomada de decisão de manter ou não uma linha de produção, evitando assim, que a empresa mantenha a produção de um produto ou serviço, operando com prejuízo. Zanluca (2009) menciona que um sistema de custos adequadamente implantado permite gerar informações, que, analisadas em conjunto com as mudanças do mercado, o preço de venda, o volume de vendas e outros dados, trarão subsídios indispensáveis aos administradores. Não se trata de burocratizar, mas de aproveitar informações valiosas para controle dos custos empresariais, podendo proporcionar aos administradores uma visão mais minuciosa de cada setor de sua empresa.

Enfim, a Contabilidade Gerencial, não deve ficar restrita aos fatos retrospectivos, tem por finalidade, também, de passar informações para os processos futuros, usados como ferramentas para informações gerenciais. Uma das principais utilidades para análise é a obtenção do cálculo do Ponto de Equilíbrio.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados, envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995). Gil (1991, p. 46) afirma que, “embora as pesquisas geralmente apontem para objetivos específicos, estas podem

ser classificadas em três grupos: estudos exploratórios, descritivos e explicativos. Assim a pesquisa qualitativa desenvolve a teoria, usa a interpretação, busca particularidade, utiliza a comunicação e a observação.

Segundo Ribeiro. (2001), a etapa quantitativa permite que sejam realizadas análises numéricas dos dados levantados na etapa qualitativa. Uma pesquisa quantitativa faz uso de instrumentos específicos, capazes de estabelecer relações e causas, levando em conta as quantidades. Antes da aplicação definitiva da pesquisa, o instrumento de coleta de dados deve ser testado e devem ser eliminados todos os possíveis problemas nele existentes. Assim pesquisa quantitativa preocupa-se com a quantidade, os elementos básicos para análise são os números,

Pesquisa Exploratória é quando envolver levantamento bibliográfico, entrevista com pessoas que tiveram (ou tem) experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Possui ainda a finalidade básica de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias para a formulação de abordagens posteriores. Dessa forma, este tipo de estudo visa proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, a fim de que esse possa formular problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores (GIL, 1999, p. 43).

## **REFERÊNCIAS**

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade Gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de Contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 1997.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos** - 9.ed. São Paulo: Atlas, 200

THEISS, José Reinaldo; KRIECK, Manfredo. **Custos e preços sugeridos de venda: serviços, comércio e indústria: enfoques essencialmente práticos**. Blumenau: Odorizzi, 2005.

ZANLUCA, Júlio César. **A Contabilidade e o Controle de Custos**. Portal de Contabilidade. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br>>. Acesso em: 21 mai. 2011.