



IDENTIFICAÇÃO DA LUCRATIVIDADE DE UMA EMPRESA DO RAMO ALIMENTÍCIO LOCALIZADA EM SANTA CRUZ DO SUL

Karin Nilsson Krämer¹
Luciano Fernandes²

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral identificar qual a lucratividade de uma empresa que atua no ramo alimentício localizada em Santa Cruz do Sul. O conhecimento da gestão de custos é fundamental para a tomada de decisão, controle e determinação do lucro. Para enfrentar o aumento da competitividade, é fundamental que se busque uma visão de maior amplitude no conhecimento dos seus custos e na formação do preço de venda, com o objetivo identificar estratégias para obter o máximo de lucratividade nos seus produtos. A metodologia utilizada para este trabalho foi um estudo de caso com propriedades de pesquisa documental. A coleta de dados foi realizada mediante análise de documentos, como notas fiscais, anotações e comandas. Dentre os resultados obtidos, observou-se que a empresa comercializa 3785 unidades ao mês, que gera uma receita mensal de R\$ 48.954,00 ao custo total de R\$ 40.317,45. Conclui-se, portanto, que a lucratividade da empresa é de 17,64% e que gera o valor de R\$ 8.636,55 de lucro.

Palavras-chave: Custos, Preços de Venda, Resultados Financeiros.

ABSTRACT

This work has as general objective to identify the profitability of a company that operates in the food sector located in Santa Cruz do Sul. Knowledge of cost management is fundamental for decision making, control and profit determination. In order to face the increase in competitiveness, it is fundamental that a broader vision is sought in the knowledge of its costs and in the formation of the sale price, in order to identify strategies to obtain maximum profitability in its products. The methodology used for this work was a case study with documentary research properties. The data collection was performed through analysis of documents, such as invoices, notes and commands. Among the results obtained, it was observed that the company sells 3785 units per month, which generates a monthly revenue of R \$ 48,954.00 at a total cost of R \$ 40,317.45. It is concluded, therefore, that the profitability of the company is 17.64% and that it generates the amount of R \$ 8,636.55 of profit.

Key-words: Costs, Sale Prices, Financial Results.

1 INTRODUÇÃO

Professor do curso de Administração e orientador do trabalho.

¹ Graduanda em Administração da Faculdade Dom Alberto.

² Professor do curso de Administração e orientador do trabalho.



O seguinte artigo possui como tema central de estudo a administração financeira, mais precisamente a área de gestão de custos e os resultados financeiros de uma empresa.

No cenário econômico atual, passamos por um período no qual a competitividade entre as empresas e a exigência dos clientes tem aumentado resultando em produtos de maior qualidade e preços cada vez menores. Para enfrentar as turbulências do mercado, vencer a concorrência e obter lucratividade, as empresas devem estar focadas na busca de informações que melhorem a sua gestão, tomada de decisão e planejamento.

Buscando obter os retornos financeiros desejados, as empresas necessitam proporcionar a mesma qualidade e preços mais acessíveis que a concorrência. Diante disso, se torna de fundamental importância, trabalhar a gestão de custos, que além de se tornar uma vantagem competitiva, auxilia na formação do preço de venda, no estudo da viabilidade do negócio e na composição do lucro (CARDOSO, 2013).

Os resultados da pesquisa foram obtidos com base em dados coletados na empresa Alfa Ltda., situada em Santa Cruz do Sul, que atua no segmento alimentício. A empresa se caracteriza por ser de gestão familiar e oferecer lanches rápidos, pratos servidos, porções e bebidas. Está atuando no mercado há nove anos e vem buscando novas estratégias para se manter competitiva no mercado e melhorar seu desempenho continuamente.

Em razão desta importância o presente artigo possui como Problema de Pesquisa a seguinte proposta: qual a lucratividade de uma empresa do ramo alimentício de Santa Cruz do Sul?

Sendo assim, o objetivo geral deste artigo é identificar qual a lucratividade de uma empresa do ramo alimentício de Santa Cruz do Sul.

Os objetivos específicos são: identificar os custos envolvidos na gestão da empresa, identificar o volume de vendas e o método utilizado para definição de preço de venda e identificar o resultado financeiro para apuração do lucro.

O presente estudo justifica-se por contribuir com informações relevantes para a tomada de decisão. Com as informações obtidas na identificação dos custos, a empresa pode acompanhar os custos envolvidos na manutenção de suas atividades e com a identificação do volume de vendas pode identificar os resultados gerados. Com isso será



possível criar e utilizar novas estratégias que possam trazer maiores rendimentos à empresa, aumentando assim, sua lucratividade.

Para enfrentar a competitividade é fundamental que os gestores busquem uma visão que lhes proporcione maior amplitude, no conhecimento dos seus custos e a formação do preço de venda, com o objetivo de obter o máximo de lucratividade nos seus produtos. A falta de conhecimento e controle dos custos e a formação do preço de venda com apropriações não adequadas pode prejudicar o desempenho das vendas, reduzir a participação no mercado e conseqüentemente prejudicar a lucratividade da empresa. Os gestores que conhecem os custos formam preços de forma mais adequada, criando maior atratividade aos clientes, o que acarretará na maximização do lucro da empresa.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Gestão de custos

De acordo com Schier (2006), a gestão de custos é empregada para identificar e controlar os custos dos materiais envolvidos em todo processo produtivo da organização, envolvendo a compra de materiais para comercialização e os custos da prestação de serviços.

O controle dos custos fornece a solução de dificuldades pertinentes formação dos preços de venda, a identificar qual contribuição cada produto na formação do lucro, qual o preço mínimo que se pode praticar em situações especiais e qual o ponto de equilíbrio da organização, ou seja, qual o nível mínimo de vendas necessário para cobrir todos os custos envolvidos no negócio (CARDOSO, 2011).

Conforme Lippel (2002), a gestão de custos é uma ferramenta fundamental no auxílio da administração de processos e atividades. Auxilia ainda, no planejamento de decisões futuras a curto e longo prazo e desenvolvimento de estratégias que permitam o alcance de objetivos e atendimento das necessidades dos clientes.

De acordo com Megliorini (2007), os custos podem ser classificados quanto ao objeto e volume em:

Custos fixos: provêm da manutenção da estrutura de produção e de manutenção de atividades da empresa, não sofrendo efeito de acordo com a quantidade produzida.



Custos variáveis: estão diretamente ligados ao volume de produção, portanto, pode diminuir ou aumentar conforme o volume de produção.

Custos indiretos: não podem ser alocados diretamente e objetivamente aos produtos, pois estão relacionados a vários produtos ao mesmo tempo. São custos ou gastos que a empresa possui para exercer todas as atividades, mas não tem uma relação direta com um produto específico.

Custos diretos: são incorporados aos produtos de acordo com sua quantidade consumida, portanto, qualquer elemento que possa ter sua quantidade de consumo medida durante a produção, é considerado um custo direto. Estão diretamente ligados com os produtos fabricados.

2.2 Métodos de custeio

As empresas podem utilizar mais de um método de custeio para obter as informações que são necessárias para a tomada de decisão. Determinados métodos são recomendados como ferramentas gerenciais, outros são recomendados para relatórios externos, alguns são conservadores e outros abrangentes. Ainda existem métodos com visão de curto ou de longo prazo. Portanto, não existe um método considerado universalmente o melhor para ser utilizado por todas as empresas, pois cada empresa tem suas necessidades e objetivos particulares (MACHADO, 2006).

Custeio por absorção: são distinguidos os custos e as despesas, sem se preocupar em diferenciar custos fixos e variáveis e todos os custos são alocados aos produtos. Os custos diretos são alocados aos produtos e os indiretos necessitam passar pelo processo de rateio (MARTINS, 2006).

Custeio variável: apenas os custos variáveis são apropriados aos produtos, ou seja, apenas os custos vindos da produção (MEGLIORINI, 2007). De acordo com Santos *et al.* (2016), esse método apropria individualmente aos produtos os custos variáveis, já os custos fixos não são apropriados aos produtos individualmente, e sim de forma total. O custeio variável distingue os custos fixos e variáveis.

Custeio por atividade: busca diminuir o rateio dos custos indiretos, e os mensurar de forma mais apropriada. Os custos indiretos estão aumentando em comparação aos custos diretos, e conseqüentemente torna-se necessário tratar de forma



mais adequada os custos indiretos para evitar que ocorram distorções nos custos dos produtos ou serviços (TEIXEIRA, 2015).

2.3 Formação de preços

O processo de desenvolvimento do preço é essencial para a manutenção da empresa no mercado (WERNKE, 2001). Todos os produtos ou serviços prestados entre uma empresa e seus consumidores necessitam de um preço. É uma tarefa difícil determinar o preço no mercado atual, pois ocorrem mudanças frequentemente. Decidir o preço não é somente realizar cálculos, devem ser analisadas também as variáveis externas que a empresa não tem controle, como regulamentações do governo, avanço tecnológico, obsolescência, mudança de gosto do consumidor, concorrência entre outros, além de observar o retorno adequado que o preço deverá proporcionar para a empresa (MEGLIORINI, 2007).

Para determinar o preço é necessário conhecer os custos do produto, o grau de elasticidade da demanda, os preços da concorrência e de produtos substitutos, estratégias de marketing, e o tipo de mercado que a empresa atua. É necessário que o sistema de custos esteja alinhado aos objetivos da empresa, fornecendo informações úteis e consistentes para auxiliar no processo de formação de preços (MARTINS, 2006).

Segundo Bruni e Famá (2010), existem três métodos diferentes para formação do preço de venda, baseando-se nos custos, nos clientes e na concorrência. Para uma correta formação do preço de venda é indispensável considerar conjuntamente as três variáveis.

Formação de preços baseada em custos: o preço de um produto é estabelecido a partir do seu custo e de uma margem de lucro, que é determinada por um percentual sobre os custos, portanto, a empresa ajusta o valor do preço aos seus custos (MEGLIORINI, 2007).

Formação de preços baseada em clientes: a formação de preços de venda é baseada no valor que o mercado consumidor está disposto a pagar, ou seja, baseado no valor percebido pelo cliente (BRUNI E FAMÁ, 2010).

Formação de preços baseada no mercado: a formação de preços é baseada na análise da concorrência, sem considerar os custos e a demanda pelos produtos e



serviços oferecidos (BRUNI E FAMÁ, 2010). Para formar os preços, o enfoque é nos preços praticados pela concorrência (CARDOSO, 2011).

2.4 Margem de contribuição

A margem de contribuição é a quantia que resta da diferença entre o preço de venda de um produto, dos seus custos e despesas variáveis. A margem contribuição deve considerar os custos e as despesas variáveis para a produção de um determinado produto. A empresa somente obterá lucro quando a soma da margem de contribuição dos seus produtos for maior aos custos e as despesas fixas (MEGLIORINI, 2007).

A margem de contribuição unitária, segundo Bornia (2010), é calculada pelo preço de venda menos os custos variáveis unitários do produto. O resultado representa o valor em (R\$) que cada unidade de produto vendido contribui, inicialmente, no pagamento dos custos fixos e após na geração do lucro, por unidade de produto vendido. A margem de contribuição unitária está ligada à lucratividade do produto. Quanto maior for a margem de contribuição unitária, melhor será para a empresa, pois nessa condição, a empresa irá obter uma renda maior, para pagar seus custos fixos e gerar lucros (BORNIA, 2010).

Para Vieira (2008), a margem de contribuição total é representada pela parcela do preço de venda que é disponibilizada para cobrir os custos fixos e gerar o lucro.

2.5 Ponto de equilíbrio

Para Leone (2001), o ponto de equilíbrio decorre conforme o comportamento dos custos diante do volume de atividade. É o ponto de atividade onde não há lucro nem prejuízo, ou seja, a receita se iguala ao custo total. Portanto, valores acima do ponto de equilíbrio irão trazer lucro à empresa e valores abaixo do ponto de equilíbrio irão trazer prejuízo.

De acordo com Martins (2008), existem três formas principais de se obter o ponto de equilíbrio e cada forma atende informações diferentes para os gestores utilizarem.

- **Ponto de equilíbrio contábil:** é obtido através da soma das margens de contribuição unitárias até obter o montante total que cubra todos os custos e todas as despesas fixas;

- **Ponto de equilíbrio econômico:** primeiro é necessário estipular a taxa de retorno que se quer sobre o patrimônio líquido. É obtido através do volume de vendas



que seja necessário para cobrir todos os custos e todas as despesas e, ainda, gerar o lucro igual à taxa de retorno estipulada anteriormente sobre o patrimônio líquido.

- **Ponto de equilíbrio financeiro:** para obter o valor é necessário desconsiderar a valor da depreciação no total dos custos e despesas fixas. Ao alcançar o volume de vendas necessário para cobrir os custos e as despesas, diminuindo a depreciação, a empresa estará financeiramente equilibrada, porém, irá apresentar prejuízo contábil (MARTINS, 2008).

2.5 Lucratividade e rentabilidade

Segundo o SEBRAE, a lucratividade indica a eficiência operacional de uma empresa. É um indicador em forma de percentual que indica o ganho que a empresa gera sobre as atividades que desenvolve. Pode ser realizado mensalmente, anualmente ou em qualquer período que os gestores desejam.

Não basta que a empresa seja lucrativa, é necessário que ela também seja rentável. Do ponto de vista de um investidor, caso haja grande demora no tempo de retorno do investimento, a empresa não possuirá uma rentabilidade atraente. A rentabilidade indica qual é o potencial da empresa, considerando os investimentos que são realizados.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para este trabalho foi um estudo de caso com propriedades de pesquisa documental. Utilizou-se o estudo de caso, pois segundo Beuren (2012), essa metodologia promove grande riqueza de detalhes que são adquiridos através da utilização dessa metodologia promove a solução de problemas pertinentes ao objeto em estudo.

Segundo Gil (2010), o estudo de caso é um amplo e exaustivo estudo sobre um episódio ou elemento, permitindo amplo e detalhado conhecimento. O estudo de caso busca conhecer e descobrir a causa e como ocorrem os aspectos e características de certo problema de pesquisa, com o intuito de revelar a percepção do pesquisador sobre o objeto estudado (FONSECA, 2002).

De acordo com Fonseca (2002), a pesquisa documental é desenvolvida com base em materiais já elaborados anteriormente, porém utiliza fontes mais dispersas e



diversificadas que não sofreram tratamento analítico, como por exemplo, jornais, tabelas, revistas, cartas, relatórios empresariais, documentos oficiais, notas fiscais, planilhas, entre outros. De acordo com Gil (2010), a pesquisa documental é uma rica e estável fonte de dados e, além disso, não exige frequente contato com os sujeitos de pesquisa e permite uma leitura mais profunda das fontes.

A pesquisa documental foi realizada na empresa no período de maio a setembro deste ano e foi utilizada uma amostra de documentos abrangendo diversas anotações mantidas na empresa, 63 notas fiscais mensais, 10 guias mensais, 5 boletos e entre 90 a 100 comandas de vendas diárias. De acordo com Figueiredo (2007), o documento como fonte de pesquisa pode ser escrito, como por exemplo, jornais, tabelas, revistas, cartas, relatórios empresariais, documentos oficiais, notas fiscais, planilhas e, não escritos como filmes, vídeos, slides, fotografias ou pôsteres (FIGUEIREDO, 2007).

As anotações mantidas na empresa serviram como base para a identificação da quantidade de matéria prima necessária para a produção de cada item. As notas fiscais, as guias, os boletos e as faturas permitiram a identificação dos custos dos materiais diretos, custos de mão de obra direta, custos de comercialização e custos fixos da empresa. A partir das comandas de venda foi possível identificar o volume de produção mensal e anual da empresa e o preço de venda de cada item produzindo, identificando, então, o resultado financeiro da empresa.

4 DESCRIÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No decorrer desse estudo constatou-se que a empresa não possuía um controle do seu volume de vendas, portanto foi necessário identificar o volume.

A partir da coleta de dados foi identificado que a empresa possui uma variedade de 52 lanches e realiza um volume de produção mensal de 3785 unidades e anual de 45420 unidades. Foi possível identificar ainda, que o item com maior volume de produção é o Xis Carne, que totaliza 560 unidades por mês, representando 14,80% de toda produção.

Com a constatação do volume de venda, foi possível calcular e identificar os valores dos custos envolvidos nas atividades e a receita gerada com as vendas, de acordo com os preços praticados, obtendo assim, o percentual de lucratividade da empresa.



Os custos variáveis são aqueles que variam de acordo com a quantidade produzida, ou seja, quanto maior o volume de produção maior serão os custos variáveis e quanto menor o volume de produção menor serão os custos variáveis (BOMFIM E PASSARELLI, 2006).

Nos custos variáveis desse trabalho foram incluídos os custos de materiais diretos utilizados e da mão de obra direta envolvida na produção. De acordo com Bruni e Famá (2010), os materiais diretos são os insumos, matéria prima ou outros materiais que estão diretamente agregados aos produtos e são utilizados no processo de produção.

Tabela 1 – Custo dos materiais diretos

Volume mensal	Custo mensal	Volume anual	Custo anual
3785	R\$ 15.360,95	45420	R\$ 184.331,35

Fonte: Elaborada pela autora (2017).

Os custos com materiais diretos são custos variáveis, pois variam de acordo com o volume de produção. Quanto maior o volume de produção maior será o custo com materiais diretos.

Através das anotações dos materiais utilizados para a produção, chegou-se ao valor de materiais diretos de cada item. De acordo com a tabela 1, foi possível observar que com a produção mensal de 3785 unidades a empresa tem um gasto de R\$ 15.360,95 em materiais diretos e para a produção anual de 45420 unidades o gasto é de R\$ 184.331,35 em materiais diretos.

Devido ao seu grande volume de produção, o item que mais gera custos em materiais diretos é o Xis Carne, gerando um valor mensal de R\$ 2.348,84 e um valor anual de R\$ 28.186,11. O item que menos gera custos com materiais diretos é a Torrada Simples com um valor mensal de R\$ 56,69 e anual de R\$ 680,31.

De acordo com Bruni e Famá (2010), a mão de obra direta corresponde ao pessoal que trabalha diretamente na produção de um determinado bem ou serviço. Para análise da mão de obra direta é necessário considerar também os encargos trabalhistas associados aos salários que são pagos aos funcionários. Conforme informações fornecidas pelo escritório de contabilidade contratado pela empresa, os encargos trabalhistas pagos aos funcionários, são: 8% de FGTS, 8,33% de férias, 2,78 % de 1/3 das férias e 8,33% de décimo terceiro salário, totalizando 27,44%.



Tabela 2 – Custos de mão de obra direta

Cargo	Quant. de funcionários	Salário unitário	Salário Mensal	Salário anual
Chapa	1	R\$ 1.480,00	R\$ 1.480,00	R\$ 17.760,00
Cozinheiro	2	R\$ 1.380,00	R\$ 2.760,00	R\$ 33.120,00
Auxiliar de Cozinha	1	R\$ 1.380,00	R\$ 1.380,00	R\$ 16.560,00
Total			R\$ 5.620,00	R\$ 67.440,00
Encargos (27,44%)			R\$ 1.542,13	R\$ 18.505,54
Total com encargos			R\$ 7.162,13	R\$ 85.945,54

Fonte: Elaborada pela autora (2017).

A tabela 2 mostra que o valor total mensal de mão de obra direta é de R\$ 7.162,13 e anual de R\$ 85.945,54. Apesar de ser uma empresa de pequeno porte, o gasto com mão de obra é relativamente alto. A empresa sempre acompanha o desempenho dos funcionários e traça novas maneiras e controles que tragam mais eficiência no uso da mão de obra.

Existe uma grande variação no tempo de produção dos itens, de acordo com o volume a ser produzido, por exemplo, se for produzido somente uma unidade, o tempo será de 10 a 15 minutos para a produção, porém, nos horários de grande movimento, é produzido de 8 a 10 unidades no mesmo tempo. Portanto, por não existir um tempo padrão correto para análise, a mão de obra direta foi calculada pelo critério de rateio de acordo com o volume de produção de cada item.

Pelo critério de rateio da mão de obra direta de acordo com o volume de produção, obtemos o valor de R\$ 1,89 de mão de obra para a produção de cada item comercializado pela empresa.

Observou-se que o item que consome maiores recursos de mão de obra é o Xis Carne. Para a produção das 560 unidades, o valor gasto em mão de obra é de R\$ 1.059,65 mensais, o que corresponde praticamente a um salário mensal de um funcionário.

Tabela 3 – Custos variáveis de materiais diretos e mão de obra direta

Volume mensal	Custo variável mensal	Volume anual	Custo variável anual
3785	R\$ 22.523,07	45420	R\$ 270.276,88

Fonte: Elaborada pela autora (2017).



A tabela 3 demonstra o valor mensal gasto pela empresa em custos variáveis, que totaliza R\$ 22.523,07 e o valor anual gasto, que totaliza R\$ 270.276,88.

Nesse trabalho, os custos variáveis unitários são formados pelos materiais diretos e a mão de obra direta. Foi identificado que o item Xis Carne é o item com maior volume de venda e possui o custo variável de R\$ 6,09. Identificou-se também que o item com maior custo variável é a Porção de Picadinho, ao custo de R\$ 17,01.

Foram identificados e calculados também os custos fixos de funcionamento da empresa. De acordo com Bomfim e Passareli (2006), os custos fixos transcorrem da manutenção da estrutura de produção da empresa, porém não variam de acordo com o volume de produção.

Os custos fixos não tem ligação direta com o volume de produção, portanto irão existir mesmo que nada seja produzido. Os custos fixos foram identificados de acordo com informações repassadas pelos gestores e através de pesquisa em notas fiscais e faturas.

Tabela 4 – Custos fixos

Descrição	Valor mensal	Valor anual
Aluguel	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
Mão de obra indireta	R\$ 2.760,00	R\$ 33.120,00
Encargos trabalhistas (27,44%)	R\$ 757,34	R\$ 9.088,13
Pró-labore	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Energia elétrica	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
Água	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Telefone	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Internet	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Combustível	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Material de expediente	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Material de limpeza	R\$ 380,00	R\$ 4.560,00
Escritório contábil	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Detetização	R\$ 60,00	R\$ 720,00
Manutenção de imobilizado	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Propaganda	R\$ 700,00	R\$ 8.400,00
IPTU	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Total	R\$ 13.677,34	R\$ 164.128,13

Fonte: Elaborada pela autora (2017).



A tabela 4 apresenta os custos fixos de funcionamento da empresa, que totalizam R\$ 13.677,34 mensais e R\$ 164.128,13 anuais. Apesar de ser de pequeno porte, os custos fixos da empresa são elevados. Os gastos maiores da empresa são R\$ 1.800,00 em aluguel, R\$ 1.800,00 em energia elétrica, R\$ 2760,00 em salários para garçons (mão de obra indireta) e R\$ 3000,00 em pró-labore para os dois sócios administradores da empresa.

Os custos fixos são custos indiretos, portanto para seu cálculo, foi utilizado o método de rateio de acordo com o volume de produção. Portanto, foi identificado que para a produção de 3785 unidades, é necessário adicionar R\$ 3,61 ao custo de cada item, a fim de cobrir os custos fixos de funcionamento da empresa.

Constatou-se que os gestores da empresa possuem conhecimento dos custos fixos, mas não existia um controle formalizado dos mesmos e nem o conhecimento da parcela necessária a ser adicionada em cada item para cobri-los. Portanto, foi utilizado o método de custeio por absorção, pois, segundo Martins (2006), no custeio por absorção, os custos diretos são alocados aos produtos e os indiretos necessitam passar pelo processo de rateio (MARTINS, 2006).

Nesse trabalho identificaram-se ainda os custos de comercialização da empresa. De acordo com Bomfim e Passarelli (2006), os custos de comercialização são gastos com comissão, impostos, e demais variáveis que incidem diretamente sobre as vendas, portanto, para calculá-lo basta aplicar o percentual sobre o valor total de vendas.

Tabela 5 – Custos de comercialização

Descrição	%
Impostos	3,61%
Quebra de estoque	1,50%
Custos financeiros	3,30%
Total	8,41%

Fonte: Elaborada pela autora (2017).

A tabela 5 mostra que o percentual de custos de comercialização da empresa totaliza 8,41%. Os custos de comercialização se referem aos gastos com impostos, quebra de estoque e custos financeiros que incidem diretamente sobre as vendas.

O custo de produção está diretamente associado ao volume que é produzido (BOMFIM E PASSARELLI, 2006). Nesse trabalho, o custo unitário de produção de cada item é a soma da matéria prima (materiais diretos), mão de obra direta e custos fixos.



Analisando os quatro itens com maior volume de produção que são Xis Carne, Xis Frango, Cachorro-quente Salsicha e Cachorro-quente Strogonoff, obtemos os seguintes valores:

- Xis Carne: possui um custo unitário de R\$ 9,70 que ao volume de 560 unidades gera o custo de R\$ 2.348,84 em matéria prima, R\$ 1.059,65 em mão de obra direta e R\$ 2.023,60 em custos fixos, totalizando um custo de produção de R\$ 5.432,09 mensais;
- Xis Frango: possui um custo unitário de R\$ 9,22 que ao volume de 150 unidades gera o custo de R\$ 556,85 em matéria prima, R\$ 283,84 em mão de obra direta e R\$ 542,03 em custos fixos, totalizando um custo de produção de R\$ 1.382,73 mensais;
- Cachorro-quente Salsicha: possui um custo unitário de R\$ 7,68 que ao volume de 150 unidades gera o custo de R\$ 326,64 em matéria prima, R\$ 283,84 em mão de obra direta e R\$ 542,03 em custos fixos, totalizando um custo de produção de R\$ 1.152,51 mensais;
- Cachorro-quente Strogonoff: possui um custo unitário de R\$ 9,70 que ao volume de 150 unidades gera o custo de R\$ 629,35 em matéria prima, R\$ 283,84 em mão de obra direta e R\$ 542,03 em custos fixos, totalizando um custo de produção de R\$ 1.455,23 mensais.

De acordo com Wernke (2001), o processo de desenvolvimento do preço é essencial para a manutenção da empresa no mercado. De acordo com Bruni e Famá (2010), a definição dos preços pode ser apresentada em função de quatro componentes:

- Custos: gastos com produção do produto ou incorporados ao mesmo;
- Despesas: gastos comerciais, administrativos, financeiros ou de vendas, que não são incorporados ao produto;
- Impostos: tributos que incidem sobre o preço de venda do produto;
- Lucro: remuneração da empresa ou empresário.

Os gestores da empresa utilizam o critério baseado nos custos para formar os preços de venda de seus produtos. Porém, não havia noção da representação dos custos fixos e de mão de obra para cada unidade produzida. Portanto, o cálculo do preço de venda de cada item era feito através do custo dos materiais diretos mais uma margem de 50 a 60%. Por exemplo, o custo de materiais diretos de um lanche é de R\$ 5,00 adicionando uma margem de 50%, chegamos ao preço de R\$ 7,50.



Apesar de funcionar até o momento, a forma utilizada não é totalmente correta, já que considera apenas os materiais diretos, ou seja, parte dos custos. Para formar preços com base nos custos, é necessário observar todos os custos envolvidos, despesas administrativas, despesas com vendas e os custos indiretos, para assegurar um preço que traga lucro (TEIXEIRA *et al.*, 2015).

Tabela 6 – Receita operacional

Volume mensal	Receita mensal	Volume anual	Receita anual
3785	R\$ 48.954,00	45420	R\$ 587.448,00

Fonte: Elaborada pela autora (2017).

A partir da tabela 6, pode-se observar a receita operacional da empresa de acordo com os preços de vendas e o volume de venda. Quanto à receita gerada, pode-se concluir que:

- Em primeiro lugar está o Xis Carne, sendo um dos lanches mais solicitados com volume mensal de 560 unidades, ao preço de R\$ 11,50 por unidade, gera uma receita mensal de R\$ 6.440,00 e anual de R\$ 77.280,00;
- Em segundo lugar está o Cachorro-quente Strogonoff com volume mensal de 150 unidades, ao preço de R\$ 14,90 por unidade, gera uma receita mensal de R\$ 2.235,00 e anual de R\$ 26.820,00.
- Em terceiro lugar está a Ala minuta com bife acebolado com volume mensal de 80 unidades, ao preço de R\$ 22,75 por unidade, gera uma receita mensal de R\$ 1.820,00 e anual de R\$ 21.840,00.
- Em quarto lugar está o Xis Frango com volume mensal de 150 unidades, ao preço de R\$ 12,00 por unidade, gera uma receita mensal de R\$ 1.800,00 e anual de R\$ 21.600,00.

A receita operacional identificada pela venda dos lanches produzidos na empresa, de acordo com os preços praticados e os volumes coletados, totaliza R\$ 48.954,00 mensais e R\$ 587.448,00 anuais.

Tabela 7 – Resultados mensais

RECEITA OPERACIONAL	R\$ 48.954,00	100,00%
Custo materiais diretos	R\$ 15.360,95	31,38%
Custo comercialização	R\$ 4.117,03	8,41%



Custo mão de obra direta	R\$ 7.162,13	14,63%
CUSTO VARIÁVEL TOTAL	R\$ 26.640,10	54,42%
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 13.677,34	27,94%
CUSTO TOTAL	R\$ 40.317,45	82,36%
LUCRO OPERACIONAL	R\$ 8.636,55	17,64%
Margem de contribuição	R\$ 22.313,90	45,58%
Ponto de equilíbrio financeiro	R\$ 30.006,45	61,30%

Fonte: Elaborada pela autora (2017).

Tabela 8 – Resultados anuais

RECEITA OPERACIONAL	R\$ 587.448,00	100,00%
Custo materiais diretos	R\$ 184.331,35	31,38%
Custo comercialização	R\$ 49.404,38	8,41%
Custo mão de obra direta	R\$ 85.945,54	14,63%
CUSTO VARIÁVEL TOTAL	R\$ 319.681,26	54,42%
CUSTO FIXO TOTAL	R\$ 164.128,13	27,94%
CUSTO TOTAL	R\$ 483.809,39	82,36%
LUCRO OPERACIONAL	R\$ 103.638,61	17,64%
Margem de contribuição	R\$ 267.766,74	45,58%
Ponto de equilíbrio financeiro	R\$ 360.077,36	61,30%

Fonte: Elaborada pela autora (2017).

As tabelas 7 e 8 mostram os resultados da empresa Alfa Ltda. incluindo suas receitas, custos, margem de contribuição e ponto de equilíbrio financeiro.

A partir da receita mensal de R\$ 48.954,00, identificou-se que os custos variáveis representam 54,42% da receita e são constituídos por materiais diretos, custos de comercialização e mão de obra direta, que representam, respectivamente, 31,38%, 8,41% e 14,63%. Os custos fixos representam 27,94% da receita. Somando os custos variáveis e os custos fixos, conclui-se que os custos totais são de R\$ 40.317,45, que representa 82,37% da receita.

A margem de contribuição total identificada é de R\$ 22.313,90 que representa 45,58% da receita. Essa margem de contribuição pode ser considerada boa, pois ela cobre os custos fixos de R\$ 13.667,34 e ainda traz o lucro de R\$ 8.636,55. Segundo Bornia (2010), a margem de contribuição está ligada à lucratividade do produto e quanto mais alta for à margem de contribuição, maior será a renda da empresa para pagar seus custos fixos e gerar lucros.

O ponto de equilíbrio financeiro identificado é de R\$ 30.006,45, que indica que a empresa deve vender 61,30% de toda sua produção para não ter lucro nem prejuízo. O



ponto de equilíbrio decorre conforme o comportamento dos custos diante do volume de atividade. É o ponto onde não há lucro nem prejuízo, portanto, valores acima do ponto de equilíbrio irão trazer lucro e abaixo irão trazer prejuízo. Como a receita é maior que o ponto de equilíbrio, a empresa obtém lucro.

Segundo o SEBRAE, a lucratividade indica a eficiência operacional de uma empresa. Realizando a subtração dos custos totais de R\$ 40.317,45 da receita operacional de R\$ 48.954,00 obtém-se o valor de R\$ 8.636,55 de lucro. Portanto, conclui-se que a lucratividade da empresa é de 17,64%.

Se o valor do investimento, ou seja, dos custos totais, fosse aplicado na poupança no período de um ano, segundo a ANEFAC - Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (2017), seria obtida a lucratividade de 5,28%. Existe uma grande diferença entre as duas alternativas, então, conclui-se que a empresa deve continuar suas atividades para obter o lucro de 17,64% apesar de existir o custo de oportunidade de 5,28%.

5 CONCLUSÃO

O estudo foi realizado na empresa Alfa Ltda. com o objetivo de identificar qual a lucratividade da empresa, que atua no segmento alimentício, mais precisamente com lanches e refeições. Para realizar o estudo e a análise, tornou-se necessário levantar dados por meio de documentos.

Na empresa não existe nenhum profissional especializado na gestão financeira, e não há nenhum controle formalizado de custos, vendas e resultados financeiros. No entanto, os gestores reconhecem a necessidade da gestão financeira e estão em busca de novas ferramentas de controle e planejamento que possam trazer melhores resultados.

Conclui-se que na empresa havia o conhecimento dos custos, mas não existia um controle formalizado nem o conhecimento dos custos reais unitários de cada produto. Portanto, nesse estudo foram identificados e tabelados todos os custos envolvidos nas atividades da empresa, incluindo custos de materiais diretos, mão de obra, custos fixos e demais custos de comercialização. Para análise, identificaram-se também os volumes de vendas, os preços de vendas e os resultados financeiros.



Para formular os preços de venda utiliza-se o critério baseado nos custos. Porém eram utilizados somente os custos dos materiais diretos para o cálculo acrescidos de uma margem de 50% a 60%, sem adicionar os valores dos custos fixos e da mão de obra em cada unidade produzida.

A partir desse estudo, identificou-se que a empresa comercializa 3785 unidades ao mês, que gera uma receita mensal de R\$ 48.954,00 ao custo total de R\$ 40.317,45 que representa 82,37% da receita. A margem de contribuição total identificada é de R\$ 22.313,90 que representa 45,58% da receita. O ponto de equilíbrio financeiro identificado é de R\$ 30.006,45. Conclui-se, portanto, que a lucratividade da empresa é de 17,64% e que gera o valor de R\$ 8.636,55 de lucro.

Este trabalho também resultou na implementação de controles de custo, onde a empresa passou a utilizar as planilhas elaboradas para esse estudo para acompanhar, atualizar e controlar os custos de cada item produzido. A partir dessa implementação, a empresa mantém o conhecimento dos materiais diretos utilizados, da mão de obra, dos custos fixos de funcionamento e dos demais custos de comercialização. Com isso, a empresa consegue formar preços de venda mais adequados que cubram os custos e tragam o lucro desejado, mantendo assim, um melhor controle financeiro da mesma.

Mesmo nos cenários de bonança econômica, as organizações necessitam reduzir seus custos, e utilizarem formas de controle para se manterem mais competitivas e possibilitando a melhoria de seus resultados. A gestão dos custos é uma ferramenta que contribui de forma significativa para a tomada de decisão, direcionando o caminho para uma boa administração, alcance dos objetivos e formação de melhores preços, possibilitando assim, maior lucratividade para empresa e maior competitividade no segmento de mercado que atua.

REFERÊNCIAS

ANEFAC – Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade. **Pesquisa de Juros**. Disponível em: <https://www.anefac.com.br/PesquisaJuros.aspx>. Acesso em 30 out. 2017, 22:02.

BEUREN, Ilse Maria. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BOMFIM, Eunir de Amorim; PASSARELLI, João. **Custos e formação de preço**. 4 ed. São Paulo: Thomson, 2006.



BORNIA, Antonio Cezar. **Análise Gerencial de Custos: Aplicação em empresas modernas.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

CARDOSO, Jaqueline de Fátima. Custos e preços de venda: um estudo em restaurantes à la carte. **REVISTA HOSPITALIDADE**, vol. 8, n. 2, dez, 2011.

CARDOSO, Jaqueline de Fátima. Custos e preço de venda: Um estudo em restaurantes bufê por peso. **REVISTA TURISMO E SOCIDADE**, v. 6, n. 1, jan, 2013.

FIGUEIREDO, N.M.A. **Método e metodologia na pesquisa científica.** 2a ed. São Caetano do Sul, São Paulo, Yendis Editora, 2007.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica.** Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIPPEL, Isabela Laginski. **Gestão de custos em restaurantes: utilização do método ABC.** Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

MACHADO, Débora Gomes; DE SOUZA, Marcos Antônio. 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**, v. 2, n. 1, jan/abr, 2006.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 9. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão.** 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da pesquisa.** Série didática, UCB, 2003. 108 p.

SANTOS, J. L.; NUNES, M. S.; PINHEIRO, P. R.; SCHMIDT P. **Fundamentos de Contabilidade de Custos.** São Paulo: Atlas, 2016.

SCHIER, Carlos Ubiratan da Costa. **Gestão de Custos.** 20. ed. Curitiba: Ibpex, 2006.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Cálculo da lucratividade do se negócio.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/calculo-da-lucratividade-do-seu-negocio>. Acesso em 12 mai. 2017, 15:10.



TEIXEIRA, Ana Cristina Campos Prado; NETO, Alaerte de Assis; FERREIRA, Fernando Jorge. A utilização de conceitos de custos e sua influência na decisão do preço de venda nas microempresas e empresas de pequeno porte. **REMIPE- REVISTA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E EMPREENDEDORISMO DA FATEC OSASCO**, vol. 1, n. 2, jul/dez, 2015.

VIEIRA, Eusélia Paveglio. **Custos e formação de preços de venda**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2008.

WERNKE, R. **Gestão de Custos: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2001.