

## FOMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA COMO SUPORTE À GESTÃO DE UMA EMPRESA DO RAMO ALIMENTÍCIO

Viviane Moreira<sup>1</sup>  
Catherine Chiappin Dutra<sup>2</sup>  
Odir Berlatto<sup>3</sup>

### 1 INTRODUÇÃO

A evolução e a modernização do mercado agregaram diversas mudanças ao modo de vida das pessoas. Dentre elas está a questão da escassez do tempo. Nesse contexto, as refeições fora de casa deixaram de ser alternativa de lazer e passaram à questão de necessidade. A limitação do tempo acomete todas as faixas etárias e a maioria das famílias hoje realiza ao menos uma refeição externa por dia. Logo, o setor alimentício está em constante expansão de acordo com as mudanças dos hábitos sociais modernos e é caracterizado pela alta competitividade e pela busca por alta qualidade e baixo preço. E sobreviver em meio às exigências acima é o desafio para a permanência saudável no mercado da alimentação.

Para obter saúde financeira a empresa precisa conhecer os seus custos. É essencial classificar os custos para determinar o preço de venda ideal que resulte em lucratividade e viabilize a produção eficiente e a sustentação competitiva no ramo de atuação. A gestão de custos possibilita planejamento de processos e identifica pontos de redução, melhorias e controle que são subsídios para a tomada de decisão. Dessa forma, a empresa pode traçar estratégias que visem à superação da concorrência e atenda ao alto nível de exigência dos consumidores que buscam o melhor custo/benefício, sem abrir mão da qualidade.

No entanto, formar o preço ideal não depende apenas do conhecimento detalhado dos custos incorridos no processo, mas também da análise do mercado em que a empresa está inserida (BRUNI; FAMÁ, 2011). O mercado da alimentação, por sua vez, apresenta algumas peculiaridades que dificultam a gestão. O fato da mão de obra ser totalmente artesanal faz com que o fator tecnologia não agregue benefícios na mesma amplitude dos demais setores, não obstante, a questão da estrutura societária, por ser basicamente familiar neste nicho, representa pontos críticos para a administração. A falta de controle de estoque e de

---

<sup>1</sup> Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha.

<sup>2</sup> Contadora, Especialista em Administração Estratégica de Serviços e Professora nos cursos de Graduação na FSG. Endereço Eletrônico: catherine.dutra@fsg.br.

<sup>3</sup> Mestre em Ciências Sociais. Professor nos Cursos de Graduação e Pós-graduação na FSG. Endereço eletrônico: odir.berlatto@fsg.br

programação de insumos, comum nesta área, também dificulta o processo de conhecimento, apropriação e análise dos custos. Diante de tal problemática, quais as contribuições do processo de formação do preço de venda como instrumento de suporte à gestão de uma empresa do ramo alimentício?

Em consonância com Bruni e Famá (2011, p. 265) “O sucesso empresarial poderia até não ser consequência direta da decisão acerca dos preços. Todavia, um preço equivocando de um produto ou serviço certamente causará sua ruína.” Visto que hoje o preço do bufê do restaurante, objeto desse estudo, é baseado unicamente em pesquisas sobre a prática dos concorrentes locais, e mesmo com uma boa demanda, o lucro está praticamente apenas cobrindo os gastos do negócio, o objetivo principal consiste em analisar as contribuições do processo de formação do preço de venda como instrumento de suporte à gestão de uma empresa do ramo alimentício. Já os específicos buscam conceituar custos, classificar mão de obra direta e material direto, verificar métodos de custeio, examinar métodos de formação do preço de venda e analisar a lucratividade gerada.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para a correta identificação e alocação dos recursos necessários à fabricação de um produto é preciso estabelecer distinções na terminologia de custos. Logo, para estabelecer os conceitos básicos, acerca de custos, gastos, despesas, investimentos, perda e desembolso, foram utilizados Crepaldi (2010) e Martins (2010).

No que concerne às classificações de custos, com vistas à apropriação dos custos aos produtos e à apuração do preço, verifica-se que os custos são divididos em grupos conforme a sua relação com o processo produtivo. Quanto à sua relação com o produto, à forma de distribuição e de associação, se classificam em diretos e indiretos. Já quanto à sua relação com a quantidade produzida, às variações nos volumes de produção, eles se classificam em fixos e variáveis. Por conseguinte, visto os custos variáveis, são conceituados o material direto e a mão de obra direta.

Quanto aos métodos de custeio, verifica-se o custeio por absorção, o custeio variável, o custeio padrão e o custeio baseado em atividades – ABC. O método do custeio por absorção é o reconhecido pela legislação comercial e fiscal, e considera os custos variáveis e fixos, sendo as despesas deduzidas diretamente do resultado. O custeio variável considera os custos

---

e despesas variáveis, que, subtraídos do preço de venda, resultam na margem de contribuição, importante indicador gerencial. Dessa forma, ele não sofre as distorções e arbitrariedades dos rateios aplicados aos custos e despesas fixas, que são debitados direto contra o lucro do período. O custeio padrão consiste em um cenário ideal projetado com base em padrões predeterminados. Assim, quando confrontado ao cenário realizado, apresenta as variações que servem de norte para planos de ações que permitam a eliminação de falhas, a fim de se chegar ao cenário estimado. Já o custeio ABC consiste em rastrear os custos e direcionar o consumo, porém, implica em um processo complexo e demanda alto investimento.

No que diz respeito aos métodos de formação do preço de venda, são examinados o critério da concorrência, com base no investimento e o critério dos custos, esse com análises pelo *Mark-up* e pela margem de lucro. Todos decorrem da consideração de fatores internos da organização, como os gastos fixos e variáveis, a rentabilidade e o aumento da lucratividade no curto e no longo prazo. E de fatores externos, em que o foco está no mercado e públicos alvos, com o intuito de ofertar diferenciais para superar a concorrência, satisfazer e fidelizar os consumidores.

Por fim, a análise gerencial da formação do preço de venda procura levantar os problemas organizacionais da empresa, as falhas nos processos e as limitações da administração. Para que, a partir da apuração precisa dos custos que resulte no preço de venda ideal, indique alternativas de eliminação de desperdícios e redução dos custos e dos riscos do negócio. Com o propósito de subsidiar as decisões gerenciais, para aumentar a produtividade, melhorar o desempenho dos custos e, então, maximizar a lucratividade. Foram utilizados nessa fundamentação, além dos autores supracitados, Bornia (2010), Bruni e Famá (2011), Leone (2009), Nakagawa (2008), Perez, Oliveira e Costa (2012) e Stark (2007).

### **3 METODOLOGIA**

Visto o objetivo geral deste projeto, analisar as contribuições do processo de formação do preço de venda como instrumento de suporte à gestão do restaurante Casa da Nona, identifica-se a demanda de um estudo em profundidade. Portanto, a abordagem será qualitativa, pois ocorrerá por meio da investigação das lacunas que levaram ao problema central, que é constatar como as informações oriundas do preço, uma vez formado de maneira

---

adequada à realidade da empresa, podem resultar em subsídios para melhorar a frágil gestão atual (SILVA; MENEZES, 2001).

A pesquisa é do tipo exploratória, uma vez que não se tem o domínio do assunto abordado. Dessa forma, será possível a aproximação do pesquisador ao tema de custos, com o propósito de torná-lo mais claro para a construção de hipóteses que venham a solucionar o problema identificado, a partir da exploração dos processos e documentos da empresa. O projeto será desenvolvido por meio do método de estudo de caso, pois o tema da pesquisa está inserido no contexto da empresa e o pesquisador irá extrair dados que refletem o real cenário da mesma, para elaboração de ações que viabilizem a solução do problema acerca dos custos e ofereçam norte para a tomada de decisão e melhorias do negócio. A partir do conhecimento detalhado obtido com o estudo profundo e completo do tema (GIL, 2010).

A investigação consiste no gerenciamento dos custos que possibilite a análise das contribuições oriundas do processo de formação do preço de venda do bufê, com o intuito de subsidiar controles à gestão e promover aumento da lucratividade para o crescimento e a prosperidade da empresa no concorrido mercado alimentício. Os dados serão investigados na sede do restaurante Casa da Nona. E serão fornecidos pelos dois sócios proprietários. Não somente o casal de sócios será a fonte dos dados, como também serão analisados documentos, localizados na sede, como demonstrações contábeis, notas fiscais de aquisições e de venda, igualmente indispensáveis para a extração das informações acerca dos custos da organização.

Assim, serão utilizadas como técnicas de coletas de dados a entrevista estruturada e a análise de documentos. Já como técnica de análise dos dados será utilizada a análise de conteúdo. Sendo característica da referida técnica a exploração de descobertas, ela torna-se adequada ao presente estudo, visto que o método de pesquisa é o exploratório, em profundidade (VERGARA, 2010).

#### **4 CONSIDERAÇÕES**

Conclui-se que o processo de formação do preço de venda dispõe para a empresa informações valiosas que sustentam seus controles e análises gerenciais, para adequada tomada de decisão. Por consequência do crescimento globalizado do mercado, marcado pela competição acirrada e pela busca incessante pelo menor preço com máxima qualidade, faz dessa exigência a principal meta das organizações.

---

No entanto, o presente projeto não está finalizado. As próximas etapas serão desenvolvidas no Estágio II e consistem em elaborar a coleta dos dados, para a análise e interpretação dos mesmos, a fim de apresentar a proposta de intervenção.

## 5 REFERÊNCIAS

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise gerencial de custos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação do preço de venda**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEONE, George Sebastião Guerra Leone. **Custos planejamento, implantação e controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

NAKAGAWA, Masayuki. **ABC Custeio Baseado em Atividades**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PEREZ, José Hernandez Jr.; OLIVEIRA, Luís de Martins; COSTA, Rogério Guedes. **Gestão estratégica de custos**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

STARK, José Antônio. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.