

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ**  
**CENTRO SÓCIO ECONÔMICO**  
**CURSO DE CIENCIAS CONTÁBEIS**  
**DISCIPLINA : ANÁLISE DOS DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS**  
**PROFESSOR: HEBER LAVOR MOREIRA**  
**ALUNO: SALATIEL JUNIOR ALVES DE CARVALHO 0001007101**  
**DATA: 18/11/2003**

# ESTUDO DE CASO

Este trabalho cumpre as exigências da disciplina Análise dos demonstrativos contábeis e servirá como critério para cumprimento de avaliação referente ao 2º CPC, com orientação do professor Heber Lavor Moreira.

Este estudo de caso objetivo de uma forma simplificada pôr em pratica o sistema de custeio direto.

O micronegocio denominado **“Lanche do Japonês”**, situado a Cidade Nova oito S/N, está no mercado há aproximadamente quatro anos e comercializa a produção de lanches em geral, pizzas, sucos e derivados. O estabelecimento já detem uma clientela fiel que diariamente consome seus produtos.

Assim como qualquer outro estabelecimento, o **“Lanche do Japonês”** apresenta mensalmente custos e despesas que refletem diretamente no repasse dos preços ao consumidor. No caso em análise observamos que, apesar de não conhecer os sistemas de custeio existentes e em particular o sistema de custeio direto, o comerciante por sua própria natureza como tal possui um feeling onde aproxima, sem precisar de qualquer tipo de cálculo, valores bem próximos da realidade do custeio direto, método este que empregaremos para realizar este estudo de caso”.

Serão analisados 6 (seis) produtos comercializados pelo estabelecimento que se submeterão aos cálculos referentes ao custeio direto.

Os produtos escolhidos para analise e seus respectivos preços de venda são os seguintes.

Produto	Valor de venda
<i>Hambúrguer</i>	R\$ 1,20
<i>Americano</i>	R\$ 2,00
<i>X-eggs calabresa</i>	R\$ 2,50
<i>X-tudo</i>	R\$ 4,00
<i>Bauru</i>	R\$ 2,00
<i>X-bacon</i>	R\$ 2,00

Como já dito, estes produtos sofrerão uma série de cálculos que indicaram uma serie de fatores que refletem a rotatividade do produto, margem de contribuição, assim como quais produtos estão sendo benéficos comercializar e quais não estão tendo um retorno esperado.

Para que possam ser produzidos, obviamente, precisam de uma serie de ingredientes diretos e indiretos que caracterizarão custo e serão refletidos no preço de venda. Na tabela seguir evidenciam-se os quantitativos mensais necessários à produção.

<b>Quantitativo mensal para produção</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Qtd mensal</b>	<b>Valor total</b>
<i>Carne moída</i>	80kg	R\$ 272,00
<i>Pão</i>	80kg	R\$ 240,00
<i>Alface</i>	32 maços	R\$ 32,00
<i>Tomate</i>	24kg	R\$ 28,80
<i>Cebola</i>	24kg	R\$ 24,00
<i>Pepino</i>	24kg	R\$ 24,00
<i>Repolho</i>	24kg	R\$ 28,80
<i>Batata Palha</i>	4kg	R\$ 30,00
<i>Maionese</i>	48kg	R\$ 144,00
<i>Catchup</i>	48kg	R\$ 80,00
<i>Salsicha</i>	16kg	R\$ 56,00
<i>Ovo</i>	40dz	R\$ 72,00
<i>Queijo</i>	16kg	R\$ 120,00
<i>Presunto</i>	16kg	R\$ 64,00
<i>Calabresa</i>	6kg	R\$ 36,00
<i>Bacon</i>	6kg	R\$ 48,00
<i>Margarina</i>	8kg	R\$ 28,00
<i>Molho inglês</i>	4lts	R\$ 13,00

<b>Custos adicionais</b>		
<b>Item</b>	<b>Qtd</b>	<b>VI total</b>
<i>Gás</i>	4 botijões	R\$ 112,00
<i>Saco lanche</i>	1500 und	R\$ 9,00
<i>Lenço papel</i>	1500 und	R\$ 13,50

<b>Custos fixos</b>	
<i>Energia elétrica (quota)</i>	R\$ 15,00
<i>Salários</i>	R\$ 160,00

Para que possam ser alocados aos produtos em análise necessitaremos de rateio dos ingredientes para aqueles produtos que os apresentarem em sua composição. Teremos como base de rateio a quantidade mensal produzida como evidenciada a seguir:

<b>Produto</b>	<b>Produção mensal</b>
<i>Hambúrguer</i>	600
<i>Americano</i>	120
<i>X-eggs calabresa</i>	90
<i>X-tudo</i>	150
<i>Bauru</i>	120
<i>X-bacon</i>	180

Critério de rateio:

**VI mensal por ingrediente/produção mensal x produção por produto = fator de rateio.**

Obedecendo ao critério acima mencionado, a seguir evidenciase o fator de rateio adotado por ingrediente:

<b>Ingredientes</b>	<b>valor total</b>	<b>Fator de rateio</b>
<i>Carne moída</i>	R\$ 272,00	0,215
<i>Pão</i>	R\$ 240,00	0,19
<i>Alface</i>	R\$ 32,00	0,026
<i>Tomate</i>	R\$ 28,80	0,023
<i>Cebola</i>	R\$ 24,00	0,019
<i>Pepino</i>	R\$ 24,00	0,019
<i>Repolho</i>	R\$ 28,80	0,023
<i>Batata Palha</i>	R\$ 30,00	0,024
<i>Maionese</i>	R\$ 144,00	0,114
<i>Catchup</i>	R\$ 80,00	0,063
<i>Salsicha</i>	R\$ 56,00	0,143
<i>Ovo</i>	R\$ 72,00	0,15
<i>Queijo</i>	R\$ 120,00	0,182
<i>Presunto</i>	R\$ 64,00	0,118
<i>Calabresa</i>	R\$ 36,00	0,15
<i>Bacon</i>	R\$ 48,00	0,145
<i>Margarina</i>	R\$ 28,00	0,022
<i>Molho inglês</i>	R\$ 13,00	0,01

**Custos adicionais**

Item	VI total	Fator de rateio
Gás	R\$ 112,00	0,088
Saco lanche	R\$ 9,00	0,007
Lenço papel	R\$ 13,50	0,011

Custos fixos		Fator de rateio
Energia elétrica (quota)	R\$ 15,00	0,012
Salários	R\$ 160,00	0,127

O passo seguinte é alocar e verificar os custos de cada produto comercializado pelo estabelecimento.

Ingrediente	Hambúrguer	Americano	X-eggs calabresa	x-tudo	Bauru	X-bacon
Carne	R\$ 129,00	R\$ 25,80	R\$ 19,35	R\$ 32,25	R\$ 25,80	R\$ 38,70
Pão	R\$ 114,00	R\$ 22,80	R\$ 17,10	R\$ 28,50	R\$ 22,80	R\$ 34,20
Alface	R\$ 15,60	R\$ 3,12	R\$ 2,34	R\$ 3,90	R\$ 3,12	R\$ 4,68
Tomate	R\$ 13,80	R\$ 2,76	R\$ 2,07	R\$ 3,45	R\$ 2,76	R\$ 4,14
Cebola	R\$ 11,40	R\$ 2,28	R\$ 1,71	R\$ 2,85	R\$ 2,28	R\$ 3,42
Pepino	R\$ 11,40	R\$ 2,28	R\$ 1,71	R\$ 2,85	R\$ 2,28	R\$ 3,42
Repolho	R\$ 13,80	R\$ 2,76	R\$ 2,07	R\$ 3,45	R\$ 2,76	R\$ 4,14
Batata palha	R\$ 14,40	R\$ 2,88	R\$ 2,16	R\$ 3,60	R\$ 2,88	R\$ 4,32
Maionese	R\$ 68,40	R\$ 13,68	R\$ 10,26	R\$ 17,10	R\$ 13,68	R\$ 20,52
Catchup	R\$ 37,80	R\$ 7,56	R\$ 5,67	R\$ 9,45	R\$ 7,56	R\$ 11,34
Salsicha	R\$ -	R\$ 17,16	R\$ -	R\$ 21,45	R\$ 17,16	R\$ -
Ovo	R\$ -	R\$ 18,00	R\$ 13,50	R\$ 22,50	R\$ 18,00	R\$ -
Queijo	R\$ -	R\$ 21,84	R\$ 16,38	R\$ 27,30	R\$ 21,84	R\$ 32,76
Presunto	R\$ -	R\$ 14,16	R\$ 10,62	R\$ 17,40	R\$ -	R\$ 21,24
Calabresa	R\$ -	R\$ -	R\$ 13,50	R\$ 22,50	R\$ -	R\$ -
bacon	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 21,75	R\$ -	R\$ 26,10
Margarina	R\$ 13,20	R\$ 2,64	R\$ 1,98	R\$ 3,30	R\$ 2,64	R\$ 3,96
Molho inglês	R\$ 6,00	R\$ 1,20	R\$ 0,90	R\$ 1,50	R\$ 1,20	R\$ 1,80
Gás	R\$ 52,80	R\$ 10,56	R\$ 7,92	R\$ 13,20	R\$ 10,56	R\$ 15,84
Saco lanche	R\$ 4,20	R\$ 0,84	R\$ 0,63	R\$ 1,05	R\$ 0,84	R\$ 1,26
Lenço	R\$ 6,60	R\$ 1,32	R\$ 0,99	R\$ 1,65	R\$ 1,32	R\$ 1,98
Energia elétrica (quota)	R\$ 7,20	R\$ 1,44	R\$ 1,08	R\$ 1,80	R\$ 1,44	R\$ 2,16
Salário	R\$ 76,20	R\$ 15,24	R\$ 11,43	R\$ 19,05	R\$ 15,24	R\$ 22,86
<b>Total</b>	<b>R\$ 595,80</b>	<b>R\$ 190,32</b>	<b>R\$ 143,37</b>	<b>R\$ 281,85</b>	<b>R\$ 176,16</b>	<b>R\$ 258,84</b>
<b>Custo unitário</b>	<b>R\$ 0,99</b>	<b>R\$ 1,59</b>	<b>R\$ 1,59</b>	<b>R\$ 1,88</b>	<b>R\$ 1,47</b>	<b>R\$ 1,44</b>

Observe que já é possível analisar que há alguns produtos com alta rotatividade, mas com uma pequena margem de lucro e outros com uma excelente margem de contribuição em contraste com uma baixa rotatividade, além daqueles com baixa rotatividade e baixa margem de lucro. É evidente e esta no escopo feito até agora que no total o comerciante tem uma excelente margem de lucro como evidenciada na tabela a seguir:

<b>Produto</b>	<b>Receita</b>	<b>Custo variável</b>	<b>Mc</b>
<i>Hambúrguer</i>	720	R\$ 512,40	R\$ 207,60
<i>Americano</i>	240	R\$ 173,64	R\$ 66,36
<i>X-eggs calabresa</i>	225	R\$ 130,86	R\$ 94,14
<i>X-tudo</i>	600	R\$ 261,00	R\$ 339,00
<i>Bauru</i>	240	R\$ 159,48	R\$ 80,52
<i>X-bacon</i>	300	R\$ 233,82	R\$ 66,18
<i>total</i>	2325	R\$ 1.471,20	R\$ 853,80

**(-) Custos fixos = 175,00**

**= Lucro líquido = 678,80**

Observe que embora o comerciante tenha aparentemente uma receita alta se formos deduzir os custos iremos verificar uma renda mensal muito baixa para os atuais padrões de mercado e até mesmo para o comerciante no que concerne a necessidades básicas.

### ➤ **ANÁLISE GERENCIAL**

No momento em que um indivíduo resolve abrir um micro ou macronegócio estará assumindo de uma forma ou de outra um risco de investimento. É necessário que ele conheça a área em que irá atuar, as artimanhas e seja criativo na tomada de suas decisões, que tenha um bom conhecimento do mercado em que irá atuar e que acima de tudo seja um estrategista para que possa ganhar espaço e respeito perante a concorrência.

Quando há uma empresa que produza vários tipos de produto e normal que um tenha mais aceitação que outros, que um seja mais

oneroso que outros e assim sucessivamente. Neste tópico iremos analisar uma serie de fatores dos produtos fabricados pelo “Lanche do Japonês” e, por conseguinte iremos eliminar dois produtos que dentre os 6 (seis) esteja sendo oneroso ao comerciante.

No quesito rotatividade observa-se que o Hambúrguer tem uma grande aceitação pelo publico, sendo que mensalmente sua produção e mais que o triplo do X-bacon que tem a segunda preferência pela clientela e com uma produção bem maior que o X-eggs calabresa, o que não significa que tenha menor rentabilidade dentre os produtos em analise.

O Hambúrguer, apesar da pequena margem de contribuição unitária, apresenta uma boa rentabilidade mensal e é menos oneroso que produtos como o Americano, que se apresenta bem oneroso, com baixa rotatividade e conseqüentemente apresentando uma baixa margem de contribuição mensal.

O x-tudo, apesar de ser o mais oneroso, é o que apresenta maior lucratividade com uma rotatividade boa se comparado aos demais produtos. Tem contrapartida, o x-eggs calabresa, com a menor rotatividade dos produtos em análise, está apresentando uma maior rentabilidade que o Bauru e o Americano, por exemplo.

Dessa forma, um dos primeiros produtos a ser eliminado é o Americano, pelo fato de que apresenta um alto custo e em contrapartida observa-se uma baixa rentabilidade comparada aos demais produtos. Este produto deveria apresentar um preço de venda que cobrisse os custos de sua produção de uma forma que fosse mais rentável para o comerciante investir em sua produção. Não que não esteja apresentando rentabilidade e sim mais pelo fato e em comparação aos demais apresentar alto custo, baixa rentabilidade mensal e baixa margem de contribuição unitária.

O outro produto a ser eliminado é o x-bacon que, apesar de avaliarmos mensalmente apresentar aparentemente uma “boa”

rentabilidade, unitariamente verificamos essa inverdade numérica com baixa rentabilidade unitária por produto e alto custo se comparado aos demais.

Teoricamente, em virtude do corte destes dois produtos, a solução seria agregar valores àqueles produtos que não possuem uma boa rotatividade para que a clientela migrasse a procura de tais produtos auferindo uma maior rentabilidade ao comerciante.

➤ **ALOCAÇÃO DOS CUSTOS FIXOS AOS PRODUTOS REMANESCENTES.**

Após o corte dos produtos que ofereciam pouca rentabilidade ou estavam sendo pouco benéficos com relação e em comparação aos demais, é salutar que apropriemos os custos fixos dos produtos eliminados para os produtos remanescentes.

✓ **Energia elétrica**

3,6 (consumo prod. Eliminados) = 0,00375.

960 (produção remanescente)

✓ **Salário**

38,10 (consumo produtos eliminados) = 0,03968

960 (produção remanescente)

Apropriação aos produtos remanescentes			
Produto	Produção mensal	Alocação	Custo unitário
<i>Hambúrguer</i>	600	26,05	R\$ 1,04
<i>X-eggs calabresa</i>	90	3,9	R\$ 1,61
<i>X-tudo</i>	150	6,52	R\$ 6,57
<i>Bauru</i>	120	5,22	R\$ 5,27

Margem de contribuição	
Produto	Custo total
<i>Hambúrguer</i>	R\$ 207,60
<i>X-eggs calabresa</i>	R\$ 94,14
<i>X-tudo</i>	R\$ 339,00
<i>Bauru</i>	R\$ 66,18
<i>Total</i>	R\$ 706,92

**(-) Custos fixos = 175,00**

**546,26**

Observe que houve uma diminuição de apenas 19,5%, o que se pode considerar uma taxa baixa frente as atuais situações de mercado. Essa diferença pode não significar tanto, visto que o comerciante pode adotar algumas medidas de captação de clientes e/ou fregueses o que significaria uma maior rentabilidade ao estabelecimento. Ressalte-se que seria interessante ao comerciante a redução do preço de determinados produtos, por questões meramente mercadológicas, visto que seus produtos equiparam-se aos preços praticados pela concorrência. Observe no estudo feito que há lucro maior em certos produtos e menos em outros, diferença esta compensada pela alta velocidade da rotação do Hambúrguer, por exemplo, que possui uma pequena margem de contribuição unitária, mas uma boa margem de contribuição mensal. A redução dos preços supõe a migração de clientes para o menor preço, que deve estar atrelado a uma boa prestação de serviços aliadas à higiene e boas condições de estrutura de serviços prestados.

**Bibliografia Básica**

IUDIBUCIUS, Sergio de – “ Contabilidade gerencial” – Ed. Atlas,  
SP. 1997