

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

GABRIEL GOMES DE LIMA

ANÁLISE DE CUSTOS E PRECIFICAÇÃO: ESTUDO SOBRE UMA
MICROEMPREENDEDORA INDIVIDUAL DO COMÉRCIO DE ALIMENTOS

MACEIÓ

2022

GABRIEL GOMES DE LIMA

**ANÁLISE DE CUSTOS E PRECIFICAÇÃO: ESTUDO SOBRE UMA
MICROEMPREENDEDORA INDIVIDUAL DO COMÉRCIO DE ALIMENTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Alagoas como um dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Me. Paulo Sérgio Cavalcante

MACEIÓ

2022

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

- L732a Lima, Gabriel Gomes de.
 Análise de custos e precificação : estudo sobre uma microempreendedora individual do comércio de alimentos / Gabriel Gomes de Lima. – 2022.
 53 f. : il.
- Orientador: Paulo Sérgio Cavalcante.
Monografia (Trabalho de Conclusão Curso em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Maceió, 2022.
- Bibliografia: f. 45-47.
Apêndices: f. 48-53.
1. Custos. 2. Política de preço. 3. Análise de valor (Controle de custo). 4. Tomada de decisão. I. Título.

CDU: 65.017.32:339.166.82

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar os custos e a precificação dos produtos comercializados por uma microempreendedora individual no ramo do comércio de alimentos de esfihas na cidade de Maceió-AL, tendo em vista a importância da gestão para o processo de tomada de decisão e precificação. A partir disso, através de entrevista com a empresária, foram levantadas as informações de custos e despesas, além dos valores do custo unitário de cada item, utilizando uma ficha de custos, em que a elaboração foi realizada a partir de uma matriz de estudos anteriormente realizados. A pesquisa foi delineada em três etapas, onde a primeira consiste na fase exploratória, em que foi feita a coleta de dados durante o mês de setembro de 2022, sobre os dados de referência em agosto do mesmo ano. Já a segunda etapa, deu-se início o tratamento e análise custo-volume-lucro dos dados coletados, através de planilhas e cálculos feitos para identificar o ponto de equilíbrio, margem de contribuição e margem de segurança. E por fim a terceira fase, onde houve a avaliação e análise dos dados, feitas observações e complementada com informações para melhorias no desempenho da empresa. Os resultados encontrados revelam que o preço praticado, em 14 de 17 produtos, não estão compatíveis com a meta de lucro da empresária e que 3 desses, já superam os valores calculados pelo *Markup* em seus preços atuais, que são: Esfiha de Calabresa com Catupiry, Esfiha Romeu e Julieta e Esfiha Turbinada. De acordo com os preços de vendas da empresa, foi visto que é necessária a comercialização de cerca de 668 unidades, ou o valor de R\$ 5.907,41, para gerar um resultado nulo, porém, caso sejam utilizados os preços de venda orientativos, a quantidade necessária cai para cerca de 468 unidades, ou o valor de R\$ 5.080,18. Vale ressaltar que é imprescindível o acompanhamento de eventuais ajustes na atual tabela de preços, pois, pela própria natureza da técnica de avaliação da relação custo-volume-lucro, assim como a aplicação do *Markup*, as variáveis podem sofrer alterações.

Palavras-Chave: Gestão de Custos; Precificação; Análise Custo-Volume-Lucro; Tomada de Decisão.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the costs and pricing of products marketed by an individual micro-entrepreneur in the business of the esfihas food trade in the city of Maceió-AL, considering the importance of management for the decision-making process and pricing. From this, through an interview with the entrepreneur, information on costs and expenses was collected, in addition to the unit cost values of each item, using a cost sheet, which was prepared based on a matrix of studies previously carried out. The research was outlined in three stages, where the first consists of the exploratory phase, in which data was collected during the month of September 2022, based on the reference data in August of the same year. In the second stage, the treatment and cost-volume-profit analysis of the collected data began, through spreadsheets and calculations made to identify the break-even point, contribution margin, and safety margin. And finally the third phase, where there was the evaluation and analysis of the data, made observations and complemented with information for improvements in the company's performance. The results found reveal that the price practiced in 14 out of 17 products are not compatible with the company's profit goal, and that three of them already exceed the values calculated by the *Markup* in their current prices, which are: Esfiha de Calabresa com Catupiry, Esfiha Romeu e Julieta and Esfiha Turbinada. According to the company's sales prices, it was seen that it is necessary to sell about 668 units, or the value of R\$ 5,907.41, to generate a null result; however, if the orientative sales prices are used, the necessary quantity drops to about 468 units, or the value of R\$ 5,080.18. It is worth noting that it is essential to monitor any adjustments to the current price list, because by the very nature of the cost-volume-profit ratio evaluation technique, as well as the application of *Markup*, the variables may change.

Keywords: Cost Management; Pricing; Cost-Volume-Profit Analysis; Decision Making.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	9
1.2 OBJETIVOS	10
1.2.1 Objetivo Geral	10
1.2.2 Objetivos Específicos	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 TERMINOLOGIA DE CUSTOS.....	11
2.2 CLASSIFICAÇÃO COMPORTAMENTAL DOS GASTOS	12
2.3 MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL	13
2.4 ANÁLISE DE CUSTO-VOLUME-LUCRO	14
2.4.1 Margem de Contribuição	15
2.4.2 Ponto de Equilíbrio.....	16
2.4.3 Margem de Segurança Operacional.....	18
2.5 PROCESSO DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	18
2.6 ESTUDOS ANTERIORES	20
3 METODOLOGIA.....	22
3.1 ESTRATÉGIA DE PESQUISA	22
3.2 CONTEXTO E PROPÓSITO DA PESQUISA	22
4 ANALISE DOS DADOS E RESULTADOS	23
4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA EMPRESA	23
4.2 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	31
4.3 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	33
4.3.1 Margem de contribuição para tabela de preços atual	33
4.3.3 Comparativo entre as margens de contribuição.....	35
4.3 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	36
4.3.1 Ponto de Equilíbrio para tabela de preços atuais	36

4.3.2 Ponto de Equilíbrio para tabela de preços orientativos	37
4.4 MARGEM DE SEGURANÇA	38
4.4.1 Margem de Segurança para tabela de preços atuais	38
4.4.2 Margem de Segurança para tabela de preços orientativos.....	39
4.5 DEMONSTRAÇÃO E ANÁLISE DO RESULTADO	40
4.5.1 Demonstração e Análise do Resultado Atual	40
4.5.2 Demonstração e Análise do Resultado Orientativo	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS	45
APÊNDICE A – FICHAS DE CUSTOS.....	48

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – CLASSIFICAÇÃO COMPORTAMENTAL DOS GASTOS	14
QUADRO 2 – RELAÇÃO DE PRODUTOS COMERCIALIZADOS	24
QUADRO 3 – CUSTOS E DESPESAS DO PERÍODO	26
QUADRO 4 – RELAÇÃO DE INSUMOS POR PRODUTO	28
QUADRO 5 – FICHA DE CUSTOS DA ESFIHA DE CARNE.....	29
QUADRO 6 – RELAÇÃO DE DESPESAS VARIÁVEIS.....	29
QUADRO 7 – RELAÇÃO DE CUSTOS FIXOS	30
QUADRO 8 – RELAÇÃO DE DESPESAS FIXAS.....	31

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – FATURAMENTO E VOLUME DO PERÍODO	25
TABELA 2 – CUSTOS VARIÁVEIS POR PRODUTO	27
TABELA 3 – APLICAÇÃO DO MÉTODO DE PRECIFICAÇÃO MARKUP	32
TABELA 4 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO – PREÇOS ATUAIS	33
TABELA 5 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO – PREÇOS ORIENTATIVOS	34
TABELA 6 – PONTO DE EQUILÍBRIO – PREÇOS ATUAIS	36
TABELA 7 – PONTO DE EQUILÍBRIO – PREÇOS ORIENTATIVOS	37
TABELA 8 – MARGEM DE SEGURANÇA – PREÇOS ATUAIS.....	38
TABELA 9 – MARGEM DE SEGURANÇA – PREÇOS ORIENTATIVOS	39
TABELA 10 – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO – PREÇOS ATUAIS.....	40
TABELA 11 – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO – PREÇOS ORIENTATIVOS	41

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – PONTO DE EQUILÍBRIO	17
GRÁFICO 2 – COMPARATIVO ENTRE AS MARGENS DE CONTRIBUIÇÃO	35

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

A contabilidade de custos é uma ferramenta estratégica utilizada no processo de tomada de decisão e que se torna indispensável para formação de preços, otimização da produção, valorização de estoque entre outros. Para que uma empresa possa obter prestígio no mundo dos negócios, é vital o conhecimento dos custos do seu processo de produção, tornando-se capaz de desenvolver um planejamento eficaz, tendo um maior controle nas etapas de produção (CARVALHO; MOTA, 2019).

Nesse contexto, conforme descrito por Machado e Souza (2006), a gestão de custos e a gestão de preços de venda são áreas correlacionadas que não devem ser analisadas isoladamente, e sim sistematicamente, pois as relações existentes em ambas as gestões envolvem muitos fatores, alguns deles abordados neste trabalho. Dentro dessa perspectiva, a Gestão de Custos e precificação são ferramentas que tem como objeto auxiliar a gestão empresarial utilizando meios que facilitem o processo de gerenciamento financeiro e econômico da empresa, principalmente em momentos de crise, como a pandemia (FREZZATO, 2021).

Frezzato (2021) destaca ainda que, tanto pessoas quanto as empresas não puderam mais viver sem, de algum modo, pensar nos custos de suas existências. As empresas tiveram que repensar as escalas de produção de materiais ou serviços, uma vez que a entrada de recursos se tornou mais escassa visto a redução de investimentos e pagamentos de obrigações. É nesse sentido que se torna relevante discutir a importância do gerenciamento de custos na organização empresarial contextualizada neste tempo de pandemia de Covid-19.

De acordo com o SEBRAE (2022), o setor de serviços de alimentação, que inclui os bares e restaurantes, cresceu em média 11% ao ano de 2009 a 2019, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), que levanta os dados junto aos fornecedores de food service. Com a pandemia de covid-19, o faturamento do setor teve forte impacto em 2020, com recuperação parcial em 2021.

Desde então, os empreendedores seguem se reinventando para garantirem seu espaço no mercado, apostando, por exemplo, em otimização de processos, revisão do cardápio e ampliação dos serviços, em especial a manutenção do delivery (SEBRAE, 2022). Dessa forma, segundo Pessoa *et al.* (2022), percebe-se a necessidade por informação para proporcionar melhor gerenciamento das organizações, levando em consideração que durante a pandemia os empresários aumentaram a busca por informações gerenciais.

A justificativa do estudo está vinculada à importância da gestão de custos no processo de tomada de decisão e precificação em uma empresa do ramo comercial de bares e restaurantes, principalmente em um contexto de instabilidade no mercado. Nesse sentido, as análises contidas no trabalho tornam-se relevantes para a busca de alinhamento entre o objetivo de lucro da empresa e o que é possível fazer para alcançá-lo, considerando as limitações de mercado e de produções atuais.

Diante do exposto, o trabalho buscou responder a seguinte questão: qual a contribuição da contabilidade de custos e formação de preços na geração do resultado operacional esperado de um microempreendedor individual no ramo do comércio de alimentos em Maceió-AL?

1.2 OBJETIVOS

Partindo da problemática do estudo, com a finalidade de organização e esquematização, o objetivo geral e os objetivos específicos foram determinados.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa é analisar os custos e a precificação dos produtos comercializados por uma microempreendedora individual no ramo do comércio de alimentos na cidade de Maceió-AL.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para atender ao objetivo geral, especificam-se os seguintes os seguintes pontos:

- Classificar os gastos identificados na coleta entre custos e despesas, fixos e variáveis;
- Utilizar o método de custeio variável para mensuração dos produtos;
- Aplicar o método de precificação *Markup* para calcular a tabela de preços orientativa;
- Calcular os indicadores de margem de contribuição, ponto de equilíbrio, margem de segurança e resultado operacional, na tabela de preços atuais e orientativos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TERMINOLOGIA DE CUSTOS

Para o estudo de custos e precificação, faz-se necessária a compreensão dos conceitos básicos relacionados. Por isso, são elencados a seguir os conceitos que serão utilizados no decorrer do trabalho.

O conceito de gasto é o mais amplo, significando o despendido de recursos ou a contração de obrigações com terceiros para a obtenção de bens e serviços que irão viabilizar as operações da empresa (MARTINS, 2010; WERNKE, 2005).

Seguindo a abordagem de Bruni e Famá (2010), uma aquisição de mercadoria para estoque - inicialmente classificada como investimento - pode ser consumida posteriormente, por exemplo, em forma de custo, despesa e até perda. Fica nítido, então, o caráter temporário que a classificação dos gastos pode ter; sendo importante que as operações iniciais sejam entendidas e escrituradas seguindo as normas e princípios da contabilidade, pois uma distorção por algum erro que inicialmente afeta o balanço patrimonial, pode afetar posteriormente a apuração de resultado e outras informações contábeis.

O custo de aquisição é parte desse processo inicial de mensuração, de acordo com o pronunciamento técnico CPC-16 (R1), emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), o custo de aquisição dos estoques compreende o preço de compra acrescido de impostos e tributos não recuperáveis junto ao fisco, bem como os custos de transporte, manuseio e outros que possam ser diretamente atribuídos; devendo ser subtraídos dessa mensuração os descontos comerciais, abatimentos e os impostos recuperáveis junto ao fisco, assim como itens semelhantes a estes.

Partindo do conceito amplo de gasto, torna-se possível o entendimento dos demais conceitos e terminologias relacionados, tais como investimento, custo, despesa, perda e desperdício.

Segundo Santos (2005), são classificados como investimentos os bens e serviços adquiridos e registrados no ativo, para baixa posterior em função de venda, amortização, consumo, desaparecimento, perecimento ou desvalorização.

Para Martins (2010), custo é classificado como um gasto que está vinculado diretamente a disponibilidade do bem ou serviço oferecido pela empresa. No caso de uma indústria, por exemplo, o gasto realizado na aquisição do insumo, constituído em estoque, torna-se parte

integrante do custo do produto no momento e na proporção de sua utilização do processo produtivo.

A despesa, seguindo as definições de Martins (2010), refere-se como o gasto realizado voluntariamente pela empresa com o objetivo de obter receita, seja de forma direta ou indireta. Difere-se do custo de produção pela sua característica de ser considerado um gasto não ocorrido no ambiente fabril, mas que são necessários para o funcionamento da organização.

O conceito de perda abrange, segundo Wernke (2005), as ocorrências fortuitas, ocasionais, indesejadas ou involuntárias no ambiente operacional, são gastos que não trazem retorno positivo para a empresa. Quando a “perda” é prevista e inevitável na produção, a ocorrência passa a ser classificada como custo, por definição.

Wernke (2005) aborda também a caracterização do desperdício, que são os gastos relacionados com atividades que não agregam valor sob a ótica do cliente, que implicam o despendido de recursos desnecessários aos produtos (ou serviços). Podem ser considerados desperdícios, por exemplo, a capacidade produtiva instalada não utilizada, ou ociosa.

2.2 CLASSIFICAÇÃO COMPORTAMENTAL DOS GASTOS

Com a explanação dos conceitos e terminologias de custos, devem ser conhecidas também as classificações. Wernke (2005, p. 7) traz no Quadro 1 as principais formas de segregar os custos, que facilitam a aplicação de ferramentas gerenciais de análise de custos e preços.

Ressaltando que os custos são definidos com relação ao volume quanto a um objeto de custo específico, observado um dado período de tempo e o impacto que o nível de volume tem sobre o comportamento de custo (HORNGREN; DATAR; FOSTER, 2004).

Quadro 1 – Classificação comportamental dos gastos

Classificação	
Variáveis	Fixos
São os gastos cujo total do período é proporcional ao volume de produção. Ou seja, tem sua variação total vinculada à quantidade produzida.	São aqueles cujos valores totais tendem a permanecer constantes, ou fixos, mesmo havendo variação no nível da produção.

Fonte: Adaptado de Wernke (2005, p. 7).

Além dos padrões mencionados de comportamento de custos quanto ao volume, segundo Horngren, Foster e Datar (2004), observa-se o padrão denominado de custo misto ou semivariável, que contém componentes do custo fixo e do custo variável. Nesse sentido, Martins (2010) descreve que os custos semivariáveis variam em função do volume de produção, mas não obedecem exatamente às mesmas proporções. Este padrão de comportamento possui uma parcela fixa, a partir da qual passam a ser variáveis (SANTOS, 2005).

Já os custos semifixos, segundo Wernke (2005), são aqueles que têm valor total constante até certo volume de produção. Após superar esse nível de atividade há uma modificação do valor total naquele período, que se mantém até que outro patamar de atividade seja alcançado. Sendo esse um comportamento de custos por degrau, segundo Garrison, Noreen e Brewer (2013), mantendo-se fixo dentro da faixa relevante, uma faixa de volume normal de atividade em que há um relacionamento entre o nível de atividade ou volume e o custo em questão (HORNGREN; DATAR; FOSTER, 2004). O período em que os custos estão fixos pode ser tão longo que esses custos devem ser considerados fixos dentro do intervalo relevante (GARRISON; NOREEN; BREWER, 2013).

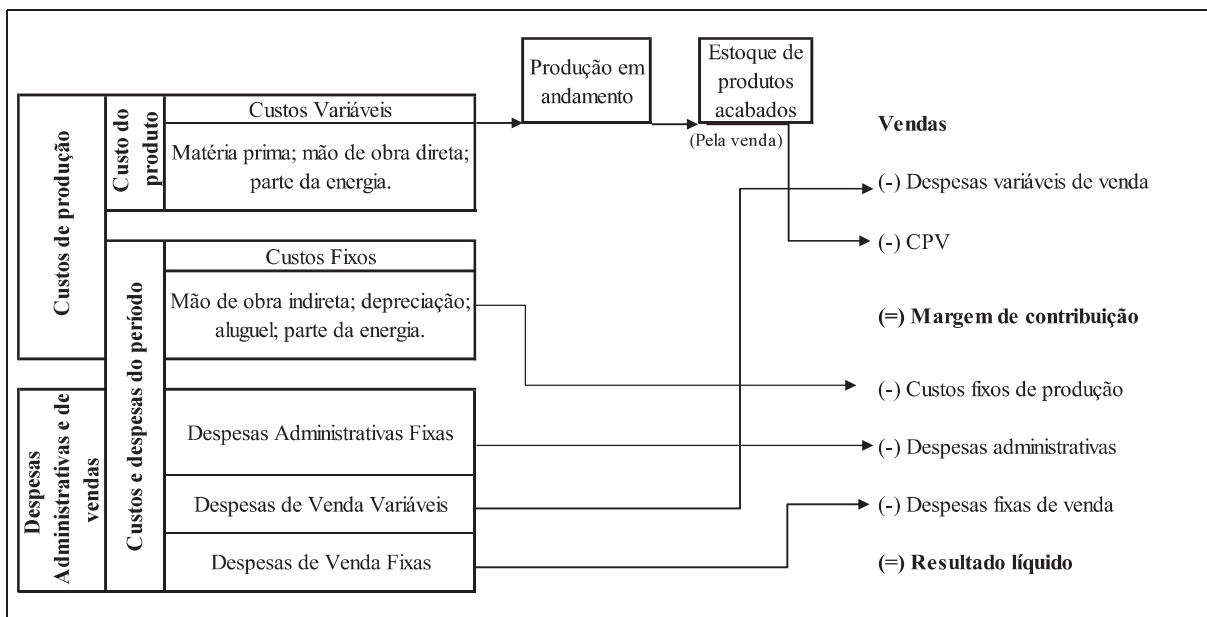
2.3 MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL

No método de custeio variável, também conhecido como custeio direto, são apropriados aos produtos exclusivamente os custos e despesas variáveis, diretamente atribuídos sem que haja utilização de critério de rateio. Neste método, os custos fixos são destacados e considerados como despesa do período para fins de apuração do resultado do período.

Conforme Martins (2010), a apropriação dos custos fixos através de critérios de rateio, geralmente com níveis elevados de arbitrariedade, não tem utilidade expressiva para fins gerenciais, pois parte de sua própria natureza a característica de ser independente do nível produção (dentro de certos limites). Sendo assim, o custeio variável é um método alternativo ao custeio por absorção, destacando-se por considerar o desempenho das vendas de cada produto no contexto de global do resultado.

Segundo Crepaldi (2012), a aplicação do custeio variável impede que aumentos de produção que não correspondam a aumentos de vendas distorçam o resultado, por não incorporar aos estoques os custos fixos, sendo possível realizar comparações em bases unitárias sem restrições quanto ao volume.

Figura 1 – Fluxo de custos e despesas na apuração do resultado pelo custeio variável:



Fonte: Adaptado de Crepaldi (2012, p. 141).

Como fonte de informação para o processo de tomada de decisão, o método de custeio variável é mais recomendado, pois utilizar rateio dos custos fixos ou indiretos pode ocasionar em distorções nos resultados e consequentemente induzir os gestores a tomarem decisões erradas com relação a produção (BRUNI; FAMÁ, 2010).

Vale lembrar que este método não é utilizado para fins de demonstrações para usuários externos, como também não é válido na legislação tributária para fins de avaliação de estoques, pois contrariam a Competência e a Confrontação. Para estes fins é utilizado o método de custeio por absorção (WENRKE, 2005; MARTINS, 2010).

2.4 ANÁLISE DE CUSTO-VOLUME-LUCRO

A análise da relação custo-volume-lucro (CVL) é uma ferramenta gerencial da área de custos que possibilita a previsão, no resultado do período ou projetado, do impacto de alterações ocorridas no volume de vendas, nos preços e nos custos e despesas (WERNKE, 2005).

Com a aplicação dessa ferramenta, é possível conhecer alternativas para aumentar o desempenho econômico das atividades desenvolvidas, tornando-se relevante para o auxílio dos gestores na tomada de decisão (TRIZOTO, *et al.*, 2016). Vale destacar que o processo decisório é visto como uma função básica para os gestores, que diariamente deparam-se com diversas questões que precisam ser analisadas para uma escolha mais precisa e favorável para a organização (GARRISON; NOREEN; BREWER, 2013).

Seguindo a aplicação matemática proposta por Garrison, Noreen e Brewer (2013), a relação de custo-volume-lucro pode ser expressa através da Equação 1:

$$\text{Lucro} = (PVu - CDVu) \times Q - CDF \text{ total} \quad (1)$$

Onde: PVu = Preço de Venda por unidade

CDVu = somatório de custos e despesas variáveis por unidade

Q = Quantidade vendida

CDF total = somatório de custos e despesas fixos

A referida Equação 1 é apenas uma das representações possíveis, que já contempla as variáveis pertinentes para uma análise inicial da relação de custo-volume-lucro. Porém, para entender melhor a análise CVL como ferramenta gerencial, faz-se necessária a abordagem de mais conceitos diretamente relacionados como: margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança.

2.4.1 Margem de Contribuição

Consonante aos princípios do custeio variável, para o cálculo da margem de contribuição são atribuídos aos produtos apenas os gastos que cada unidade provocou, não atribuindo-lhes nenhuma parcela dos custos fixos, sendo estes independentes (MARTINS, 2010).

Segundo Santos (2017), a margem de contribuição unitária é a diferença entre o preço de venda e o custo marginal, custo esse podendo ser entendido como custos e despesas variáveis por unidade. Esse conceito também pode ser visto como a contribuição de cada unidade comercializada à cobertura dos custos e despesas fixos e, posteriormente, à geração de lucro do período (WERNKE, 2005; MARTINS, 2010; MEGLIORINI, 2012).

Visto as definições da margem de contribuição unitária, podemos chegar na Equação 2, que demonstra o cálculo da MCu, apresentada a seguir:

$$MCu = PVu - CDVu \quad (2)$$

O cálculo da margem de contribuição tem a capacidade de tornar mais facilmente visível a potencialidade de cada produto, mostrando a contribuição de cada produto na amortização dos gastos fixos e geração de lucro da empresa (MARTINS, 2010). Além disso, torna visível os casos de margem de contribuição negativa, onde o preço de venda é inferior a seus custos e despesas variáveis; margem essa que deve ser revista ou, por razões comerciais ou estratégicas, suportada (MEGLIORINI, 2012).

A equação da MCu pode ser vista também como meio de simplificação da Equação 1, conforme demonstrado na Equação 3, com os termos já conhecidos, com base na proposta matemática de Garrison, Noreen e Brewer (2013):

$$Lucro = (MCu) \times Q - CDF \text{ total} \quad (3)$$

2.4.2 Ponto de Equilíbrio

Algumas ferramentas gerenciais são consideradas indispensáveis para a tomada de decisão, destaca-se aqui a análise do ponto de equilíbrio (SANTOS, 2017). Esse instrumento que gera interesse em administradores, principalmente por agregar informações que auxiliam a evitar prejuízos, é definido como o nível de produtos vendidos em que as receitas totais e os custos totais se igualam, resultando em lucro zero (HORNGREN; FOSTER; DATAR, 2004; GARRISON; NOREEN; BREWER, 2013).

Através da análise dos gastos variáveis e fixos é possível obter o ponto de equilíbrio contábil, ou seja, representação do volume de vendas necessário para produzir um lucro nulo (BRUNI; FAMÁ, 2010). Nesse sentido, o PEC indica o valor e a quantidade de vendas mínimos para que não alcance lucro ou prejuízo contábil.

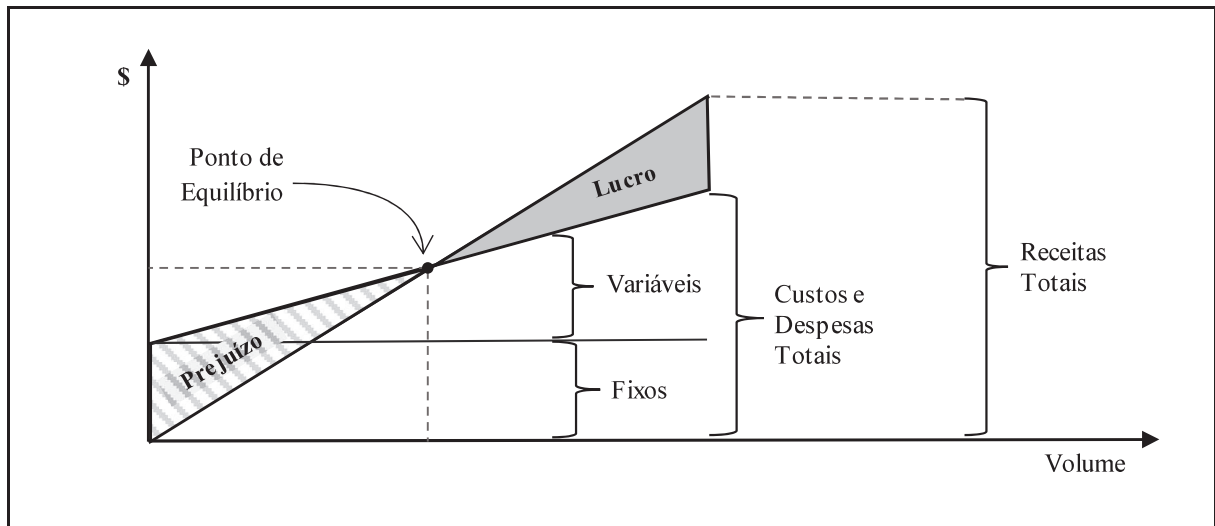
Segundo Wernke (2005, p.121), o Ponto de Equilíbrio Contábil pode ser calculado através das Equações 4 e 5, em unidade e em valor, respectivamente:

$$PECu = \frac{CDF \text{ total}}{MCu} \quad (4) \quad \text{ou} \quad PEC\$ = \frac{CDF \text{ total}}{MC\%} \quad (5)$$

$$\text{Onde: } MC\% = \frac{MCu}{PVu}$$

No gráfico 1, observa-se o comportamento das variáveis contidas no cálculo do ponto de equilíbrio, evidenciando o conceito do ponto de equilíbrio como sendo o nível de vendas onde os custos e despesas totais se igualam às receitas (MARTINS, 2010).

Gráfico 1 – Ponto de Equilíbrio



Fonte: Martins (2010, p. 258).

Quando a análise se estende para um conjunto de produtos, onde é possível e comum haverem diferentes preços e custos atribuídos, a literatura prevê adaptações técnicas no cálculo do ponto de equilíbrio através de ponderações entre os produtos com volumes, preços e margens divergentes.

Segundo Bruni e Famá (2010), na ocasião de múltiplos produtos, a expressão matemática do ponto de equilíbrio em unidades deixa de ser relevante, por não garantir que sua aplicação atingirá o seu propósito. Então, os autores demonstram que a melhor forma de expressar o ponto de equilíbrio, nesse caso, seria pela receita total de vendas, através da Equação 6:

$$PEC\$ = \frac{CDF\ total}{Margem\ de\ contribuição\ média\ unitária} \quad (6)$$

Na Equação 9, descrita por Bruni e Famá (2010), a margem de contribuição média unitária é obtida através da multiplicação das margens individuais de cada produto pela sua participação percentual nas vendas e depois somar os resultados.

Conforme Santos (2017), apesar da aparente arbitrariedade no uso das participações relativas de cada produto com base nas vendas previstas, a análise pode ser útil para o planejamento das vendas e dos lucros. Vale lembrar que, segundo o autor Megliorini (2012), outras formas de cálculo são válidas desde que a igualdade entre a margem de contribuição total e os gastos fixos totais seja mantida, para alcançar a informação do ponto de equilíbrio.

2.4.3 Margem de Segurança Operacional

A margem de segurança é a parcela das vendas que ultrapassa o ponto de equilíbrio, representando o quanto a organização tem de possibilidade de redução nas vendas até que o resultado nulo seja alcançado (WERNKE, 2005).

Concordante a isso, Megliorini (2012) destaca que a MSO corresponde à quantidade de produtos ou de receitas operadas acima do ponto de equilíbrio. Podendo ser representada, em quantidades, através da Equação 10:

$$MSO = \frac{\text{Volume de unidades vendidas}}{\text{Quantidade no ponto de equilíbrio}} \quad (7)$$

Logo, destaca-se a relevância da informação proporcionada pelo cálculo da margem de segurança, pois, apesar de simples, identifica o desempenho em vendas da empresa e a distância desse nível de vendas para o do ponto de equilíbrio, podendo auxiliar os gestores a identificar a proximidade de um resultado negativo.

2.5 PROCESSO DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

No contexto de negociação de produtos em um mercado onde há concorrência, precificar pode ser um desafio para as empresas, pois, segundo Wernke (2005), trata-se de questão fundamental para a manutenção e crescimento destas organizações.

Para Bruni e Famá (2010), do processo de formação de preços são destacados alguns objetivos principais, como: proporcionar o maior lucro possível a longo prazo; permitir a maximização lucrativa da participação de mercado; maximizar a capacidade produtiva, evitando ociosidade e desperdícios operacionais; e maximizar o capital empregado para perpetuar o negócio de modo sustentável.

A empresa estando exposta aos fatores externos de mercado, os fatores internos tendem a pesar menos na determinação do preço de venda, conforme Wernke (2005), que acrescenta a importância de identificar a rentabilidade obtida com a tabela de preços vigente (geralmente já aceitos pelo mercado consumidor), para então decidir sobre a necessidade de realizar alterações no preço, para mais ou para menos.

Para Martins (2010), sem dúvidas é necessário conhecer o custo do produto, porém essa informação não é suficiente sozinha, devendo considerar os aspectos externos em que a empresa está inserida, como o grau de elasticidade da demanda, a concorrência, produtos substitutos, estratégia de marketing. Dito isso, segundo o autor, o importante é que o sistema de custos produza informações úteis e consistentes, particularmente quanto a precificação.

Para Martins (2010), o *Markup* é o método de precificação em que o cálculo é realizado de dentro para fora, ou seja, com base nos custos apurados conforme um dos métodos de custeio, sob o qual será agregado uma margem.

Conforme Garrison, Noreen, Brewer (2013), a decisão quanto ao preço pode ser fundamental, sendo comum no mercado a aplicação de uma margem, ou *mark-up*, ao custo de um produto ou serviço, sendo esta abordagem denominada *cost-plus*. Consoante a isso, Wernke (2005) define o *mark-up*, como o fator aplicado sobre o custo de um bem ou serviço para precificação, podendo ser inseridos todos os fatores que se deseja cobrar no preço, como tributos incidentes sobre venda, comissões e a margem de lucro desejada.

Para Bruni e Famá (2010), existem duas maneiras de se calcular o *mark-up*, sendo elas através das fórmulas do *mark-up* multiplicador e do *mark-up* divisor, expressas a seguir respectivamente na Equação 11 e Equação 12:

$$\textit{Markup} = \frac{PV}{\textit{Custo Variável}} \quad \text{Ou} \quad \textit{Markup} = \frac{1}{[1 - \textit{Soma das taxas percentuais}]} \quad (8)$$

$$\textit{Markup} = \frac{\textit{Custo variável}}{PV} \quad \text{Ou} \quad \textit{Markup} = 1 - \textit{Soma das taxas} \quad (9)$$

No caso, conforme Bruni e Famá (2010), a equação do *Mark-up* multiplicador Equação (11) recebe essa denominação por representar o quanto devem ser multiplicados os custos para se obter o preço de venda a praticar, sendo a Equação 12 denominada de *Markup* divisor por representar por quanto os custos devem ser divididos.

2.6 ESTUDOS ANTERIORES

Lima e Santos (2020) tiveram como objetivo verificar a aplicação da Análise de Custo-Volume-Lucro em uma microempresa de confecções na cidade de Maceió/AL no período de novembro de 2019 a maio de 2020, utilizando-se das técnicas de margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança. O estudo classifica-se como descritivo, com abordagem qualitativa e o método estudo de caso. Em relação aos resultados, foi possível obter, para cada produto, a margem de contribuição unitária e total, ponto de equilíbrio e a margem de segurança. Ainda, de acordo com os dados levantados para aplicar a Análise Custo-Volume-Lucro, foi mostrada a demonstração do resultado do exercício mensal, evidenciando os volumes mínimos de venda e de margem de contribuição totais necessários para a cobertura de todos os gastos fixos mensais.

A pesquisa de Chagastelles (2017) teve como objetivo apresentar uma metodologia para o auxílio na gestão de custos e no processo de formação de preços de uma empresa varejista, do setor de vestuário, situada no estado do Rio de Janeiro. Para a criação desta, foram levantados faturamento e volume de vendas da empresa nos últimos 4 anos, para melhor entendimento do cenário atual da empresa, além do levantamento de todos os custos da empresa relativos ao período do mês de junho de 2017, e por meio de técnicas de custeio direto e custeio por absorção, a metodologia foi proposta. O resultado apresentando pela metodologia traz um aumento de 22,9% no lucro líquido da empresa quando comparado com o planejamento inicial de precificação empresa para o período de junho de 2017.

Drews (2017) buscou verificar como as empresas dos diferentes segmentos do comércio varejista de Ijuí-RS precificam seus produtos e quais são as estratégias que utilizam para se posicionar no mercado, a partir de uma pesquisa de campo realizada em 25 empresas do comércio varejista de Ijuí, nos ramos de Calçados, Confecções, Postos de Combustíveis, Óticas e Materiais de Construção. A metodologia caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, quantitativa, descritiva, a partir de uma pesquisa de campo, por intermédio de entrevista, onde as perguntas relacionadas à base de dados do estudo, seguiram uma escala *Likert*, medindo a importância de cada fator em relação a questão em destaque. Os resultados da pesquisa apresentam os fatores de relevância para as empresas quanto as estratégias de precificação como o comércio eletrônico, o qual é considerado pelas empresas como um fator de pouca importância para a formação do preço de venda de seus produtos. Constatou-se que diferentes são os níveis de importância que cada ramo de atuação deposita nos diversos fatores de

estratégias de precificações, assim como a relação que possuem quanto às estratégias de marketing praticadas no mercado, gerando assim os diferenciais neste mercado tão competitivo.

No estudo de caso feito por Pandini *et al.* (2016) foram estudados os custos e formação de preço de venda para uma vinícola localizada no estado de Santa Catarina. Com caráter descritivo e abordagem qualitativa, caracterizado como estudo de caso realizado mediante pesquisa documental e entrevista, concluiu-se que o preço praticado pela empresa não era o suficiente para cobrir seus custos e despesas e proporcionar lucro devido ao alto percentual de custos e despesas fixas da empresa, pois os proprietários da vinícola não consideram a depreciação na formação do seu preço. Logo, constatou-se que empresa apresentou prejuízo contábil no ano de 2015. Como todo estudo, foi encontrado algumas limitações, como dificuldades na obtenção das informações sobre a produção, pois a entidade não apresentava registros e controles específicos, somente relatórios de caixa.

3 METODOLOGIA

3.1 ESTRATÉGIA DE PESQUISA

Com o intuito de atender os objetivos propostos no trabalho e alcançar respostas aos problemas questionados, foi utilizado o método de Pesquisa-Ação (PA), onde, segundo Thiollent (2009), seria um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e participantes, representativos da situação ou do problema, estão envolvidos de modo cooperativo ou participativos.

Através do método de PA, decorreu à pesquisa da temática através da visualização dos gastos vivenciados pela empresa, que aconteceu durante a fase exploratória do trabalho (primeira etapa). Durante essa etapa, foram feitas as coletas, tanto de dados quanto de informações importantes por meio de entrevista pessoalmente na empresa participante, com os dados sendo coletados através de uma ficha de custos adaptada da pesquisa de Alves (2022).

Na fase analítica, segunda etapa, deu-se início ao tratamento e análise dos dados coletados através de planilhas de Excel, montadas de forma técnica e seguindo os conceitos explorados no levantamento bibliográfico. Por fim, tem-se a terceira fase, que é o momento em que houve a avaliação dos dados coletados e da análise feita considerando as observações complementadas pela proprietária entrevistada e a conclusão que foi obtida para melhorar o desempenho da empresa.

3.2 CONTEXTO E PROPÓSITO DA PESQUISA

O trabalho originou-se a partir da pesquisa de um projeto de extensão de Pessoa *et al.* (2022), que teve por objeto a análise Custo-Volume-Lucro na Gestão dos Custos de uma Empresa do Setor de Panificação. Diante desse trabalho, houve a iniciativa de buscar entender as problemáticas enfrentadas por uma empresa do comércio no ramo de bares e restaurantes, e como as ferramentas de gestão de custos e precificação podem contribuir no desenvolvimento de análises técnicas para superar uma fase de crise. Assim, como exposto no tópico anterior, procedeu-se à utilização do método de Pesquisa-Ação (PA), onde foi o meio mais fácil de conseguir informações reais e significativas.

4 ANALISE DOS DADOS E RESULTADOS

A empresa objeto do estudo de caso será, neste capítulo, apresentada quanto ao seu histórico, produtos comercializados, modelo de tributação enquadrado, assim como no tocante aos métodos utilizados atualmente para análise de custos e precificação.

Em seguida, haverá a exposição dos dados coletados da empresa, com a presença das análises pertinentes para o alcance dos objetivos da pesquisa, no que tange a aplicação da gestão de custos e precificação de maneira prática. Finalizando, dessa forma, com a apresentação dos resultados obtidos pela pesquisa, com a demonstração do potencial impacto de sua aplicação no desempenho da empresa.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA EMPRESA

O estudo foi realizado sobre uma empresa que comercializa sua produção de Esfihas, comida originária da cultura árabe, em um restaurante comercial de pequeno porte situado na cidade Maceió, em Alagoas. No estabelecimento, há a infraestrutura da cozinha, onde acontece a preparação dos produtos, assim como a área de salão, onde são recebidos os clientes, para consumo no local ou retirada.

A empresária iniciou as operações do estabelecimento no início do ano 2022, em janeiro, sob o regime tributário Simples Nacional, aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123/2006, na qualidade de empresária individual.

Além da venda de sua produção, são comercializados também produtos adquiridos para revenda, que são essencialmente bebidas, como sucos e refrigerantes. Porém, foram escolhidos para a aplicação do estudo apenas os produtos em que a produção acontece no estabelecimento da empresa, pelo impacto e relevância nos resultados da empresa e do presente trabalho.

A preparação dos alimentos comercializados é integralmente feita no próprio estabelecimento, com produção diária de acordo com a demanda. Sendo assim, seu nível de produção acompanha o nível de vendas, não havendo estoque de produtos acabados de um período para o outro.

Atualmente, o negócio não dispõe de assessoria contábil, realizando apenas o controle de gastos e receitas por conta própria, através de planilhas e sistema informatizado contratado pra registrar as vendas e gerar relatórios básicos quanto ao volume e o preço dos produtos.

A empresa, que será denominada a partir de agora de *Esfiharia*, produz e comercializa atualmente 17 variações de sabores do mesmo produto (Esfiha), conforme Quadro 2:

Quadro 2 – Relação de produtos comercializados

Nº	Descrição do produto
1	ESFIHA DE CARNE
2	ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY
3	ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO
4	ESFIHA DE MISTO
5	ESFIHA DE 2 QUEIJOS
6	ESFIHA DE PIZZA
7	ESFIHA DE CARNE DE SOL
8	ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA
9	ESFIHA DE ATUM
10	ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO
11	ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY
12	ESFIHA TUBINADA
13	ESFIHA ROMEU E JULIETA
14	ESFIHA CARTOLA
15	ESFIHA BRIGADEIRO
16	ESFIHA CHOCOLATE DUO
17	ESFIHA BISCOITO

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Para a gestão de custos, foi realizado pela empresária um levantamento inicial do somatório dos custos de matéria prima de cada unidade de produto preparado no estabelecimento, cujo resultado foi implantado no sistema informatizado, porém sem atualização periódica dos valores apurados.

Conforme a proprietária do negócio, a gestão de preços é feita com base na percepção da variação dos preços dos principais insumos utilizados na produção dos alimentos comercializados, realizando ajustes pontuais conforme a necessidade, sem que haja a aplicação de técnica específica para essa definição.

Partindo do contexto histórico da empresa *Esfirreria*, a partir do próximo tópico serão expostos e analisados os dados extraídos durante a pesquisa, acompanhado da aplicação dos cálculos e técnicas já abordados.

O período utilizado como referência para a aplicação do estudo foi o mês de agosto de 2022, mês anterior ao da coleta de dados, que, segundo a empresária, o faturamento no período reflete o volume e proporção de vendas normal do mix de produtos.

Objetivando analisar as informações pertinentes da relação custo-volume-lucro, serão apresentadas as informações de volume, preço de venda e faturamento, conforme a Tabela 1, possibilitando os cálculos que posteriormente serão realizados quanto aos indicadores de Ponto de Equilíbrio Contábil, Margem de Segurança Operacional, assim como a aplicação de um método de precificação orientativo, no caso o *Markup*, finalizando com a Demonstração do Resultado na configuração atual e na tabela de preços calculada.

Tabela 1 – Faturamento e volume do período

Nº	Descrição do produto	Faturamento	Quant.	PVu
1	ESFIHA DE CARNE	R\$ 480,00	60	R\$ 8,00
2	ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY	R\$ 1.120,00	140	R\$ 8,00
3	ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	R\$ 1.272,00	159	R\$ 8,00
4	ESFIHA DE MISTO	R\$ 200,00	25	R\$ 8,00
5	ESFIHA DE 2 QUEIJOS	R\$ 352,00	44	R\$ 8,00
6	ESFIHA DE PIZZA	R\$ 368,00	46	R\$ 8,00
7	ESFIHA DE CARNE DE SOL	R\$ 740,00	74	R\$ 10,00
8	ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA	R\$ 400,00	40	R\$ 10,00
9	ESFIHA DE ATUM	R\$ 100,00	10	R\$ 10,00
10	ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO	R\$ 60,00	6	R\$ 10,00
11	ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY	R\$ 170,00	17	R\$ 10,00
12	ESFIHA TUBINADA	R\$ 588,00	42	R\$ 14,00
13	ESFIHA ROMEU E JULIETA	R\$ 36,00	4	R\$ 9,00
14	ESFIHA CARTOLA	R\$ 54,00	6	R\$ 9,00
15	ESFIHA BRIGADEIRO	R\$ 189,00	21	R\$ 9,00
16	ESFIHA CHOCOLATE DUO	R\$ 144,00	16	R\$ 9,00
17	ESFIHA BISCOITO	R\$ 144,00	16	R\$ 9,00
		R\$ 6.417,00	726	

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

A classificação dos gastos é parte fundamental para o desenvolvimento da análise de custos e precificação, pois conhecer esses valores de forma analítica possibilita a aplicação dos cálculos e demonstrações contábeis. Dessa forma, através da entrevista com a proprietária foram disponibilizados os gastos mensais da operação.

Após realizada a coleta, conforme o Quadro 3, os dados foram classificados quanto ao tipo de gasto (investimento, custo, despesa, perda e desperdício), quanto ao volume produzido (fixo ou variável) e quanto à facilidade de identificação ao produto (direto ou indireto).

Quadro 3 – Custos e despesas do período

Descrição do gasto	Tipo do Gasto	Natureza	Valor
Matéria prima	Custo	Variável	R\$ 2.175,57
Embalagem para cliente	Despesa	Variável	R\$ 448,56
Porções de molho	Despesa	Variável	R\$ 379,81
Energia elétrica	Custo	Fixo	R\$ 290,00
FGTS	Custo	Fixo	R\$ 96,96
INSS	Custo	Fixo	R\$ 36,36
Gás da produção	Custo	Fixo	R\$ 345,00
Salário Cozinheira	Custo	Fixo	R\$ 1.212,00
Entrega de produtos	Despesa	Fixa	R\$ 880,00
Internet	Despesa	Fixa	R\$ 60,00
Pró-labore	Despesa	Fixa	R\$ 0,00
Segurança patrimonial	Despesa	Fixa	R\$ 40,00
Simples Nacional – MEI	Despesa	Fixa	R\$ 56,00
Software de vendas	Despesa	Fixa	R\$ 130,00

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

As classificações constantes do Quadro 3 foram determinadas conforme as definições abordadas anteriormente no referencial teórico.

A despesa com a entrega de produtos não está classificada como variável, pois o prestador do serviço é contratado por diária, independente do volume. Além disso, o consumo de gás no preparo dos produtos não pôde ser mensurado de forma confiável quanto ao volume produzido, por isso o gasto foi classificado como custo fixo.

O gasto com pró-labore ainda não é uma realidade na empresa, pois, segundo a empresária, ainda não há recursos suficientes para que haja o compromisso com o pagamento dessa remuneração, sendo esse um objetivo estabelecido pela mesma, com a meta de remuneração futura de valor entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.000,00.

Dos gastos relacionados na Quadro 3, destacam-se os maiores, que são o custo de matéria prima (R\$ 2.175,57), o custo de salário da cozinheira (R\$ 1.212,00) e a despesa de entrega de produtos (R\$ 880,00).

Como o único gasto classificado como custo variável foi a matéria prima, utilizada diretamente na preparação dos produtos, a Tabela 2 evidencia o valor da MP por unidade, o percentual de MP no preço de venda e o valor total gasto.

Tabela 2 – Custos Variáveis por produto

Descrição do produto	PVu	CVu	CVu%	Quant.	CV total
ESFIHA DE ATUM	R\$ 10,00	R\$ 6,23	62,29%	<u>10</u>	R\$ 62,29
ESFIHA DE CARNE DE SOL	R\$ 10,00	R\$ 4,70	46,96%	<u>74</u>	R\$ 347,49
ESFIHA BISCOITO	R\$ 9,00	R\$ 4,04	44,85%	<u>16</u>	R\$ 64,58
ESFIHA DE CARNE	R\$ 8,00	R\$ 3,04	37,95%	<u>60</u>	R\$ 182,17
ESFIHA DE 2 QUEIJOS	R\$ 8,00	R\$ 2,96	36,98%	<u>44</u>	R\$ 130,18
ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA	R\$ 10,00	R\$ 3,58	35,78%	<u>40</u>	R\$ 143,11
ESFIHA CARTOLA	R\$ 9,00	R\$ 3,20	35,53%	<u>6</u>	R\$ 19,19
ESFIHA DE MISTO	R\$ 8,00	R\$ 2,68	33,53%	<u>25</u>	R\$ 67,06
ESFIHA ROMEU E JULIETA	R\$ 9,00	R\$ 2,99	33,20%	<u>4</u>	R\$ 11,95
ESFIHA DE PIZZA	R\$ 8,00	R\$ 2,55	31,83%	<u>46</u>	R\$ 117,13
ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY	R\$ 8,00	R\$ 2,47	30,87%	<u>140</u>	R\$ 345,76
ESFIHA CHOCOLATE DUO	R\$ 9,00	R\$ 2,70	30,01%	<u>16</u>	R\$ 43,21
ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO	R\$ 10,00	R\$ 2,99	29,86%	<u>6</u>	R\$ 17,91
ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	R\$ 8,00	R\$ 2,38	29,72%	<u>159</u>	R\$ 378,06
ESFIHA BRIGADEIRO	R\$ 9,00	R\$ 2,67	29,64%	<u>21</u>	R\$ 56,02
ESFIHA TUBINADA	R\$ 14,00	R\$ 3,72	26,56%	<u>42</u>	R\$ 156,15
ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY	R\$ 10,00	R\$ 1,96	19,59%	<u>17</u>	R\$ 33,30
				726	R\$ 2.175,57

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Na Tabela 2, destacam-se negativamente os produtos Esfiha de Atum, Esfiha de Carne de Sol e Esfiha de Biscoito, por apresentar os maiores percentuais de CVu sobre o PVu, respectivamente: 62,29%, 46,96% e 44,85%.

Além disso, destacam-se positivamente os produtos Esfiha Turbinada, Esfiha Romeu e Julieta e Esfiha de Calabresa com Catupiry, por apresentarem os menores percentuais na relação de CVu por PVu, respectivamente: 26,56%, 20,23% e 19,59%.

Para evidenciar as diferenças entre os produtos, no Quadro 4, estão listados abaixo os insumos utilizados na produção de cada item, vide detalhamento de valores unitários de cada insumo no Apêndice 1, contendo as fichas de custos de cada produto.

Quadro 4 – Relação de insumos por produto

Descrição do produto	Insumos
ESFIHA DE CARNE	Carne moída, limão, cebola, tomate, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY	Frango, catupiry, tempero em tablete, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	Calabresa, queijo muçarela, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE MISTO	Presunto, queijo muçarela, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE 2 QUEIJOS	Queijo muçarela, catupiry, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE PIZZA	Presunto, queijo muçarela, molho de tomate, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE CARNE DE SOL	Carne de sol, azeite, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA	Carne moída, limão, cebola, tomate, azeitona, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE ATUM	Atum, azeitona, cebola, tomate, azeite, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO	Lombo de porco, queijo muçarela, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY	Calabresa, catupiry, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA TUBINADA	Frango, queijo muçarela, calabresa, catupiry, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA ROMEU E JULIETA	Queijo coalho, goiabada e farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA CARTOLA	Banana caramelizada, queijo coalho, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA BRIGADEIRO	Chocolate sabor brigadeiro, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA CHOCOLATE DUO	Chocolate ao leite, chocolate branco, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.
ESFIHA DE BISCOITO	Chocolate sabor biscoito, farinha de trigo, açúcar, sal, fermento, óleo e ovos.

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Utilizando o método de custeio variável, para a evidenciação dos custos unitários de cada produto, foi elaborada uma ficha de custos que detalha os insumos utilizados na produção de forma direta. Para o preenchimento da ficha de custos, foi considerada a quantidade de unidades que podem ser produzidas com cada insumo relacionado. Dessa forma, foi encontrado o valor que representa o custo variável unitário dos produtos preparados no estabelecimento.

O detalhamento da mensuração de cada produto constante na Tabela 2 está presente no Apêndice 1 do estudo, que contém as fichas de custos utilizadas, apresentadas tal como no Quadro 5, referente ao custo da esfiha de carne.

Quadro 5 – Ficha de custos da Esfiha de Carne

Descrição do insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CARNE MOIDA	16	Kg	R\$ 27,00	R\$ 1,69
LIMAO	8	Un	R\$ 0,75	R\$ 0,09
CEBOLA	8	UN	R\$ 0,50	R\$ 0,06
TOMATE	8	UN	R\$ 0,20	R\$ 0,03
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 3,04

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

São classificados como despesas variáveis os gastos relacionados às vendas, que no período totalizam R\$ 828,37. O detalhamento do montante, que representa aproximadamente 12,90% do faturamento, está exposto no Quadro 6.

Quadro 6 – Relação de despesas variáveis

Descrição do gasto	DVu	DV total
Embalagem para cliente	R\$ 0,6179	R\$ 448,56
Porções de molho	R\$ 0,5232	R\$ 379,81
Total	R\$ 1,1410	R\$ 828,37

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

No Quadro 6, os materiais de embalagem para cliente são os de transporte e apresentação para o consumo, tais como o papel de embrulho, etiqueta e sacolas para transporte, sendo classificados como despesa variável. Constam também os outros materiais empregados para acompanhar a venda e entrega ao cliente, que são diretamente atribuídos, como os molhos individualizados que acompanham cada produto.

O valor total dos custos fixos corresponde a R\$ 1.980,32, integrado por 5 gastos mensais que estão ligados a atividade principal da empresa, conforme Quadro 7. Parte expressiva dos custos fixos está alocada na contratação da única empregada, que, quando somadas as parcelas de recolhimento do FGTS e INSS, representam 67,93% do total.

Quadro 7 – Relação de custos fixos

Descrição	Valor
Salário cozinheira	R\$ 1.212,00
Gás da produção	R\$ 345,00
Energia elétrica	R\$ 290,00
FGTS	R\$ 96,96
INSS	R\$ 36,36
Total	R\$ 1.980,32

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

A remuneração da cozinheira é feita no valor do salário mínimo, gerando a obrigação do recolhimento do INSS patronal na alíquota de 3%, no valor de R\$ 36,36. A contribuição previdenciária é recolhida de forma simplificada através da guia do Simples Nacional DAS-MEI (Documento de Arrecadação do Simples Nacional do Microempreendedor Individual), porém o gasto foi segregado para a sua devida classificação como custo fixo. Pois, difere da parcela do Simples Nacional correspondente aos impostos unificados do MEI, que foi classificada como despesa fixa.

A energia elétrica descrita corresponde à média consumida na cozinha e no salão do restaurante. Já o gás de cozinha é consumido na produção das Esfihas, seguindo uma faixa de utilização média de 1 botijão a cada 10 dias, adquirido pelo valor de R\$115,00 a unidade.

Já as despesas fixas totalizam R\$ 1.166,00, segregadas em gastos com a entrega dos produtos, mensalidade do software usado para registrar e emitir comprovante de cada venda, mensalidade do provedor de internet, parcela mensal dos impostos contidos na guia do Simples Nacional – MEI e o valor referente a segurança patrimonial, conforme Quadro 8:

Quadro 8 – Relação de despesas fixas

Descrição	Valor
Entrega de produtos	R\$ 880,00
Software de vendas	R\$ 130,00
Internet	R\$ 60,00
Simples Nacional - MEI	R\$ 56,00
Segurança Patrimonial	R\$ 40,00
Pró-labore	R\$ 0,00
Total	R\$ 1.166,00

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

A entrega de produtos aos clientes é uma despesa com o transporte das vendas, realizada através do pagamento de diárias ao prestador de serviços, sem remuneração variável. Dessa forma, classificado como despesa fixa, por não sofrer variação conforme alteração no volume.

A empresa, por ser classificada como Micro Empreendedor Individual (MEI), possui um valor fixo de R\$56,00 a título do recolhimento simplificado dos impostos. Justamente pelo benefício do recolhimento do imposto fixo e simplificado, que não sofre alteração dentro de certo nível de volume, o gasto foi classificado como despesa fixa.

4.2 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Utilizando os dados detalhados da operação e dos produtos, torna-se possível a aplicação do método de precificação com base nos custos. Para o cálculo, será utilizado o *markup* multiplicador, que consiste em utilizar os percentuais envolvidos na operação, inclusive o lucro esperado, para a aplicação da fórmula já descrita no referencial teórico, multiplicando o índice pelos valores dos custos apurados de cada produto.

A obtenção do valor dos custos e despesas fixas por unidade, foi feita através do rateio com base na mesma proporção dos gastos variáveis, considerando a demanda do período estudado, o que pode gerar distorções na análise de períodos futuros com demanda diferente.

Para isso, foi utilizada a única taxa de 22% de lucro meta, definida pela empresária, por buscar um percentual que proporcione uma remuneração de mínima para a continuidade do negócio. A demonstração do cálculo do *Markup* multiplicador está na Equação 10:

$$Markup = \frac{1}{[1-0,22]} = 1,2820 \quad (10)$$

A tabela 3 demonstra o cálculo dos preços orientativos, relacionando os gastos unitários e o fator multiplicador do *markup*, onde o produto desses valores gera o preço através do método de precificação *Markup*.

Tabela 3 – Aplicação do método de precificação Markup

Descrição do produto	CDVu	CDFu	Markup	PV atual	PV orientativo	Varição
ESFIRRA DE CARNE	R\$ 4,18	R\$ 4,38	1,28205	R\$ 8,00	R\$ 10,97	37,17%
ESFIRRA DE FRANGO COM CATUPIRY	R\$ 3,61	R\$ 3,79	1,28205	R\$ 8,00	R\$ 9,49	18,57%
ESFIRRA DE CALABRESA COM QUEIJO	R\$ 3,52	R\$ 3,69	1,28205	R\$ 8,00	R\$ 9,24	15,54%
ESFIRRA DE MISTO	R\$ 3,82	R\$ 4,01	1,28205	R\$ 8,00	R\$ 10,04	25,56%
ESFIRRA DE 2 QUEIJOS	R\$ 4,10	R\$ 4,30	1,28205	R\$ 8,00	R\$ 10,77	34,62%
ESFIRRA DE PIZZA	R\$ 3,69	R\$ 3,87	1,28205	R\$ 8,00	R\$ 9,69	21,08%
ESFIRRA DE CARNE DE SOL	R\$ 5,84	R\$ 6,12	1,28205	R\$ 10,00	R\$ 15,33	53,33%
ESFIRRA DE CARNE COM AZEITONA	R\$ 4,72	R\$ 4,95	1,28205	R\$ 10,00	R\$ 12,40	23,96%
ESFIRRA DE ATUM	R\$ 7,37	R\$ 7,73	1,28205	R\$ 10,00	R\$ 19,36	93,61%
ESFIRRA DE LOMBO COM QUEIJO	R\$ 4,13	R\$ 4,33	1,28205	R\$ 10,00	R\$ 10,84	8,40%
ESFIRRA DE CALABRESA COM CATUPIRY	R\$ 3,10	R\$ 3,25	1,28205	R\$ 10,00	R\$ 8,14	-18,58%
ESFIRRA TUBINADA	R\$ 4,86	R\$ 5,10	1,28205	R\$ 14,00	R\$ 12,76	-8,83%
ESFIRRA ROMEU E JULIETA	R\$ 2,96	R\$ 3,11	1,28205	R\$ 9,00	R\$ 7,78	-13,56%
ESFIRRA CARTOLA	R\$ 4,34	R\$ 4,55	1,28205	R\$ 9,00	R\$ 11,40	26,64%
ESFIRRA BRIGADEIRO	R\$ 3,81	R\$ 4,00	1,28205	R\$ 9,00	R\$ 10,00	11,16%
ESFIRRA CHOCOLATE DUO	R\$ 3,84	R\$ 4,03	1,28205	R\$ 9,00	R\$ 10,09	12,14%
ESFIRRA DE BISCOITO	R\$ 5,18	R\$ 5,43	1,28205	R\$ 9,00	R\$ 13,60	51,11%

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Na tabela 3, destacam-se negativamente os três produtos com maior variação entre o PV atual e o PV orientativo, demonstrando que os preços atuais desses itens não são compatíveis com a meta de lucro proposta, que são: a Esfiha de Atum (93,61%), a Esfiha de Carne de Sol (53,33%) e a Esfiha de Biscoito (51,11%).

Em oposto, destacam-se positivamente a Esfiha de Calabresa com Catupiry (-18,58%), a Esfiha Romeu e Julieta (-13,56%) e a Esfiha Turbinada (-8,83%), que tiveram variação negativa entre o preço de venda atual e o orientativo, significando que o preço atual já supera o orientativo calculado pelo método de *Markup*, conforme Tabela 3.

4.3 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Com a finalidade de gerar base comparativa entre os preços atuais e os preços encontrados através do método de precificação *markup*, foram elaborados os cálculos da margem de contribuição para ambos. Para o cálculo, serão utilizados todos os valores unitários dos custos e despesas variáveis já conhecidos.

4.3.1 Margem de contribuição para tabela de preços atual

Na Tabela 4, é apresentada a margem de contribuição unitária de cada produto, considerando a tabela de preços real, em valores monetários e em percentuais.

Tabela 4 – Margem de contribuição - preços atuais

Descrição do produto	PVu	CVu	DVu	MCu	Mcu (%)
ESFIHA TUBINADA	R\$ 14,00	R\$ 3,72	R\$ 1,14	R\$ 9,14	65,29%
ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY	R\$ 10,00	R\$ 1,96	R\$ 1,14	R\$ 6,90	69,00%
ESFIHA ROMEU E JULIETA	R\$ 9,00	R\$ 1,82	R\$ 1,14	R\$ 6,04	67,10%
ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO	R\$ 10,00	R\$ 2,99	R\$ 1,14	R\$ 5,87	58,73%
ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA	R\$ 10,00	R\$ 3,58	R\$ 1,14	R\$ 5,28	52,81%
ESFIHA BRIGADEIRO	R\$ 9,00	R\$ 2,67	R\$ 1,14	R\$ 5,19	57,68%
ESFIHA CHOCOLATE DUO	R\$ 9,00	R\$ 2,70	R\$ 1,14	R\$ 5,16	57,31%
ESFIHA CARTOLA	R\$ 9,00	R\$ 3,20	R\$ 1,14	R\$ 4,66	51,79%
ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	R\$ 8,00	R\$ 2,38	R\$ 1,14	R\$ 4,48	56,02%
ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY	R\$ 8,00	R\$ 2,47	R\$ 1,14	R\$ 4,39	54,87%
ESFIHA DE PIZZA	R\$ 8,00	R\$ 2,55	R\$ 1,14	R\$ 4,31	53,91%
ESFIHA DE MISTO	R\$ 8,00	R\$ 2,68	R\$ 1,14	R\$ 4,18	52,21%
ESFIHA DE CARNE DE SOL	R\$ 10,00	R\$ 4,70	R\$ 1,14	R\$ 4,16	41,63%
ESFIHA DE 2 QUEIJOS	R\$ 8,00	R\$ 2,96	R\$ 1,14	R\$ 3,90	48,76%
ESFIHA DE CARNE	R\$ 8,00	R\$ 3,04	R\$ 1,14	R\$ 3,82	47,79%
ESFIHA DE BISCOITO	R\$ 9,00	R\$ 4,04	R\$ 1,14	R\$ 3,82	42,48%
ESFIHA DE ATUM	R\$ 10,00	R\$ 6,23	R\$ 1,14	R\$ 2,63	26,30%

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Percebe-se, então, que os produtos que apresentam a maior margem de contribuição em valor e em percentual são: Esfiha Turbinada (R\$ 9,14 ou 65,29%), Esfiha de Calabresa com Catupiry (R\$ 6,90 ou 69,00%) e Esfiha Romeu e Julieta (R\$ 6,04 ou 67,10%).

É possível também destacar os produtos que possuem as menores margens de contribuição, que estão abaixo de 50%, em valor e em percentual: Esfiha de Carne de Sol (R\$ 4,16 ou 41,63%), Esfiha de 2 Queijos (R\$ 3,90 ou 48,76%), Esfiha de Biscoito (R\$ 3,82 ou 42,48%), Esfiha de Carne (R\$ 3,82 ou 47,79%) e Esfiha de Atum (R\$ 2,63 ou 26,30%).

4.3.2 Margem de contribuição para tabela de preços orientativos

Sobre os preços calculados pelo método de precificação do *Markup*, foi calculada a margem de contribuição unitária de cada produto, considerando esse cenário gerencial, conforme demonstrado na Tabela 5.

Tabela 5 – Margem de contribuição - preços orientativos

Descrição do produto	PVu	CVu	DVu	MCu	MCu (%)
ESFIHA DE ATUM	R\$ 19,36	R\$ 6,23	R\$ 1,14	R\$ 11,99	61,93%
ESFIHA DE CARNE DE SOL	R\$ 15,33	R\$ 4,70	R\$ 1,14	R\$ 9,50	61,93%
ESFIHA DE BISCOITO	R\$ 13,60	R\$ 4,04	R\$ 1,14	R\$ 8,42	61,93%
ESFIHA TUBINADA	R\$ 12,76	R\$ 3,72	R\$ 1,14	R\$ 7,91	61,93%
ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA	R\$ 12,40	R\$ 3,58	R\$ 1,14	R\$ 7,68	61,93%
ESFIHA CARTOLA	R\$ 11,40	R\$ 3,20	R\$ 1,14	R\$ 7,06	61,93%
ESFIHA DE CARNE	R\$ 10,97	R\$ 3,04	R\$ 1,14	R\$ 6,80	61,93%
ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO	R\$ 10,84	R\$ 2,99	R\$ 1,14	R\$ 6,71	61,93%
ESFIHA DE 2 QUEIJOS	R\$ 10,77	R\$ 2,96	R\$ 1,14	R\$ 6,67	61,93%
ESFIHA CHOCOLATE DUO	R\$ 10,09	R\$ 2,70	R\$ 1,14	R\$ 6,25	61,93%
ESFIHA DE MISTO	R\$ 10,04	R\$ 2,68	R\$ 1,14	R\$ 6,22	61,93%
ESFIHA BRIGADEIRO	R\$ 10,00	R\$ 2,67	R\$ 1,14	R\$ 6,20	61,93%
ESFIHA DE PIZZA	R\$ 9,69	R\$ 2,55	R\$ 1,14	R\$ 6,00	61,93%
ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY	R\$ 9,49	R\$ 2,47	R\$ 1,14	R\$ 5,87	61,93%
ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	R\$ 9,24	R\$ 2,38	R\$ 1,14	R\$ 5,72	61,93%
ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY	R\$ 8,14	R\$ 1,96	R\$ 1,14	R\$ 5,04	61,93%
ESFIHA ROMEU E JULIETA	R\$ 7,78	R\$ 1,82	R\$ 1,14	R\$ 4,82	61,93%

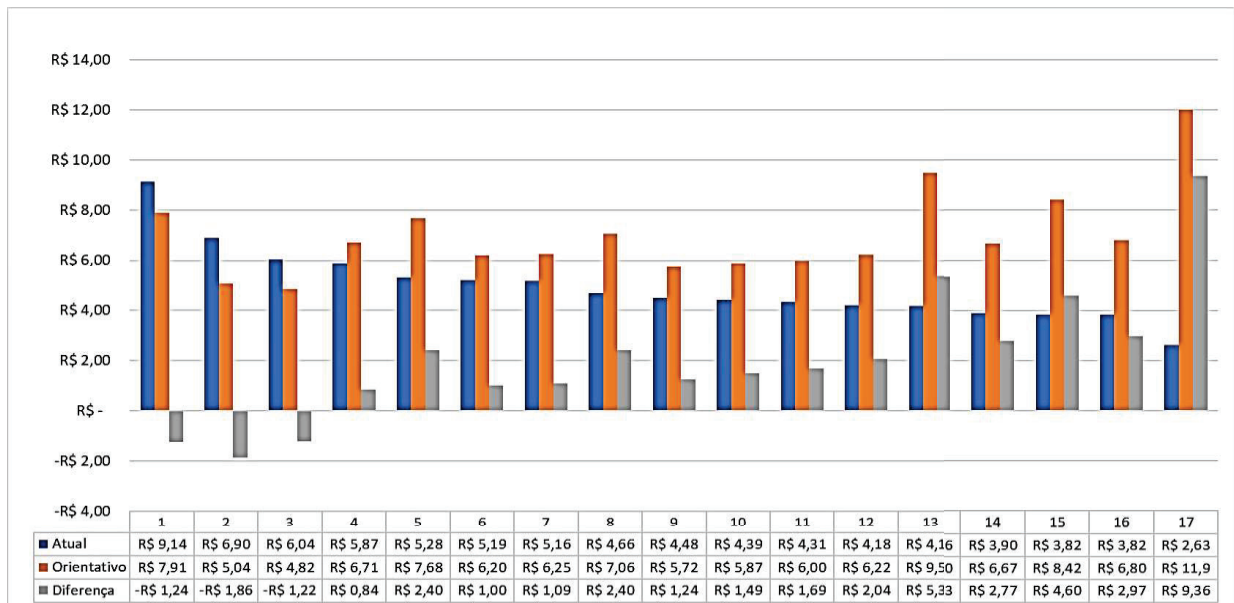
Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Torna-se evidente que o percentual de margem de contribuição de cada produto se iguala, pois a multiplicação do valor unitário da margem de contribuição pela quantidade do período, que gera a margem de contribuição total, deve produzir o valor suficiente para cobrir o percentual de gastos fixos e alcançar o lucro meta de 22%, conforme definido.

4.3.3 Comparativo entre as margens de contribuição

Para produzir efeito comparativo entre a margem de contribuição alcançada através da tabela de preços atual e a calculada com os preços de venda orientativos, foi elaborado o Gráfico 2, contendo ambas as margens e evidenciando as diferenças.

Gráfico 2 – Comparativo entre as margens de contribuição



Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Para melhor visualização dos indicadores no Gráfico 2, os produtos foram representados por uma numeração de 1 a 17, seguindo a ordem decrescente da MCu atual: (1) Turbinada; (2) Calabresa com Catupiry; (3) Romeu e Julieta; (4) Lombo com Queijo; (5) Carne com Azeitona; (6) Brigadeiro; (7) Chocolate Duo; (8) Cartola; (9) Calabresa com Queijo; (10) Frango com Catupiry; (11) Sabor Pizza; (12) Misto; (13) Carne de Sol; (14) Dois Queijos; (15) Sabor Biscoito; (16) Carne; (17) Atum.

Demonstra-se no Gráfico 2, na mesma proporção da variação dos preços atuais e orientativos, que os produtos Esfiha de Atum (nº 17), Esfiha de Carne de Sol (nº 13) e Esfiha de Biscoito (nº 15) obtiveram o maior aumento de margem de contribuição decorrente da aplicação da tabela de preços calculada pelo *Markup*.

Os produtos Esfiha de Calabresa com Catupiry (nº 2), Esfiha Turbinada (nº 1) e Esfiha Romeu e Julieta (nº 3) obtiveram uma variação negativa na margem de contribuição, também decorrente da aplicação dos preços orientativos. Dessa forma, conclui-se que os preços dos itens 1, 2 e 3 proporcionam maior margem de contribuição na tabela de preços atual.

Sendo assim, é percebido que há diferenças importantes entre as margens de contribuição nos preços atuais e nos preços orientativos, onde a maioria dos produtos evidencia uma margem de contribuição abaixo do necessário para alcançar o objetivo de lucro.

4.3 PONTO DE EQUILÍBRIO

Para a realização do estudo, foi utilizado o Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC), por não ter havido a necessidade de analisar o indicador com adaptações sobre os aspectos de retorno sobre o capital investido ou sobre o enfoque financeiro. Partindo disso, foram calculados, em valor monetário e em quantidade, o ponto de equilíbrio com os preços atuais e com os preços orientativos.

4.3.1 Ponto de Equilíbrio para tabela de preços atuais

Conforme a Tabela 6, aplicando a ponderação necessária para o cálculo sobre um mix de produtos, foi encontrado o PEC em quantidade e valor, sobre a tabela de preços atuais.

Tabela 6 – Ponto de Equilíbrio - preços atuais

Descrição do produto	MCu	Quant. Atual	Participação nas Vendas	MCu Média	PEC total Quant.	PEC (\$)
TUBINADA	R\$ 9,14	42	5,79%	R\$ 0,52882	38,66	R\$ 541,31
CALABRESA COM CATUPIRY	R\$ 6,90	17	2,34%	R\$ 0,16158	15,65	R\$ 156,50
ROMEU E JULIETA	R\$ 6,04	4	0,55%	R\$ 0,03327	3,68	R\$ 33,14
LOMBO COM QUEIJO	R\$ 5,87	6	0,83%	R\$ 0,04854	5,52	R\$ 55,24
CARNE COM AZEITONA	R\$ 5,28	40	5,51%	R\$ 0,29097	36,82	R\$ 368,24
BRIGADEIRO	R\$ 5,19	21	2,89%	R\$ 0,15017	19,33	R\$ 173,99
CHOCOLATE DUO	R\$ 5,16	16	2,20%	R\$ 0,11368	14,73	R\$ 132,56
CARTOLA	R\$ 4,66	6	0,83%	R\$ 0,03852	5,52	R\$ 49,71
CALABRESA COM QUEIJO	R\$ 4,48	159	21,90%	R\$ 0,98143	146,37	R\$ 1.170,99
FRANGO COM CATUPIRY	R\$ 4,39	140	19,28%	R\$ 0,84642	128,88	R\$ 1.031,06
SABOR PIZZA	R\$ 4,31	46	6,34%	R\$ 0,27326	42,35	R\$ 338,78
MISTO	R\$ 4,18	25	3,44%	R\$ 0,14382	23,01	R\$ 184,12
CARNE DE SOL	R\$ 4,16	74	10,19%	R\$ 0,42434	68,12	R\$ 681,23
2 QUEIJS	R\$ 3,90	44	6,06%	R\$ 0,23639	40,51	R\$ 324,05
CARNE	R\$ 3,82	60	8,26%	R\$ 0,31593	55,24	R\$ 441,88

SABOR BISCOITO	R\$ 3,82	16	2,20%	R\$ 0,08425	14,73	R\$ 132,56
ATUM	R\$ 2,63	10	1,38%	R\$ 0,03622	9,21	R\$ 92,06
		726	100,00%	R\$ 4,70762	668,35	R\$ 5.907,41

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Para encontrar o PEC em quantidade de aproximadamente 668 unidades, dividiu-se os gastos fixos (R\$ 3.146,32) pela MCu média ponderada (4,70762). Demonstrando o PEC por produto, através da proporção de participação nas vendas, ressaltando que a ponderação utilizada quando há múltiplos produtos configura fragilidade da análise de períodos futuros.

Foi realizada a multiplicação do PEC em quantidades de cada produto pelo seu respectivo preço de venda atual para encontrar o PEC em valor, que totaliza o valor de R\$ 5.907,41 de receita total, necessária para atingir lucro igual a zero.

4.3.2 Ponto de Equilíbrio para tabela de preços orientativos

Análogo ao cálculo realizado para a tabela de preços atual, foi mensurado o ponto de equilíbrio sobre a tabela de preços orientativos, também utilizando a margem de contribuição média ponderada, conforme evidenciado na Tabela 7.

Tabela 7 – Ponto de Equilíbrio - preços orientativos

Descrição do produto	MCu	Quant. Atual	Participação nas Vendas	MCu Média	PEC total Quant	PEC (\$)
ATUM	R\$ 11,99	10	1,38%	R\$ 0,1652	6,45	R\$ 124,84
CARNE DE SOL	R\$ 9,50	74	10,19%	R\$ 0,9679	47,71	R\$ 731,60
SABOR BISCOITO	R\$ 8,42	16	2,20%	R\$ 0,1856	10,32	R\$ 140,31
TUBINADA	R\$ 7,91	42	5,79%	R\$ 0,4573	27,08	R\$ 345,67
CARNE COM AZEITONA	R\$ 7,68	40	5,51%	R\$ 0,4230	25,79	R\$ 319,71
CARTOLA	R\$ 7,06	6	0,83%	R\$ 0,0583	3,87	R\$ 44,09
CARNE	R\$ 6,80	60	8,26%	R\$ 0,5617	38,69	R\$ 424,52
LOMBO COM QUEIJO	R\$ 6,71	6	0,83%	R\$ 0,0555	3,87	R\$ 41,94
2 QUEIJOS	R\$ 6,67	44	6,06%	R\$ 0,4042	28,37	R\$ 305,53
CHOCOLATE DUO	R\$ 6,25	16	2,20%	R\$ 0,1378	10,32	R\$ 104,12
MISTO	R\$ 6,22	25	3,44%	R\$ 0,2142	16,12	R\$ 161,91
BRIGADEIRO	R\$ 6,20	21	2,89%	R\$ 0,1792	13,54	R\$ 135,47
SABOR PIZZA	R\$ 6,00	46	6,34%	R\$ 0,3801	29,66	R\$ 287,29

FRANGO COM CATUPIRY	R\$ 5,87	140	19,28%	R\$ 1,1328	90,27	R\$ 856,22
ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	R\$ 5,72	159	21,90%	R\$ 1,2538	102,52	R\$ 947,65
CALABRESA COM CATUPIRY	R\$ 5,04	17	2,34%	R\$ 0,1181	10,96	R\$ 89,25
ROMEU E JULIETA	R\$ 4,82	4	0,55%	R\$ 0,0265	2,58	R\$ 20,06
		726	100,00%	R\$ 6,7213	468,11	R\$ 5.080,18

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Percebe-se que, na tabela de preços orientativa, o ponto de equilíbrio em quantidades caiu de 668,35 para 468,11, necessitando de menos unidades vendidas para alcançar o resultado igual a zero. Foram demonstrados também, na Tabela 7, o ponto de equilíbrio total em valor de R\$ 5.080,18 e de forma individualizada por cada produto.

4.4 MARGEM DE SEGURANÇA

4.4.1 Margem de Segurança para tabela de preços atuais

Para o cálculo da Margem de Segurança, inicialmente foi calculada a diferença entre a quantidade atualmente atingida e a quantidade no ponto de equilíbrio, já calculada anteriormente. Com isso, conforme demonstrado na Tabela 8, encontrou-se quantas unidades ainda podem ser retraídas sem que haja prejuízo, assim como, ao multiplica essa Margem de Segurança em unidades pelo preço de venda, a Margem de Segurança em valor monetário.

Tabela 8 – Margem de Segurança - preços atuais

Descrição do produto	Quant.	PEC em Unidades	Margem de Segurança em Unidades	PVu	Margem de Segurança (R\$)
ESFIHA DE CARNE	60	55,24	R\$ 4,76	R\$ 8,00	R\$ 38,12
ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY	140	128,88	R\$ 11,12	R\$ 8,00	R\$ 88,94
ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	159	146,37	R\$ 12,63	R\$ 8,00	R\$ 101,01
ESFIHA DE MISTO	25	23,01	R\$ 1,99	R\$ 8,00	R\$ 15,88
ESFIHA DE 2 QUEIJOS	44	40,51	R\$ 3,49	R\$ 8,00	R\$ 27,95
ESFIHA DE PIZZA	46	42,35	R\$ 3,65	R\$ 8,00	R\$ 29,22
ESFIHA DE CARNE DE SOL	74	68,12	R\$ 5,88	R\$ 10,00	R\$ 58,77
ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA	40	36,82	R\$ 3,18	R\$ 10,00	R\$ 31,76
ESFIHA DE ATUM	10	9,21	R\$ 0,79	R\$ 10,00	R\$ 7,94
ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO	6	5,52	R\$ 0,48	R\$ 10,00	R\$ 4,76
ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY	17	15,65	R\$ 1,35	R\$ 10,00	R\$ 13,50

ESFIHA TUBINADA	42	38,66	R\$ 3,34	R\$ 14,00	R\$ 46,69
ESFIHA ROMEU E JULIETA	4	3,68	R\$ 0,32	R\$ 9,00	R\$ 2,86
ESFIHA CARTOLA	6	5,52	R\$ 0,48	R\$ 9,00	R\$ 4,29
ESFIHA BRIGADEIRO	21	19,33	R\$ 1,67	R\$ 9,00	R\$ 15,01
ESFIHA CHOCOLATE DUO	16	14,73	R\$ 1,27	R\$ 9,00	R\$ 11,44
ESFIHA DE BISCOITO	16	14,73	R\$ 1,27	R\$ 9,00	R\$ 11,44
	726	668,35	57,65		R\$ 509,59

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Nota-se que, de modo geral, que os produtos estão atingindo um volume de venda muito próximo do ponto de equilíbrio contábil, superando-o em cerca de 57 unidades. Esse volume de vendas que supera o PEC em unidades representa, em valor, R\$ 509,59.

4.4.2 Margem de Segurança para tabela de preços orientativos

Paralelo ao cálculo da Margem de Segurança no cenário dos preços atuais, na Tabela 9 são evidenciadas as margens de segurança utilizando a tabela de preços orientativos.

Tabela 9 – Margem de Segurança - preços orientativos

Descrição do produto	Quant.	PEC em Unidades	Margem de Segurança em Unidades	PVu	Margem de Segurança
ESFIHA DE CARNE	60	38,69	21,31	10,97	R\$ 233,88
ESFIHA DE FRANGO COM CATUPIRY	140	90,27	49,73	9,49	R\$ 471,71
ESFIHA DE CALABRESA COM QUEIJO	159	102,52	56,48	9,24	R\$ 522,08
ESFIHA DE MISTO	25	16,12	8,88	10,04	R\$ 89,20
ESFIHA DE 2 QUEIJOS	44	28,37	15,63	10,77	R\$ 168,32
ESFIHA DE PIZZA	46	29,66	16,34	9,69	R\$ 158,27
ESFIHA DE CARNE DE SOL	74	47,71	26,29	15,33	R\$ 403,05
ESFIHA DE CARNE COM AZEITONA	40	25,79	14,21	12,40	R\$ 176,14
ESFIHA DE ATUM	10	6,45	3,55	19,36	R\$ 68,78
ESFIHA DE LOMBO COM QUEIJO	6	3,87	2,13	10,84	R\$ 23,10
ESFIHA DE CALABRESA COM CATUPIRY	17	10,96	6,04	10,00	R\$ 60,39
ESFIHA TUBINADA	42	27,08	14,92	14,00	R\$ 208,87
ESFIHA ROMEU E JULIETA	4	2,58	1,42	9,00	R\$ 12,79
ESFIHA CARTOLA	6	3,87	2,13	11,40	R\$ 24,29
ESFIHA BRIGADEIRO	21	13,54	7,46	10,00	R\$ 74,63
ESFIHA CHOCOLATE DUO	16	10,32	5,68	10,09	R\$ 57,36
ESFIHA DE BISCOITO	16	10,32	5,68	13,60	R\$ 77,30
	726	468,11	257,89		R\$ 2.830,16

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Através da Tabela 9, torna-se evidente que a majoração do preço de determinados produtos através do *Markup* gerou um PEC em unidades menor, por necessitar de um volume menor para atingir o resultado nulo. Com isso, a margem de segurança considerando os preços orientativos foi de cerca de 257 unidades, representando uma margem de segurança em valor de R\$2.830,16.

4.5 DEMONSTRAÇÃO E ANÁLISE DO RESULTADO

Para proporcionar a comparação entre o resultado que a empresa alcança com sua estrutura de custos e precificação atual e o resultado com a precificação com base nos custos, denominado *Markup*, serão apresentadas as demonstrações do resultado em ambos os cenários.

4.5.1 Demonstração e Análise do Resultado Atual

Objetivando a exposição do resultado atual da empresa Esfirreria, observa-se na Tabela 3 a Demonstração do Resultado, que compõe os valores já descritos nos itens anteriores sobre o faturamento e a composição de gastos, estes levantados através do método de custeio variável.

Tabela 10 – Demonstração do Resultado - preços atuais

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	VALOR	AV %
(=) RECEITA BRUTA	R\$ 6.417,00	100,00%
(-) DEDUÇÕES	R\$ 0,00	0,00%
(=) RECEITA LÍQUIDA	R\$ 6.417,00	100,00%
(-) GASTOS VARIÁVEIS	R\$ 2.999,27	46,74%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 2.170,90	33,83%
Matéria Prima	R\$ 2.170,90	33,83%
(-) DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 828,37	12,91%
Embalagem para cliente	R\$ 448,56	6,99%
Porções de molho	R\$ 379,81	5,92%
(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 3.417,73	53,26%
(-) GASTOS FIXOS	R\$ 3.146,32	49,03%
(-) CUSTOS FIXOS	R\$ 1.980,32	30,86%
Salário cozinheira	R\$ 1.212,00	18,89%
Gás da produção	R\$ 345,00	5,38%
Energia elétrica	R\$ 290,00	4,52%
FGTS	R\$ 96,96	1,51%
INSS	R\$ 36,36	0,57%
(-) DESPESAS FIXAS	R\$ 1.166,00	18,17%
Entrega de produtos	R\$ 880,00	13,71%

Software de vendas	R\$ 130,00	2,03%
Internet	R\$ 60,00	0,94%
Simplex Nacional - MEI	R\$ 56,00	0,87%
Segurança patrimonial	R\$ 40,00	0,62%
Pró-labore	R\$ 0,00	0,00%
(=) RESULTADO	R\$ 271,41	4,23%

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Na análise vertical presente na Tabela 3, nota-se que os gastos variáveis representam 46,36% do faturamento, o que produz a margem de contribuição total de R\$ 3.441,97, equivalente a 53,64% da receita. Conforme visto no referencial teórico, a MC será o valor que, após deduzidos os gastos fixos, demonstrará o resultado obtido, que no período foi de R\$ 295,65, ou 4,61% do faturamento.

4.5.2 Demonstração e Análise do Resultado – preços orientativos

Conforme exposto na Tabela 11, foi elaborada a demonstração gerencial do resultado no cenário da tabela de preços orientativos, para efeito comparativo com a demonstração no cenário atual.

Tabela 11 – Demonstração do Resultado - preços orientativos

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	VALOR	AV %
(=) RECEITA BRUTA	R\$ 7.967,32	100,00%
(-) DEDUÇÕES	R\$ 0,00	0,00%
(=) RECEITA LÍQUIDA	R\$ 7.967,32	100,00%
(-) GASTOS VARIÁVEIS	R\$ 2.999,27	37,64%
(-) CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 2.170,90	27,25%
Matéria Prima	R\$ 2.170,90	27,25%
(-) DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 828,37	10,40%
Embalagem para cliente	R\$ 448,56	5,63%
Porções de molho	R\$ 379,81	4,77%
(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 4.968,05	62,36%
(-) GASTOS FIXOS	R\$ 3.146,32	39,49%
(-) CUSTOS FIXOS	R\$ 1.980,32	24,86%
Salário cozinheira	R\$ 1.212,00	15,21%
Gás da produção	R\$ 345,00	4,33%
Energia elétrica	R\$ 290,00	3,64%
FGTS	R\$ 96,96	1,22%
INSS	R\$ 36,36	0,46%
(-) DESPESAS FIXAS	R\$ 1.166,00	14,63%

Entrega de produtos	R\$ 880,00	11,05%
Software de vendas	R\$ 130,00	1,63%
Internet	R\$ 60,00	0,75%
Simplex Nacional - MEI	R\$ 56,00	0,70%
Segurança patrimonial	R\$ 40,00	0,50%
Pró-labore	R\$ 0,00	0,00%
(=) RESULTADO	R\$ 1.821,73	22,87%

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

A demonstração constante na Tabela 11, caso seja adotada a tabela de preços orientativos, evidenciou o alcance da meta de lucro proposta pela empresária. Ressaltando que a elaboração do demonstrativo tem a finalidade de destacar as diferenças entre os cenários.

Recomenda-se o acompanhamento das variáveis que afetam o cálculo dos indicadores de custos e precificação utilizados no trabalho, monitorando os volumes e custos dos produtos comercializados, principalmente caso algum ajuste de preço seja aplicado, pois depende também da reação dos clientes à eventual mudança.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao conhecer a operação da microempreendedora individual, no estabelecimento em que atualmente produz e comercializa 17 variações de Esfihas, inicialmente buscou-se conhecer a atual estrutura organizacional e seus gastos, para então analisar os custos e precificação destes produtos no contexto atual, assim como no cenário projetado considerando as metas de lucro.

Atualmente, foi observado que a gestora da empresa não aplica uma técnica de precificação específica. Já com relação ao conhecimento dos gastos, foi realizado pela empresária um levantamento inicial do custo material de produção de cada item, porém sem que haja uma atualização ou acompanhamento periódico do impacto das variações dos custos sobre a precificação dos produtos.

A técnica de precificação adotada no estudo foi o *Markup*, que se baseia nos custos, que demonstrou que, de fato, a atual tabela de preços não está adequada ao objetivo da empresária de auferir lucro em sua operação, com meta inicial de 22% sobre as receitas.

Após a obtenção da delimitação dos gastos praticados, assim como a aplicação do método do *Markup* para a precificação, foi utilizada a análise custo-volume-lucro para proporcionar a evidenciação dos indicadores de margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança, no cenário atual e no cenário criado a partir dos preços orientativos.

Através da comparação abordada entre os cenários estudados, constatou-se que o preço praticado atualmente, em 14 de 17 produtos, não estão compatíveis com a meta de lucro da empresária, meta incluída no cálculo da tabela de preços orientativos. Destaca-se o oposto, minoria representada por 3 de 17 produtos, em que os preços atuais já superam os valores calculados pelo *Markup*, que são: Esfiha de Calabresa com Catupiry, Esfiha Romeu e Julieta e Esfiha Turbinada.

Com relação à margem de contribuição unitária, considerando os números reais, os produtos que apresentaram os menores percentuais foram: Esfiha de Carne de Sol (41,63%), Esfiha de 2 Queijos (48,76%), Esfiha de Biscoito (42,48%), Esfiha de Carne (47,79%) e Esfiha de Atum (26,30%).

Após a análise comparativa dos preços e margens de contribuição, foi calculada, em unidades e valores monetários, o ponto de equilíbrio no cenário atual e no cenário criado utilizando os preços de venda orientativos.

Com vistas da limitação do ponto de equilíbrio de múltiplos produtos, por conta da ponderação utilizada com base na participação atual nas vendas de cada produto, foi visto que

seria necessária a venda de cerca de 668 unidades, ou o valor de R\$ 5.907,41, para gerar um resultado nulo utilizando os preços de venda atuais. Por outro lado, caso sejam utilizados os preços de venda orientativos, a quantidade necessária para zerar o resultado cai para cerca de 468 unidade, ou o valor de R\$ 5.080,18.

Atualmente, com uma receita líquida total de R\$ 6.417,00, auferiu um lucro operacional de R\$ 271,41 (4,23%), que se encontra abaixo da meta definida pela empresária de 22%. Em contrapartida da apresentação do cenário atual, a tabela de preços orientativos proporcionou, apenas para fins de planejamento, uma receita líquida total de R\$ 7.967,32, que gerou virtualmente o resultado de R\$ 1.821,73 (22,87%), alcançando o patamar focado pela empresa.

Vale ressaltar que é imprescindível o acompanhamento de eventuais ajustes na atual tabela de preços, pois, pela própria natureza da técnica de avaliação da relação custo-volume-lucro, assim como a aplicação do *Markup*, as variáveis podem sofrer alterações. Destaca-se como recomendação, seguindo com cautela, priorizar os esforços na redução dos custos e aumento do volume de vendas, para então aplicar aumentos nos preços, com exceção dos produtos que demonstraram inequívoca e expressiva defasagem de preço.

Dessa forma, considera-se, pelo autor, que o objetivo principal da pesquisa foi alcançado. Visto que foram produzidas informações acerca da atual situação da operação, como também informações gerenciais sobre custos e precificação para proporcionar a criação de futuras estratégias visando alcançar os resultados almejados pela empresa estudada.

REFERÊNCIAS

ALVES, David Wandrey Moreira. Formação do preço de venda com base na gestão de custos: estudo de caso em uma empresa do ramo de fotografia. Universidade Federal do Ceará, Campus de Russas, Curso de Engenharia de Produção, Russas, 2022.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CARVALHO, M. P., & MOTA, K. M. Análise de custos e formação de preço de venda: estudo aplicado em uma indústria de ração. In Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC, 2019.

CHAGASTELES, Fabio Barreto de Souza. Gestão de custos e formação de preços: estudo de caso em uma empresa de vestuário feminino. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS - CPC 16 (R1) - Estoques. Comitê de Pronunciamento Contábil. Disponível em: <http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos>. Acesso em: 20 dez. 2022.

CREPALDI, S. A. Contabilidade Gerencial: teoria e prática – 6 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DREWS, D. R. Práticas e estratégias de precificação utilizadas pelas empresas do comércio varejista de Ijuí-RS, 2017.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. Contabilidade Gerencial. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

FREZZATO, Anderson. A Gestão de Custos em Tempo de Pandemia de COVID-19. Revista Gestão em Foco, 2021.

HORNGREN, Charles T.; DATAR, Srikant M.; FOSTER, George. Contabilidade de custos. Tradução de Robert Brian Taylor. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

LIMA, I. L. S. D., & Santos, I. C. D. Análise custo-volume-lucro: estudo de caso em uma microempresa de confecções, 2020.

MACHADO, D. G.; SOUZA, M. A. Análise das relações entre a gestão de custos e a gestão do preço de venda: um estudo das práticas adotadas por empresas industriais conserveiras estabelecidas no RS. Revista Universo Contábil, Blumenau - SC, 2(1), 42-60, 2006.

MARTINS, E. Contabilidade de custos. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MEGLIORINI, Evandir. Custos: análise e gestão. 3ª ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

PANDINI, T. O., Cittadin, A., Guimarães, M. L. F., Menegali, M. V., da Silva, R., & Vieira, A. (2016). Apuração de custos e precificação em uma vinícola do estado Catarinense. In Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC.

PESSOA, M. L. J.; SILVA, S. L. P.; DANTAS, J.; SANTOS, A. R. S. A contabilidade gerencial na gestão de empresas durante a pandemia da covid-19 . Desafio Online, v. 10, n. 1, p. 152-179, 2022.

SANTANA, W. S., Barreto, M. V. S., Souza, D. S., & Santos, F. K. G. Formação de preço de venda: um estudo de caso voltado para microempreendedor individual do ramo de comércio. Caderno de Graduação-Ciências Humanas e Sociais-UNIT-SERGIPE, 2021.

SANTOS, Joel J. Manual de contabilidade e análise de custos. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SANTOS, Joel J. Análise de Custos: remodelado com ênfase para sistema de custeio marginal, relatórios e estudos de casos. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SEBRAE. Bares e Restaurantes: Um Setor em Expansão. Ed. SEBRAE, agosto 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-em-expansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 20 dez 2022.

TRIZOTO, D. C.; KRUGER, S. D.; GOLLO, V.; MAZZIONI, S.; PETRI, S. M. Análise do custo/volume/lucro da produção agropecuária. Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC, [S. l.], 2016. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4162>. Acesso em: 25 jul. 2022.

THIOLLENT, Michel. Metodologia da Pesquisa-ação. 17ª. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

WERNKE, Rodney. Análise de custos e preços de venda: (ênfase em aplicações e casos nacionais. São Paulo: Saraiva, 2005.

APÊNDICE A – FICHAS DE CUSTOS

Quadro 1 – Ficha de custos da Esfiha de Carne

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CARNE MOIDA	16	Kg	R\$ 27,00	R\$ 1,69
LIMAO	8	Un	R\$ 0,75	R\$ 0,09
CEBOLA	8	UN	R\$ 0,50	R\$ 0,06
TOMATE	8	UN	R\$ 0,20	R\$ 0,03
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 3,04

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 2 – Ficha de custos da Esfiha de Frango com Catupiry

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
FRANGO	22	Kg	R\$ 18,00	R\$ 0,82
CATUPIRY	100	1,5Kg	R\$ 42,75	R\$ 0,43
TEMPERO EM TABLETE	530	Cx	R\$ 30,00	R\$ 0,06
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,47

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 3 – Ficha de custos da Esfiha de Calabresa com Queijo

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CALABRESA	83	2,5 Kg	R\$ 25,00	R\$ 0,30
QUEIJO MUÇARELA	33	Kg	R\$ 30,00	R\$ 0,91
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,38

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 4 – Ficha de custos da Esfiha de Misto

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
PRESUNTO	33	Kg	R\$ 20,00	R\$ 0,61
QUEIJO MUÇARELA	33	Kg	R\$ 30,00	R\$ 0,91
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,68

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 5 – Ficha de custos da Esfiha de 2 Queijos

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
QUEIJO MUÇARELA	22	Kg	R\$ 30,00	R\$ 1,36
CATUPIRY	100	1,5Kg	R\$ 42,75	R\$ 0,43
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,96

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 6 – Ficha de custos da Esfiha de Pizza

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
PRESUNTO	66	Kg	R\$ 20,00	R\$ 0,30
QUEIJO MUÇARELA	33	Kg	R\$ 30,00	R\$ 0,91
MOLHO DE TOMATE	66	L	R\$ 11,00	R\$ 0,17
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,55

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 7 – Ficha de custos da Esfiha de Carne de Sol

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CARNE DE SOL	16	L	R\$ 38,00	R\$ 2,38
AZEITE	66	L	R\$ 72,00	R\$ 1,09
CEBOLA	8	UN	R\$ 0,50	R\$ 0,06
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 4,70

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 8 – Ficha de custos da Esfiha de Carne com Azeitona

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CARNE MOIDA	16	Kg	R\$ 27,00	R\$ 1,69
LIMAO	8	Un	R\$ 0,75	R\$ 0,09
CEBOLA	8	UN	R\$ 0,50	R\$ 0,06
TOMATE	8	UN	R\$ 0,20	R\$ 0,03
AZEITONA	12	150g	R\$ 6,50	R\$ 0,54
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31

Custo total de matéria prima do produto	R\$ 3,58
--	-----------------

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 9 – Ficha de custos da Esfiha de Atum

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
ATUM	3	LT	R\$ 8,40	R\$ 2,80
AZEITONA	6	150g	R\$ 6,50	R\$ 1,08
CEBOLA	8	UN	R\$ 0,50	R\$ 0,06
TOMATE	8	UN	R\$ 0,20	R\$ 0,03
AZEITE	66	L	R\$ 72,00	R\$ 1,09
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 6,23

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 10 – Ficha de custos da Esfiha de Lombo com Queijo

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
LOMBO DE PORCO	33	Kg	R\$ 30,00	R\$ 0,91
QUEIJO MUÇARELA	33	Kg	R\$ 30,00	R\$ 0,91
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,99

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 11 – Ficha de custos da Esfiha de Calabresa com Catupiry

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CALABRESA	55	2,5 Kg	R\$ 20,00	R\$ 0,36
CATUPIRY	100	1,5Kg	R\$ 42,75	R\$ 0,43
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11

OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 1,96

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 12 – Ficha de custos da Esfiha Turbinada

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
FRANGO	33	Kg	R\$ 18,00	R\$ 0,55
QUEIJO MUSSARELA	33	Kg	R\$ 30,00	R\$ 0,91
CALABRESA	83	2,5 Kg	R\$ 20,00	R\$ 0,24
CATUPIRY	50	1,5Kg	R\$ 42,75	R\$ 0,86
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 3,72

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 13 – Ficha de custos da Esfiha Romeu e Julieta

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
QUEIJO COALHO	28	Kg	R\$ 34,00	R\$ 1,21
GOIABADA	33	kg	R\$ 20,00	R\$ 0,61
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,99

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 14 – Ficha de custos da Esfiha Cartola

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
BANANA CARAMELIZADA	1	L	R\$ 1,00	R\$ 1,00
QUEIJO COALHO	33	Kg	R\$ 34,00	R\$ 1,03
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05

ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 3,20

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 15 – Ficha de custos da Esfiha de Brigadeiro

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CHOCOLATE SABOR BRIGADEIRO	16	Kg	R\$ 24,00	R\$ 1,50
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,67

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 16 – Ficha de custos da Esfiha de Chocolate Duo

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CHOCOLATE AO LEITE	33	Kg	R\$ 24,60	R\$ 0,75
CHOCOLATE BRANCO	33	Kg	R\$ 26,00	R\$ 0,79
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 2,70

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Quadro 17 – Ficha de custos da Esfiha de Biscoito

Insumo	Quantidade p/ unidade	Unidade	Preço p/ unidade	Custo unitário
CHOCOLATE SABOR BISCOITO	16	Kg	R\$ 45,90	R\$ 2,87
FARINHA DE TRIGO	8	Kg	R\$ 5,39	R\$ 0,67
AÇUCAR	200	Kg	R\$ 3,75	R\$ 0,02
SAL	600	Kg	R\$ 1,80	R\$ 0,00
FERMENTO	300	0,5 Kg	R\$ 15,75	R\$ 0,05
ÓLEO VEGETAL	72	0,9 Lt	R\$ 8,00	R\$ 0,11
OVOS	60	BJ 1X30	R\$ 18,50	R\$ 0,31
Custo total de matéria prima do produto				R\$ 4,04

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).