

## **Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

---

**Kliver Lamarthine Alves Confessor**

Doutorado em Administração pela Universidade Federal Rural de Pernambuco –  
UFRPE

Professor da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG  
R. Aprígio Veloso, 882. Bairro Universitário. Campina Grande/PB. CEP: 58429-900  
*E-mail:* kliver.lamarthine@professor.ufcg.edu.br

**José Bezerra Sales Neto**

Graduação em Administração pela Universidade Federal de Campina Grande –  
UFCG

R. Aprígio Veloso, 882 - Universitário, Campina Grande - PB, 58429-900  
*E-mail:* salesneto900@gmail.com

**Raquel Souza Ramos**

Doutorado em Administração pela Universidade Federal Rural de Pernambuco –  
UFRPE

Professora do Centro Universitário do Vale do Ipojuca – UNIFAVIP  
Avenida Adjar da Silva Casé, 800. Bairro Indianópolis. CEP: 55024-740  
*E-mail:* raquel.souzaramos@ufpe.br

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo analisar a aplicação da análise de custo-volume-lucro (CVL) em uma empresa de serviços de alimentação para eventos situada em Campina Grande, com o intuito de avaliar sua rentabilidade e otimizar sua gestão financeira. A pesquisa, de caráter aplicado e descritivo-quantitativo, examina a estrutura de custos, receitas e indicadores financeiros, abordando seis orçamentos de eventos: Casamento I, Casamento II, Casamento III, Aniversário Infantil I, Aniversário Infantil II e Aniversário Infantil III. Os dados foram coletados a partir de relatórios financeiros da empresa, abrangendo o período de janeiro a dezembro de 2024. A análise dos custos fixos e variáveis permitiu o cálculo do ponto de equilíbrio contábil, margem de contribuição, margem de segurança e a avaliação da rentabilidade de cada tipo de evento. Os resultados indicaram que, apesar dos casamentos representarem a maior parte do faturamento, os aniversários infantis desempenham papel essencial na manutenção do fluxo de caixa constante. A sazonalidade também foi um fator importante, com picos de demanda nos últimos meses do ano. A análise da margem de contribuição e o ponto de equilíbrio possibilitaram à empresa a adoção de estratégias de precificação e controle de custos, garantindo a viabilidade financeira do negócio. Conclui-se que a aplicação da CVL contribuiu significativamente para a gestão financeira e a tomada de decisões estratégicas, auxiliando na maximização dos lucros e na sustentabilidade da empresa no longo prazo.

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

Palavras-chaves: Custo volume lucro. Administração financeira. Lucratividade. Custos operacionais.

**Cost-Volume-Profit Analysis: A case study in a food catering company for events in Campina Grande**

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the application of cost-volume-profit (CVP) analysis in a catering company for events located in Campina Grande, with the purpose of evaluating its profitability and optimizing its financial management. The research, of an applied and descriptive-quantitative nature, examines the cost structure, revenues, and financial indicators, addressing six event budgets: Wedding I, Wedding II, Wedding III, Children's Birthday Party I, Children's Birthday Party II, and Children's Birthday Party III. Data were collected from the company's financial reports, covering the period from January to December 2024. The analysis of fixed and variable costs allowed the calculation of the break-even point, contribution margin, margin of safety, and the evaluation of the profitability of each type of event. The results indicate that, although weddings represent the largest part of the revenue, children's birthday parties play an essential role in maintaining a constant cash flow. Seasonality was also an important factor, with peaks in demand in the last months of the year. The analysis of the contribution margin and the break-even point enabled the company to adopt pricing and cost control strategies, ensuring the financial viability of the business. It is concluded that the application of CVP analysis significantly contributed to financial management and strategic decision-making, assisting in maximizing profits and the long-term sustainability of the company.

Keywords: Cost-volume-profit. Financial management. Profitability. Operating costs.

**Análisis de Costo-Volumen-Utilidad: Estudio de Caso en una empresa de servicios de alimentación para eventos en Campina Grande**

**RESUMEN**

Este estudio analiza la aplicación del análisis costo-volumen-utilidad (CVU) en una empresa de servicios de alimentación para eventos ubicada en Campina Grande, con el fin de evaluar su rentabilidad y optimizar su gestión financiera. La investigación, de tipo descriptivo-cuantitativo, examina la estructura de costos, los ingresos y los indicadores financieros, considerando seis presupuestos para eventos: Boda I, Boda II, Boda III, Cumpleaños Infantil I, Cumpleaños Infantil II y Cumpleaños Infantil III. Los datos se obtuvieron de los informes financieros de la empresa, correspondientes al periodo de enero a diciembre de 2024. El análisis de los costos fijos y variables permitió calcular el punto de equilibrio contable, el margen de contribución, el margen de seguridad y evaluar la rentabilidad de cada tipo de evento. Los resultados indican que, si bien las bodas representan la mayor parte de los ingresos, los cumpleaños infantiles son fundamentales para mantener un flujo de caja constante. La estacionalidad también fue un factor importante, con picos de demanda en los últimos

meses del año. El análisis del margen de contribución y del punto de equilibrio permitió a la empresa adoptar estrategias de precios y control de costos, garantizando así la viabilidad financiera del negocio. Se concluye que la aplicación del análisis costo-volumen-utilidad (CVU) contribuyó significativamente a la gestión financiera y a la toma de decisiones estratégicas, ayudando a maximizar las ganancias y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Palabras clave: Costo-volumen-utilidad. Gestión financiera. Rentabilidad. Costos operativos.

## **1 INTRODUÇÃO**

Este artigo reforça a abordagem teórica da Análise Custo-Volume-Lucro (CVL) aplicada à realidade brasileira, dialogando com as referências nacionais mais recentes sobre o tema e enfatizando a integração entre teoria, prática e inovação em ambientes de serviços.

As empresas familiares, em 2020, representavam cerca de 90% das empresas em funcionamento no Brasil, respondendo por 65% do Produto Interno Bruto (PIB) e empregando 75% da mão de obra disponível no país. Apesar da tamanha importância na economia do país, muitas dessas empresas sofrem dificuldades na gestão.

A profissionalização da gestão é frequentemente apontada como um desafio, especialmente quando há pressão para que a família se afaste gradualmente da administração direta. É crucial que, mesmo com a profissionalização, a essência e os valores familiares sejam preservados, mantendo o diferencial competitivo que essas empresas possuem.

O sucesso financeiro de uma empresa é determinado pela sua capacidade de gerenciar de forma eficaz suas finanças e tomar decisões estratégicas com base em informações precisas e relevantes. Para evitar a dissolvência das empresas, é necessário a adoção de práticas eficazes na gestão financeira das empresas, por exemplo, a utilização de fluxo de caixa, da curva ABC e da utilização da análise custo-volume-lucro (Rezende, 2023).

Diante desse cenário, ao observar a importância das empresas familiares, especialmente as pequenas, e que a gestão financeira é um pilar para sua manutenção no mercado, esta pesquisa tem como pergunta norteadora: como a análise custo-volume-lucro (CVL) pode ser aplicada em uma empresa prestadora de serviços alimentícios para eventos, localizada em Campina Grande – PB? Portanto, o

objetivo busca demonstrar como a análise custo-volume-lucro (CVL) pode ser aplicada em uma empresa prestadora de serviços alimentícios para eventos, localizada em Campina Grande – PB.

A problemática central está em compreender de que maneira a aplicação da análise CVL pode auxiliar os gestores na tomada de decisões estratégicas, sobretudo em um ambiente com forte influência da sazonalidade, variações de preços e múltiplas categorias de serviços. Com isso, espera-se oferecer uma visão prática e abrangente sobre a aplicabilidade dessa ferramenta de gestão, evidenciando sua importância para a sustentabilidade financeira de empresas do setor de eventos.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

A gestão financeira desempenha um papel fundamental na administração das empresas, desde sua entrada no mercado até sua consolidação e crescimento. Para alcançar o sucesso, é essencial que todas as decisões sejam precedidas por uma análise financeira detalhada, garantindo a viabilidade e a sustentabilidade do negócio.

A análise de Custo, Volume e Lucro (CVL) é importante ao evidenciar as relações e interdependências entre o lucro almejado, o volume de vendas e os custos operacionais. A CVL auxilia as empresas a entenderem como variações nos custos e no volume de vendas afetam o lucro, permitindo decisões mais informadas sobre preços, *mix* de produtos e estratégias operacionais.

Essa abordagem considera três fatores essenciais: margem de contribuição, ponto de equilíbrio contábil e grau de alavancagem operacional (Casali & Treter, 2017). Isso é essencial para a definição de estratégias de precificação, planejamento financeiro e tomada de decisões relacionadas ao volume de produção e vendas (Santos, 2018; Dos Santos, de Oliveira, & de Almeida, 2022).

A margem de contribuição (MC) é um indicador financeiro que representa a diferença entre a receita total e os custos variáveis totais de uma empresa. Ela indica o montante disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro. Esse indicador é fundamental para avaliar a rentabilidade de produtos ou serviços específicos, auxiliando na tomada de decisões relacionadas ao *mix* de produtos, formação de preços e estratégias de vendas. O indicador busca relacionar os custos variáveis e as receitas de vendas, de modo a identificar o valor que servirá para cobrir custos e

despesas fixas, e posteriormente gerar lucro. Desse modo, o gestor é informado sobre a viabilidade de implementação ou continuidade de um produto no mercado (Guimarães, Vieira, Silva, & Miranda, 2019). Assim, a análise auxilia o gestor na obtenção de dados que facilite a tomada de decisão, auxiliando na modificação dos preços de produtos/serviços no portfólio da empresa, além de identificar aqueles que possuem maior rentabilidade e assim sendo possível formular estratégias de vendas mais assertivas (Laureth, 2018).

Por sua vez, o ponto de equilíbrio representa o nível de vendas ou produção no qual a empresa não obtém lucro nem prejuízo, ou seja, quando as receitas totais se igualam aos custos totais, incluindo fixos e variáveis. Compreender esse ponto é essencial para determinar o volume mínimo de vendas necessário para cobrir os custos e iniciar a obtenção de lucro. No entanto, operar próximo a esse limite significa que a empresa realiza apenas o mínimo de atividade para liquidar seus custos e despesas, tornando-se mais vulnerável a prejuízos. Por isso, é fundamental um acompanhamento atento dessa situação para evitar riscos financeiros (Silva, Scheren, & Wernke, 2019).

A margem de segurança é uma métrica fundamental para avaliar a capacidade de uma empresa de suportar quedas nas vendas sem incorrer em prejuízo. Uma margem de segurança sólida é essencial para a estabilidade financeira e o crescimento sustentável de uma empresa. A adoção dos conceitos de margem de segurança é de grande importância para as empresas, pois auxilia na tomada de decisão dos gestores. De forma que, uma margem de segurança extensa, demonstra que a empresa tem capacidade financeira para enfrentar variações nas vendas com maior segurança. Entretanto, caso possua uma margem de segurança encolhida, pode indicar mais tendência a sofrer com a queda no número de vendas.

Vale ressaltar que, a margem de segurança é uma variável totalmente dependente da receita total do negócio, logo, sendo influenciada diretamente pelas variações das vendas. Diante disso, é primordial que as empresas atuem com um grau de receita positivamente distante do seu ponto de equilíbrio, de modo a aumentar sua margem de segurança e diminuir riscos de ocorrências de prejuízos futuros (Silva et al., 2019).

O grau de alavancagem operacional é um índice que mede a relação entre o aumento percentual do lucro e o aumento percentual das vendas em um determinado

nível de atividade. Essa métrica permite que a empresa estime o impacto de variações no volume de vendas sobre seu lucro. Destaca-se a importância do grau de alavancagem operacional na análise de custo-volume-lucro, pois ele auxilia na compreensão da relação entre custos fixos, custos variáveis e lucro operacional, sendo uma ferramenta essencial para a gestão financeira e a avaliação do risco operacional.

O grau de alavancagem operacional é crucial para entender o risco e a lucratividade do negócio, pois quanto maior esse grau, maior a sensibilidade dos lucros operacionais às variações no volume de vendas, podendo resultar em grandes mudanças nos lucros com pequenas alterações nas vendas. Essa análise é essencial para a tomada de decisões dos gestores, permitindo avaliar a capacidade da empresa em lidar com flutuações nas vendas, além de verificar os pontos de equilíbrio, margens de segurança e otimizar decisões relacionadas a preços, *mix* de produtos e alocação de recursos.

O Lucro Antes dos Juros e Imposto de Renda (LAJIR), também conhecido como *Earnings Before Interest and Taxes* (EBIT) em inglês, é um dos principais indicadores financeiros utilizados na análise Custo-Volume-Lucro (CVL). Esse indicador mede o resultado operacional da empresa, ou seja, o lucro gerado antes da incidência de despesas financeiras e impostos, permitindo uma avaliação mais precisa da eficiência e sustentabilidade do negócio (Moura, 2018).

O LAJIR se destaca por sua flexibilidade, pois auxilia na avaliação da lucratividade e rentabilidade da empresa, sendo um elemento fundamental para a tomada de decisão gerencial. Ele permite que os gestores identifiquem se a operação do negócio é sustentável apenas com suas receitas e custos diretos, sem interferência de fatores externos, como juros sobre financiamentos ou obrigações fiscais.

O LAJIR reflete o lucro gerado exclusivamente pelas operações do negócio, sem considerar despesas financeiras e tributárias. Esse indicador é crucial para que os gestores compreendam a real eficiência da empresa e consigam identificar necessidades de ajuste na precificação dos serviços, redução de custos ou expansão do volume de vendas.

Portanto, a análise do LAJIR se torna essencial para que empresas prestadoras de serviços, como o *Buffet* estudado, possam tomar decisões estratégicas embasadas, garantindo um planejamento financeiro mais sólido e sustentável. O

acompanhamento desse indicador permite que a empresa tenha maior previsibilidade financeira, tome decisões mais assertivas em relação à precificação, estrutura de custos e investimentos futuros, contribuindo para a sustentabilidade e crescimento do negócio.

### **3 METODOLOGIA**

O estudo é caracterizado como uma pesquisa aplicada, trata-se de um estudo de caso que utiliza conhecimentos teóricos da análise Custo-Volume-Lucro (CVL) para examinar a realidade financeira de uma empresa prestadora de serviços de alimentação.

O presente caso possui aspecto descritivo-quantitativo, que se conceitua como um processo que identifica, organiza e analisa informações e características de determinado fenômeno. O objetivo do estudo é demonstrar a aplicação da análise custo-volume-lucro em uma empresa prestadora de serviços alimentícios para eventos situada na cidade de Campina Grande, que está situada entre as mais procuradas da cidade para realização de eventos, devido aos seus anos de atuação no mercado.

A empresa escolhida é o Buffet Santana, uma prestadora de serviços especializada em alimentação para eventos sociais e corporativos, com sede na cidade de Campina Grande – PB. Com aproximadamente 18 anos de atuação no mercado, tornou-se referência regional pela qualidade dos serviços oferecidos, destacando-se na organização de casamentos, aniversários infantis, formaturas e recepções diversas. O negócio é de natureza familiar e conta atualmente com uma equipe composta por 12 colaboradores, incluindo os próprios proprietários, que também atuam como gestores.

O Buffet Santana oferece diferentes pacotes de orçamentos, adaptando-se às preferências e ao perfil de cada cliente, com cardápios personalizados, variedade de opções alimentícias e estrutura logística adequada para atender eventos de pequeno, médio e grande porte.

Este estudo analisou o aspecto financeiro da empresa com base nos orçamentos: Casamento I, Casamento II, Casamento III, Aniversário Infantil I, Aniversário Infantil II, Aniversário infantil III, que são os eventos de maior procura e

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

maior frequência no ano. O que diferencia esses orçamentos são os tipos de alimentação oferecida no cardápio. A análise desses serviços permitirá avaliar os custos, a rentabilidade e os principais indicadores financeiros da empresa, possibilitando a identificação de estratégias para otimização da gestão econômica do negócio.

A coleta de dados desse estudo foi realizada com base nas informações financeiras da empresa, abrangendo o período de janeiro a dezembro de 2024. O objetivo foi obter um panorama detalhado da estrutura de custos, receitas e rentabilidade da empresa, possibilitando a aplicação da análise Custo-Volume-Lucro (CVL).

Foram analisados relatórios financeiros fornecidos pela empresa, incluindo demonstrativos de receitas, despesas, custos fixos e variáveis do período mencionado. Essas informações permitiram calcular os principais indicadores financeiros, como margem de contribuição, ponto de equilíbrio e lucro operacional (LAJIR), conforme Quadro 1.

| Variáveis | Descrição                    | Operacionalização   |
|-----------|------------------------------|---|
| PMV       | Preço médio de venda         | $PMV = \text{Receita total de vendas} / n^{\circ} \text{ de unidades vendidas}$ |
| MC        | Margem de contribuição       | $MC = \text{Receita Total} - \text{Gastos Variáveis}$                           |
| PEC       | Ponto de Equilíbrio Contábil | $PEC = \text{Gastos Fixos} / \text{Margem de Contribuição}$                     |
| MS        | Margem de Segurança          | $MS = \text{Vendas (R\$)} - PEC \text{ (R\$)}$                                  |

**Quadro 1. Operacionalização das variáveis**

Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise se concentrou nos orçamentos de seis tipos de eventos realizados pela empresa: Orçamento modelo - Casamento I, Casamento II, Casamento III; orçamento modelo - Aniversário Infantil I, Aniversário Infantil II e Aniversário Infantil III. Foram examinados os valores cobrados, os custos envolvidos na execução de cada evento e sua rentabilidade para a empresa.

Foram levantados os custos fixos da empresa, como aluguel, folha de pagamento e despesas administrativas, além dos custos variáveis, que incluem insumos, ingredientes e mão de obra específica para cada evento. Esses dados foram essenciais para a determinação do ponto de equilíbrio e da margem de segurança da empresa.

Dessa forma, a coleta de dados forneceu uma base sólida para a análise financeira da empresa, permitindo avaliar sua eficiência operacional e sugerir estratégias para maximizar seus resultados no setor de alimentação para eventos e recepções.

## **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Essa seção aborda os resultados da aplicação da análise CVL, em uma empresa prestadora de serviços de alimentação, na cidade de Campina Grande.

A empresa analisada possui aproximadamente 18 anos de fundação e conta com 12 colaboradores, sendo dois deles proprietário e gestor. A empresa oferece diversos tipos de serviços, que varia de cada perfil de cliente e a demanda é dividida de acordo com a necessidade de cada orçamento.

A empresa controla suas finanças e ao fim de cada mês as envia para a empresa terceirizada de contabilidade, para a realização do balancete de verificação mensal. Com isso, pode-se confirmar a demanda em possuir indicadores que validem e informem com clareza a real situação financeira do negócio, auxiliando na criação de estratégias e na tomada de decisão. Essa necessidade de organização e clareza nos dados financeiros reforça a importância de aplicar ferramentas como a análise custo-volume-lucro, uma vez que ela permite avaliar, com base no comportamento dos custos e receitas, o ponto exato de equilíbrio e a margem de segurança da empresa.

### **4.1 Preço médio de venda**

O preço médio de venda é uma métrica financeira que calcula o valor médio pelo qual os produtos ou serviços de uma empresa são comercializados durante um determinado período.

Esse preço é obtido pela divisão da receita total de vendas pelo número de unidades vendidas, fornecendo uma visão clara da estratégia de precificação adotada pela empresa. O preço médio de venda é crucial para a análise de rentabilidade e competitividade no mercado, pois permite à empresa entender como a política de preços impacta diretamente suas margens de lucro e o comportamento dos consumidores (Gitman, 2010).

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

A Tabela 1 apresenta a relação entre quantidade de eventos, receita total e preço médio de venda ao longo do ano de 2024, permitindo uma análise detalhada do faturamento da empresa prestadora de serviços de alimentação para eventos.

Tabela 1

**Quantidade, Preço Médio de Vendas por Orçamento Anual**

| <b>Orçamento</b>         | <b>Quantidade de Eventos</b> | <b>Receita Total (R\$)</b> | <b>Preço Médio de Venda</b> |
|--------------------------|------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Casamento I              | 40                           | R\$ 1.056.000,00           | R\$ 26,400,00               |
| Casamento II             | 33                           | R\$ 582.900,00             | R\$ 17.663,64               |
| Casamento III            | 27                           | R\$ 332.640,00             | R\$ 12.320,00               |
| Aniversário Infantil I   | 44                           | R\$ 290.400,00             | R\$ 6.600,00                |
| Aniversário Infantil II  | 38                           | R\$ 190.000,00             | R\$ 5.000,00                |
| Aniversário Infantil III | 31                           | R\$ 105.400,00             | R\$ 3.400,00                |

**Nota.** Fonte: Elaboração própria, 2024.

Os casamentos representam a principal fonte de receita, com o orçamento Casamento I alcançando 40 eventos ao ano realizados e uma receita total de R\$ 1.056.000,00, sendo o serviço de maior valor agregado. O orçamento casamento II teve 33 eventos ao ano, faturando R\$ 582.900,00, enquanto o orçamento casamento III, opção mais econômica, contou com 27 eventos ao ano e um faturamento de R\$ 332.640,00.

Já os aniversários infantis possuem uma demanda maior, garantindo um fluxo de receita constante. O orçamento de aniversário Infantil I lidera com 44 eventos realizados ao ano e um faturamento de R\$ 290.400,00. O orçamento aniversário Infantil II registrou 38 eventos, somando R\$ 190.000,00, e o Aniversário Infantil III, a opção mais acessível, teve 31 eventos, gerando R\$ 105.400,00.

A análise demonstra que, enquanto os casamentos possuem um ticket médio mais elevado, os aniversários infantis contribuem para a estabilidade financeira da empresa, devido à maior frequência de eventos. Esses dados são fundamentais para o planejamento estratégico do Buffet, auxiliando na definição de preços, gestão de recursos e otimização da captação de clientes ao longo do ano.

A Tabela 2 apresenta a distribuição mensal do faturamento dos seis orçamentos da empresa referentes a casamentos e aniversários ao longo do ano. Os

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

dados permitem identificar padrões sazonais, variações de demanda e a importância relativa de cada tipo de evento na receita total.

Tabela 2

**Participação no faturamento de cada orçamento mensal**

| Mês   | Casmt. I      | Casmt. II   | Casmt. III  | Anv. Inf. I | Anv. Inf. II | Anv. Inf. III | Total Mensal  |
|-------|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|
| Jan.  | R\$ 52.800    | R\$ 29.040  | R\$ 16.170  | R\$ 14.520  | R\$ 9.500    | R\$ 5.100     | R\$ 127.130   |
| Fev.  | R\$ 63.360    | R\$ 34.980  | R\$ 19.404  | R\$ 17.490  | R\$ 11.400   | R\$ 6.290     | R\$ 152.924   |
| Mar.  | R\$ 73.920    | R\$ 40.832  | R\$ 23.100  | R\$ 20.240  | R\$ 13.300   | R\$ 7.225     | R\$ 178.617   |
| Abr.  | R\$ 105.600   | R\$ 58.080  | R\$ 33.880  | R\$ 29.040  | R\$ 19.000   | R\$ 10.460    | R\$ 256.060   |
| Mai   | R\$ 73.920    | R\$ 40.832  | R\$ 23.100  | R\$ 20.240  | R\$ 13.300   | R\$ 7.225     | R\$ 178.617   |
| Jun.  | R\$ 84.480    | R\$ 46.376  | R\$ 26.488  | R\$ 23.210  | R\$ 15.200   | R\$ 8.500     | R\$ 204.254   |
| Jul.  | R\$ 73.920    | R\$ 40.832  | R\$ 23.100  | R\$ 20.200  | R\$ 13.300   | R\$ 7.225     | R\$ 178.577   |
| Ago.  | R\$ 95.040    | R\$ 52.800  | R\$ 29.260  | R\$ 26.400  | R\$ 17.100   | R\$ 9.860     | R\$ 230.460   |
| Set.  | R\$ 84.480    | R\$ 46.376  | R\$ 26.488  | R\$ 23.210  | R\$ 15.200   | R\$ 8.500     | R\$ 204.254   |
| Out.  | R\$ 95.040    | R\$ 52.800  | R\$ 29.260  | R\$ 26.400  | R\$ 17.100   | R\$ 9.860     | R\$ 230.460   |
| Nov.  | R\$ 116.160   | R\$ 64.064  | R\$ 36.596  | R\$ 31.900  | R\$ 21.400   | R\$ 11.565    | R\$ 281.685   |
| Dez   | R\$ 137.280   | R\$ 75.888  | R\$ 45.794  | R\$ 37.550  | R\$ 24.200   | R\$ 13.590    | R\$ 334.302   |
| Total | R\$ 1.056.000 | R\$ 582.900 | R\$ 332.640 | R\$ 290.400 | R\$ 190.000  | R\$ 105.400   | R\$ 2.557.340 |

**Nota.** Fonte: Elaboração própria

O faturamento total anual da empresa foi de R\$ 2.557.340,00 distribuídos entre casamentos e aniversários infantis. Observa-se uma grande variação ao longo dos meses, com meses de menor faturamento (como janeiro e fevereiro) e picos de demanda em meses como outubro, novembro e dezembro.

Os casamentos representam a maior parte do faturamento anual, especialmente o Casamento I, que sozinho contribuiu com R\$ 1.056.000,00. Os aniversários infantis garantem um fluxo de caixa constante ao longo do ano, mesmo em meses em que os casamentos têm menor procura.

Janeiro é o mês com menor faturamento R\$127.130,00 devido à baixa demanda por eventos após o período de festas de fim de ano. A demanda começa a crescer a partir de março, mantendo um crescimento gradual até junho.

O período entre julho e setembro mantém um faturamento intermediário, mostrando que há eventos suficientes para manter um fluxo financeiro estável. Outubro, novembro e dezembro são os meses mais lucrativos, com dezembro registrando o maior faturamento do ano R\$ 334.302,00 devido à alta procura por eventos de fim de ano, casamentos e festas infantis.

A Tabela 3 representa a participação percentual de cada categoria de evento no faturamento anual da empresa ao longo de 2024. Essa análise permite identificar

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

quais serviços têm maior impacto na receita total, auxiliando no planejamento financeiro e estratégico da empresa.

Tabela 3

**Participação no Faturamento Total no Período**

| <b>Orçamento</b>         | <b>Receita Total (R\$)</b> | <b>% Participação no Faturamento</b> |
|--------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Casamento I              | R\$ 1.056.000,00           | 41,3%                                |
| Casamento II             | R\$ 582.900,00             | 22,8%                                |
| Casamento III            | R\$ 332.640,00             | 13%                                  |
| Aniversário Infantil I   | R\$ 290.400,00             | 11,3%                                |
| Aniversário Infantil II  | R\$ 190.000,00             | 7,4%                                 |
| Aniversário Infantil III | R\$ 105.400,00             | 4,1%                                 |
| Total                    | R\$ 2.557.340,00           | 100%                                 |

**Nota:** Fonte: Elaboração Própria.

Os dados mostram que os casamentos são os eventos mais lucrativos, representando a maior parte do faturamento total. O orçamento casamento I, que oferece mais opções alimentícias e tem um ticket médio elevado, lidera com 41,3% da receita, sendo o principal serviço prestado pela empresa. O Casamento II corresponde a 22,8% do faturamento, seguido pelo Casamento III, com 13%, demonstrando que mesmo os pacotes mais acessíveis ainda possuem impacto significativo nas receitas.

Por sua vez, os aniversários infantis, apesar do menor ticket médio por evento, contribuem com cerca de 23% do faturamento total, garantindo um fluxo contínuo de receitas ao longo do ano. O orçamento de aniversário Infantil I se destaca entre essa categoria, com 11,3% da receita, enquanto o aniversário Infantil II e o Aniversário Infantil III representam 7,4% e 4,1%, respectivamente.

Essa distribuição reforça a importância de um *mix* equilibrado de eventos, combinando eventos de alto valor unitário (casamentos) com eventos de maior volume (aniversários infantis). Dessa forma, a empresa mantém uma estratégia sustentável, garantindo estabilidade financeira e previsibilidade de faturamento ao longo do ano.

A partir dessa análise, a empresa pode tomar decisões estratégicas, como fortalecer a captação de eventos mais rentáveis, ajustar pacotes e promoções, além de otimizar a alocação de recursos conforme a demanda de cada tipo de evento.

## 4.2 Custo médio variável

O custo médio variável é o custo por unidade que varia de acordo com o volume de produção. É incluído despesas como matérias-primas, comissões e mão de obra direta, que diminuem ou aumentam conforme a quantidade produzida. O cálculo é feito dividindo-se o total de custos variáveis pelo número de unidades produzidas. Esse indicador é essencial para a análise de rentabilidade e para a tomada de decisões sobre precificação e controle de custos (Dieter, Stier, & Rodrigues, 2019).

Tabela 4

### Custo médio variável dos orçamentos de casamento

| Mês       | Casamento I | Casamento II | Casamento III |
|-----------|-------------|--------------|---------------|
| Janeiro   | R\$ 193,36  | R\$ 107,81   | R\$ 89,67     |
| Fevereiro | R\$ 202,31  | R\$ 111,47   | R\$ 96,17     |
| Março     | R\$ 197,56  | R\$ 109,47   | R\$ 92,38     |
| Abril     | R\$ 204,95  | R\$ 113,69   | R\$ 97,06     |
| Mai       | R\$ 192,36  | R\$ 107,17   | R\$ 89,67     |
| Junho     | R\$ 201,85  | R\$ 111,48   | R\$ 95,20     |
| Julho     | R\$ 195,90  | R\$ 108,33   | R\$ 91,89     |
| Agosto    | R\$ 198,78  | R\$ 109,45   | R\$ 93,44     |
| Setembro  | R\$ 203,42  | R\$ 113,20   | R\$ 96,05     |
| Outubro   | R\$ 199,76  | R\$ 111,14   | R\$ 92,44     |
| Novembro  | R\$ 207,30  | R\$ 115,92   | R\$ 99,21     |
| Dezembro  | R\$ 208,31  | R\$ 118,21   | R\$ 102,56    |

**Nota.** Fonte: Elaboração própria.

Referente a análise dos custos médios variáveis dos três orçamentos de casamento ao longo do ano ficou evidente a influência da sazonalidade e da variação dos preços dos insumos sobre os custos operacionais. Durante a maior parte do ano, os valores cobrados por pessoa foram de R\$ 220,00 para o Casamento I, R\$ 176,00 para o Casamento II e R\$ 154,00 para o Casamento III. No entanto, devido ao aumento da demanda e ao reajuste dos preços no mercado, esses valores sofreram um acréscimo de 20% nos meses de novembro e dezembro, passando para R\$ 264,00, R\$ 211,20 e R\$ 184,80, respectivamente.

Os custos médios variáveis oscilaram ao longo do ano, sendo janeiro o mês com os menores custos e dezembro o mês de maiores custos. No Casamento I, o custo médio variável foi de R\$ 193,36 em janeiro e subiu para R\$ 208,31 em dezembro. Esse aumento ocorreu devido ao reajuste nos preços de vários insumos

essenciais. Os salgados, por exemplo, passaram de R\$ 1,25 em janeiro para R\$ 1,35 em dezembro, enquanto o filé *mignon* ao molho, que iniciou o ano custando R\$ 15,60, chegou a R\$ 16,80 em dezembro. O filé de camarão com *cream cheese* seguiu a mesma tendência, subindo de R\$ 15,60 para R\$ 16,70. Além disso, o arroz à piamontese aumentou de R\$ 6,00 para R\$ 6,40, refletindo a variação nos preços dos laticínios e do arroz. O suco de frutas amarelas, uma das bebidas oferecidas no evento, passou de R\$ 1,80 para R\$ 2,10, enquanto os refrigerantes (Coca-Cola e Guaraná, 300ml) subiram de R\$ 0,78 para R\$ 0,85. A mesa de boas-vindas também teve aumento nos custos, como a torta brigadeiro trufado, que passou de R\$ 4,50 para R\$ 4,80, e os mini churros, que subiram de R\$ 0,35 para R\$ 0,38.

O Casamento II apresentou um comportamento semelhante, iniciando o ano com um custo médio variável de R\$ 107,81 em janeiro, subindo para R\$ 118,21 em dezembro. Os aumentos mais expressivos foram observados nos seguintes produtos: o filé *mignon* ao molho passou de R\$ 15,60 para R\$ 16,50, o arroz com legumes subiu de R\$ 5,60 para R\$ 5,90, e a farofa com bacon aumentou de R\$ 1,80 para R\$ 1,95. Entre as bebidas, o suco de uva (300ml) variou de R\$ 1,80 para R\$ 2,00, e a água mineral subiu de R\$ 0,40 para R\$ 0,44.

O Casamento III, que apresenta um cardápio mais econômico, também teve oscilações ao longo do ano, partindo de R\$ 89,67 em janeiro e chegando a R\$ 102,56 em dezembro. Os aumentos mais expressivos foram registrados nos seguintes itens: a carne ao molho, que subiu de R\$ 7,80 para R\$ 8,40, e o filé de frango, que passou de R\$ 6,50 para R\$ 7,00. O arroz à piamontese teve um reajuste de R\$ 6,00 para R\$ 6,30, enquanto os refrigerantes (300ml) aumentaram de R\$ 0,78 para R\$ 0,82.

Durante os meses intermediários do ano, os custos apresentaram variações menos expressivas, refletindo ajustes pontuais nos preços de alguns insumos. Essas oscilações foram controladas, mantendo a rentabilidade dos serviços.

Para compensar os aumentos nos custos, a empresa adotou uma estratégia de reajuste nos preços cobrados por pessoa nos meses de novembro e dezembro, garantindo que os serviços continuassem lucrativos. Essa análise destaca a importância de um monitoramento rigoroso dos custos e de uma precificação estratégica, assegurando a viabilidade financeira do negócio sem comprometer a qualidade dos serviços oferecidos.

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

Tabela 5

**Custo médio variável dos orçamentos de aniversários**

| <b>Mês</b> | <b>Aniversário Infantil I</b> | <b>Aniversário Infantil II</b> | <b>Aniversário Infantil III</b> |
|------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Janeiro    | R\$ 63,35                     | R\$ 48,27                      | R\$ 43,71                       |
| Fevereiro  | R\$ 68,58                     | R\$ 52,25                      | R\$ 47,06                       |
| Março      | R\$ 66,21                     | R\$ 50,44                      | R\$ 45,45                       |
| Abril      | R\$ 69,57                     | R\$ 52,99                      | R\$ 47,74                       |
| Mai        | R\$ 63,35                     | R\$ 48,27                      | R\$ 43,71                       |
| Junho      | R\$ 67,87                     | R\$ 51,67                      | R\$ 46,61                       |
| Julho      | R\$ 65,06                     | R\$ 49,54                      | R\$ 44,69                       |
| Agosto     | R\$ 66,15                     | R\$ 50,43                      | R\$ 45,40                       |
| Setembro   | R\$ 68,02                     | R\$ 51,89                      | R\$ 46,77                       |
| Outubro    | R\$ 65,31                     | R\$ 49,76                      | R\$ 45,06                       |
| Novembro   | R\$ 70,57                     | R\$ 53,83                      | R\$ 48,50                       |
| Dezembro   | R\$ 72,14                     | R\$ 55,38                      | R\$ 49,57                       |

**Nota:** Fonte: Elaboração própria.

A análise dos custos médios variáveis dos três orçamentos de aniversário Infantil I, II e III ao longo do ano demonstrou como a sazonalidade e as variações nos preços dos insumos impactaram diretamente os custos operacionais. Durante a maior parte do ano, os valores cobrados por pessoa foram de R\$ 110,00 para o Aniversário Infantil I, R\$ 100,00 para o Aniversário Infantil II e R\$ 85,00 para o Aniversário Infantil III. No entanto, nos meses de novembro e dezembro, devido ao aumento da demanda e ao reajuste dos preços no mercado, esses valores sofreram um acréscimo de 20%, passando para R\$ 132,00, R\$ 120,00 e R\$ 102,00, respectivamente.

Os custos médios variáveis apresentaram oscilações ao longo do ano, sendo janeiro o mês com os menores custos e dezembro o mais alto. No Aniversário Infantil I, o custo médio variável foi de R\$ 63,35 em janeiro, subindo para R\$ 72,14 em dezembro. Esse aumento ocorreu devido a reajustes nos preços de vários insumos essenciais. Os mini hambúrgueres artesanais passaram de R\$ 3,00 para R\$ 3,50, enquanto a mini pizza subiu de R\$ 2,00 para R\$ 2,40. A batata frita (100g por pessoa) também teve um acréscimo, aumentando de R\$ 1,50 para R\$ 1,80. No mini jantar, o crepe (3 unidades por pessoa) variou de R\$ 1,20 para R\$ 1,50, enquanto os recheios como carne de sol e brigadeiro passaram de R\$ 3,80 para R\$ 4,10 e de R\$ 3,60 para R\$ 4,00, respectivamente. As bebidas também tiveram reajustes, com o suco de frutas amarelas (300ml) subindo de R\$ 1,80 para R\$ 2,10 e os refrigerantes aumentando de R\$ 0,78 para R\$ 0,85.

O Aniversário Infantil II apresentou um comportamento semelhante, iniciando o ano com um custo médio variável de R\$ 48,27 em janeiro e chegando a R\$ 55,38 em dezembro. Os aumentos mais expressivos foram observados nos seguintes produtos: os mini hambúrgueres passaram de R\$ 3,00 para R\$ 3,40, enquanto os mini cachorros-quentes subiram de R\$ 2,00 para R\$ 2,40. Entre os *finger foods*, o filé de camarão empanado variou de R\$ 1,60 para R\$ 1,85, enquanto o purê de macaxeira com carne de sol subiu de R\$ 1,80 para R\$ 2,10. No setor de bebidas, o suco de uva (300ml) aumentou de R\$ 1,80 para R\$ 2,00, enquanto a água mineral variou de R\$ 0,40 para R\$ 0,45.

O Aniversário Infantil III, que oferece um cardápio mais econômico, também sofreu variações ao longo do ano, partindo de R\$ 43,71 em janeiro e chegando a R\$ 49,57 em dezembro. Os aumentos mais expressivos foram registrados nos seguintes itens: o mini hambúrguer passou de R\$ 3,00 para R\$ 3,30, e a mini pizza variou de R\$ 2,00 para R\$ 2,25. O salpicão (100g por pessoa), uma das opções do cardápio, subiu de R\$ 3,50 para R\$ 3,80, enquanto a batata frita (100g) aumentou de R\$ 1,50 para R\$ 1,75. As bebidas também acompanharam essa tendência de alta, com o suco de frutas amarelas passando de R\$ 1,80 para R\$ 2,00 e os refrigerantes de R\$ 0,78 para R\$ 0,82.

Durante os meses intermediários do ano, os custos apresentaram variações menos expressivas, refletindo ajustes pontuais nos preços de alguns insumos. Essas oscilações foram controladas para garantir a estabilidade da margem de lucro e manter a competitividade dos serviços prestados. Para compensar os aumentos nos custos, a empresa adotou uma estratégia de reajuste nos preços cobrados por pessoa nos meses de novembro e dezembro, garantindo que os serviços continuassem lucrativos. Essa análise destaca a importância de um controle rigoroso dos custos e de uma precificação estratégica, assegurando a viabilidade financeira do negócio sem comprometer a qualidade dos serviços oferecidos.

### **4.3 Margem de contribuição**

A margem de contribuição é o valor que resta da receita de vendas após a dedução dos custos variáveis associados à produção e venda de um produto. De acordo com Dieter et al. (2019), a margem de contribuição é importante para a análise

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

de rentabilidade, pois indica quanto cada unidade vendida contribui para cobrir os custos fixos e gerar lucro.

Tabela 6

**Margem de Contribuição do Período de janeiro a outubro**

| <b>Período</b>            | <b>Receita Total</b> | <b>Custos Variáveis</b> | <b>Margem de Contribuição</b> |
|---------------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Total - Janeiro a Outubro | R\$ 1.941.353,00     | R\$ 1.418.155,74        | R\$ 523.197,26                |

**Nota.** Fonte: Elaboração própria.

A Margem de Contribuição totalizou para o período analisado R\$ 523.197,26, com uma receita total de R\$ 1.941.353,00 e um Custo Variável Total de R\$ 1.418.155,74. Esses valores foram calculados a partir dos dados dos eventos realizados no período. Com base na tabela 2, mostra-se que o Casamento I gerou uma receita de R\$ 802.560,00, com um custo por pessoa de R\$ 220,00, o que resultou em 3.648 pessoas, gerando um Custo Médio Total de R\$ 731.351,04. Já o casamento II teve uma receita de R\$ 442.948,00, com um custo por pessoa de R\$ 176,00, resultando em 2.517 pessoas e um Custo Médio Total de R\$ 280.494,48. Casamento III, por sua vez, gerou uma receita de R\$ 250.250,00, com um custo por pessoa de R\$ 154,00, totalizando 1.625 pessoas, o que resultou em um Custo Médio Total de R\$ 153.790,00.

No caso dos orçamentos de Aniversários Infantis, o orçamento aniversário Infantil I teve uma receita de R\$ 220.950,00, com um custo por pessoa de R\$ 110,00, resultando em 2.009 pessoas e um Custo Médio Total de R\$ 134.964,62. Aniversário Infantil II gerou uma receita de R\$ 144.400,00, com um custo por pessoa de R\$ 100,00, totalizando 1.444 pessoas e um Custo Médio Total de R\$ 73.961,68. Por fim, Aniversário Infantil III teve uma receita de R\$ 80.245,00, com um custo por pessoa de R\$ 85,00, resultando em 944 pessoas e um Custo Médio Total de R\$ 43.593,92.

Com isso, foi subtraída a Receita Total pelo Custo Médio Total de todos os orçamentos em que foi encontrado o valor da Margem de Contribuição, tanto de janeiro até outubro como a de novembro e dezembro. Esses resultados identificam a margem de contribuição de cada evento e como os custos variáveis impactam diretamente na margem disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro.

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

Tabela 7

**Margem de Contribuição Total de Novembro e dezembro**

| <b>Período</b>      | <b>Receita Total</b> | <b>Custos Variáveis</b> | <b>Margem de Contribuição</b> |
|---------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Novembro e Dezembro | R\$ 615.987,00       | R\$ 374.761,70          | R\$ 241.225,30                |

**Nota.** Fonte: Elaboração própria.

A Margem de Contribuição de novembro e dezembro totalizou R\$ 241.225,30, com uma receita total de R\$ 615.987,00 e um Custo Variável Total de R\$ 374.761,70. Esses valores foram calculados a partir dos seguintes dados: De acordo com a Tabela 2, verifica-se que o Casamento I: A receita foi de R\$ 253.440,00, com um custo por pessoa de R\$ 264,00, resultando em 960 pessoas. O Custo Médio Total de Casamento I foi de R\$ 192.460,80. Casamento II a receita foi de R\$ 139.952,00, com um custo por pessoa de R\$ 211,20, resultando em 663 pessoas. O Custo Médio Total de Casamento II foi de R\$ 73.884,72. O Casamento III a receita foi de R\$ 82.390,00, com um custo por pessoa de R\$ 184,80, resultando em 446 pessoas. O Custo Médio Total de Casamento III foi de R\$ 42.209,44.

Aniversário Infantil I a receita foi de R\$ 69.450,00, com um custo por pessoa de R\$ 132,00, resultando em 526 pessoas. O Custo Médio Total de Aniversário Infantil I foi de R\$ 35.336,68. Aniversário Infantil II a receita foi de R\$ 45.600,00, com um custo por pessoa de R\$ 120,00, resultando em 380 pessoas. O Custo Médio Total de Aniversário Infantil II foi de R\$ 19.463,60. Aniversário Infantil III a receita foi de R\$ 25.155,00, com um custo por pessoa de R\$ 102,00, resultando em 247 pessoas. O Custo Médio Total de Aniversário Infantil III foi de R\$ 11.406,46.

Dessa forma, foi subtraída a Receita Total pelo Custo Médio Total de todos os orçamentos, onde se chega ao valor da Margem de Contribuição, tanto no período de janeiro até outubro como a de novembro e dezembro. Esses dados mostram a contribuição de cada evento para a geração de lucro e como os custos variáveis impactam diretamente na margem disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro para o negócio.

#### **4.4 Custos Fixos (CF)**

Os custos fixos são aqueles que não variam com o volume de produção ou vendas, permanecendo constantes independentemente da quantidade de bens ou serviços produzidos. Exemplos típicos incluem salários de funcionários, aluguel, depreciação de ativos e despesas com serviços essenciais. Conforme dados apresentados na Tabela 8, identifica-se os custos fixos incorridos pela empresa no período analisado.

Tabela 8

##### **Custos Fixos**

| <b>Custos Fixos</b>   | <b>Média</b> |
|-----------------------|--------------|
| Aluguel               | R\$ 2.000,00 |
| Energia               | R\$1.700,00  |
| Manutenção            | R\$500,00    |
| Segurança             | R\$200,00    |
| Contador              | R\$900,00    |
| Salário Funcionários  | R\$20.000,00 |
| Combustível           | R\$2.200     |
| Taxas banco           | R\$150,00    |
| Manutenção Veicular   | R\$800,00    |
| FGTS                  | R\$980,00    |
| Marketing             | R\$500,00    |
| Internet              | R\$65,00     |
| Seguro Veicular       | R\$290,00    |
| Imposto               | R\$8.313,00  |
| Total de custos fixos | R\$38.598,00 |

**Nota.** Fonte: Elaboração própria.

O total dos custos foi de R\$ 38.598,00, sendo o valor mais expressivo o salário dos funcionários, seguido dos impostos. A compreensão dos custos fixos é fundamental para a determinação do ponto de equilíbrio e a análise da rentabilidade, pois eles impactam diretamente a estrutura de custos e a capacidade da empresa de gerar lucro.

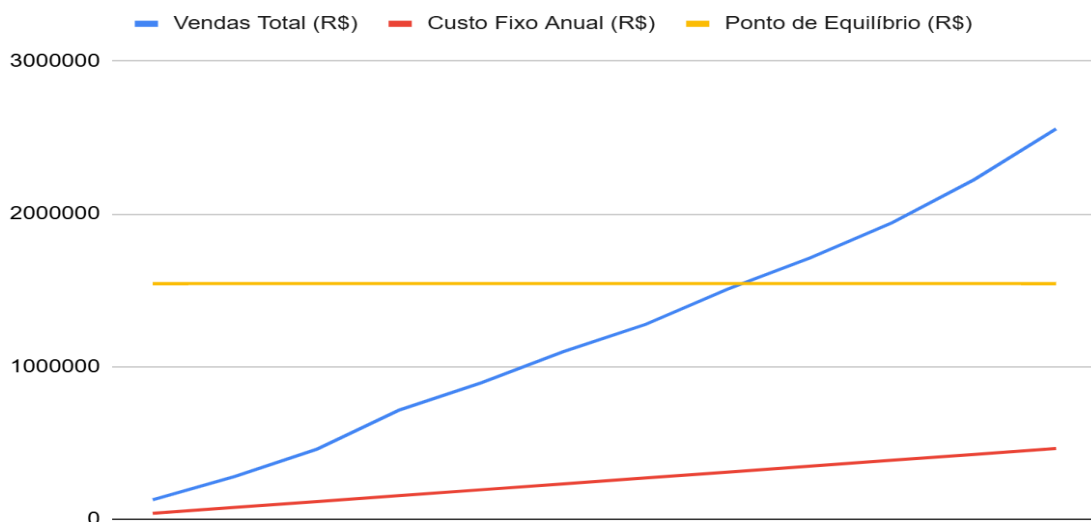
#### **4.5 Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC)**

O ponto de equilíbrio contábil é um dos principais indicadores utilizados na análise Custo-Volume-Lucro (CVL), pois determina o volume mínimo de vendas necessário para que a empresa cubra todos os seus custos fixos e variáveis, sem

gerar prejuízo ou lucro (Silva, 2020). Ou seja, é o momento em que a receita total é igual ao custo total.

Segundo Matarazzo (2014), o PEC é essencial para a gestão financeira, pois possibilita ao empresário identificar o nível mínimo de operações necessário para evitar perdas. Empresas que operam abaixo desse nível registram prejuízo, enquanto aquelas que ultrapassam o ponto de equilíbrio começam a gerar lucro operacional.

Ao aplicar essa metodologia na empresa prestadora de serviços de alimentação para eventos, será possível identificar quantos eventos precisam ser realizados para cobrir todos os custos e a partir de qual ponto a empresa passa a operar com lucro.



**Figura 1. Ponto de Equilíbrio contábil**

Fonte: Elaboração própria.

O gráfico de PEC ilustra a relação entre a receita total, os CF e a MC da empresa (Figura 1). A Receita Total alcançada foi de R\$ 2.557.340,00, enquanto a MC foi de R\$ 764.452,56, representando aproximadamente 30% do faturamento total. A MC é o valor disponível para cobrir os custos fixos após a dedução dos custos variáveis. O Custo Fixo Anual foi de R\$ 463.176,00, que são as despesas que não variam com a quantidade de produção ou vendas, como aluguel, salários e outras despesas fixas.

Utilizando a fórmula do PEC, dividimos o Custo Fixo Anual pela Margem de Contribuição Percentual que foi de 30% para encontrar o valor de vendas necessário

para cobrir todos os custos fixos. Sendo assim, O PEC encontrado totalizou R\$ 1.543.920, o que significa que a empresa precisa alcançar esse valor em vendas para cobrir todos os seus custos fixos e não ter prejuízo. Acima desse valor, a empresa começa a gerar lucro, enquanto abaixo disso, ela está em situação de prejuízo. Assim sendo, esse valor é essencial para a gestão financeira, pois mostra o ponto de equilíbrio entre receitas e despesas, permitindo decisões mais precisas sobre estratégias de vendas e custos.

#### **4.6 Margem de Segurança**

A margem de segurança é um indicador financeiro utilizado na análise Custo-Volume-Lucro (CVL) para medir o quanto as vendas atuais de uma empresa podem diminuir antes que ela atinja o ponto de equilíbrio contábil e comece a operar com prejuízo (Silva, 2020). Esse conceito é essencial para a gestão empresarial, pois indica a folga financeira da empresa em relação ao seu ponto de equilíbrio, permitindo avaliar a estabilidade do negócio diante de oscilações no mercado.

Uma margem de segurança alta indica que a empresa tem uma maior proteção contra quedas nas vendas, enquanto uma margem baixa sugere maior risco financeiro. De acordo com Gitman (2010), a análise da margem de segurança auxilia os gestores na tomada de decisões estratégicas, como ajuste de preços, controle de custos e definição de metas de vendas.

No contexto da empresa analisada, a margem de segurança permite avaliar se o número de eventos realizados no período analisado garante estabilidade financeira e protege a empresa contra sazonalidade ou variações na demanda.

Com base nos dados fornecidos, a Receita Total foi de R\$ 2.557.340,00 e o Ponto de Equilíbrio R\$ 1.543.920,00, isso significa que, para a empresa cobrir seus custos fixos e variáveis, ela precisa gerar pelo menos esse valor em vendas. Acima desse valor, a empresa começa a gerar lucro.

Subtraindo a Receita Total pelo Ponto de Equilíbrio, chega-se a Margem de Segurança que é de R\$ 1.013.420,00. Esse valor indica que as vendas podem cair até R\$ 1.013.420,00 antes que a empresa comece a registrar prejuízos. Em outras palavras, a empresa tem uma "zona de segurança" de aproximadamente R\$ 1.013.420,00 para lidar com quedas nas vendas sem que isso afete a sua capacidade de cobrir os custos fixos e continuar operando de forma rentável.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo contribui ao revelar evidências sobre a utilidade estratégica da CVL para pequenas empresas do setor de eventos, incorporando a dinâmica da sazonalidade e orientando decisões práticas de gestores. Propõe ainda recomendações para implementação de ferramentas digitais de controle financeiro e sugere caminhos para investigações futuras, como comparações entre métodos de custeio e contextos setoriais diversos.

A CVL aplicada à empresa neste estudo de caso, foi essencial para uma melhor compreensão da estrutura financeira da organização da mesma, além de fornecer *insights* valiosos para a otimização da gestão e de sua lucratividade. A partir dos dados coletados e das métricas que foram analisadas, foi possível avaliar os custos fixos e variáveis, a rentabilidade dos diferentes orçamentos de serviços escolhidos (casamentos e aniversários infantis), e a influência das variações sazonais sobre o desempenho financeiro da empresa.

O PEC revelou-se um indicador fundamental, permitindo determinar o valor mínimo de vendas necessário para cobrir todos os custos fixos e variáveis, evitando assim, prejuízos. Além disso, os valores encontrados a partir da margem de segurança e do ponto de equilíbrio, destacaram-se como cruciais para a estabilidade financeira, proporcionando uma zona de proteção contra quedas nas vendas e consequentemente prejuízo.

A análise da MC também forneceu uma visão detalhada sobre a viabilidade de cada serviço, mostrando que, embora os casamentos, especialmente o Casamento I, representem uma parcela significativa do faturamento, os aniversários infantis, com maior volume, contribuem de forma constante e estável ao longo do ano, garantindo um fluxo de caixa contínuo para a empresa. A diversidade de serviços, aliada à correta precificação e ao controle rigoroso dos custos, se revelou uma estratégia eficaz para garantir a sustentabilidade e o crescimento da empresa.

Em relação à sazonalidade, observou-se que o aumento na demanda de eventos nos últimos meses do ano, principalmente em outubro, novembro e dezembro, exige uma gestão eficiente para que a empresa possa lidar com as variações de custos e garantir a manutenção da margem de lucro. A estratégia de reajustes nos preços dos pacotes durante esse período de alta demanda demonstrou

ser uma medida adequada para compensar os aumentos nos custos dos insumos e preservar a rentabilidade dos serviços.

Portanto, a aplicação da análise CVL revelou-se uma ferramenta eficaz para a gestão financeira da empresa, permitindo a tomada de decisões mais informadas e estratégicas. A partir dos resultados obtidos, a mesma passa a ter condições de ajustar suas estratégias de vendas, otimizar sua estrutura de custos e melhorar a alocação de recursos visando sua rentabilidade e garantindo uma operação financeiramente sustentável a longo prazo.

Recomenda-se que a empresa continue monitorando seus custos variáveis e fixos de forma sistemática, adaptando suas estratégias de preços conforme as flutuações do mercado, e investindo em ferramentas de controle financeiro para garantir uma gestão eficiente e a mitigação de riscos financeiros. A implementação de tais práticas pode consolidar a empresa como uma das principais referências em serviços de alimentação para eventos em Campina Grande. Adicionalmente, sugere-se o estudo comparativo entre a CVL e métodos como custeio ABC, além de avaliar a adoção de ferramentas digitais de monitoramento de custos e a análise em diferentes portes empresariais.”

## REFERÊNCIAS

- Casali, M. S. & Treter, J. (2017). A importância da utilização da gestão financeira em microempresas da cidade de Cruz Alta. *Revista Unicruz*, 25.
- Dieter, M., Stier, F., & Rodrigues, H. (2019). *Gestão de custos: Teoria e prática* (2a ed.). Editora FGV.
- Guimarães, Y. D. L., Vieira, A. S., Silva, V., & Miranda, L. C. (2019). Análises de custo-volume-lucro: Um estudo de caso aplicado a uma empresa de transporte urbano de passageiros da cidade de Maceió. *Revista Connexio*, 8(1), 4–19.
- Dos Santos, R. I., de Oliveira, L. V., & de Almeida, S. R. (2022). Contribuição da análise custo-volume-lucro na gestão dos custos de uma empresa do setor de panificação a partir da pesquisa-ação. *REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco*, 8(2), 240–262.
- Gitman, L. J. (2010). *Princípios de administração financeira* (12a ed.). Pearson.

**Análise Custo-Volume-Lucro: Estudo de caso em uma empresa de serviços de alimentação para eventos em Campina Grande**

Kliver Lamarthine Alves Confessor, José Bezerra Sales Neto, Raquel Souza Ramos

- Laureth, S. V., Wernke, R., Heberle, E. L., & Rufato, I. (2018). Análise custo/volume/lucro aplicada em supermercado de pequeno porte: Estudo de caso. *Brazilian Journal of Development*, 4(3, ed. esp.), 863–885.
- Matarazzo, D. C. (2014). *Análise financeira de balanços: Abordagem básica e gerencial* (8a ed.). Atlas.
- Moura, N. C. F. (2018). Análise custo-volume-lucro aplicada em uma empresa varejista de calçados de João Pessoa – PB (*Trabalho de Conclusão de Curso*). Universidade Federal de Campina Grande.
- Rezende, K. & Damasceno, Y. C. (2023). A importância da gestão financeira nas empresas. *Revista de Estudos Interdisciplinares do Vale do Araguaia - REIVA*, 6(2), 4–4.
- Santos, M. A. dos. (2018). *Contabilidade de custos*. UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis; Superintendência de Educação a Distância.
- Silva, J. R. (2020). *Gestão financeira e análise de custos* (3a ed.). FGV Editora.
- Silva, R., Scheren, G., & Wernke, R. (2019). Análise custo-volume-lucro aplicada em pequena transportadora de cargas. *Revista Capital Científico*, 17(1), jan./mar.

Data de Submissão: 31/10/2025

Data de Aceite: 09/12/2025