

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**APURAÇÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DE  
UM RESTAURANTE NA CIDADE DE CIRÍACO-RS**

**Verlany Mello Cervi**

**Passo Fundo**

**2020**

Verlany Mello Cervi

**APURAÇÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DE  
UM RESTAURANTE NA CIDADE DE CIRÍACO-RS**

Trabalho de Conclusão apresentado ao curso de Ciências Contábeis da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador(a): Prof. Ms. Maristela Capacchi

**PASSO FUNDO**

**2020**

Verlany Mello Cervi

**APURAÇÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DE  
UM RESTAURANTE NA CIDADE DE CIRÍACO-RS**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis da Universidade de Passo Fundo, pela banca examinadora formada pelos professores:

Prof(a). Ma. Maristela Capacchi

UPF - Orientadora

Professor \_\_\_\_\_

UPF - Examinador

Professor . \_\_\_\_\_

UPF - Examinador

**PASSO FUNDO**

**2020**

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus e todos os meus seres de luz, por terem me iluminado e protegido em toda essa trajetória de minha vida, agradeço também por me permitirem a viver esse momento com muita saúde e determinação. E nessa fase tão importante me deram força e coragem para seguir em frente nessa conquista.

Meu maior agradecimento as pessoas mais importante de minha vida, meu pai José Iolar, minha mãe Rosélia, meus irmãos Pedro Hairton e Iolar Junior, obrigada por me proporcionarem esse momento, a me ajudarem a realizar esse sonho, por me darem força e nunca me deixar desistir, e sim por me dar todos os ensinamentos necessários para chegar até aqui.

Gratidão ao meu namorado Roberto, por toda a paciência e carinho nessa fase de minha vida, onde sempre me escutou e enfrentou comigo todos os obstáculos, e também por sempre entender as vezes que não consegui me fazer presente. A minha cunhada Raquel que me substituiu, ajudou e me apoiou nos momentos que mais precisei.

A todos meus colegas de faculdade, pelas amizades que fiz nessa caminhada, por todo carinho, respeito e trocas de conhecimentos, todos são muitos especiais sempre vou guardar em meu coração.

Meu reconhecimento estende-se, também, a todos os professores que compartilharam os seus conhecimentos, os quais contribuíram significativamente para minha formação acadêmica e pessoal desde o início até o final.

Em especial, agradeço a minha orientadora Professora Ma. Maristela Capacchi, que, com paciência, conseguiu transmitir seu vasto conhecimento, o qual foi fundamental para que o meu Trabalho de Conclusão fosse concluído com sucesso.

Enfim, a todas as pessoas que contribuíram de alguma forma para a concretização do meu sonho. A minha gratidão por terem acreditado no meu potencial.

**MUITO OBRIGADA!**

## RESUMO

CERVI, Verlany Mello. **Apuração de custos e formação do preço de venda em um restaurante na cidade de Ciríaco-RS**. 64f. Passo Fundo, 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Ciências Contábeis). UPF, 2020.

Este trabalho desenvolveu-se em um restaurante do município de Ciríaco/RS, com o objetivo de analisar a apuração de custo e a formação do preço de venda dos pratos servidos. A metodologia utilizada neste trabalho é de espécie diagnóstico e para atingir os objetivos propostos, utilizou-se de uma pesquisa descritiva, com características bibliográficas, documental, bem como classificada como pesquisa mista com variáveis qualitativas e quantitativas. Para fundamentação teórica foram usados os principais autores na área da pesquisa, que tem como objetivo embasar e validar o presente trabalho. O período a que se aplica este estudo foi referente aos meses de março a novembro de 2020, onde foram identificados e mensurados todos os custos que envolvem o processo produtivo da atividade, possibilitando a elaboração de planilhas para a tabulação dos dados com a realização de análise para demonstrar os resultados obtidos. Os resultados encontrados a partir do estudo, indicaram que a mesma possui um custo por prato bem elevado, que demonstrou que o preço praticado não estava de acordo para suprir todos os custos e despesas do restaurante e assim poder ter o desenvolvimento que toda empresa almeja, foi possível verificar, percentual de 81,8% de participação dos custos sob o faturamento de refeições e lanches, 26,39% de participação das despesas sob o faturamento total. Foi calculado um preço venda considerando uma margem de lucro de 10%, onde a margem de contribuição representa 40,20% do preço calculado, e no preço praticado a margem de contribuição representa 12,06%. O ponto de equilíbrio encontrado no preço praticado considerando o gasto com cozinheira é em torno de R\$ 54.697,58 de faturamento mensal e excluindo o pagamento cai o valor do faturamento para R\$ 34.803,08, já no preço calculado o faturamento considerando o pagamento das cozinheiras é de R\$ 16.412,61 e excluindo esse pagamento é de R\$ 10.443,04. Com base no trabalho se pode concluir que o controle de custos é muito importante na gestão de negócios, pois, fornece informações para a tomada de decisão, assim como um gerenciamento mais efetivo da empresa.

**Palavras-chaves:** Custos. Formação do preço de venda. Despesas. Gestão de negócios. Tomada de decisão.

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

|         |   |
|---------|---|
| ABRASEL | Associação brasileira de bares e restaurantes           |
| CV      | Custo variável  |
| CVL     | Custo Volume Lucro                                      |
| DRE     | Demonstração de Resultado                               |
| DV      | Despesa variável  |
| MC      | Margem de contribuição                                  |
| MS      | Margem de segurança                                     |
| PE      | Ponto de Equilíbrio                                     |
| PV      | Preço de venda  |
| SEBRAE  | Serviço brasileiro de apoio à micro e pequenas empresas |
| TCC     | Trabalho de Conclusão de Curso                          |
| UPF     | Universidade de Passo Fundo                             |

**LISTA DE FIGURAS**

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Principais componentes da Análise Custo-Volume-Lucro ..... | 31 |
|--|----|

## LISTA DE QUADROS

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| Quadro 1: Etapas de precificações.....  | 28                                   |
| Quadro 2: Métodos de formação de preço.....                                   | 29                                   |
| Quadro 3: Dias e horas trabalhadas no ano .....                               | 42                                   |
| Quadro 4: Gastos anuais com funcionários .....                                | 43                                   |
| Quadro 5: Mapa de apropriação do custo dos salários aos pratos / lanches..... | 43                                   |
| Quadro 6: Ficha técnica e custos do prato “À Moda da Casa”.....               | 46                                   |
| Quadro 7: Ficha técnica e custos do lanche “Xis Tudo” .....                   | 47                                   |
| Quadro 8: Despesas do restaurante.....  | 49                                   |
| Quadro 9: Demonstração de resultado.....                                      | 50                                   |
| Quadro 10: Margem de Contribuição.....  | 51                                   |
| Quadro 11: Mark-Up .....  | 52                                   |
| Quadro 12: Resultados do preço de venda calculado .....                       | 54                                   |
| Quadro 13 – Despesas e Custos Fixos.....                                      | <b>Erro! Indicador não definido.</b> |
| Quadro 14: Margem de contribuição em reação ao Preço Praticado .....          | 55                                   |



**LISTA DE TABELAS**

|   |    |
|---|----|
| Tabela 1: Menu de refeições.....              | 40 |
| Tabela 2: Folha de pagamento contratada ..... | 41 |

## SUMÁRIO

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO .....</b>                                       | <b>12</b> |
| 1.1      | IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO PROBLEMA .....               | 14        |
| 1.2      | OBJETIVOS .....   | 15        |
| 1.2.1    | <b>Objetivo Geral .....</b>                                   | <b>15</b> |
| 1.2.2    | <b>Objetivo Específico .....</b>                              | <b>15</b> |
| <b>2</b> | <b>REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>                              | <b>16</b> |
| 2.1      | CONTABILIDADE.....  | 16        |
| 2.1.2    | <b>Finalidade da Contabilidade .....</b>                      | <b>16</b> |
| 2.2      | CONTABILIDADE DE CUSTOS.....                                  | 17        |
| 2.2.1    | <b>A importância da contabilidade de custos.....</b>          | <b>18</b> |
| 2.2.2    | <b>A contabilidade de custos e suas funções.....</b>          | <b>18</b> |
| 2.2.3    | <b>Conceitos e terminologias utilizadas em custos .....</b>   | <b>19</b> |
| 2.2.4    | <b>Diferença contábil entre custo e despesa .....</b>         | <b>22</b> |
| 2.2.5    | <b>Classificação de custos .....</b>                          | <b>22</b> |
| 2.2.6    | <b>Métodos de Custeio.....</b>                                | <b>25</b> |
| 2.3      | FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA .....                              | 27        |
| 2.3.1    | <b>Etapas do Processo de Formação de Preço de Venda .....</b> | <b>27</b> |
| 2.3.2    | <b>Métodos de formação de preço.....</b>                      | <b>28</b> |
| 2.3.3    | <b>Formação do Mark-Up .....</b>                              | <b>29</b> |
| 2.4      | ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO .....                              | 30        |
| 2.4.1    | <b>Margem de Contribuição .....</b>                           | <b>31</b> |
| 2.4.2    | <b>Ponto de Equilíbrio.....</b>                               | <b>32</b> |
| 2.4.3    | <b>Margem de Segurança.....</b>                               | <b>33</b> |
| <b>3</b> | <b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>                      | <b>35</b> |
| 3.1      | CLASSIFICAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA .....                | 35        |
| 3.2      | PLANO DE COLETA DE DADOS.....                                 | 36        |
| 3.3      | ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....                       | 37        |
| 3.4      | VARIÁVEIS DO ESTUDO .....                                     | 37        |
| <b>4</b> | <b>APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....</b>           | <b>39</b> |

|              |   |           |
|--------------|---|-----------|
| 4.1          | HISTÓRICO, DESCRIÇÃO DA EMPRESA ESTUDADA .....                                  | 39        |
| 4.2          | ESTRUTURA FÍSICA DO RESTAURANTE .....   | 40        |
| 4.3          | DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA FUNCIONAL .....  | 41        |
| <b>4.3.1</b> | <b>Cálculo dos gastos com folha de pagamento e pró-labore .....</b>             | <b>42</b> |
| <b>4.3.2</b> | <b>Metodologia de apropriação do custo com salários aos itens do menu .....</b> | <b>43</b> |
| 4.4          | DESCRIÇÃO DO CARDÁPIO E ELABORAÇÃO DAS FICHAS TÉCNICAS.....                     | 44        |
| 4.5          | DESPESAS GERAIS DO RESTAURANTE .....  | 48        |
| 4.6          | CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA .....   | 50        |
| <b>4.6.1</b> | <b>Demonstração de Resultado .....</b>  | <b>50</b> |
| <b>4.6.2</b> | <b>Margem de Contribuição.....</b>  | <b>51</b> |
| <b>4.6.3</b> | <b>Formação do Mark-Up .....</b>  | <b>52</b> |
| <b>4.6.4</b> | <b>Cálculo do Preço de venda.....</b>   | <b>53</b> |
| <b>4.6.5</b> | <b>Ponto de Equilíbrio.....</b>   | <b>54</b> |
| 4.7          | CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....  | 56        |
| <b>5</b>     | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>  | <b>59</b> |
|              | <b><u>REFERÊNCIAS</u> .....</b>   | <b>61</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

O setor de alimentação possui um grande potencial de mercado em todo mundo, como comprova o estudo da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) que mostra um crescimento acima de 10% no mercado de gastronomia nos últimos anos (ABRASEL, 2019). Segundo (ABRASEL, 2019) a última pesquisa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) o brasileiro gasta cerca de 25% de sua renda com alimentação fora do lar. Isso pode ser uma consequência da vida moderna do trabalhador brasileiro, atrelada à falta de tempo.

Em uma pesquisa com empresas realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020), com objetivo de identificar as características e tendências do ramo alimentício, em um conjunto de empresas pesquisadas, 50% são negócios de pequeno porte, sendo o tipo de negócio mais comum os restaurantes com 56% de atuação no mercado, com isso, os proprietários explicaram que a adequação em seu negócio provem das preferências e necessidades dos clientes da região.

Por mais que no Brasil uma boa parte ainda faz refeições dentro de casa, os alimentos prontos vieram apresentado um grande crescimento, pelo motivo de praticidade e ganho de tempo em um estilo de vida acelerado que hoje vivenciamos. Segundo Bezerra et al (2017) foi realizado um estudo com intuito de descrever locais de consumo fora do lar e caracterizar o consumidor, nele foi demonstrado que homens apresentaram um percentual maior de utilização nos locais de alimentação referente as mulheres, sendo de maior frequência restaurantes e lanchonetes devido a praticidade e agilidade dos alimentos oferecidos, os frequentadores se caracterizam por ser um público com maior escolaridade e renda. Já os gastos em supermercados, frutarias e comercializados em rua, frequentados por indivíduos com um menor poder aquisitivo, também oferecem produtos rápidos e prontos para consumo, porém ficaram em segundo plano devido a falta de estrutura física para as refeições.

Atualidade que nos encontramos em virtude da pandemia do Covid19 esse setor foi um dos mais prejudicados em todo o país, desde março de 2020 encontram se estabelecimentos fechados onde acarretou uma série de mudanças precisando de adaptações e esforços para se reinventar.

Mesmo assim, a competitividade entre as empresas desse ramo alimentício ainda se faz presente no mercado, devido a esse cenário sobrevivem apenas estabelecimentos com uma gestão profissional, sendo que para isso, é necessário adotar ferramentas de planejamento e

controle. Neste sentido, “a contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para tomada de decisões dentro e fora da empresa” (MARION, 2009, p. 28).

A área de custos é uma das áreas de fundamental importância em todos os tipos de empresas, e mais importante ainda, em empresas que tem processos que se assemelham ao processo industrial, que é o caso dos restaurantes. A importância dos custos se dá principalmente pela necessidade de controles, planejamento e análises que podem ser realizadas com a sua implantação.

O principal aspecto que têm maior influência no crescimento de uma empresa é o uso de estratégias no controle da manutenção do sistema de custos. A importância da manutenção está diretamente ligada ao alcance de um crescimento sustentável para empresas.

A contabilidade de custos é uma ferramenta essencial dentro de uma entidade, ela oferece informações indispensáveis que auxiliam no desempenho do negócio, pois quanto mais se conhece os custos de uma empresa melhor eles serão identificados e gerenciados.

Nesse sentido, o presente trabalho aborda a importância da utilização de um adequado sistema de custos em um restaurante familiar assim como, demonstrar que é fundamental em quaisquer tipos de atividade. Por definição de Silva e Lins (2014, p. 4) “a contabilidade de custos é uma técnica utilizada para identificar, mensurar e informar os custos de produtos e serviços, assim auxiliando no controle e ajudando nas tomadas de decisões”. Em conjunto com as teorias de custo, é possível elaborar a correta formação do preço que seja capaz de cobrir os custos e atingir as metas propostas pela empresa. Explica Ribeiro (2013, p. 501) “para que haja lucro, é preciso que o montante arrecadado pela empresa em determinado período com as receitas supere o montante dos custos e despesas incorridos também nesse período”.

O preço de venda conforme diz Martins (2018, p. 205) “além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produtos dos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa etc.”. Com isso a formação do preço de venda necessita que essa ferramenta seja calculada de uma forma correta e adequada ao seu mercado, tanto pela sua competitividade, quanto pela sua sobrevivência, independente da sua área ou porte de atuação.

Diante disso nota-se a importância de analisar os custos que fazem parte do processo produtivo da empresa, bem como avaliar o preço de venda para poder atingir o bom desempenho. Contudo, espera-se que esse estudo seja de extrema importância para empresa possibilitando, capacitando e fornecendo informações úteis para seu processo produtivo e

contribuindo com fornecimento de estratégias para o bom desenvolvimento de seu negócio, mostrando a relevância da contabilidade e controle de custos.

## 1.1 IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO PROBLEMA

A empresa em que será realizado o estudo é uma sucessão familiar que está no mercado a 50 anos com esse ramo alimentício, localizada na cidade de Ciríaco – RS. Seu sistema de cardápio é à La Carte servido na mesa, os pratos mais servidos é a moda da casa, à La Minuta porção e o Prato Feito, além disso serve alguns tipos de lanche. O atendimento e trabalho é praticamente só familiar contando apenas com 3 funcionários.

Acredita-se que esse estudo será de uma grande importância principalmente por se tratar de uma empresa familiar de pequeno porte, onde a maioria das vezes são aplicados preços que talvez não sejam muito adequados devido à falta de conhecimentos técnicos para a elaboração correta dos custos e preços.

A elaboração desta pesquisa contribuirá para que a empresa dê um passo a diante no que diz respeito a adoção de controles, para isso, será analisado todo o processo produtivo da empresa até chegar o alimento na mesa para o cliente, levando em consideração a área de custos e a formação do preço de venda que é uma das decisões mais importantes para o empresário, pois essa formação tem que ser feita adequadamente e é fundamental para garantir a sua permanência no mercado.

Neste ano, com o impacto da Pandemia, o mercado de restaurantes foi um dos mais atingidos, paralelo a isso, já se percebia uma grande competitividade no setor. Estes fatos somados vêm exigindo que os gestores destas empresas, aprimorem as formas de gestão, buscando fazê-la de maneira profissional, com o auxílio de dados gerados pela contabilidade que proporciona informações que dão suporte às análises e apurações na área da formação dos custos e da formação do preço de venda, para o bom desempenho da empresa.

Em virtude dos dados expostos acima, e da importância do tema para os restaurantes originou-se o questionamento que irá conduzir este estudo: **Qual a apuração de custo e a formação do preço de venda dos pratos servidos no restaurante X?**

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Apurar o custo e a formar o preço de venda dos pratos servidos no restaurante X.

### 1.2.2 Objetivo Específico

- Apresentar referencial teórico sobre o tema abordado;
- Identificar e descrever por meio da elaboração de fichas técnicas cada alimento que é servido;
- Identificar custos fixos e variáveis;
- Mensurar os custos e as receitas
- Estimar preço de venda;
- Calcular margem de contribuição atual e a projetada pelo preço de venda calculado;
- Calcular o Ponto de equilíbrio

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 CONTABILIDADE

A contabilidade busca por meio de um conjunto de informações auxiliar as empresas nas tomadas de decisões e apresentar a situação econômica e administrativas da entidade.

A contabilidade, para Marion (2009, p.28) “é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa. Ela é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões” Ribeiro (2018) complementa afirmando que a contabilidade é uma ciência social que tem por elemento o patrimônio das entidades. Seu alvo maior é controlar o patrimônio mesmo havendo algumas possíveis variações. Com isso, de acordo com os autores Bonho, Silva e Alves (2019, p. 27)

O foco da contabilidade se dá mais especificamente no estudo da evolução patrimonial que uma entidade tem, demonstrando como as alterações realizadas por meio das ações de seus administradores e colaboradores afetam as suas diversas contas patrimoniais e, conseqüentemente, influenciam as variações no total de patrimônio da entidade.

Portanto se conclui que na contabilidade está registrada todo e qualquer tipo de movimentação, captando dados, processando e fornecendo relatórios e demonstrações contábeis para os usuários dessa informação e tornando as úteis na tomada de decisão

#### 2.1.2 Finalidade da Contabilidade

Finalidade da contabilidade para Roberto (2014, p. 3) é a de “controlar o patrimônio, com objetivo de fornecer informações sobre a sua composição e suas variações”.

Greco, Gärtner e Arend (2009, p. 02), afirmam que a finalidade da contabilidade é “assegurar o controle do patrimônio e fornecer as informações sobre a composição e variações patrimoniais, bem como o resultado das atividades econômicas desenvolvida”. Já para Ribeiro (2018, p. 3) “a principal finalidade da contabilidade é fornecer informações de ordem



econômica e financeira sobre o patrimônio, para facilitar as tomadas de decisão por parte dos seus usuários”.

Por fim essas informações são de muita importância para os usuários da contabilidade, pois ela registra, controla e demonstra os fatos ocorridos dentro de uma entidade, assim auxiliando na tomada de decisão.

Segundo Ribeiro (2013) a contabilidade de custos é um ramo da contabilidade Geral ou Financeira que se aplica as empresas, quando queremos nos referir a um sentido mais amplo da contabilidade considerando a ciência social que tem por objeto todo o patrimônio da entidade falamos em contabilidade financeira.

## 2.2 CONTABILIDADE DE CUSTOS

Conforme Veiga e Santos (2016, p.01) “com a evolução da sociedade, passamos do mercantilismo para a era industrial, e a área de custos se desenvolveu muito. Esse fato possibilitou identificar e analisar o resultado e direcionar a gestão para o acompanhamento e controle dos custos”. Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 01) explicam que a contabilidade custos surgiu assim

Com o surgimento da indústria, tornou-se bastante complexa a tarefa de avaliar os estoques dos produtos existentes na empresa e por ela produzidos, pelo fato de os produtos incorporarem diversos fatores de produção utilizados para sua obtenção. Assim, a preocupação primeira dos contadores foi a de fazer da Contabilidade de Custos uma forma de resolver seus problemas de mensuração monetária dos estoques e do resultado, e não a de fazer dela um instrumento gerencial.

Segundo Megliorini (2012) afirma que em um mercado bastante competitivo, o conhecimento de administrar é um fator decisivo para o sucesso do negócio, por isso não se pode deixar o cálculo de custos em segundo plano, pois é necessário para uma boa administração. Martins (2018) diz que a contabilidade de custos é uma técnica utilizada para identificar, mensurar e informar os custos dos produtos e/ou serviços.

Conclui-se que, conhecer custos é ferramenta essencial para o bom desenvolvimento de uma empresa, independente o tipo, comercial, industrial ou prestadora de serviço e do porte, pequeno, médio ou grande. A organização necessita que seja bem estruturada, para atingir seus objetivos

### 2.2.1 A importância da contabilidade de custos

Silva e Lins (2014) dizem que a intenção básica de todo o custeio é apresentar informações para tomada de decisão, da mesma forma, fornece utensílios para que os usuários do sistema de custos possam conseguir informações confiáveis, relevantes e oportunas possibilitando as melhores direções de suas decisões. É de bastante importância para as empresas pois, segundo Leone (2010, p. 06) a “contabilidade de custos acumula, organiza, analisa e interpreta os dados operacionais, físicos e os indicadores combinados no sentido de produzir, para os diversos níveis de administração e de operação, relatórios com as informações de custos solicitadas”.

Neste mesmo sentido, “a contabilidade, em especial a de custos, é muito importante para as entidades. Em um ambiente competitivo, deve-se, sempre, ter diferenciais e/ou menor custo. Logo, essas informações contábeis devem estar muito bem alinhadas para a tomada de decisões” (VEIGA; SANTOS, 2016, p. 05).

A contabilidade de custos, portanto, é importante dentro das empresas, pois passa a ser utilizada no planejamento, controle dos custos e na tomada de decisões.

### 2.2.2 A contabilidade de custos e suas funções

A contabilidade de custos pode ser determinada como o método composto de usar os princípios da contabilidade geral para registrar os custos de operação de um negócio. Sendo assim, para Bruni e Famá (2019, p. 03) as funções básicas da contabilidade de custos devem buscar atender a três razões primárias:

- a) determinação do lucro:** empregando dados originários dos registros convencionais contábeis, ou processando-os de maneira diferente, tornando-os mais úteis à administração;
- b) controle das operações:** e demais recursos produtivos, como os estoques, com a manutenção de padrões e orçamentos, comparações entre previsto e realizado;
- c) tomada de decisões:** o que envolve produção (o que, quanto, como e quando fabricar), formações de preços, escolha entre fabricação própria ou terceirizada.

Padoveze, (2006, p.88) comenta da função de contabilidade de custos dentro da empresa, neste sentido o autor relata que “o conhecimento especializado em contabilidade de custos oferece uma boa variedade de funções a serem desempenhadas dentro das empresas”, e as descreve como:

- a) chefe do setor de custos e orçamento;
- b) responsáveis por comitês de gestão e/ou redução de custos;
- c) analistas de custos;
- d) analistas de inventário;
- e) analistas de orçamento;
- f) analistas de contabilidade por responsabilidade;
- g) analistas de valor;
- h) responsáveis por formação de preços de venda e lista de preços etc.

Conclui-se que dentro de todas essas funções, demonstra uma grande clareza para os tomadores de decisões ou qualquer outro usuário de informação, permitindo acompanhar o próprio desempenho da empresa no que diz respeito a sua administração.

### 2.2.3 Conceitos e terminologias utilizadas em custos

A Contabilidade de Custos utiliza terminologia própria, cujos termos muitas vezes são usados com diferentes significados. Assim, torna-se necessário definir o entendimento dessa terminologia de forma a permitir uma uniformização de conceitos, o qual serão abordados a seguir.

**Gastos ou Dispêndios:** Bruni e Famá (2019, p. 04) em sua abordagem afirmam que gastos ou dispêndios” consistem no sacrifício financeiro que a entidade arca para a obtenção de um produto ou serviço qualquer. Segundo a contabilidade, serão em última instância classificados como custos ou despesas, a depender de sua importância na elaboração do produto ou serviço”. De acordo com Megliorini (2012, p.07) Gastos correspondem aos compromissos financeiros assumidos por uma empresa no tocante a aquisição de:

- recursos que serão consumidos no ambiente fabril para fabricação do produto;
- mercadorias para revenda;
- recursos para realização de serviços;
- recursos a serem consumidos no ambiente de administração;

- recursos a serem consumidos no ambiente comercial.

Segundo Crepaldi e Crepaldi (2018) afirmam que são responsabilidades financeiras realizadas por uma entidade com vista ao alcance de um produto ou serviço qualquer para a produção de um bem ou para a obtenção de uma receita.

Portanto, gastos ou dispêndios é qualquer desembolso que a empresa precise fazer para adquirir um bem ou serviço.

**Desembolsos:** Segundo Martins (2018, p. 09) desembolso é o “pagamento resultante da aquisição do bem ou serviço. Pode ocorrer antes, durante ou após a entrada da utilidade comprada, portanto defasada ou não do momento do gasto”. “Consistem no pagamento do bem ou serviço, independentemente de quando o produto ou serviço foi ou será consumido. É importante ressaltar que a contabilidade registra os fatos de acordo com o princípio da competência” (BRUNI; FAMÁ, 2018, p. 04)

Por fim, desembolso é todo e qualquer tipo de saída de valores de caixa\banco para aquisição de bens ou serviços.

**Investimentos:** Ribeiro (2018) considera investimentos os gastos com a obtenção dos bens destinados a troca, transformação ou consumo, enquanto esses bens ainda não forem trocados, transformados ou consumidos. Investimentos, na visão de Martins (2018, p.10) é o “gasto ativado em função da sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a futuro(s) período(s)” relata ainda que,

Todos os sacrifícios havidos pela aquisição de bens ou serviços (gastos) que são “estocados” nos Ativos da empresa para baixa ou amortização quando de sua venda, de seu consumo, de seu desaparecimento ou de sua desvalorização são especificamente chamados de investimentos (MARTINS, 2018, p. 10).

A definição de investimento para Viceconti e Neves (2018, p. 29) é um “Gasto com bem ou serviço ativado em função de sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a períodos futuros”.

Através dos conceitos abordados, os investimentos nada mais é que gastos úteis para benefícios futuros.

**Despesas:** “São recursos consumidos direta ou indiretamente na forma de um bem ou serviço com intuito de obtenção de receitas. Outra característica da despesa é o fato de não se relacionar com processo produtivo” (SILVA; LINS, 2014 p. 07). Assim, Veiga e Santos (2016) também afirma que as despesas são os gastos efetivados para obter receitas. Percebe-se como recurso consumido fora do processo produtivo e/ou de preparação de serviços para a obter a receita. “Correspondem a parcela dos gastos consumida para administrar a empresa e realizar as vendas, isto é, para gerar receitas. São representadas pelas despesas administrativas e pelas despesas de vendas” (MEGLIORINI, 2012, p. 07).

Logo, nota-se que as despesas não estão diretamente associadas a produtos ou serviços da empresa, porém é de grande necessidade para o seu funcionamento.

**Perdas:** “São bens ou serviços consumidos de forma anormal e involuntária. Trata-se de gastos não intencionais decorrentes de fatores externos, fortuitos ou da atividade produtiva normal da empresa” (CREPALDI; CREPALDI, 2018, p. 21). Os autores Bruni e Famá (2019, p.04) representam bens ou serviços consumidos de forma anormal. Consiste em:

- a) Um gasto não intencional decorrente de fatores externos extraordinários ou
  - b) Atividade produtiva normal da empresa.
- Na primeira situação, devem ser considerados como despesas e lançados diretamente contra o resultado do período.  
Na segunda situação, devem ser classificados como custo de produção do período.

Bem ou serviço consumido de forma anormal e involuntária, não se deve confundir com a despesa ou custo, não é um sacrifício feito com intenção de obtenção de receita. Exemplos comuns: perdas com incêndios, obsolescência de estoques etc. (MARTINS, 2018).

Conforme conceituada pelos autores as perdas são processos de forma anormal e involuntária dentro da empresa, tratando os como um gasto não intencional.

**Custos:** Ribeiro (2018, p. 16) afirma que “Quando os gastos são efetuados para a obtenção de bens e serviços que são aplicados diretamente na produção de outros bens, correspondem a custos”. “Gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens e serviços abrange todos os gastos relativos à atividade de produção. Os custos são ativados e integram o estoque de produtos em elaboração e o de produtos” (VICECONTI; NEVES, 2018, p.29).

Silva e Lins (2014) abordam em seu conceito que são recursos consumidos na elaboração de um produto ou bem, que trará benefícios para empresa após a sua venda seja ela, produto ou serviço.

Então, o custo faz parte desde o início do processo produtivo até sua finalização, trazendo benefícios futuros ou atuais para a empresa.

## **2.2.4 Diferença contábil entre custo e despesa**

Bruni e Famá (2019) referem-se a essa distinção de um modo geral os custos vão para as prateleiras, sendo guardados nos estoques, são consumidos pelos produtos ou serviços durante seu procedimento de preparação. Já as despesas estão associadas ao andamento, não refletem diretamente na elaboração dos produtos ou serviços prestados. Os autores Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 22) abordam as diferenças dessa maneira

Custo: É o gasto com a fabricação do produto (processo produtivo). O custo só afetará o resultado da parcela do gasto que corresponde aos produtos vendidos.  
Despesa: É o gasto que não está relacionado ao processo produtivo. São todos os demais fatores identificáveis na administração, financeiros e relativos às vendas que reduzem a receita. A despesa afetará diretamente o resultado do exercício.

Ribeiro (2018, p. 17) diferencia de uma forma mais cristalina despesa de custos “A despesa vai para o resultado enquanto o custo vai para o produto, a despesa não será recuperada enquanto o custo será recuperado por ocasião da venda do produto”.

Portanto vale ressaltar que é de importância essa diferenciação correta, pois, poderá ocorrer perdas de valores dentro da empresa se houver essa irrelevância.

## **2.2.5 Classificação de custos**

Para atender as diversas finalidades para quais os custos são apurados, uma das formas de obter essas informações mais relevantes, facilitar o controle e a tomada de decisão é classificando esses custos. De uma forma geral, em relação ao objeto de custo é classificado em custos diretos e indiretos. Em relação ao volume de produção, custos fixos e variáveis.

**Custos Diretos:** Megliorini (2012) conceitua custos diretos quando sua apropriação se dá pelo que esse produto consumiu de fato, como por exemplo, no caso de matéria – prima pela quantidade efetivamente consumida, no caso de mão de obra direta, pela quantidade de horas trabalhadas.

Segundo os autores “os custos serão classificados como custos diretos quando for possível a sua fácil identificação e mensuração precisa ao objeto de custo, bastando existir uma medida de consumo (quilos, horas de mão de obra etc.)” (SILVA; LINS, 2014, p. 11). Já na concepção de Veiga e Santos (2016, p. 26) “São considerados diretos os custos identificáveis com cada produto, de maneira clara, direta e objetiva, cujas associação e apropriação se processam por meio de mensuração direta”.

Com isso, custos diretos é tudo aquilo que pode mensurar e alocar de maneira eficiente na fabricação de um produto.

**Custos Indiretos:** “São os custos que dependem de cálculos, rateios ou estimativas para serem apropriados aos diferentes produtos, portanto são custos apropriados indiretamente aos produtos. O parâmetro utilizado para as estimativas é chamado de base ou critério de rateio” (VICECONTI; NEVES, 2018, p. 34). Conforme afirma Ribeiro (2018, p. 24)

Custos Indiretos compreendem os gastos com materiais, mão de obra e gastos gerais de fabricação aplicados indiretamente na fabricação dos produtos. São assim denominados porque, além de não integrarem os produtos, é impossível uma segura identificação de suas quantidades e de seus valores em relação a cada produto fabricado.

Padoveze (2013) diz que custos indiretos são aqueles que não podem ser alocados de uma forma objetiva a sua produção ou outra atividade operacional, quando forem atribuídos esses gastos serão por meio de rateio, alocações ou apropriações.

Logo, depois de ser conceituado os custos indiretos, percebe-se que essas alocações são feitas através de critérios de distribuição a todos os gastos que não se pode mensurar corretamente aos produtos, exemplos: aluguel, luz etc.

**Custos Fixos:** Bruni e Famá (2019, p. 09) conceituam custo fixo como “Custos que, em determinado período e em certa capacidade instalada, não variam, qualquer que seja o volume de atividade da empresa. Existem mesmo que não haja produção”. Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 24) afirmam que um custo fixo é

Um custo que, em determinado período e volume de produção, não se altera em seu valor total, mas vai ficando cada vez menor em termos unitários com o aumento do volume de produção. O custo total não varia proporcionalmente ao volume produzido. Um aspecto importante a ressaltar é que os custos são fixos dentro de determinada faixa de produção e, em geral, nem sempre são fixos, podendo variar em função de grandes oscilações no volume de produção. Quanto mais se produzir, menor será o custo por unidade.

Custos fixos são aqueles que procedem da conservação da estrutura produtiva da empresa, independentemente da quantidade de produção fabricada, dentro do limite de sua capacidade. (MEGLIORINI, 2012)

Com isso, conclui-se que independente de sua quantidade de fabricação ou até mesmo ausência de produção, esse custo irá existir da mesma maneira constante e inalterável.

**Custos Variáveis:** Silva e Lins (2014) classificam custos variáveis como os custos que mantêm uma ligação direta com volume de produção, ou seja, cada produto a mais ou a menos produzido interfere diretamente no custo de produção. Martins (2018, p. 38) exemplifica custos variáveis assim

O valor global de consumo dos materiais diretos por mês depende diretamente do volume de produção. Quanto maior a quantidade produzida, maior seu consumo. Dentro, portanto, de uma unidade de tempo (mês, nesse exemplo), o valor total do custo com tais materiais varia de acordo com o volume de produção; logo, materiais diretos são Custos Variáveis.

Em contra partida Leone e Leone (2011, p. 39) definem os custos variáveis dessa maneira

Preferimos, portanto, definir custo variável como aquele que varia com o volume de qualquer atividade que tenha sido escolhida como referência. Atente, ainda, para o fato de que o custo variável no total é variável, mas, quando considerado como custo unitário diante do quantitativo da base de volume, ele é fixo.

Portanto, os custos variáveis fazem parte diretamente com volume de produção, pode-se exemplificar esses custos como matéria prima, mão de obra diretamente utilizada no processo produtivo, então, quanto maior o volume de produção desses produtos maior será o montante de recursos gastos com materiais e mão de obra.



## 2.2.6 Métodos de Custeio

Método de custeio é o método usado para a apropriação de custos, distribuindo seus gastos totais e considerando seus principais tipos, aos produtos e serviços da empresa. Existem três métodos de custeio: o Custeio Variável, Custeio por Absorção e o Custeio Baseado em Atividades (ABC) os quais serão devidamente conceituados a seguir.

**Custeio Variável:** Ribeiro (2018) afirma que esse sistema faz parte do custo de fabricação somente os custos diretos ou variáveis. Por contemplar apenas os custos de fabricação esse sistema não é aceito pelo fisco para apresentar a contabilização dos custos dos produtos incorridos.

Com isso a adoção desse sistema de custeio fica restrita a fins gerenciais. Viceconti e Neves (2018, p. 41) conceituam o custeio variável assim “Só são apropriados à produção os custos variáveis. Os custos fixos são contabilizados diretamente a débito de conta de resultado (juntamente com as despesas), sob a alegação (fundamentada) de que estes ocorrerão independentemente do volume de produção da empresa”.

“No sistema de custeio variável, o fluxo pode ser entendido como: mão de obra direta + materiais diretos + gastos gerais de fabricação, que resultam no custo do processo produtivo, adicionando os custos variáveis identificados” (VEIGA; SANTOS, 2016, p. 56).

Percebe-se através dos conceitos abordados, que o custeio variável faz parte do processo de tomada de decisão e na análise de decisão relativa de custos e preços. Porém ele fere os princípios contábeis e altera o resultado do período devido a exclusão dos custos indiretos, onde estoque será avaliado abaixo de seu valor real.

**Custeio por Absorção:** O custeio por absorção, é aquele que faz debitar ao custo dos produtos todos os custos da área de fabricação, nomeados como custos diretos ou indiretos, fixos ou variáveis, de estrutura ou operacionais. É um procedimento usado para que cada produto ou serviços receba uma parcela desses custos relacionados a fabricação. (CREPALDI; CREPALDI, 2018). Padoveze (2013, p. 190) conceitua o custeio por absorção dessa seguinte maneira

O custeio por absorção, que é o mais utilizado por ser o critério fiscal e legal em praticamente todo o mundo, incorpora os custos fixos e indiretos industriais (mão de

obra direta, despesas gerais e depreciações) aos produtos, traduzindo esses gastos em custo unitário por meio de procedimentos de rateio das despesas e alocação aos diversos produtos e serviços.

O custeio por absorção é definido por (MEGLIORINI, 2012, P. 02) como o “Método de Custeio pelo qual se apropriam aos produtos fabricados em determinado período todos os custos incorridos neste período, sejam fixos ou variáveis”.

Por tanto o sistema de custeio por absorção, abrange de uma forma maior os custos de fabricação rateando entre eles, ao determinado produto ou serviço recebendo uma parcela de custo. Também tem como característica de utilização atender aos usuários externos.

**Custeio Baseado em Atividade (ABC):** “É um fenômeno importante a exigir melhor alocação dos custos indiretos e a grande diversidade de produtos e modelos fabricados na mesma planta que vem ocorrendo nos últimos tempos, principalmente em alguns setores industriais” (MARTINS, 2018, p. 77).

O método ABC tem como objetivo fundamental revisar a maneira e a filosofia de como estão sendo distribuídos os custos indiretos, buscando uma forma mais justa e objetiva através de rastreamentos e conceitos de determinar os custos dos produtos e serviços. Um dos seus destaques é apresentar avaliações de gastos que ultrapassam a linha da área de produção, assim os gestores conseguem visualizar a necessidade de acompanhamento e avaliação tanto quanto aquelas realmente produtivas (LINS; SILVA, 2014). De acordo com o autor

A proposta do custeio ABC é apropriar os custos indiretos às atividades, pois, conforme a filosofia por ele apregoada, são elas as geradoras de custos. Assim, cada um dos custos indiretos deve ser relacionado às suas respectivas atividades por meio de direcionadores de recursos que melhor representam as formas de consumo desses recursos e, em seguida, apropriado aos produtos, serviços ou outros objetos de custeio, conforme os direcionadores de atividades mais adequado (MEGLIORINI, 2012, p. 189).

Esse sistema do custeio baseado em atividade ABC procura a melhor alocação de custos possíveis e sua utilidade não se limita somente ao custeio de produtos. Ele é, acima de tudo, uma poderosa ferramenta a ser utilizada na gestão de custos.

## 2.3 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

“Três processos distintos podem ser empregados na definição de preços e costumam basear-se nos custos, no consumidor ou na concorrência” (BRUNI, 2018, p. 171). Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 281) definem preço de venda dessa forma

O preço adequado de venda de um produto ou serviço junto ao mercado depende do equilíbrio entre o preço de mercado e o valor calculado, em função dos seus custos e despesas. Possibilita uma grande diversidade de informações sobre as empresas: define a quem, dentro do mercado, se dirige o produto e como a empresa se coloca em relação aos produtos ou serviços de seus concorrentes.

Viceconti e Neves (2018) abordam fatores que devem ser considerados na formação do preço de venda:

- características da demanda do produto;
- existência ou não de concorrentes;
- previsibilidade do comportamento dos concorrentes;
- existência ou não de acordo com os concorrentes

Padoveze (2013, p. 326) afirma que “os modelos de decisão de preço de venda orientados pela teoria econômica partem da premissa básica de que as empresas, agindo de forma racional, procuram maximizar seus lucros, tendo pleno conhecimento da curva de demanda de mercado e de seus custos”. Destaca-se que “o preço de venda pode ser calculado pela apuração do custo e, a ele, agregado outros custos e despesas decorrentes das vendas. Mesmo que o preço de venda seja definido pelo mercado ou pela concorrência, o conhecimento de sua composição é fundamental” (YANASE, 2018, p. 16).

Estabelecer preço de venda é uma das decisões mais importantes dentro de uma empresa, pois é por meio da formação do preço de venda que a empresa acaba se inserindo no mercado.

### 2.3.1 Etapas do Processo de Formação de Preço de Venda

Junto às etapas de precificação, faz-se necessário o entendimento das especificações técnicas, financeira e comerciais envolvidas, o que possibilitando assim a identificação das variáveis dos bens e produtos a serem precificados. Após este entendimento é feita a análise e é estabelecido o preço a ser ofertado ao cliente. Apesar de necessidade de estudar cada mercado de maneira específica é sugerido um modelo de precificação, onde as etapas serão apresentadas a seguir

**Quadro 1: Etapas de precificações**

| <i><b>ETAPAS DE PRECIFICAÇÃO</b></i>             | <i><b>DEFINIÇÃO</b></i>  |
|--|--|
| 1º Etapa: Compreendendo o produto ou serviço     | Consiste no processo de entendimento e compreensão das principais características dos produtos e serviços a serem precificados. Exemplos: Ramo; Segmento; Características técnicas; Durabilidade e tempo de garantia; Público-alvo; Especificidades jurídicas; Funcionalidade geral; Necessidade atendida; Relação de oferta ou demanda.   |
| 2º Etapa: Identificação das variáveis de análise | O gestor deverá compreender as principais características dos produtos ou serviços, que foram mapeadas na primeira fase, para que ocorra a correta identificação das variáveis, a qual é fator determinante para o sucesso ou o insucesso no processo de formação do preço. São elas as variáveis dos custos, mercadológicas, econômicas e societárias e tributárias.  |
| 3º Etapa: Análise das variáveis de precificação  | Para que essa análise seja feita torna-se necessário observar a matriz de identificação de variáveis, contempladas na etapa anterior, e estabelecer a relação de impacto de cada produto com a respectiva variável. É necessário observar as variáveis em duas situações distintas: Dimensão individual e Dimensão coletiva.   |
| 4º Etapa: Formação do preço de venda             | Esta etapa é compreendida como a consequência da boa operacionalização das etapas anteriores. No entanto, além da interpretação e das análises das etapas, é necessário observar as estruturas de marketing, operacional, de pessoas, de tecnologia, financeira, entre outras, para ver se o preço está de acordo com as estratégias da empresa. Deve-se ter em mente ainda que este é um processo estratégico contínuo para que a empresa permaneça no mercado competitivo. |

Fonte: Adaptado de CRUZ et al (2012, p. 18 a 25).

### **2.3.2 Métodos de formação de preço**

Existem diferentes métodos que podem ser utilizados para formação do preço de venda. São eles, quatro métodos: Método baseado no custo da mercadoria; Método baseado nas

decisões das empresas concorrentes; Método baseado nas características do mercado e Método misto, que serão apresentados a seguir com seus conceitos e particularidades.

**Quadro 2: Métodos de formação de preço**

| <i>MÉTODOS DE FORMAÇÃO DE PREÇO</i>                      | <i>DEFINIÇÃO</i>   |
|--|--|
| 1- Método Baseado no Custo de Compra da Mercadoria       | O método baseado no custo de compra da mercadoria é o mais comum na prática dos negócios. Se a base for o custo total, a margem adicionada deve ser suficiente para cobrir os lucros desejados pela empresa.   |
| 2- Método Baseado nas Decisões das Empresas Concorrentes | Este Método pode ser desdobrado em:<br><b>Preço corrente:</b> adotado para os casos de produtos vendidos a um mesmo preço por todos os concorrentes.<br><b>Imitação de preços:</b> Este método prevê que os mesmos preços sejam adotados por uma empresa concorrente selecionada no mercado.<br><b>Preços agressivos:</b> ocorre quando um grupo de empresas concorrentes estabelece a tendência de uma redução drástica de preços.<br><b>Preços promocionais:</b> caracteriza a situação em que as empresas oferecem certas mercadorias, a preços tentadores. |
| 3- Método Baseado nas Características do Mercado         | O conhecimento do mercado permite ao administrador decidir se venderá o seu produto a um preço mais alto, de modo que possa atrair as classes economicamente mais elevadas, ou a um preço popular, para que possa atrair a atenção das camadas mais pobres.  |
| 4- Método Misto  | O método misto para a formação de preços deve observar a combinação dos seguintes fatores:<br>-Custos envolvidos.<br>-Decisões de concorrência.<br>-Características do mercado.  |

Fonte: Adaptado de SANTOS (2012, p. 113 a 115).

### 2.3.3 Formação do Mark-Up

“É um método básico e elementar no qual, com base na estrutura de tributos, custos e despesas e do lucro desejado, aplica-se um fator, marcador ou multiplicador, formando-se o preço. Dessa forma, o preço cobrirá todos os custos, despesas, impostos e terá como residual o lucro das vendas desejado” (BERNARDI, 2017, p. 50). Segundo Yanase (2018, p. 89) determina que

Mark-up significa remarcação para cima, ou marcação para cima. É um fator multiplicador ou divisor que, aplicado sobre o custo, obtém-se o preço de venda. Não é rara sua utilização, mesmo porque é representado por uma fórmula relativamente simples e que, corretamente formatado, apresenta o preço de venda. Ainda que esse preço de venda seja determinado pelo mercado, o empresário saberá que preço abaixo daquele encontrado pela aplicação do mark-up poderá representar resultado deficitário em seus negócios.

Dubois, Kulpa e Souza (2019) conceituam o mark-up um dos métodos mais simples para a decisão de preços e produtos feitos pelas empresas. Ele incide em adicionar certa margem de lucro aos custos do produto fabricado ou aos serviços prestados. Assim:

$$\text{Mark-up} = \% \text{ desejado} \times \text{Ca}$$

**Onde: Ca = custo unitário**

Geralmente, essa margem de lucro é concebida por um percentual que, ao ser adicionado aos custos totais do produto, deverá revelar um preço de venda que dará sustento para a empresa cobrir todas as suas despesas, além de permitir que ela consiga um valor satisfatório de lucro.

“O mark-up tem por finalidade cobrir as seguintes contas: Impostos sobre vendas; Taxas variáveis sobre vendas; Despesas administrativas fixas; Despesas de vendas fixas; Custos indiretos de produção fixos; Lucro” (SANTOS, 2012, p. 129).

Portanto então, conclui-se que o mark-up é uma ferramenta utilizada nas empresas para formação do preço de venda, levando em consideração todas as despesas, custos bem como a margem de lucro almejada da entidade.

## 2.4 ANÁLISE CUSTO/VOLUME/LUCRO

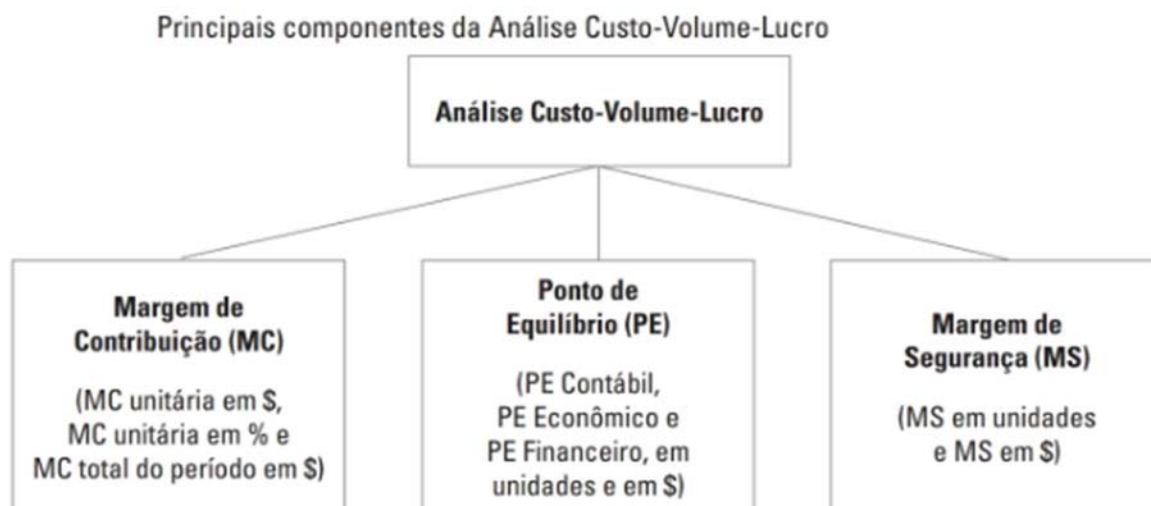
“A análise baseada na relação entre custo, lucro e volume consiste na comparação dos diversos resultados que podem ser apresentados por um empreendimento, de acordo com a seleção da alternativa a ser adotada entre as várias disponíveis e que podem envolver diferentes restrições” (DUTRA, 2017, p. 364). Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 194) conceituam a análise dessa maneira ,

A análise do custo-volume-lucro é um instrumento utilizado para projetar o lucro que seria obtido a diversos níveis possíveis de produção e vendas, bem como para analisar o impacto sobre o lucro de modificações no preço de venda, nos custos e em ambos.

É baseada no custeio variável e, por meio dela, pode-se estabelecer qual a quantidade mínima que a empresa deverá produzir e vender para que não incorra em prejuízo.

No cotidiano de administradores que trabalham com preços e custos, a ferramenta gerencial aplicável na área de custos de maior importância seja a Análise Custo-Volume-Lucro ou Análise CVL. Existem componentes principais que são indispensáveis o uso aos gestores das empresas que trabalham em mercado de concorrência, considerando as diversas informações que proporciona (WERNKE, 2019).

**Figura 1: Principais componentes da Análise Custo-Volume-Lucro**



**Fonte: WERNKE (2019, p. 113)**

A Análise CVL, é uma das ferramentas mais importantes na gestão de custos, pois é baseada na relação de custo, lucro e volume proporcionando informações úteis para os gestores na tomada de decisão. Além disso ela possui principais componentes a serem seguidos que serão abordados a seguir.

#### **2.4.1 Margem de Contribuição**

Megliorini (2012) atribui a margem de contribuição como a diferença entre a receita líquida de vendas e o montante de custos e despesas variáveis. Tecnicamente representa ajuda dos produtos vendidos para a cobertura dos custos e despesas fixas, após isso o que sobrar é contribuição para o lucro da empresa. Assim, resulta na seguinte fórmula:

$$MC = PV - (CV + DV)$$

MC = Margem de contribuição

PV = Preço de Venda

CV = Custos Variáveis

DV = Despesas Variáveis

Padoveze (2013, p. 294) define que a margem de contribuição representa o lucro variável, de acordo com o autor ela é “a diferença entre o preço de venda unitário e os custos e as despesas variáveis por unidade de produto ou serviço. Significa que, a cada unidade vendida, a empresa lucrará determinado valor”. Neste sentido o autor conclui que “multiplicado pelo total vendido, teremos a margem de contribuição total do produto para a empresa”. Ribeiro (2018, p. 437) afirma que “margem de contribuição unitária, portanto, é a contribuição que cada unidade de produto, ao ser vendida, oferece para a empresa compor o montante que deverá cobrir os custos fixos, as despesas totais e formar o lucro”.

Então, a margem de contribuição é o preço da mercadoria vendida, menos os custos variáveis e despesas variáveis associados ao produto, auxiliando também na tomada de decisão dos gestores na entidade.

#### 2.4.2 Ponto de Equilíbrio

“Ponto de Equilíbrio é o volume calculado em que as receitas totais de uma empresa se igualam aos custos e despesas totais; portanto, o lucro é igual a zero” (BERNARDI, 2017, p. 237). Silva e Lins (2014) determinam que o Ponto de Equilíbrio é efetuado através de uma quantidade de produto vendida, obtendo uma receita suficiente para cobrir todos os custos e despesas de maneira que o resultado seja zero. É um sinal de qual ponto de venda, irá cobrir os custos e despesas, assim, a partir disso saberá quando começará obter lucro. Segundo Bruni (2018) existem diferentes conceitos de ponto de equilíbrio, o contábil, financeiro e econômico

-**Ponto de Equilíbrio Contábil** representa o volume de vendas de um determinado produto precisa obter para cobrir todos os seus gastos, sendo o seu lucro nulo. E a fórmula utilizada é:

$$PECq = \text{Gasto Fixo} / \text{Preço} - \text{Gasto variável unitário}$$



**-Ponto de Equilíbrio Financeiro** apresenta o volume de vendas, em quantidades ou em unidades monetárias, para uma geração de caixa igual a zero. Para ser calculado, devem-se, basicamente, subtrair os gastos não desembolsáveis. E a fórmula utilizada é:

$$\text{PEFq} = \text{Gasto Fixo} - \text{Depreciação} / \text{Preço} - \text{Gasto variável unitário}$$

**-Ponto de Equilíbrio Econômico** apresenta um volume de vendas para que o resultado econômico seja igual a zero. Esse resultado econômico igual a zero entende-se que todos os fatores serão remunerados, incluindo, principalmente, a remuneração sobre o capital próprio. E a fórmula utilizada é:

$$\text{PEEq} = \text{Gasto Fixo} + \text{Remuneração de Capital Próprio} / \text{Preço} - \text{Gasto variável unitário}$$

Com isso, o Ponto de Equilíbrio possibilita a empresa saber qual o volume de venda de um determinado produto necessita para cobrir todos os seus gastos, sem gerar qualquer tipo de resultado financeiro.

### 2.4.3 Margem de Segurança

Segundo Bruni e Famá (2019, p. 183) “a margem de segurança consiste na quantia ou índice das vendas que excedem o ponto de equilíbrio da empresa. Representa o quanto as vendas podem cair sem que a empresa incorra em prejuízo, podendo ser expressa em quantidade, valor ou percentual” “As margens de segurança apresentam o quanto a empresa pode perder em vendas, expressa em quantidade ou unidades monetárias, sem ultrapassar para baixo o ponto de equilíbrio” (BRUNI, 2012 apud YANASE, 2018, p. 146). Os autores determinam da seguinte forma

Margem de segurança (MS) em unidades e MS em valores representa o volume de vendas que supera as vendas calculadas no ponto de equilíbrio. Haverá margem de segurança quando as vendas realizadas ou projetadas em unidades, em valor ou em

percentual, diminuir até o limite das vendas no PE – ponto de equilíbrio (VEIGA; SANTOS, 2016, p. 125).

Wernke (2019, p. 151) conceitua que para obtenção da Margem de Segurança, podem ser utilizadas as seguintes fórmulas:

- a) Margem de Segurança em Valor (\$) = Vendas Totais realizadas ou projetadas (\$) menos Vendas Totais no Ponto de Equilíbrio (\$);
- b) Margem de Segurança em Unidades = Vendas Totais realizadas ou projetadas em unidades menos Vendas Totais em unidades no Ponto de Equilíbrio;
- c) Margem de Segurança em Percentual (%) = Margem de Segurança (\$) dividida por Vendas Totais (\$).

Por tanto nota-se nessa ferramenta, que quanto maior for a sua margem de segurança, melhor para empresa, pois será maior a capacidade de geração de lucro na entidade.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos utilizados na realização do presente estudo estão abordados no decorrer desse capítulo. Por isso é necessário à utilização cuidadosa de métodos, processo e técnicas, para que se possa responder o problema proposto. Diante disto a metodologia torna-se fundamental, pois estuda e avalia esses diversos métodos, identificando possibilidades e limitações em sua aplicação na pesquisa científica, ou seja, permite a escolha da melhor maneira ao se abordar determinado problema, integrando os conhecimentos dos métodos em vigor nas diversas áreas científicas. (DIEHL; TATIM, 2004).

Dessa forma, serão apresentados os métodos e técnicas que foram utilizados no decorrer do trabalho.

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA

Segundo o propósito desse trabalho, a pesquisa é classificada como pesquisa aplicada, pois teve como base a teoria já existente e assim, propôs sugestões e alternativas de melhoramentos para empresa. Na definição de Matias-Pereira (2019, pg. 88) “pesquisa aplicada: tem como objetivo gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”.

A outra espécie de pesquisa é caracterizada como pesquisa-diagnóstico, onde foi analisado e diagnosticado situações específicas de funcionalidades na empresa. Para Roesch (2013) em todas as áreas existe a possibilidade de diagnosticar o interno ou ambiente organizacional da empresa, isso não custa muito caro, mas as vezes é encontrado dificuldades devido a confidencialidade dos empresários. Esse instrumento é uma técnica a não ser utilizada apenas para diagnóstico, mas também como uma racionalização de sistemas.

Quanto ao objetivo de pesquisa se classifica como pesquisa descritiva, pois tratou de informações já existentes na empresa e que necessitavam de sistematizações e descrições de determinados acontecimentos, situações e problemas.

“As pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis” (GIL, 2018, pg. 26)

Com relação a abordagem do problema foi classificada como uma pesquisa mista que aborda variáveis quantitativa e qualitativa. Pois foram apresentados dados da entidade e calculados os mesmos, para que se tornasse possível uma melhor apresentação dos resultados.

Os autores definem abordagem do problema de Pesquisa Quantitativa como uso de quantificação tanto no tratamento de informação como coleta de dados, por meio de técnicas estatísticas da mais simples às mais complexas. Já a Pesquisa Qualitativa descreve, compreende e classifica complexidades apresentadas de um determinado problema já vivido (DIEHL; TATIM, 2004).

Este trabalho consiste em seu desenvolvimento o procedimento técnico de pesquisa documental, onde foram utilizados como fontes documentos da empresa que foram disponibilizados para a elaboração dele. Segundo a definição da autora Fachin (2017, pg. 137)

A pesquisa documental corresponde a toda a informação coletada, seja de forma oral, escrita ou visualizada. Ela consiste na coleta, classificação, seleção difusa e utilização de toda a espécie de informações, compreendendo também as técnicas e os métodos que facilitam sua busca e sua identificação.

O trabalho também se classificou como estudo de caso, o qual foi utilizado um conjunto de dados que descrevem detalhadamente os aspectos relacionados a empresa. Sendo assim, para Gil (2018, pg. 34), “o estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos casos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

### 3.2 PLANO DE COLETA DE DADOS

Lozada (2018, pg.183) define que “a coleta de dados é feita conforme o planejamento do estudo do qual faz parte. Por sua vez, as informações coletadas são advindas da população a ser estudada, isto é, do público pesquisado”.

A definição do instrumento de coleta de dados dependerá dos objetivos que se pretende alcançar com a pesquisa e do universo a ser investigado. Os instrumentos de coleta de dados tradicionais são a observação quando se utilizam os sentidos na obtenção de dados de determinados aspectos da realidade (MATIAS-PEREIRA, 2019, pg. 92).

Então, a coleta de dados do estudo ocorreu por meio do diálogo/ entrevista não estruturada com o dono da empresa, tendo em vista o objetivo de coletar todas as informações e relatórios relevantes para o andamento do trabalho e assim analisando também o desempenho da empresa. Os autores Diehl e Tatim (2004, pg. 66) conceituam a entrevista dessa forma

A entrevista é um encontro de duas pessoas cujo objetivo é que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento usado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um sistema social.

### 3.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

No trabalho a análise de dados englobou várias etapas e fatores para dar continuidade ao estudo. A primeira etapa foi o da coleta de dados, fundamental para conseguir atingir os objetivos inicialmente lançados no trabalho.

Primeiramente foi realizada a entrevista com o proprietário da empresa com o objetivo de identificar o sistema de custo utilizado, assim como, a sua forma de gestão. Juntamente ao primeiro passo foram analisados documentos que apresentam informações da empresa, em especial aos documentos que possibilitam a identificação dos componentes necessários para a formação dos custos dela, como o custo com matéria prima, produção, pessoal e entre outras.

Tendo estes dados em mãos, eles foram tabulados em planilhas de excel possibilitando o desenvolvimento de uma análise para poder calcular todos os custos de produção com melhor exatidão. Posteriormente, foi desenvolvido e apresentado uma metodologia de cálculo de um preço de venda que possa oferecer uma boa oferta para os clientes, sem prejudicar a lucratividade.

Por fim, poder comparar o sistema de custos existentes na empresa com o qual foi desenvolvido todo trabalho como sugestão de melhora, podendo assim, mostrar todas as fragilidades que a entidade possui e apresentar e sugerir melhoras para o seu desempenho.

### 3.4 VARIÁVEIS DO ESTUDO

“A contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa. Ela é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões” (MARION, 2009, p.28)

A Finalidade da contabilidade para Roberto (2014, p. 3) é “Controlar o patrimônio, com objetivo de fornecer informações sobre a sua composição e suas variações”.

“Contabilidade de Custos acumula, organiza, analisa e interpreta os dados operacionais, físicos e os indicadores combinados no sentido de produzir, para os diversos níveis de administração e de operação, relatórios com as informações de custos solicitadas” (LEONE, 2010, p. 06).

Segundo Megliorini (2012) afirma que em um mercado bastante competitivo, o conhecimento de administrar é um fator decisivo para o sucesso do negócio, por isso não se pode deixar o cálculo de custos em segundo plano, pois é necessário para uma boa administração.

Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 281) definem preço de venda dessa forma

O preço adequado de venda de um produto ou serviço junto ao mercado depende do equilíbrio entre o preço de mercado e o valor calculado, em função dos seus custos e despesas. Possibilita uma grande diversidade de informações sobre as empresas: define a quem, dentro do mercado, se dirige o produto e como a empresa se coloca em relação aos produtos ou serviços de seus concorrentes.

“O preço de venda pode ser calculado pela apuração do custo e, a ele, agregado outros custos e despesas decorrentes das vendas. Mesmo que o preço de venda seja definido pelo mercado ou pela concorrência, o conhecimento de sua composição é fundamental” (YANASE, 2018, p. 16).

## 4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo tem como objetivo apresentar os resultados encontrados durante toda a pesquisa realizada, visando responder os objetivos propostos no início do trabalho. Conforme foi estudado, existem diversas ferramentas na Contabilidade de Custos que poderão auxiliar os gestores para a tomada de decisão.

### 4.1 HISTÓRICO, DESCRIÇÃO DA EMPRESA ESTUDADA

A empresa do estudo é um restaurante familiar, de pequeno porte localizada no centro do município de Ciríaco – RS. Tudo se iniciou no ano de 1963 na beira da faixa no trajeto de Passo Fundo a Vacaria na comunidade de Cruzaltinha interior da cidade, onde os proprietários da época, Sr. Alcides Cervi e a Sra Gema Artico Cervi, trabalhavam prestando serviços de alimentação aos viajantes que passavam por aquele local.

Em 08 de outubro de 1968, mudaram para a cidade de Ciríaco, trazendo junto o seu serviço de restaurante, ampliando para prestação de serviços de hotelaria e bar. Sempre trabalhando em família com seus 4 filhos adquiriram, na cidade mais 3 pontos de atuação nesse mesmo ramo.

Após 25 anos trabalhados em conjunto, os negócios, os 3 pontos de comércio, foram divididos entre 3 filhos, sendo um desses pontos destinados ao Sr. José Iolar Cervi que começou a sua vida comercial independente juntamente com sua esposa a Sra Rosélia de Fatima Mello Cervi, mantendo o estilo de trabalho de seu pai e mantendo em seu estabelecimento os serviços de restaurante, bar e hotel. O casal teve 3 filhos, que, assim como seus pais, desde pequenos ajudavam na execução dos trabalhos necessários.

Hoje, a família mantém a tradição, prestando os serviços e servindo os pratos, da mesma maneira, com o trabalho em conjunto de toda a família, considerando e horando a linda história construída pelos ancestrais.

No que tange a relação formal, a empresa caracterizada como de pequeno porte e possui cinco colaboradores, duas cozinheiras, um garçom que cuida do atendimento do restaurante, duas na área da limpeza e mais o proprietário da empresa.

A contabilidade é realizada externamente, e o modelo de gestão é considerado tradicional, sem o uso de sistemas e softwares de gestão, apenas realizando controles com base na experiência de anos e cálculos na ponta da caneta. O atendimento é de segunda a segunda para os serviços de lanches, almoço e janta com uma folga de apenas no domingo pela manhã.

Oferecem aos clientes comidas caseiras que são servidas na mesa, sendo o cardápio formado pelos seguintes pratos:

**Tabela 1: Menu de refeições**

| <b>REFEIÇÕES</b>           | <b>LANCHES</b>   |
|----------------------------|------------------|
| À moda da casa (a vontade) | Xis salada       |
| Prato feito (porção)       | Xis bacon        |
| Ala minuta (porção)        | Xis calabresa    |
| Marmita                    | Xis frango       |
|                            | Xis tudo         |
|                            | Torrada especial |

Fonte: Dados da empresa (2020)

O diferencial da empresa está no seu atendimento familiar, a sua comida tradicional e caseira, e a maneira de atender e servir os seus clientes na mesa da melhor forma possível.

#### 4.2 ESTRUTURA FÍSICA DO RESTAURANTE

O estabelecimento está localizado na avenida principal de Ciríaco-RS, onde foi construído um prédio que possui em torno de 10 anos, o restaurante ocupa 220 metros quadrados, e possui uma capacidade de acolher em torno de 60 pessoas.

Possui como bens na sala do restaurante, 16 mesas de madeira acompanhadas de 64 cadeiras de madeira, um freezer vertical de três portas para bebidas, um armário para guardar os utensílios, uma TV CCE 48 polegadas, um aparelho de ar-condicionado 60.000 btus e uma cafeteira.



A cozinha é composta por dois balcões de dois metros cada um, possuindo armário na parte inferior, um micro-ondas Panasonic, uma chapa para prensar, um fogão a gás industrial de 6 bocas, duas fritadeiras elétricas, um fogão a lenha nº 7 composta por 2 bocas, uma coifa de 10 metros, contendo três exaustores, uma pia de cozinha, uma geladeira Electrolux, dois freezer horizontais, um freezer com uma porta vertical, um forno elétrico Brastemp, um descascador de batatas industrial, um liquidificador industrial, e um cilindro industrial para massas e carnes.

Todos os bens citados acima são bem antigos, com mais de 10 anos de uso, mas com um bom estado de conservação, onde não cabe realizar o cálculo da depreciação, pois já foram depreciados ao longo desse tempo.

#### 4.3 DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA FUNCIONAL

A estrutura funcional da empresa é composta pelo proprietário responsável pelo balcão de atendimento e caixa, um garçom para o atendimento nas refeições com carga horária de 7,333 horas diárias, duas cozinheiras também com 7,333 horas de serviço cada uma, e duas funcionárias destinadas aos serviços de limpeza, sendo uma com carga horária de 7,333 horas e a outra apenas meio turno, 3,66 horas.

**Tabela 2: Folha de pagamento contratada**

| <b>FUNÇÃO</b>                | <b>CARGA HORÁRIA</b> | <b>VALOR BRUTO</b> | <b>TOTAL DE FOLHA MENSAL</b> |
|------------------------------|----------------------|--------------------|------------------------------|
| Pró-labore                   | -                    | R\$ 1.860,10       | R\$ 1.860,10                 |
| Cozinheira                   | 7,33 horas           | R\$ 1.200,00       | R\$ 1.200,00                 |
| Cozinheira                   | 7,33 horas           | R\$ 1.200,00       | R\$ 1.200,00                 |
| Garçom                       | 7,33 horas           | R\$ 1.115,35       | R\$ 1.115,35                 |
| Funcionária da limpeza       | 7,33 horas           | R\$ 1.163,00       | R\$ 1.163,00                 |
| Funcionária da limpeza       | 3,66 horas           | R\$ 600,00         | R\$ 600,00                   |
| <b>TOTAL DE FOLHA MENSAL</b> |                      |                    | <b>R\$ 7.138,45</b>          |

Fonte: Dados Primários (2020)

Conforme observado na tabela acima, os custos com salários somam R\$ 7.138,45. Atualmente o estabelecimento não realiza um controle sobre o tempo utilizado para a elaboração de cada refeição ou de cada atividade, por isso, estes custos serão acrescidos às refeições, em forma de percentual, na formação do preço de venda.

Vale salientar de que o tempo de serviço das funcionárias da limpeza estão diretamente ligados ao restaurante e a cozinha. Outra informação importante é que as duas cozinheiras são pessoas da família e sócias do restaurante/hotel, não existindo desta forma um registro formal em carteira de trabalho.

#### 4.3.1 Cálculo dos gastos com folha de pagamento e pró-labore

Para dar início aos levantamentos dos custos com salários, inicialmente foi calculado os dias efetivamente trabalhados no ano, subtraindo dele as férias, feriados e domingos, resultando nos dias trabalhados no ano, que multiplicados pelas horas trabalhadas por dia, se encontrou o número de horas trabalhadas por ano, por colaborador.

**Quadro 3: Dias e horas trabalhadas no ano**

| <b>DIAS TRABABALHADOS NO ANO</b>                        |            |                     |
|---|------------|---------------------|
| Ano   | 365        |                     |
| Férias  | -30        |                     |
| Feriados  | -10        |                     |
| Domingos  | -48        |                     |
| Atestados/faltas  | 0          |                     |
| <b>Dias efetivamente trabalhados</b>                    | <b>277</b> | <b>Horas no ano</b> |
| Horas trabalhadas por dia para os contratos de 220h/mês | 7,33       | 2.031,24            |
| Horas trabalhadas por dia para os contratos de 110h/mês | 3,665      | 1.015,21            |

Fonte: Dados primários (2020)

Após realizados os cálculos dos dias e horas efetivamente trabalhados no ano, foi realizado o cálculo do custo do salário por ano, e por hora, considerando todos os direitos trabalhistas que a empresa paga e os encargos sociais, neste caso, como a empresa está enquadrada no Simples, tem como encargos sociais somente o FGTS.

Conforme quadro 4, foram calculados os gastos anuais com funcionários do restaurante, considerando as duas funcionárias na área da limpeza, e o garçom. As cozinheiras, como relatado anteriormente, não entraram nesses cálculos, pois são da família e proprietárias da empresa, porém existe um gasto anual de seu salário bruto de R\$ 14.400,00 cada uma. O

empregador e proprietário também, possui um pró labore, custando anual o valor de R\$ 22.321,20.

#### Quadro 4: Gastos anuais com funcionários

| Gastos anuais com os colaboradores | Limpeza            | Limpeza            | Garçom             | Totais                     |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------------|
|                                    | R\$                | R\$                | R\$                | R\$                        |
| Salário Mensal                     | 600,00             | 1.163,00           | 1.115,35           | 2.878,35                   |
| Salários 11 meses                  | 6.600,00           | 12.793,00          | 12.268,85          | 31.661,85                  |
| 13° Salário                        | 600,00             | 1.163,00           | 1.115,35           | 2.878,35                   |
| Férias                             | 600,00             | 1.163,00           | 1.115,35           | 2.878,35                   |
| 1/3 Férias                         | 200,00             | 387,67             | 371,78             | 959,45                     |
| Pagamentos no ano                  | 8.600,00           | 16.669,67          | 15.986,68          | 41.256,35                  |
| Encargos sociais empresa 8%        | 688,00             | 1.333,57           | 1.278,93           | 3.300,51                   |
| <b>Previsão gasto anual</b>        | <b>9.288,00</b>    | <b>18.003,24</b>   | <b>17.265,61</b>   | <b>44.556,86</b>           |
| Horas trabalhadas no ano           | 1.015,21           | 2.031,24           | 2.031,24           | 5.077,69                   |
| Custo por hora                     | <b>9,15</b>        | <b>8,86</b>        | <b>8,50</b>        | <b>8,78</b>                |
| <i>Carga horária contratada</i>    | <i>110 - horas</i> | <i>220 - horas</i> | <i>220 - horas</i> | <i>Custo médio da hora</i> |

Fonte: Dados primários (2020)

#### 4.3.2 Metodologia de apropriação do custo com salários aos itens do menu

Após a realização dos cálculos acima, foi verificado qual era o custo mensal com as pessoas que trabalham especificamente para o restaurante que são os colaboradores relacionados acima, que geram um gasto anual de R\$ 44.556,86 representando um gasto mensal de R\$ 3.713,07 mais as duas cozinheiras e sócias que somadas custam R\$ 2.400,00 por mês.

#### Quadro 5: Mapa de apropriação do custo dos salários aos pratos / lanches

|  | Refeições    | Lanches      | TOTAL        |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Nº de refeições/lanches X complexidade de elaboração | 1.040        | 260          | 1.300        |
| Nº médio de refeições/lanches servidas               | 520          | 260          | 780          |
| Apropriação dos salários dos colaboradores           | R\$ 4.890,46 | R\$ 1.222,61 | R\$ 6.113,07 |
| Custo por prato / lanche                             | 9,40         | 4,70         |              |

Fonte: Dados primários (2020)

Para a apropriação dos custos foi realizado um acompanhamento nos meses do estudo, relativo à quantos pratos e lanches estavam sendo servidos. Por meio deste levantamento, apurou-se que são servidas em média 20 refeições por dia, que multiplicadas por 26 dias por mês (tirando os domingos), são servidas 520 refeições por mês.

Os lanches são vendidos em média de 10 por dia que multiplicados por 26 dias, resulta em 260 lanches/ mês, num total de 780 refeições entre lanches e pratos.

Para fazer a distribuição dos gastos com salário, em debate com as cozinheiras, se chegou à conclusão que a preparação dos pratos demanda o dobro do tempo que é dedicado para a preparação dos lanches, deste modo, foi realizado o rateio pela quantidade de lanches multiplicados pela complexidade de elaboração, considerando complexidade 2 para as refeições e 1 para os lanches. Com este método de apropriação, cada prato deverá receber um custo de mão de obra de R\$ 9,40 e os lanches R\$ 4,70.

#### 4.4. DESCRIÇÃO DO CARDÁPIO E ELABORAÇÃO DAS FICHAS TÉCNICAS

A empresa possui um cardápio de refeições diferenciadas na cidade de Ciríaco composto pelos seguintes pratos:

- À MODA DA CASA: Arroz, feijão, saladas diversas, ovos fritos, polenta na chapa, batata frita, bife de gado e um segundo tipo de carne (a vontade).
- PRATO FEITO: Arroz, feijão, bife de gado, ovo frito, batata frita e salada diversas. (Porção).
- ALAMINUTA: Arroz, feijão, bife de gado, ovo frito, batata frita e salada diversas. (Porção, servida separadamente).
- MARMITA: Arroz, feijão, bife de gado, ovo frito, batata frita.
- XIS SALADA: Pão, presunto, queijo, hambúrguer, ovo, tomate, milho, maionese e salada.
- XIS BACON: Pão, presunto, queijo, hambúrguer, bacon, ovo, tomate, milho, maionese e salada.
- XIS CALABRESA: Pão, presunto, queijo, hambúrguer, calabresa, ovo, tomate, milho, maionese e salada.
- XIS FRANGO: Pão, presunto, queijo, frango, ovo, tomate, milho, maionese e salada.
- XIS TUDO: Pão, presunto, queijo, hambúrguer, calabresa, bacon, ovo, tomate, milho, maionese e salada.
- TORRADA ESPECIAL: Pão, presunto, queijo, ovo, tomate, maionese.
- BEBIDAS: Água, suco, refrigerantes.

Para poder elaborar o cálculo do custo de cada lanche/refeição, inicialmente foram coletados os itens que compõe cada um deles e foram elaboradas as fichas técnicas. As fichas

técnicas são um importante instrumento de controle e de garantia de qualidade dos lanches/refeições servidas.

A seguir será apresentado a descrição dos dados que compuseram a elaboração das fichas técnicas dos pratos servidos no restaurante, essas informações foram obtidas através de um acompanhamento do dia a dia juntamente com a chefe de cozinha. Para montagem das fichas técnicas foi necessário, num primeiro momento, fazer uma análise de custos mais aprofundada em alguns alimentos, pois necessitam de um preparo anterior para compor o prato que será servido ao cliente.

**Ficha técnica do arroz:** É utilizado para preparo desse alimento diário, 5 kg de arroz parabolizado, sal, azeite e água, resultando em 15 kg de arroz pronto. Utilizado as tabelas de Excel como auxílio de cálculo, foi encontrado um custo total de R\$ 30,35 a cada panela de arroz pronto, e um custo unitário de R\$ 2,02 a cada 1 kg de arroz servido. Para chegar a estes números foi pesado cada ingrediente, cozinhado, e pesado a panela do arroz pronto até chegar em um custo da panela e depois dividido pelos kg de arroz pronto, para chegar em um custo unitário.

**Ficha técnica de feijão:** É utilizado para preparo desse alimento diário, 2kg de feijão, água, sal, farinha de trigo, azeite e alho, resultando em 9 kg de feijão pronto, encontrando um custo total de R\$ 16,44 a cada panela de feijão pronto e um custo unitário de R\$ 1,83 a cada 1 kg de feijão servido. O processo para o cálculo foi semelhante ao do arroz, foi pesado cada ingrediente até ficar pronto e depois pesado a panela do feijão cozido e podendo identificar o valor de custo da panela do feijão pronto e dividido pelos kg de feijão pronto, para achar o custo unitário

**Ficha técnica de batata frita:** É utilizado a cada 15 dias 100 kg de batata e 20 litros de azeite. Cada 1 kg de batata cru resulta em 500 g de batata frita, gerando assim um custo de R\$ 8,80 a cada 1 kg de batata frita. Para estes cálculos foi adotado a mesma metodologia que os anteriores, porém, neste caso, se observa que existe uma, perda de peso entre o produto inicial e final, então foi usado o custo total gasto nos 15 dias e foi dividido pelo peso de batatas fritas prontas, encontrando então, o custo unitário.

**Ficha técnica da polenta:** A cada 2 dias é utilizado 1,200 kg farinha de milho, água sal e azeite para a preparação da polenta, resultando em 6kg de polenta pronta, assim encontrando um custo total de R\$ 4,83 e depois dividido em kg de polenta pronta, resultando um custo de R\$ 0,80 a cada 1 kg de polenta servida. Da mesma forma, para o cálculo do custo da polenta

também, foi pesado todos os ingredientes, preparado a polenta e depois foi encontrado o custo da polenta pronta e dividido pelo seu peso pronto, resultando em um custo unitário por kg.

A fim de demonstrar a elaboração das fichas técnicas e a forma como foi calculado cada um dos alimentos e dos pratos do menu, a seguir se apresenta a ficha técnica específica de um dos pratos servidos no restaurante, o qual se destaca por ser o mais completo, e por ter sua particularidade de ser a vontade ou seja repetir quantas vezes precisar, sendo esse denominado o À MODA DA CASA.

**Quadro 6: Ficha técnica e custos do prato “À Moda da Casa”**

| <b>NOME DO PRATO: À Moda da casa</b> |                       |                   |                           |                        |
|--------------------------------------|-----------------------|-------------------|---------------------------|------------------------|
| <b>PORÇÕES: Serve 1 pessoa</b>       |                       |                   |                           |                        |
| <b>Ingredientes</b>                  | <b>Unidade Medida</b> | <b>Quantidade</b> | <b>Custo Unitário R\$</b> | <b>Custo total R\$</b> |
| Arroz                                | Kg                    | 0,295             | 2,02                      | 0,60                   |
| Feijão                               | Kg                    | 0,285             | 1,83                      | 0,52                   |
| Ovo                                  | Unid.                 | 1                 | 0,44                      | 0,44                   |
| Bife de gado                         | Kg                    | 0,26              | 26,50                     | 6,89                   |
| Bife de porco                        | Kg                    | 0,100             | 15,00                     | 1,50                   |
| Salada mista                         | Unid.                 | 1                 | 1,00                      | 1,00                   |
| Batata Frita                         | Kg                    | 0,140             | 8,80                      | 1,23                   |
| Polenta                              | Kg                    | 0,23              | 0,80                      | 0,18                   |
| Mão de obra                          |                       |                   |                           | 9,40                   |
| <b>CUSTO TOTAL</b>                   |                       |                   |                           | <b>21,77</b>           |

Fonte: Dados primários (2020)

Para chegar a esses cálculos foi utilizado como auxílio, tabelas do Excel, calculadora e o acompanhamento do dia a dia do restaurante, pesando cada alimento para ser montado os pratos até serem servidos a cada cliente. Além dos itens reportados antes da ficha técnica, a seguir se apresentam outros elementos que compõe o prato apresentado e outros pratos servidos no restaurante.

**Ovo:** uma cartela de ovo possui um custo de R\$ 13,00 dividido pela quantidade de 30 ovos que contém a cartela, assim encontrado o preço do ovo unitário.

**Bife de gado:** carne com corte de boa qualidade sendo o coxão mole, cálculo feito pela quantidade usada para cada prato vezes o custo do kg.

**Bife de porco:** utilizado o carré do porco, cálculo feito através da quantidade usada para cada prato vezes o custo do kg.

**Salada Mista:** foi utilizado como uma média de produtos para a construção de um prato de saladas mistas, sendo normalmente composto por: Alface, com um custo de R\$ 2,00 o pé, contendo 20 folhas e utilizadas apenas 3 folhas por prato, gerando um custo de R\$ 0,30. O repolho, com um custo de R\$ 2,00 o kg, utilizado para cada prato 0,120g, gerando um custo de R\$ 0,24. O tomate, com um custo de R\$ 5,00 o kg, utilizado para cada prato 0,092g, gerando um custo de R\$ 0,46. Totalizando em um valor de R\$ 1,00 por prato de salada para cada pessoa.

**ALAMINUTA:** Se caracteriza por ser um prato montado de porções exatas de cada alimento, sem o direito de repetição, claro se o cliente desejar, o valor a mais de comida será cobrado a parte. Foi utilizado o mesmo método, proporções e forma de análise que o da á moda da casa, porém não contendo no cardápio polenta e bife de porco. Utilizando também o auxílio do Excel, esse prato ofertado apresentou um custo de R\$ 20,08.

**PRATO FEITO E MARMITA:** Ambos andam juntos com as mesmas proporções de alimentos, porém não contém as mesma quantidades de alimentos apresentados na tabela demonstrada do à moda da casa, o prato feito é um prato mais em conta, para aquele cliente viajante que possui uma cota de valor pequena de vale refeição diária e também para quem prefere economizar na refeição, é servido para comer no local, totalizando um custo de R\$ 16,62. Já a marmita é preparada para levar, onde a quantidade é igual ao do prato feito, aumentando apenas um custo de embalagem, totalizando um custo de R\$ 17,12.

**LANCHE:** O lanche produzido no restaurante é um pouco mais tranquilo, pois todos os ingredientes são comprados pré prontos, basta fazer o preparo de fritar, cozinhar e montar o lanche para servir.

**XIS TUDO:** Esse lanche apresentado no quadro abaixo, é o xis mais completo do restaurante, por ele ser composto por todos os ingredientes, o método de foi usado como as refeições, pesado individualmente cada ingrediente, e utilizado o Excel também como auxílio

#### **Quadro 7: Ficha técnica e custos do lanche “Xis Tudo”**

|                                |  |  |             |
|--------------------------------|--|--|-------------|
| <b>NOME DO PRATO: Xis Tudo</b> |  |  |             |
| <b>PORÇÕES: Serve 1 pessoa</b> |  |  |             |
|                                |  |  | Continua... |

| Ingredientes    | Unidade Medida | Quantidade | Custo Unitário | Continuando... |              |
|-----------------|----------------|------------|----------------|----------------|--------------|
|                 |                |            |                | Custo total    |              |
| Pão             | Unid.          | 1          | R\$ 1,00       | R\$            | 1,00         |
| Maionese        | Kg             | 0,090      | R\$ 7,00       | R\$            | 0,63         |
| Tomate          | Kg             | 0,040      | R\$ 5,00       | R\$            | 0,20         |
| Milho           | Kg             | 0,040      | R\$ 7,50       | R\$            | 0,30         |
| Presunto        | Kg             | 0,015      | R\$ 25,00      | R\$            | 0,38         |
| Queijo          | Kg             | 0,020      | R\$ 30,00      | R\$            | 0,60         |
| Hambúrguer      | Unid.          | 1          | R\$ 1,88       | R\$            | 1,88         |
| Calabresa       | Kg             | 0,030      | R\$ 17,00      | R\$            | 0,51         |
| Bacon           | Kg             | 0,035      | R\$ 20,00      | R\$            | 0,70         |
| Peito de frango | Kg             | 0,070      | R\$ 10,50      | R\$            | 0,74         |
| Ovo             | Unid.          | 1          | R\$ 0,44       | R\$            | 0,44         |
| Alface          | Unid.          | 1          | R\$ 0,10       | R\$            | 0,10         |
| Mão de Obra     |                |            |                | R\$            | 4,70         |
| <b>TOTAL</b>    |                |            |                | <b>R\$</b>     | <b>12,17</b> |

Fonte: Dados primários (2020)

**XIS SALADA:** As quantidades utilizadas de alimento para esse lanche se igualam ao xis tudo da tabela, porém o ingrediente específico do prato é o hambúrguer como a carne principal, se caracteriza por ser um lanche mais tradicional e simples, o custo encontrado foi R\$ 10,23.

**XIS BACON:** Quantidades de alimentos iguais aos outros, diferencial está no bacon onde é acrescentado 0,060g junto ao hambúrguer, custando R\$ 11,43.

**XIS CALABRESA:** Quantidades iguais aos demais lanches, diferencial está na calabresa onde é acrescentado 0,050g junto ao hambúrguer, seu custo é de R\$ 11,08.

**XIS FRANGO:** Usado mesmas quantidades que os demais, seu diferencial está apenas no peito de frango temperado o qual é usado uma quantidade de 0,125g, seu custo final é de R\$ 9,66.

**TORRADA:** Se caracteriza por ser o lanche mais simples do restaurante, contendo apenas, pão, maionese, tomate, presunto, queijo e ovo, na mesma quantidade que os demais e resultando um custo final de R\$ 7,95.

#### 4.5 DESPESAS GERAIS DO RESTAURANTE



Informações obtidas através de comprovantes de despesas, no período de janeiro de 2020 até o mês atual outubro de 2020. Para facilitar a visualização, e considerando que os valores não sofreram muitas alterações de um mês para outro, as despesas e os custos com mão de obra, para fins de apresentação neste trabalho, foram sistematizados por trimestre

**Quadro 8: Despesas do restaurante**

| DESPESAS              | MÉDIA 1º TRIMESTRE | MÉDIA 2º TRIMESTRE | MÉDIA 3º TRIMESTRE | MÉDIA GERAL     |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------------|
|                       | R\$                | R\$                | R\$                | R\$             |
| Energia               | 709,91             | 666,82             | 683,49             | 686,74          |
| Água                  | 211,41             | 202,23             | 202,91             | 205,52          |
| Gás                   | 420,00             | 396,67             | 420,00             | 412,22          |
| Lenha                 | 200,00             | 193,33             | 200,00             | 197,78          |
| Comunicação           | 49,90              | 49,90              | 49,90              | 49,90           |
| Honorários            | 300,00             | 300,00             | 300,00             | 300,00          |
| Internet              | 119,90             | 119,90             | 119,90             | 119,90          |
| Softwares             | 96,00              | 96,00              | 96,00              | 96,00           |
| M. limpeza            | 308,33             | 433,33             | 450,00             | 397,22          |
| Gastos com pró-labore | 1.860,10           | 1.860,10           | 1.860,10           | 1.860,10        |
| <b>TOTAL</b>          | <b>4.275,55</b>    | <b>4.318,28</b>    | <b>4.382,30</b>    | <b>4.325,38</b> |

Fonte: Dados primários (2020)

Os gastos com gás e lenha está totalmente ligado a cozinha do restaurante, onde fazem parte de todo o processo de produção. O gasto com energia e água foi destinado todo valor também, pois é utilizado toda essa quantia para a produção, onde as máquinas de preparação e o consumo da água exigem de uma forma maior até deixar o produto pronto para servir. Os demais são considerados como gastos fixos de necessidade para o bom desenvolvimento do restaurante.

O restaurante apresentou um faturamento mensal de R\$ 17.390,00 esse valor representa a totalidade de refeições lanches e bebidas. Com isso as despesas do restaurante representam 26,39% do faturamento, com uma média no valor de R\$ 4.325,38 mensal. Para chegar a esse percentual não foi considerado os gastos com os colaboradores pois já estão embutidos no custo dos produtos, apenas considerado o pró labore do proprietário do restaurante.

## 4.6 CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA

O preço adequado de venda de um produto/serviço junto ao mercado depende do equilíbrio entre o preço de mercado e o valor calculado, em função dos seus custos e despesas. Com isso no decorrer desse capítulo será demonstrados todos os cálculos feitos até chegar no preço de venda final.

### 4.6.1 Demonstração de Resultado

Para dar início a precificação de cada prato, foi necessário a realização de uma DRE, onde foram lançadas todas as informações obtidas no mês.

**Quadro 9: Demonstração de resultado**

| <b>DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO MENSAL</b> | <b>R\$</b>       | <b>Análise Vertical</b> |
|--|------------------|-------------------------|
| <b>RECEITA MÉDIA PROJETADA</b>                       | <b>17.390,00</b> | 106,1%                  |
| Receita refeições e lanches                          | 15.950,00        |                         |
| Bebidas  | 1.440,00         |                         |
| ( - ) Impostos sobre vendas                          | -998,04          | -6,1%                   |
| <b>( = ) VENDA LÍQUIDA</b>                           | <b>16.391,96</b> | 100,0%                  |
| ( - ) Custo médio de vendas projetado                | 13.952,90        | 85,1%                   |
| Custo refeições e lanches                            | 13.052,90        |                         |
| Custo de bebidas                                     | 900,00           |                         |
| <b>( = ) LUCRO BRUTO</b>                             | <b>2.439,06</b>  | 14,9%                   |
| (-) Despesas Operacionais Médias Mensal              | -4.325,38        | -26,39%                 |
| Energia  | 686,74           | 4,19%                   |
| Água   | 205,52           | 1,25%                   |
| Gás  | 412,22           | 2,51%                   |
| Lenha  | 197,78           | 1,21%                   |
| Comunicação  | 49,90            | 0,30%                   |
| Honorários   | 300,00           | 1,83%                   |
| Internet   | 119,90           | 0,73%                   |
|  |                  | Continua...             |

Continuando...

| <b>DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO MENSAL</b> | <b>R\$</b>        | <b>Análise Vertical</b> |
|--|-------------------|-------------------------|
| Softwares  | 96,00             | 0,59%                   |
| M. limpeza   | 397,22            | 2,42%                   |
| Gastos com pró-labore                                | 1.860,10          | 11,35%                  |
| <b>( = ) RESULTADO OPERACIONAL</b>                   | <b>- 1.886,32</b> | <b>-11,5%</b>           |

Fonte: Dados primários (2020)

Na DRE apresentada acima foi realizado uma análise vertical, onde, se busca entender qual o percentual de representatividade de cada conta, ou grupos de contas da empresa em relação ao seu faturamento líquido. No primeiro momento foi feito uma proporção de venda de pratos de mais vendidos e menos vendidos e utilizado o preço de venda atual multiplicado pela quantidade encontrada, para as bebidas, foi feito uma média de valor multiplicado pela quantidade vendida. Os impostos sobre vendas foram calculados conforme a tributação do Simples, onde as refeições são consideradas prestações de serviços com um percentual de 6% e as bebidas com um percentual de 2,85% sobre valor de venda. O custo médio projetado, foi obtido com o mesmo procedimento utilizado nas vendas realizando o cálculo das proporções de vendas adequadas para cada prato e multiplicado pelos seus devidos custos, assim com as bebidas também. Já as despesas operacionais foram retiradas dos documentos do restaurante, as quais possuem uma representatividade de 26,39% do faturamento. Estruturada a Demonstração de resultado, se pode observar que a empresa nesse momento está apresentando um prejuízo.

#### **4.6.2 Margem de Contribuição**

A margem de contribuição representa o quanto de lucro um determinado produto irá representar para empresa, porém nesse caso o cálculo foi feito da seguinte maneira:

MC PREÇO ATUAL: Preço praticado – Custo calculado

E outro cálculo para fins de análise usando a seguinte fórmula:

MC PREÇO DE VENDA CALCULADO: Preço Calculado – Custo calculado

#### **Quadro 10: Margem de Contribuição**

| PRATOS         | MC PREÇO ATUAL | %    | MC PREÇO DE VENDA CALCULADO | %    |
|----------------|----------------|------|-----------------------------|------|
| A MODA DA CASA | R\$ 5,23       | 19,4 | R\$ 14,64                   | 40,2 |
| ALAMINUTA      | R\$ 1,92       | 8,7  | R\$ 13,50                   | 40,2 |
| PRATO FEITO    | R\$ 3,38       | 16,9 | R\$ 11,17                   | 40,2 |
| MARMITA        | R\$ 2,88       | 14,4 | R\$ 11,51                   | 40,2 |
| XIS SALADA     | R\$ 2,77       | 21,3 | R\$ 6,88                    | 40,2 |
| XIS CALABRESA  | R\$ 3,92       | 26,2 | R\$ 7,45                    | 40,2 |
| XIS FRANGO     | R\$ 5,34       | 35,6 | R\$ 6,49                    | 40,2 |
| XIS BACON      | R\$ 3,57       | 23,8 | R\$ 7,68                    | 40,2 |
| XIS TUDO       | R\$ 4,83       | 28,4 | R\$ 8,18                    | 40,2 |
| TORRADA        | R\$ 1,05       | 11,7 | R\$ 5,34                    | 40,2 |

Fonte: Dados primários (2020)

Podemos observar que desde o preço atual tem uma margem de contribuição boa, e no preço de venda calculado melhor ainda com valores mais elevados, porém nesse cálculo não foram considerado as despesas. O percentual apresentado ao lado significa a representatividade da margem de contribuição em referência ao preço praticado e calculado.

#### 4.6.3 Formação do Mark-Up

Tomando por base os percentuais encontrados na Demonstração de Resultado, foi calculado os dois Mark-Up necessários, o qual se caracteriza por ser uma ferramenta utilizada nas empresas para formação do preço de venda, levando em consideração todas as despesas, custos, bem como a margem de lucro almejada da entidade.

#### Quadro 11: Mark-Up

| MKI = %DESPESAS + MARGEM DE LUCRO | MKII = IMPOSTO SOBRE VENDAS |
|-----------------------------------|-----------------------------|
|                                   | 6%                          |
| $MKI = 26,39 + 10 = 36,39$        | $MKII = 100 - 6 = 94$       |
| $MKI = 100 - 36,39 = 63,61$       | $MKII = 100 / 94$           |
| $MKI = 100 / 63,61$               | $MKII = 1,0638$             |
| <b>MKI = 1,5720</b>               |                             |

Fonte: Dados primários (2020)

O método de formação de preço de venda é o método misto, onde engloba, custos envolvidos, decisões da concorrência e caracterização do mercado, com isso o proprietário optou por uma margem de lucro de 10%, pelo motivo de ser uma empresa de pequeno porte e estar localizada em cidade pequena.

#### 4.6.4 Cálculo do Preço de venda

A seguir será apresentado dois quadros, o primeiro se caracteriza por ser os resultados do preço de venda atual, e em seguida os resultados do preço de venda calculado.

**Quadro 12: Resultados preço de venda atual**

| RESULTADO PELO PREÇO DE VENDA ATUAL | Preço praticado R\$ | (-) Impostos R\$ | = Venda Líquida R\$ | (-) Custos diretos R\$ | = Lucro Bruto | (-) Despesas 26,39% R\$ | = Resultado operacional R\$ | %      |
|-------------------------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------------|---------------|-------------------------|-----------------------------|--------|
| A MODA DA CASA                      | 27,00               | -1,62            | 25,38               | -21,77                 | 3,61          | -6,70                   | -3,09                       | -12,16 |
| ALAMINUTA                           | 22,00               | -1,32            | 20,68               | -20,08                 | 0,60          | -5,46                   | -4,86                       | -23,51 |
| PRATO FEITO                         | 20,00               | -1,20            | 18,80               | -16,62                 | 2,18          | -4,96                   | -2,78                       | -14,77 |
| MARMITA                             | 20,00               | -1,20            | 18,80               | -17,12                 | 1,68          | -4,96                   | -3,28                       | -17,43 |
| XIS SALADA                          | 13,00               | -0,78            | 12,22               | -10,23                 | 1,99          | -3,22                   | -1,23                       | -10,08 |
| XIS CALABRESA                       | 15,00               | -0,90            | 14,10               | -11,08                 | 3,02          | -3,72                   | -0,70                       | -4,95  |
| XIS FRANGO                          | 15,00               | -0,90            | 14,10               | -9,66                  | 4,44          | -3,72                   | 0,72                        | 5,10   |
| XIS BACON                           | 15,00               | -0,90            | 14,10               | -11,43                 | 2,67          | -3,72                   | -1,05                       | -7,44  |
| XIS TUDO                            | 17,00               | -1,02            | 15,98               | -12,17                 | 3,81          | -4,22                   | -0,41                       | -2,56  |
| TORRADA                             | 9,00                | -0,54            | 8,46                | -7,95                  | 0,51          | -2,23                   | -1,72                       | -20,33 |

Fonte: Dados primários (2020)

Esse quadro, representa a situação atual do restaurante, onde o cálculo realizado foi pelo preço praticado atualmente para cada prato menos os impostos, os custos diretos e as despesas obtendo um resultado operacional negativo ou seja a precificação dos pratos estão sendo cobrados incorretamente, pois não está conseguindo cobrar todos os gastos que cada prato possui.

Com isso da mesma forma, foi calculado um preço de venda utilizando os dois Markup calculados, onde eles tem como objetivo, incluir no preço dos produtos todas as despesas que a empresa possui, a lucratividade almejada, neste caso de 10% e os impostos que são pagos sobre a prestação de serviço. Com o uso desta fórmula, os valores que não foram acrescidas no cálculo do custo dos produtos, serão inclusos na formação do preço de venda.

**Quadro 12: Resultados do preço de venda calculado**

| RESULTADO PELO<br>PREÇO DE VENDA<br>CALCULADO | Preço<br>calculado<br>R\$ | (-)<br>Impostos<br>R\$ | = Venda<br>Líquida<br>R\$ | (-)<br>Custos<br>diretos<br>R\$ | =Lucro<br>Bruto<br>R\$ | (-)<br>Despesas<br>26,39%<br>R\$ | = Resultado<br>operacional<br>R\$ | %   |
|---|---------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------------------|------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----|
| A MODA DA CASA                                | R\$ 36,40                 | -2,18                  | 34,22                     | -21,77                          | 12,45                  | -9,03                            | 3,42                              | 10% |
| ALAMINUTA                                     | R\$ 33,59                 | -2,02                  | 31,57                     | -20,08                          | 11,49                  | -8,33                            | 3,16                              | 10% |
| PRATO FEITO                                   | R\$ 27,79                 | -1,67                  | 26,12                     | -16,62                          | 9,50                   | -6,89                            | 2,61                              | 10% |
| MARMITA                                       | R\$ 28,62                 | -1,72                  | 26,91                     | -17,12                          | 9,79                   | -7,10                            | 2,69                              | 10% |
| XIS SALADA                                    | R\$ 17,10                 | -1,03                  | 16,08                     | -10,23                          | 5,85                   | -4,24                            | 1,61                              | 10% |
| XIS CALABRESA                                 | R\$ 18,53                 | -1,11                  | 17,41                     | -11,08                          | 6,34                   | -4,60                            | 1,74                              | 10% |
| XIS FRANGO                                    | R\$ 16,15                 | -0,97                  | 15,19                     | -9,66                           | 5,53                   | -4,01                            | 1,52                              | 10% |
| XIS BACON                                     | R\$ 19,11                 | -1,15                  | 17,96                     | -11,43                          | 6,54                   | -4,74                            | 1,80                              | 10% |
| XIS TUDO                                      | R\$ 20,36                 | -1,22                  | 19,14                     | -12,17                          | 6,96                   | -5,05                            | 1,91                              | 10% |
| TORRADA                                       | R\$ 13,29                 | -0,80                  | 12,49                     | -7,95                           | 4,55                   | -3,30                            | 1,25                              | 10% |

Fonte: Dados primários (2020)

Para chegar ao preço de venda foi usado a seguinte fórmula:  $\text{Custo} \times \text{MKII} \times \text{MKII}$ , pode-se observar a diferença de valores de preço de venda calculado para o atual, o qual nos mostra nitidamente a importância de uma análise de custo e precificação de produto em uma empresa.

#### 4.6.5 Ponto de Equilíbrio

Para realização do Ponto de Equilíbrio, foi realizada a média anual dos gastos visto que eles se mantêm praticamente constante, posteriormente foi calculado o desvio padrão, que foi deduzido da média encontrada, para assim identificar os gastos fixos. Nestes valores de despesas fixas foi acrescido o valor do salário e encargos dos colaboradores e das cozinheiras, conforme apresentado no quadro abaixo.

**Quadro 13 – Despesas e Custos Fixos**

| DESPESAS /<br>CUSTOS FIXOS | MÉDIA<br>MENSAL | Desvio<br>Padrão | Média - Desvio<br>Padrão |
|----------------------------|-----------------|------------------|--------------------------|
|                            | R\$             | R\$              | R\$                      |
| Energia                    | 688,66          | 27,52            | 661,14                   |
|                            |                 |                  | Continua...              |
|                            |                 |                  | Continuando...           |
| DESPESAS /<br>CUSTOS FIXOS | MÉDIA<br>MENSAL | Desvio<br>Padrão | Média -<br>Desvio Padrão |

|              |                 |               |                 |
|--------------|-----------------|---------------|-----------------|
| Água         | 205,99          | 10,38         | 195,61          |
| Gás          | 413,00          | 22,14         | 390,86          |
| Lenha        | 198,00          | 6,32          | 191,68          |
| Comunicação  | 49,90           | 0,00          | 49,90           |
| Honorários   | 300,00          | -             | 300,00          |
| Internet     | 119,90          | -             | 119,90          |
| Softwares    | 96,00           | -             | 96,00           |
| M. limpeza   | 402,50          | 69,17         | 333,33          |
| Pró-labore   | 1.860,10        | -             | 1.860,10        |
| <b>TOTAL</b> | <b>4.334,05</b> | <b>135,53</b> | <b>4.198,52</b> |

Fonte: Dados primários (2020)

Encontrados os gastos Fixos, a etapa seguinte é identificar a Margem de Contribuição, no caso do restaurante, optou-se por trabalhar com a Margem de Contribuição em percentual, a fim de identificar o faturamento necessário para cobrir custos e despesas.

#### Quadro 14: Margem de contribuição em relação ao Preço Praticado

| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO ATUAL        |                 |               |
|-------------------------------------|-----------------|---------------|
|                                     | R\$             | MC %          |
| Receita refeições e lanches         | 15.950,00       |               |
| ( - ) Impostos sobre vendas         | 972,95          |               |
| Custo refeições e lanches           | 13.052,90       |               |
| <b>( = ) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b> | <b>1.924,15</b> | <b>12,06%</b> |

Fonte: Dados primários (2020)

Deste modo, o Ponto de equilíbrio contábil com o preço praticado atualmente será obtido com a fórmula:

$$PEC = (CF + DF / MC\%) * 100$$

$$PEC = (6.598,52/12,06) * 100 = R\$ 54.697,58$$

Como se observa, o valor do faturamento mensal deveria girar em torno de R\$54.697,58, para que o restaurante não tenha prejuízos, considerando o pagamento das cozinheiras no valor de 2.400,00, entretanto, na projeção dos gastos foram estipulados gastos com o pagamento das cozinheiras, o que, na prática não ocorre regularmente, diante desta realidade, a seguir se faz o cálculo excluindo estes valores dos gastos.

$$PEC = (CF + DF / MC\%) * 100$$

$$PEC = (4.198,52/12,06) \times 100 = R\$ 34.803,08$$

Com a exclusão dos custos de pagamentos das cozinheiras, o Valor do Ponto de Equilíbrio caiu para R\$34.803,08. Claro que, esta análise deveria ser aprofundada, pois o custo dos produtos foi calculado com a inclusão dos salários, na lógica de que, se não fossem as sócias que fizessem este serviço, o restaurante teria que contratar cozinheiras, logo, o custo calculado fica desta forma mais próximo da realidade.

Foi calculado também o Ponto de equilíbrio referente ao preço calculado considerando pagamento das cozinheiras

$$PEC = (CF + DF / MC\%) * 100$$

$$PEC = (6.598,52/40,20) \times 100 = R\$ 16.412,61$$

Em seguida o cálculo excluindo o pagamento das cozinheiras

$$PEC = (CF + DF / MC\%) * 100$$

$$PEC = (4.198,52/40,20) \times 100 = R\$ 10.443,04$$

Nota-se uma diminuição de valores de faturamento em comparação com o preço praticado, se tem esses valores pelo motivo de que como preço de venda aumentará, respectivamente o faturamento para o ponto de equilíbrio irá baixar.

#### 4.7 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Com base no que foi desenvolvido até o momento e nas informações coletadas, apresenta-se, na sequência, as conclusões e algumas sugestões e recomendações para seus gestores, a qual pode servir como melhoria para a empresa em determinados setores.

A elaboração deste trabalho proporcionou uma visão de como os pequenos empresários fazem a gestão de seus negócios de maneira informal, com pouco ou quase nada de controles que sejam gerenciados em planilhas ou até mesmo por meio de anotações. Em contato com tal situação na empresa, inicialmente buscou-se as despesas realizadas a cada mês e depois, com o acompanhamento do dia a dia do restaurante, se formulou em planilhas de Excel, fichas técnicas para cada um dos pratos servidos, desta forma, sugere-se que a empresa mantenha a realização dos cálculos dos custos dos demais produtos pelas planilhas eletrônicas, sendo que foram



calculados os custos e toda a precificação de cada prato que o restaurante oferece. A partir destas informações geradas, torna-se possível tomar decisões que contribuam para o gerenciamento da empresa como um todo.

Inicia-se como sugestão na atividade de cozinheira, a trabalhadora poderá ter direito a insalubridade devido à realização do serviço em temperatura excessiva acima do máximo permitido, porém não está embutido o adicional insalubre pois as cozinheiras fazem parte da família, e também são proprietárias. Para isso sugere-se que seja realizado o registro como funcionárias, pois mesmo sendo proprietárias do estabelecimento elas tem direito e devem ter a regularização de sua remuneração, com isso, contribuindo e também desbravando dos direitos que merecem.

No segundo momento, é analisado que as funcionárias da área de limpeza também poderão ter direito do adicional pelo motivo de uso de agentes químicos, porém não possuem o mesmo pois os produtos não são considerados agressivos, sugere-se a verificação junto ao contador da empresa a fim de, se necessário, fazer a regularização da folha, incluindo o adicional de insalubridade.

Um fator impactante que se demonstrou nesse trabalho são os custos e despesas da empresa, onde possuem uma representatividade bastante elevada em referência ao faturamento, e em seguida com o seu preço de venda abaixo do que realmente precisa para cobrir todos os gastos necessários, em consequência disso, pode-se observar a DRE que está apresentado um resultado negativo. Como sugestão para empresa recomenda-se analisar se é necessário todo o gasto de mão de obra com funcionárias da limpeza e verificar se realmente dedicam todo seu tempo de trabalho apenas com o restaurante, talvez distribuir a remuneração com os custos do hotel e não totalmente em um único setor, também analisando a carga horaria do garçom, se realmente necessita de todo esse tempo para desenvolver sua função.

Outro fator bem importante em sugerir a empresa em relação a diminuição de custos é analisar uma outra forma de distribuição de custos, por exemplo: nesse estudo, para a distribuição dos custos de salário das cozinheiras, foi utilizado como base de distribuição, o número estimado de refeições/lanches servidos multiplicados pelo grau de complexidade, outra metodologia a ser testada poderia ser a distribuição dos custos pela representatividade do prato no faturamento.

Fazendo mais algumas formas de distribuição e escolhendo a que pode estar mais adequada ajudará na precificação correta dos pratos, pois percebe-se que o preço atual não está sendo suficiente para o desenvolvimento da empresa, assim considerando a regularização dos

itens apontados, é necessário rever a formação do preço de venda para que a empresa tenha um faturamento que suporte a sua estrutura.

Trocando uma ideia com o proprietário da empresa, nota-se que financeiramente não existe prejuízo, pois um dos fatores que aumenta bastante o valor de custo é o valor da mão de obra das cozinheiras, que para fins deste trabalho foi estimado em R\$ 1.200 cada uma. A decisão de considerar como parte do custo a remuneração das cozinheiras, ocorreu por dois motivos: O primeiro porque se não tivesse elas, o restaurante teria que contratar duas pessoas e desembolsar o valor, e o segundo porque mesmo sendo proprietárias tem que haver uma remuneração pelo seu trabalho da mesma forma como foi considerado o pro labore de um dos donos, nas despesas, o qual na prática não ocorre todo esse desembolso efetivo mensalmente, pois os mesmos são proprietários da empresa. Na prática atual, sem pagar estes salários e sem tê-los considerados como custo e despesa, as margens de lucro são perceptíveis pelo proprietário, e realmente acontecem financeiramente, em valores maiores do que se apresentam aqui, entretanto, mesmo podendo realizar a análise financeira desconsiderando a necessidade de remuneração das cozinheiras, não seria considerada teórica, tecnicamente, e legalmente correta, visto que, todo trabalhador deve receber uma remuneração, e ter a garantia de que, se um dia precisar se afastar do trabalho, terá uma remuneração mínima garantida para seu sustento.

Por fim, o restaurante necessita de toda essa análise e regularização dos itens apontados para poder alcançar bons resultados e seus objetivos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Contabilidade de Custos vem se adaptando conforme as necessidades atuais, pois é grande o número de informações geradas em uma empresa e elas são de grande valia para gerar bons resultados nas organizações.

Diante disso, o objetivo principal do trabalho foi a análise dos custos e a formação do preço de venda para poder verificar se a empresa estava realizando o cálculo adequado para o bom desenvolvimento do restaurante.

Em cumprimento aos objetivos deste trabalho foram demonstrados e analisados o faturamento do mês de setembro, custos, despesas, gastos fixo, cálculo do Mark-up, margem de contribuição, formação do preço de venda, ponto de equilíbrio e o resultado. Por fim, foram propostas sugestões aos gestores com base nos dados encontrados.

Com isso foi apurado um custo bem detalhado para cada prato, encontrando um percentual de representatividade de 81,8% dos custos sobre o faturamento de refeições e lanches, como comentado a cima e 26,39% a participação das despesas sobre o faturamento total, deste modo, a DRE apresentou um resultado negativo de R\$ 1.886,32, que se pode avaliar sobre alguns aspectos: o primeiro é que os preços de venda estão muito baixos e o segundo aspecto que os custos ficaram altos porque neles foi embutido o salário das cozinheiras, que até então não recebem remuneração por serem sócias e pertencerem à família. Após a realização do cálculo dos custos foi calculado um preço venda considerando uma margem de lucro de 10%, onde a margem de contribuição representa 40,20% do preço calculado e no preço praticado uma margem de contribuição de 12,06%, o ponto de equilíbrio encontrado considerando os gastos com as cozinheiras no preço praticado é em torno de R\$ 54.697,58 de faturamento mensal e descontando o pagamento das cozinheiras o faturamento para o Ponto de Equilíbrio cai para R\$ 34.803,08, já no preço calculado considerando o pagamento das cozinheiras o ponto do equilíbrio se tem em torno de R\$ 16.412,62, e excluindo esse pagamento o ponto de equilíbrio cai para R\$ 10.443,04. Vale salientar que com base nesse trabalho podem ser realizadas outras análises aprofundadas em relação à formação do preço de venda, conforme forem coletando mais dados e informações que possibilitem outras simulações, visto que os custos e as despesas foram levantados de forma detalhada.

Desta forma fica evidente a importância da contabilidade de custos e dos controles nas organizações, onde é fornecida informações úteis para seu processo produtivo e tomada de

decisões, contribuindo com fornecimento de estratégias para o bom desenvolvimento de seu negócio.

Durante todo esse trabalho consegui aplicar todos os conhecimentos adquiridos no curso de Ciências Contábeis de uma forma prática, também consegui atingir todos os objetivos almejados no início desse trabalho, e fico muito satisfeita, pois é a primeira vez que a empresa tem dados tabulados e analisados de uma forma mais profunda, a família já está analisando e discutindo esse estudo realizado, referente a sua empresa.

Este trabalho foi de grande importância para a formação acadêmica, não somente como requisito para conclusão deste curso, mas pelo conhecimento e aprendizado adquirido. Também, foi oportunidade para contribuir com a empresa estudada, propondo sugestões que ajudem na administração. A empresa indiferente do ramo em que está atuando, ela sempre precisará de uma boa gestão para alcançar o resultado desejado.

## REFERÊNCIAS

- ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Disponível em: <https://ba.abrasel.com.br/noticias/noticias/dados-apontam-que-brasileiro-gasta-cerca-de-25-de-sua-renda-em-alimentacao-fora-do-lar/> . Acesso em 14 março de 2020
- BERNARDI, Luiz Antônio. Formação de preços: estratégias, custos e resultados. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2017. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011531/cfi/6/56!/4/2@0:0> Acesso em 08 de abril 2020
- BEZERRA, Nogueira Ilana et al. Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. Revista de saúde pública. São Paulo, 2017. Disponível em: [https://www.scielo.br/pdf/rsp/v51/pt\\_0034-8910-rsp-S1518-87872017051006750.pdf](https://www.scielo.br/pdf/rsp/v51/pt_0034-8910-rsp-S1518-87872017051006750.pdf). Acesso em 25 de setembro de 2020.
- BONHO, Fabiana Tramontin; SILVA, Filipe Martins da; ALVES, Aline. Contabilidade Básica. 1 Ed. São Paulo: Sagah Educação S.A, 2019. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595027411/cfi/3!/4/2@100:0.00> Acesso em 05 de abril 2020
- BRUNI, Adriano Leal. Administração de custos, preços e lucros. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2018. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018431/cfi/6/24!/4/116/2@0:100> Acesso em 08 de abril 2020
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de custos e formação de preços. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2019. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021059/cfi/6/46!/4/2/4@0:0> Acesso em 15 de abril 2020
- CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. Contabilidade de Custos. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2018. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597014181/cfi/6/32!/4@0:0> Acesso em 10 de abril 2020
- CRUZ, Junes Alisson Westarb; REIS, Júlio Adriano Ferreira dos; PROHMANN, José Ivan de Paula; MIGUEL, Paulo Sérgio. Formação de preços: mercado e estrutura de custos. 1. Ed. Curitiba: Intersaberes, 2012. E-book. Disponível em <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/6092/pdf/0?code=AcgKrw56OdQIjjPL6a7WcaT2YeCJFPluyyMNDXEYIKdRHE8+GIWmJ4T1T/plClqs3n1Y+v94rdYL13heCclhgg> Acesso em 20 de abril 2020
- DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. Pesquisa em ciências sociais aplicada: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004. E-book. Disponível em <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/22/pdf/71?code=2hO+ek472vb5EpQLJYKq/ID5kKD78WjPX7/LqnCNbAAng2rHzE750S6pQp9Oat6XYrvWhLYrxUoFR5x4uMu0ew> Acesso em 15 de maio 2020

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. Gestão de custos e formação de preços. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2019. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022803/cfi/6/8!/4/2/4@0:0> Acesso em 17 de abril 2020

DUTRA, René Gomes. Custos: uma abordagem prática. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2017. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012743/cfi/6/2!/4/2@0:0:0> Acesso em 21 de abril 2020

FACHIN, Odília. Fundamentos de metodologia. 6. Ed. São Paulo: Saraiva, 2017. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636552/cfi/4!/4/2@100:0:00> Acesso em 25 de maio 2020

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2018. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/cfi/6/24!/4/2/4@0:0> Acesso em 20 de maio 2020

GRECO, Alvisio; GÄRTNER, Günther; AREND, Lauro. Contabilidade: teoria e prática básica. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

LEONE, George; LEONE, Rodrigo José Guerra. Curso de contabilidade de custos. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2010. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522488704/cfi/197!/4/2@100:0:00> Acesso em 8 de abril 2020

LOZADA, Gisele. Metodologia científica.1. Ed. Porto Alegre: Sagah, 2018. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029576/cfi/1!/4/2@100:0:00> Acesso em 25 de maio de 2020

MARION, José Carlos. Contabilidade Básica. 10 Ed. São Paulo: Atlas, 2009. Acesso em 18 de março de 2020

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 11 Ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018080/cfi/6/68!/4@0:0> Acesso em 15 de abril de 2020

MATIAS-PEREIRA, José. Manual de metodologia da pesquisa científica. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2019. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008821/cfi/6/10!/4/2@0:0> Acesso em 10 de maio de 2020

MEGLIORINI, Evandir. Custos: Análise e Gestão. 3. Ed. São Paulo: Pearson, 2012. E-book. Disponível em <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/3107/pdf/0?code=7ndQi3+8SmXvocrV8FWyVTKKP2UBwvxtoYy9IRoESFFx3nknZwwS3qYdUh+TEcMzry4PXV++Jvx4AsQiByjpsA==> Acesso em 08 de março de 2020

PADOVEZE, Clóvis Luís. Contabilidade de custos: teoria, prática, Integração com Sistemas de Informações (ERP). 1. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

PADOVEZE, Clóvis Luís. Curso básico gerencial de custos. 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade básica. 4 Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. E-book. Disponível em

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547224806/cfi/20!/4/2@100:0.00>

Acesso em 18 de março de 2020

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de Custos. 3. Ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos. 5. Ed. São Paulo: Saraiva, 2018. E-book. Disponível em

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547228392/cfi/0!/4/2@100:0.00>

Acesso em 12 de abril de 2020

ROBERTO, Marcos. Contabilidade. 2. Ed. São Paulo: Rideel, 2014. E-book. Disponível em

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/35902/pdf/5?code=FucpiNfZvbtI/lmAdOFusBzv/3XSmaDyDTqgJjNmVB96N8n5kdM6/veB3ZUxjn5oWCIrwur3vx3nFsn5ZWExKg=>

≡ Acesso em 18 de março de 2020

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Projeto de estágio e pesquisa em administração. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2013. E-book. Disponível em

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522492572/recent>

Acesso em 21 de maio de 2020

SANTOS, Joel José dos. Fundamentos de custos para formação do preço e do lucro. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2012. E-book. Disponível em

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522472147/recent>

Acesso em 18 de abril de 2020

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. Disponível em:

[SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em:](https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-em-expansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD)

<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-em-expansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso em 14 de março de 2020

SEBRAE. - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. Alimentação fora do lar. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/alimentacao-fora-do-lar,19cfb3656dc20610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 24 de setembro de 2020.

SILVA, Raimundo Nonato Sousa; LINS, Luiz Dos Santos. Gestão de Custos: Contabilidade, Controle e Análise. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TERRA. A importância do sistema de manutenção como função estratégica da empresa.

Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/a-importancia-do-sistema-de-manutencao-como-funcao-estrategica-da-empresa,060150b252a9ccaa0e285a1fb9912bbfra3pjzk1.html>

Acesso em 20 de setembro

VEIGA, Windsor Espenser; SANTOS, Fernando de Almeida. Contabilidade de custos: gestão em serviços, comércio e indústria. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2016. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008357/cfi/6/40!/4@0:0> Acesso em 17 de abril de 2020

VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério. Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo. 12. Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547220808/cfi/205!/4/2@100:0.00> Acesso em 18 de abril de 2020

WERNKE, Rodney. Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais. 2. Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131860/cfi/2!/4/2@100:0.00> Acesso em 15 de abril de 2020

YANASE, João. Custos e formação de preços: importante ferramenta para tomada de decisões. 1.Ed. São Paulo: Trevisan Editora, 2018. E-book. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595450257/recent> Acesso em 5 de maio de 2020