

PROPOSTA, CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA NO RESTAURANTE UNIÃO EM SÃO BORJA/RS

Evandro Della Vecchia¹
Luís Fernando P. Wesz²
Roberto Carlos Dalongaro³

Resumo: A presente pesquisa enfoca, a utilização de ferramentas da contabilidade e análise de custos, levantando a seguinte problemática de estudo: será possível apresentar ferramentas na formação de custos e preço de venda no serviço de buffet em um restaurante? Este estudo está relacionado ao conhecimento adquirido na Universidade versus experiência prática do pesquisador no ramo de restaurante. O objetivo principal propõe, criar as planilhas de custos e formação de preço de venda em prestação de serviço de buffet em um restaurante de pequeno porte localizado no município de São Borja/RS. Para esta realização se utilizou de pesquisa Estudo de Caso com abordagem quantitativa e qualitativa.

Palavras-chave: Custos. Preço de Venda. Margem de Lucro. Ponto de Equilíbrio.

PROPUESTA, COSTOS Y FORMACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL RESTAURANTE UNIÃO EN SÃO BORJA/RS

Resumen: Esta investigación se centra en el uso de herramientas contables y de análisis de costos, planteando el siguiente problema de estudio: ¿Será posible presentar herramientas en la formación de costos y precios de venta en el servicio buffet en un restaurante? Este estudio se relaciona con los conocimientos adquiridos en la Universidad versus la experiencia práctica del investigador en el rubro de restaurante. El objetivo principal propone, crear las planillas de costos y formación de precio de venta en la prestación del servicio buffet en un pequeño restaurante ubicado en el municipio de São Borja / RS. Para este logro, fue utilizada una investigación de Estudio de Caso con un enfoque cuantitativo y cualitativo.

Palabras-clave: Costos. Precio de venta. Margen de Lucro. Punto de equilibrio.

¹ Bacharel em Ciência Contábeis. URI – São Luiz Gonzaga. GT 1 Administração e Contábeis. GT 1 Administração e Contábeis. E-mail. evandro.dv@hotmail.com

² Mestre em Agronegócio. URI – São Luiz Gonzaga. GT 1 Administração e Contábeis. E-mail. lfernando-wesz@bol.com.br.

³ Doutor em Administração. URI – São Luiz Gonzaga. GT 1 Administração e Contábeis. E-mail. robertocarlosad@hotmail.com

1 Introdução

A pesquisa está direcionada ao microempreendedor com atuação no ramo de alimentação e com a preocupação no gerenciamento da análise de custos e na formação de preços.

A alta concorrência no ramo de alimentos na cidade de São Borja/RS, impera por, em determinados momentos a verificação na formação de preços para proposição de estratégias mercadológicas. Razão de sobrevivência do empreendimento quanto a seus concorrentes.

Compreender a formação de custos e formatação de preços de venda é um esforço relevante e desafiador neste contexto. Principalmente nos dias atuais, quando o mercado urge por menores preços ao consumidor em virtude a escassez de recursos financeiros.

O estudo está direcionado a pergunta: será possível apresentar ferramentas na formação de custos e preço de venda no serviço de buffet em um restaurante?

Para compreender esta temática de custos e preços de venda, a pesquisa buscou nos aportes teóricos da Contabilidade e Análise de Custos o amparo ao estudo proposto.

A importância do trabalho busca revelar mecanismos para tomada de decisão de microempresários no ramo de restaurante em custos e preços de venda.

O objetivo do presente consiste em propor a criação de planilhas de custos e formação de preço de venda em prestação de serviço de buffet em um restaurante de pequeno porte localizado no município de São Borja/RS. Analisando dados estatísticos e informações no período de dois anos (2018 e 2019) da empresa para compor a construção de ferramentas gerenciais na área de custos em um restaurante.

2.Referencial Teórico

2.1 Componentes para formação de custos e despesas

O conhecimento dos custos da empresa é fundamental para a sobrevivência da mesma, tornando-a competitiva, identificando qual a sua

lucratividade e permanência no mercado atuante, em empresas de qualquer tamanho, área de atividade, região e localização. Muitos gestores de empresas, apenas identificam os custos diretos de seus produtos ou serviços, cometendo um erro por ignorar significativos custos indiretos (VEIGA; SANTOS, 2016, p. 4).

Para apurar o preço de venda (PV) e margem de contribuição unitária (MCU), é necessário que os encarregados saibam da totalidade do custo envolvido na operação.

O sistema de contabilidade gerencial empresarial tem objetivo de aglomerar todos os custos associados às mercadorias, produtos, ou prestação de serviços, de modo que torne possível a avaliação de desempenhos, com intuito de fornecer a melhor tomada de decisão (VEIGA; SANTOS, 2016, p. 4).

Custos diretos aqueles que podem ser detectados diretamente em cada item produzido para obter o produto final. Compreendendo o valor de compra da matéria-prima, o custo será agregado diretamente ao produto (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 27).

Custos indiretos de fabricação são aqueles que para serem aplicados aos produtos precisam ser submetidos a alguns cálculos, por serem difíceis de identifica-los e atribui-los aos produtos. Caracterizam alguns exemplos de custos indiretos de fabricação, a depreciação, mão de obra indireta, aluguel, materiais não ligados à produção (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 28).

Custos fixos os que não mudam os valores, independentemente do quanto a empresa produz. Representam alguns custos fixos os seguintes exemplos, aluguel, Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU), depreciação e seguros. Mesmo que a quantidade vendida ou produzida seja zero, não há alteração nos custos fixos dos exemplos (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 29).

Custos variáveis são os valores que se alteram conforme a quantidade produzida. Com o aumento do grau de produção da empresa relativamente aumentará o custo variável, representando o oposto dos custos fixos (BORNIA, 2002).

Custo total o resultado da soma dos custos fixos e variáveis, ou dos custos diretos somados aos custos indiretos.

Despesas o gasto que a empresa apresenta para conservar a estrutura administrativa e comercial, tendo em vista a arrecadação de receitas através das vendas e distribuição dos produtos, sejam eles próprios ou de terceiros. Uma individualidade das despesas é de serem reconhecidas somente no instante de sua utilização (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 17).

2.2 Tipos de mão de obra

Mão de obra direta diz respeito aos gastos que a empresa tem com funcionários envolvidos de modo direto no manuseio das máquinas ou na manipulação das matérias-primas no decorrer da etapa de produção de bens ou serviços (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 65).

Mão de obra indireta diz respeito ao gasto que a empresa tem com funcionários que participam indiretamente no processo de manuseio de materiais ou confecção de serviços. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 66).

2.3 Indicadores

Análise Custo-Volume-Lucro, é um recurso de elaboração de planos que proporciona fazer análise e estudo do total das receitas, custos e despesas. Custos e despesas serão dissolvidos em segmentos fixos e variáveis, buscando planificar o lucro operacional e tornar possível a obtenção de respostas relacionadas às variações nos níveis de produção, vendas e preços. A confiança na análise, depende resulta da eficácia da divisão dos custos e despesas nos grupos fixos ou variáveis (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 175).

Ponto de equilíbrio, é onde os custos totais e o total das receitas se igualam, em vista disso, é quando não existe lucro nem prejuízo. Passando por esse ponto, a empresa começa a obter lucratividade (CREPALDI; 2018, p. 177).

2.4 Formação preço de venda

Formação do preço de venda, neste tópico são muitos fatores que devem ser levados em conta para formar o preço de venda dos produtos e ou serviços. Considera-se o custo de produção como principal fator para determinar o preço final.

Independente do ramo da empresa, seja ela comercial, industrial ou de serviços é necessário estarem definidos com exatidão os preços de venda dos produtos, para não formarem orçamentos altos e deixar de vender, ou vender produtos com preço abaixo do custo. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019, p. 226).

Mark-up, é um dos métodos de formação de preço dos produtos, que abrange menor complexidade, que inclui uma determinada margem de lucro aos custos. Em razão de que este método não considera o fator mercado, em vista disto, é fundamental que a empresa observe seus concorrentes e o seu setor para que não perca negociações lucrativas, por conta de preços elevados (SOUZA; CLEMENTE, 2007).

3. Metodologia

3.1 Tipo de pesquisa

A Metodologia de pesquisa quanto aos objetivos, o estudo proposto buscou delinear a pesquisa, quanto aos objetivos, como uma pesquisa descritiva e explicativa.

Com relação a tipologias de pesquisa quanto aos procedimentos, o trabalho foi enquadrado sob enfoque dos procedimentos de ordem bibliográfica, documental e participante. (WICKERT, 2013)

3.2 Levantamento de dados

A partir de dados primários e secundários, estes por sua vez através de leituras e levantamentos estatísticos respectivamente, no período de 2 anos compreendidos entre 2018 e 2019.

Descritos em forma de textos e planilhas que compuseram o trabalho de pesquisa. Construídos através de análises, reflexões e proposição de planilhas de custos e formação de preços de venda.

3.3 Análise de dados

Os dados foram tabulados e analisados a partir de tabelas e quadros, sendo realizadas as análises da pesquisa, através relação teórica com os dados apurados. Também com aplicação de indicadores e ferramentas da análise das demonstrações financeiras e de custos. A pesquisa transcorreu no restaurante

familiar de pequeno porte localizado no município de São Borja/RS, onde foram verificados dados estatísticos de compra e venda, tributos, mercado e ambiente interno da empresa.

4. Análise dos resultados

4.1 Identificação de investimentos, custos e despesas que compõem o serviço de buffet;

Neste objetivo foi identificado os valores necessários para o investimento inicial ao empreendimento estudado, representado pelo valor de R\$ 41.010,50 (quarenta e um mil, dez reais e cinquenta e centavos.)

Posteriormente apurados os custos de abertura de uma empresa no ramo de Restaurante em formato de limitada, equivalente ao valor de R\$ 918,22 (novecentos e dezoito reais e vinte e dois centavos).

Em seguida o estudo demonstrou os custos e despesas de produção elaborados a partir dos cardápios semanais (segunda a sábado). Entre eles: o custo de produção (mês) – R\$ 6.686,82; Custos Fixos – R\$ 11.334,12; Custo Mão-de-Obra Direta – R\$ 5.409,74; Despesa Mão-de-Obra Indireta R\$ 1.803,25; Despesa fixa R\$ 11.334,12.

Além dos valores mencionados foi demonstrado o cálculo do custo médio por quilo (divisão custo de produção por número de quilo mês), correspondente a R\$ 11,26. Também evidenciando a produção de quilos de alimentos por semana (148,46 kg); mês (593,85 kg). Finalizando com o cálculo despesa fixa dia (despesa fixa dividida pelo número de quilos mês), correspondente a R\$ 19,09.

Neste aspecto sobre a formação do preço de venda foi proposto pelo trabalho a possibilidade de três situações como cálculo do preço de venda, gerados pela divisão do custo unitário do kg pela mark-up, resultando nos seguintes preços de venda respectivamente de R\$ 16,91, R\$ 13,98 e R\$ 12,34.

Quadro 01 – Formação do preço de venda

Descrição	Custo Unit	Mark-Up	Preço Venda Kg
Formação PV situação 01	R\$ 10,49	0,6200	R\$ 16,91
Formação PV situação 02	R\$ 10,49	0,7500	R\$ 13,98
Formação PV situação 02	R\$ 10,49	0,8500	R\$ 12,34
ATUAL	R\$ 10,49	0,7949	R\$ 13,19

Fonte: Elaborado pelo autor

4.2 Projeção de receitas e despesas no período de estudo

Neste objetivo foi identificado o valor equivalente ao quilo de alimento produzido. Informação utilizada na composição de custos, despesas, receitas, análise de indicadores econômicos financeiros e payback, assim discriminados: margem de contribuição unitária – R\$ 24,51; ponto de equilíbrio contábil – 462,34 kg; margem de Segurança – 131,52 kg; margem de lucro em valores – R\$ 5,43; margem de lucro em percentual - 15,51%.

Em seguida o quadro representativo da demonstração do resultado ao período mensal apurado no estudo como parâmetro de análises.

Quadro 2 - Demonstração do Resultado do Exercício

Receita de Vendas (RV)	R\$ 20.784,82
Almoços	R\$ 20.784,82
Custo Total	R\$ 17.560,72
Custo Variável	R\$ 6.226,60
Custo Fixo	R\$ 11.334,12
Lucro Bruto - (CV + CF)	R\$ 3.224,10
Despesas Administrativas	R\$ 1.803,25
Despesas Financeiras	
Lucro Líquido (LL)	R\$ 1.420,85
Margem de Contribuição (RV- CV)	R\$ 14.558,22
Ponto de Equilíbrio	R\$ 16.181,76
Rentabilidade (LL/RT)*100	6,84%
Prazo de retorno (IT/LL) Meses	29

Fonte: Elaborado pelo autor

O quadro 2 evidenciou a demonstração de resultados evidenciados na pesquisa e procurou identificar a viabilidade do empreendimento com as atuais circunstâncias mercadológicas, assim descritas a seguir: verificado um lucro líquido mensal no valor de R\$ 1.420,85, o ponto de equilíbrio atingido no valor de R\$ 16.181,76 e em quilos o equivalente a 462,34 kg, enquanto obteve ainda uma rentabilidade em percentual de 6,84% e por fim atingindo o retorno do investimento com esta receita apurada no período de 29 meses ou dois anos e 5 meses.

4.3 Implementação de buffet livre

Diante verificações e análises o pesquisador recomendou a empresa algumas proposições que poderão alavancar novas oportunidades e melhores resultados ao empreendimento.

O pesquisador apresentou uma proposta para a empresa, recomendando um aumento no valor do quilo para R\$37,00, seja praticado até a quantidade de 0,648 gramas e praticado o valor do preço livre a partir de 0,649 gramas. Este exemplo demonstra um resultado na seguinte proporção: até 0,444 gramas o lucro de R\$ 3,29 (quanto menor a quantidade, maior o lucro), enquanto Buffet livre R\$ 4,81 de lucro a cada 0,649 gramas (este por sua vez, quanto maior a quantidade consumida acima destas gramas, menor lucro).

Além da recomendação acima, orientou buscar diminuir os custos fixos, aumentar a demanda de vendas, além de outras possibilidades para que a empresa tenha um maior incremento em seus resultados a seguir destacadas:

- a) Aumento no valor do Kg para R\$37,00;
- b) Aumentar a venda, conforme pesquisa demanda varia entre 580 a 870 kg/mês;
- c) Ofertar mix de preços entre por kg e livre;
- d) Criar demonstrativo orçamentário de Receita e despesas e acompanhar semanalmente as diferenças para mais ou para menos;
- e) Estudar planilha dos custos das refeições.

5.Considerações finais

Objetivo principal, propor planilha de custos e formação de preço de venda em prestação de serviço de buffet em um restaurante de pequeno porte localizado no município de São Borja/RS.

O primeiro objetivo foi contemplado com a apresentação de tabelas que identificaram o valor do investimento inicial, equipamentos e utensílios necessários para abertura da empresa, e todos os custos e despesas envolvidos no processo de produção do buffet, informações estas, úteis para formatação aos demais objetivos da pesquisa.

O segundo objetivo foi atendido a partir da confecção das planilhas de custos do cardápio do buffet, a quais tornaram possível constituir cálculos da margem de contribuição, ponto de equilíbrio, margem de segurança, taxa de marcação, que conjuntamente proporcionaram a identificação de um novo preço de venda, a fim de alcançar maior lucratividade para a empresa e manter-se com o preço de venda menor que a concorrência.

Por fim o terceiro objetivo, relacionado a projeção de receitas e despesas referentes ao período de estudo, gerador do resultado, o qual tornou possível a projeção dos indicadores econômico-financeiros com resultados importantes para futura implementação do buffet livre. Assim demonstrados, lucro líquido no valor de R\$ 1.420,85, o ponto de equilíbrio no valor de R\$ 16.181,76. Enquanto a rentabilidade foi alcançada com o percentual de 6,84% e retorno do investimento em dois anos e cinco meses.

A partir da análise dos custos, os proprietários do restaurante poderão verificar se resultados obtidos eram satisfatórios ou insatisfatórios, proporcionando então meios de buscarem melhores resultados para a empresa.

O presente estudo foi de grande importância para o conhecimento do pesquisador, permitindo maior compreensão na aplicação correta da contabilidade de custos e os benefícios que podem ser obtidos com seus resultados.

REFERÊNCIAS

BORNIA, Antônio Cezar. **Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade de Custos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

SOUZA, Alceu; CLMENTE, Ademir. **Gestão de custos: aplicação operacional e estratégicas, exercícios resolvidos e propostos com utilização do Excel**. São Paulo: Atlas, 2007.

VEIGA, Windsor Espenser; SANTOS, Fernando de Almeida. **Contabilidade de custos: gestão em serviços, comércio e indústria**, 1. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

WICKERT, Ilse Maria Beuren. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade:** teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.