



FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA PARA PRODUTOS DE UM MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DO RAMO ALIMENTÍCIO

Ludmila Campos de Oliveira (Universidade Federal de Uberlândia - UFU) ludmilacampos@gmail.com
Mara Rúbia da Silva Miranda (Universidade Federal de Uberlândia - UFU) mara_miranda@ufu.br

Resumo

Diante da realidade atual, caracterizado por um grande surgimento de microempresas individuais, aflora a necessidade de estruturação desse tipo de negócio, ao passo que um alto número de fechamentos dessas empresas, devido a falhas de gestão de custos e na geração de receita, é evidenciado. Neste contexto, o objetivo deste trabalho é analisar os preços de venda praticados por uma microempreendedora individual do ramo alimentício, com a finalidade de propor preços de venda adequados ao seu negócio. A pesquisa envolve o levantamento dos itens que compõem o preço de venda e a aplicação de ferramentas relevantes à gestão de custos, como a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio que podem contribuir efetivamente com estratégias de vendas e, conseqüentemente, com o aumento da receita e o *markup* para a precificação dos produtos. Por fim, foram identificados os produtos que geram maiores retornos econômicos e proposto novos preços de venda para todos os produtos, conforme as análises realizadas, sendo tais valores sugeridos maiores do que os que já eram praticados.

Palavras-Chaves: Gestão de Custo. Precificação. *Markup*. Microempresa.

1 Introdução

O Brasil apresentou recorde em 2021 com a abertura de mais de 3,9 milhões de micro e pequenas empresas, alcançando aumento de 19,8% em comparação ao ano anterior. Deste total de empresas que iniciaram suas atividades, 80% delas optaram por serem Microempreendedores Individuais (MEIs), totalizando 3,1 milhões de novos MEIs (GOVERNO DO BRASIL, 2022).

O estabelecimento do preço é uma ação muito importante para garantir o bom funcionamento das micro e pequenas empresas. No entanto, determinar o preço de produtos ou serviços não é



uma atividade simples, pois é essencial que todos os custos relativos a esses produtos ou serviços oferecidos sejam apurados (SANTOS, 2020).

Diante disso, a empresa estudada, que está inserida na categoria microempreendedor individual, é do ramo alimentício e realiza a produção e venda de seus produtos. Está no mercado há um ano, localizada na cidade de Ribeirão Preto -SP, apresentando considerável aumento de suas vendas ao longo desse tempo.

Atualmente, a empresa não realiza a gestão de seus custos e no início de suas atividades os seus produtos foram precificados de acordo com os preços dos concorrentes, sem a comprovação se eles suprem ou não todos os seus custos e despesas e se geram um lucro satisfatório para o seu crescimento.

Neste contexto, o trabalho tem como objetivo geral analisar os preços de venda praticados pela empresa, com a finalidade de propor melhorias adequadas ao seu negócio. Para isso, estabeleceu-se como objetivos específicos: apurar os dados dos elementos que compõem o preço de venda; determinar o custo unitário de cada produto; e analisar os efeitos das ferramentas selecionadas de gestão de custos sobre a lucratividade e desempenho da empresa.

Este estudo se justifica pela necessidade que microempreendedores individuais apresentam em estabelecer negócios verdadeiramente rentáveis, visto que há grande número de empresas desse porte surgindo nos últimos anos, e muitas encerram suas atividades devido a falhas de gestão. Diante disso, o trabalho serve de orientação para a apuração e análise de dados relacionados à gestão de custos, proporcionando um aumento das possibilidades de crescimento e desenvolvimento da empresa em seu mercado.

2 Fundamentação Teórica

De acordo com Nagatsuka e Teles (2002), com a evolução da sociedade houve a manifestação natural da contabilidade. Neste cenário, conhecimentos sobre sociedades antepassadas indicam que o homem ancestral já se preocupava em preservar as próprias posses através, por exemplo, da contagem e verificação dos animais que cultivava. Contudo, há estudiosos que se referem à existência dos primeiros exemplos de contabilidade realizados, de maneira relevante, a cerca de 4000 anos a.C. (NAGATSUKA; TELES, 2002).

O desenvolvimento dos fundamentos sobre custos está ligado diretamente ao progresso da sociedade e das organizações, especialmente no período entre as décadas finais do século XIX



e as primeiras do século XX, em que conceitos e desenvolvimentos dos métodos de verificação de custos se faziam mais notórios e importantes (BEUREN, 1993).

Como resultado disso, durante o século XX houve notáveis colaborações aos avanços dos gerenciamentos contábeis e análise de custos em variados aspectos. Definições capazes de diferenciar despesas e custos, custos diretos e indiretos, custos fixos e variáveis, surgiram e atualmente estão ligados a esses fundamentos iniciais, empregues não só na contabilidade como em outros diversos campos do conhecimento (SCHMIDT; SANTOS, 2008).

Segundo Ratto (2004), com a facilidade atual em realizar transações comerciais e monitorar bens, os custos das organizações devem ser reduzidos o máximo possível à medida que se busca um alto nível de competitividade, para que sejam atraídos mais clientes através do preço dos produtos finais. Portanto, a estratégia na gestão de custos auxilia as organizações a reduzi-los, requerendo aos colaboradores capacidade e comprometimento para a eficácia em longo prazo (KAPLAN; COOPER, 1998).

Por sua vez, Bacic (2008) descreve que gestão ou administração de custos é a aferição e/ou levantamento de informações do cenário presente, passado e futuro dos dados de custos, para elaborar um contexto benéfico em relação aos custos e, de maneira integralizada, levar valor ao cliente através do monitoramento destes custos e do aumento da percepção de elementos causadores de custo, a fim de auxiliar a empresa continuamente na sua estabilidade e competitividade.

A gestão de custos concebe aos gestores oportunidades propícias para fazer com que a empresa se mantenha consistente, através da segurança em administrar a organização. Em razão da grande concorrência provocada no mercado, a procura por ferramentas mais eficientes desta forma de gestão cresce a cada dia (MEDEIROS; CANDIDO, 2016).

Para a utilização dos conceitos referentes à gestão dos custos torna-se necessário a compreensão de algumas nomenclaturas contábeis em seu ponto de vista técnico (MARTINS, 2010).

3 Metodologia

Esta pesquisa tem a sua natureza caracterizada como aplicada, visto que, de acordo com Silva e Menezes (2005), uma pesquisa aplicada tem o propósito de produzir conhecimento para aplicação real e voltado à resolução de assuntos específicos.

Segundo o problema, a pesquisa é considerada quantitativa e qualitativa, dado que, ainda de acordo com Silva e Menezes (2005), uma pesquisa quantitativa considera que opiniões e informações podem ter suas análises representadas em números e a pesquisa qualitativa apresenta um contato ativo entre o ambiente e o indivíduo de forma descritiva.

Em relação aos objetivos, a pesquisa é identificada como descritiva, visto que, conforme alega Gil (2017), pesquisas descritivas expõem traços de uma população ou um fenômeno em questão e também podem identificar associações entre variáveis.

Tratando-se dos procedimentos técnicos, a pesquisa pode ser definida como estudo de caso, que se apresenta como um estudo detalhado e profundo de um ou poucos objetos de estudo, de forma que possibilite seu amplo entendimento (GIL, 2017).

Para a coleta de dados deste estudo foi realizada uma pesquisa documental através de dados registrados da empresa e, segundo Gil (2017), esse tipo de pesquisa possibilita conseguir informações sobre estruturas da empresa que podem apoiar a entrevista no que realmente precisará ser perguntado, e também foi realizada uma entrevista semiestruturada com a proprietária da empresa, que de acordo com Oliveira *et al.* (2020), esta forma de entrevista é composta por perguntas abertas e fechadas, possibilitando que o entrevistado apresente detalhes.

4 Resultados

4.1 Estudo de caso

A empresa analisada é da categoria MEI, do ramo alimentício e atua na cidade de Ribeirão Preto-SP. A proprietária começou suas atividades em junho de 2021 de forma autônoma, mas se regularizou como MEI em dezembro do mesmo ano.

As atividades são exercidas durante seis horas por dia, no período noturno, em um *trailer* estacionado em local alugado e seu funcionamento acontece somente com a presença da proprietária. Os produtos produzidos e vendidos pela empresa são os churros tradicionais e os churros *gourmets*, que contêm os mesmos sabores dos tradicionais, mas, além do recheio, também possuem cobertura e confeitos. Apesar de não atender por *delivery*, a maioria dos pedidos realizados são para viagem.



2.2 Mapeamento da realidade da empresa

A microempreendedora é responsável por todos os processos que envolvem a empresa, como a realização de orçamentos e compras das matérias-primas, a produção dos produtos, o gerenciamento dos custos e despesas e a manutenção do *trailer* e dos equipamentos utilizados na produção dos produtos.

A massa utilizada na produção de todos os produtos é preparada antes do expediente, mas as outras etapas de produção são feitas na hora, de acordo com o pedido do cliente. Após o preparo da massa, o próximo passo é passá-la pela masseira, onde é dado o formato de churro. Posteriormente, é recebido o pedido do cliente e fritada a quantidade de churros solicitada.

Se o churro solicitado for tradicional, ele é passado no açúcar e na canela, enrolado no guardanapo e recheado conforme a escolha do cliente – doce de leite, chocolate, creme de avelã e goiabada. Porém, se ele for *gourmet* é colocado em uma embalagem específica e, além de ser recheado, é aplicada uma cobertura do mesmo sabor, podendo receber uma quantidade maior de confeitos, como amendoim, paçoca, granulados etc., conforme o pedido do cliente. Entre todos os produtos, o mais vendido é o churro tradicional de doce de leite.

Devido ao grande número de atividades desempenhadas pela proprietária e a não compreensão das vantagens que a gestão de custos pode gerar ao seu negócio, o controle dos custos e despesas não estava sendo realizado de maneira efetiva, sendo registradas somente as vendas diárias, sem análises ou verificações dos registros.

Diante desta situação, havia a dúvida se a receita mensal e os preços de venda praticados eram realmente suficientes para suprir as necessidades econômicas da empresa, da proprietária e, ainda, gerar o lucro necessário para promover o desenvolvimento desta empresa.

4.3 Apuração dos custos e despesas dos produtos

Inicialmente, realizou-se o levantamento de todas as matérias-primas utilizadas, desde a preparação da massa até a entrega do produto ao cliente e o valor pago por cada uma delas através da análise do cupom fiscal emitido pelos fornecedores. Também foi investigada a quantidade utilizada por mês de cada um dos insumos para determinar o valor total desembolsado.

Depois foram apurados os custos dos itens diretamente ligados à produção de todos os produtos e, a partir das quantidades e valores totais mensais das matérias-primas utilizadas,



foram mensurados as quantidades utilizadas para produzir uma unidade de churro e os custos unitários desses itens:

Tabela 1 - Custos variáveis das matérias-primas presentes em todos os produtos

| Matéria-Prima | Quantidade Total | Custo Total (R\$) | Quantidade por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Massa | 109,63 Kg | 294,00 | 68 g | 0,182 |
| Óleo | 15,8 L | 239,90 | 0,011 L | 0,166 |
| Papel Filme | 48 m | 8,64 | 0,033 m | 0,006 |
| Açúcar | 6 kg | 24,00 | 4,17 g | 0,017 |
| Canela | 480 g | 41,94 | 0,33 g | 0,029 |
| Embalagem Viagem | 400 un | 144,00 | 1 un | 0,36 |
| Total | | | | 0,76 |

Fonte: Autor (2022)

Conforme a Tabela 1, seis materiais são comuns a todos os produtos e entre eles o que mais necessita de desembolso financeiro é a massa, que é fabricada pela proprietária e são produzidas 48 massas por mês, aproximadamente 110 Kg. Para embalar a massa pronta é usado um metro de papel filme por massa, somando 48 metros por mês. Durante o mês são utilizados 15,8 litros de óleo para fritar os churros, 6 quilos de açúcar e 480 gramas de canela que acompanham a massa depois de frita e cerca de 400 embalagens para viagem, que é opcional, dependendo se o cliente consumirá o produto no local ou não.

Para identificar a quantidade de matéria-prima por unidade e assim definir os custos unitários, a massa foi pesada repetidas vezes, após ser passada pela masseira e receber o formato de churro, chegando ao peso de 68 gramas por unidade. Sabendo que são produzidas 48 massas por mês e utilizados 48 metros de papel filme, e que cada massa produz em torno de 30 churros, logo, é gasto 0,033 metros de papel filme por unidade, ao custo de aproximadamente R\$ 0,01 cada. A quantidade de açúcar utilizado por churro é de 4,17 gramas a quase R\$ 0,02 e a de canela é 0,33 gramas a cerca de R\$ 0,04. Em relação às embalagens, é utilizada uma embalagem para viagem por churro e cada uma possui o custo de R\$ 0,36.

Há também os custos gerados por itens que não são utilizados em todos os produtos, os quais podem ser observados na Tabela 2, com sua quantidade total utilizada mensalmente, junto com o custo total.

Tabela 2 - Custos variáveis das matérias-primas que não compõem todos os produtos

| Matéria-Prima | Quantidade Total | Custo Total (R\$) |
|----------------------|-------------------------|--------------------------|
| Doce de Leite | 19,6 kg | 156,88 |
| Chocolate | 9,8 Kg | 88,64 |
| Goiabada | 1,6 Kg | 10,97 |
| Creme de Avelã | 7,5 Kg | 415,62 |
| Confeito | 1 kg | 26,50 |
| Guardanapo | 1000 un | 18,00 |
| Embalagem | 120 un | 15,36 |
| Total | | 731,97 |

Fonte: Autor (2022)

Deste modo, na tabela 2 pode ser observado a quantidade e o custo dos demais itens utilizados na produção, como os quatro doces que são utilizados para fazer os churros, o confeito que é utilizado em todos os churros, mas em quantidade diferente para tradicionais e *gourmets*, o guardanapo que é enrolado o churro tradicional e a embalagem na qual é colocado o churro *gourmet*.

Conforme visto anteriormente, há diferentes tipos de confeitos, porém sempre é repostos o total de 1 Kg por mês e a média de preço gasta com eles é R\$26,50, valor que foi utilizado nos cálculos.

A partir deste levantamento de dados, foram analisados os custos de uma unidade de churro tradicional de cada sabor, conforme os pesos dos recheios e do confeito, além da quantidade de guardanapo utilizada, como pode ser visto da Tabela 3 à Tabela 6.

Tabela 3 - Churro tradicional de doce de leite

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Doce de Leite | 34 g | 0,27 |
| Confeito | 4 g | 0,11 |
| Guardanapo | 1 un | 0,02 |
| Total | | 0,40 |

Fonte: Autor (2022)

Tabela 4 - Churro tradicional de chocolate

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Chocolate | 34 g | 0,31 |
| Confeito | 4 g | 0,11 |
| Guardanapo | 1 un | 0,02 |
| Total | | 0,44 |

Fonte: Autor (2022)

Tabela 5 - Churro tradicional de goiabada

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Goiabada | 30 g | 0,21 |
| Confeito | 4 g | 0,11 |
| Guardanapo | 1 un | 0,02 |
| Total | | 0,34 |

Fonte: Autor (2022)

Tabela 6 - Churro tradicional de creme de avelã

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Creme de Avelã | 34 g | 1,88 |
| Confeito | 4 g | 0,11 |
| Guardanapo | 1 un | 0,02 |
| Total | | 2,01 |

Fonte: Autor (2022)

Para saber as quantidades de cada doce e confeito que são utilizados em cada churro, foram realizadas repetidas medições. Através dos valores obtidos foram calculadas as médias, sendo 34 gramas de doce de leite, chocolate e creme de avelã e 30 gramas de goiabada e para o confeito observou-se que a quantidade utilizada é de 4 gramas. Já a quantidade de guardanapo utilizada para envolver cada churro é uma unidade.

Como cada doce utilizado nas produções contém um valor específico, são apresentados diferentes custos unitários para cada produto, sendo o de maior custo o churro de creme de avelã e o de menor custo o de goiabada. Somando o custo unitário específico de cada sabor de churro tradicional com o custo unitário de R\$ 0,76, comum a todos os churros, temos o custo variável unitário de R\$ 1,16 para o de doce de leite, R\$ 1,20 para o de chocolate, R\$ 1,10 para o de goiabada e R\$ 2,77 para o de creme de avelã.

Foram verificados também os custos de cada unidade de churro *gourmet* de cada sabor, de acordo com os pesos dos confeitos, dos recheios, das coberturas e da quantidade de embalagem utilizada, como pode ser observado da Tabela 7 à Tabela 10.

 Tabela 7 - Churro *gourmet* de doce de leite

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Doce de Leite | 56 g | 0,45 |
| Confeito | 15 g | 0,40 |
| Embalagem | 1 un | 0,13 |
| Total | | 0,98 |

Fonte: Autor (2022)

Tabela 8 - Churro *gourmet* de chocolate

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Chocolate | 51 g | 0,46 |
| Confeito | 15 g | 0,40 |
| Embalagem | 1 un | 0,13 |
| Total | | 0,99 |

Fonte: Autor (2022)

Tabela 9 - Churro *gourmet* de goiabada

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Goiabada | 49 g | 0,34 |
| Confeito | 15 g | 0,40 |
| Embalagem | 1 un | 0,13 |
| Total | | 0,87 |

Fonte: Autor (2022)

Tabela 10 - Churro *gourmet* de creme de avelã

| Matéria-Prima | Quantidade Por Unidade | Custo Unitário (R\$) |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Creme de Avelã | 55 g | 3,05 |
| Confeito | 15 g | 0,40 |
| Embalagem | 1 un | 0,13 |
| Total | | 3,58 |

Fonte: Autor (2022)

As quantidades de doces e confeitos utilizados nos churros *gourmets* também foram identificadas através de repetidas medições. Foram considerados os valores das médias dessas medições, assim como ocorreu com os churros tradicionais, sendo utilizados nos produtos deste tipo 56 gramas de doce de leite, 51 gramas de chocolate, 49 gramas de goiabada e 55 gramas de creme de avelã e 15 gramas de confeito. Em relação às embalagens, cada produto desta categoria assume o custo de somente uma unidade.

Adicionando ao custo unitário específico de cada sabor de churro *gourmet* – R\$ 0,76 – , temos o custo variável unitário de R\$ 1,74 para o de doce de leite, R\$ 1,75 para o de chocolate, R\$ 1,63 para o de goiabada e R\$ 4,34 para o de creme de avelã.

Também foram apuradas todas as despesas que a empresa apresenta no mês e seus respectivos valores. Estes dados decorreram de registros realizados pela proprietária e foram divididos entre despesas fixas e variáveis:

Tabela 11 - Apuração das despesas fixas e variáveis

| Despesa Fixa | Valor (R\$) | Receita (R\$) | (Despesa/Receita)*100 (%) |
|-------------------------|------------------------|----------------------|----------------------------------|
| Água | 50,00 | 5.600,00 | 0,89 |
| Energia | 100,00 | 5.600,00 | 1,79 |
| Produto de Limpeza | 30,00 | 5.600,00 | 0,54 |
| Depreciação Trailer | 333,33 | 5.600,00 | 5,95 |
| Depreciação Maquinário | 37,50 | 5.600,00 | 0,67 |
| DAS MEI | 61,60 | 5.600,00 | 1,10 |
| Aluguel | 550,00 | 5.600,00 | 9,82 |
| Transporte | 340,00 | 5.600,00 | 6,07 |
| Total | 1.502,43 | | 26,83 |
| Despesa Variável | Taxa sobre o PV | Receita (R\$) | Valor Total (R\$) |
| Taxa de Cartão | 5% | 5600,00 | 280,00 |
| Total | | | 280,00 |

Fonte: Autor (2022)

Entre as despesas fixas estão as faturas de água e energia; o gasto com produtos de limpeza; a depreciação do *trailer* e do maquinário com taxas tabeladas pelo governo; o Documento de Arrecadação do Simples Nacional do MEI (DAS MEI), taxa mensal obrigatória a todo MEI, que garante seus direitos e benefícios; o aluguel; e a despesa com transporte, devido ao deslocamento da microempresadora até o seu local de trabalho.

Para as faturas, foram consideradas as médias dos valores pagos mensalmente, obtendo os valores de R\$ 50,00 para água e R\$100,00 para energia. Em seguida, para os produtos de limpeza foi indicado que geralmente é destinado cerca de R\$ 30,00.

A depreciação do *trailer*, o qual foi adquirido por R\$ 25.000,00, é calculada utilizando uma taxa tabelada de depreciação de veículo, que é de 20% ao ano. Então, subtraindo 20% dos R\$ 25.000,00 e dividindo o resultado pela vida útil de cinco anos, quantidade de anos que também é tabelada, temos uma depreciação anual de R\$ 4.000,00 e R\$333,33 ao mês, como podemos observar nos cálculos abaixo.

$$\text{Depreciação Anual do Trailer} = \frac{25000 - (25000 \times 20\%)}{5} = 4000 \text{ reais}$$

$$\text{Depreciação Mensal do Trailer} = \frac{4000}{12} = 333,33 \text{ reais}$$

De forma semelhante, a depreciação do maquinário, que foi adquirido pelo total de R\$ 5.000,00, se adequa à depreciação de máquinas e equipamentos, sendo considerada a taxa de 10% ao ano e uma vida útil de dez anos, valores que também são tabelados. Diante disto, aplicando a fórmula da mesma maneira que foi desenvolvida na depreciação do *trailer*, temos



uma depreciação anual de R\$450,00 e R\$37,50 ao mês, como pode ser visto nos cálculos a seguir.

$$\text{Depreciação Anual do Maquinário} = \frac{5000 - (5000 \times 10\%)}{10} = 450 \text{ reais}$$

$$\text{Depreciação Mensal do Maquinário} = \frac{450}{12} = 37,50 \text{ reais}$$

A taxa DAS MEI sofre um reajuste anual e, no momento deste estudo, apresenta o valor de R\$ 61,60. Os custos do aluguel e do transporte também apresentam valores fixos de R\$ 550,00 e R\$ 340,00, respectivamente.

Foi identificado o percentual que cada uma dessas despesas representa da receita bruta e verificou-se que, juntas, totalizaram 26,83% do faturamento. Conseqüentemente, 26,83% do preço de venda de cada produto é destinado ao pagamento das despesas fixas.

A despesa variável é representada pela taxa que é descontada do valor pago pelo cliente nas vendas realizadas com cartão. Apesar de não serem todos os clientes que pagam com cartão, as vendas com essa forma de pagamento são maioria e possuem o abatimento de 5% do preço de venda, dessa maneira, 5% da receita bruta, que é equivalente a R\$ 280,00, é atribuído ao pagamento dessa despesa.

4.4 Apuração da margem de contribuição e do ponto de equilíbrio

Com o levantamento de todos os custos e despesas, torna-se possível o cálculo da margem de contribuição, que para o seu cálculo necessita, de acordo com a fórmula (1) utilizada, do preço de venda do produto oferecido, do custo variável e da despesa variável. A Tabela 12, a seguir, apresenta a margem de contribuição unitária expressa em valor e em percentual de cada produto oferecido.

É possível verificar que os produtos com maior margem de contribuição percentual, tanto entre os tradicionais, quanto entre os *gourmets*, são os produzidos com goiabada. Isto significa que esses produtos são os que mais contribuem para a amortização dos custos e despesas fixas da empresa, destinando a maior parte do seu preço de venda para este fim.

Porém, ao analisarmos as margens de contribuições expressas em valores, percebemos que as maiores são referentes aos produtos com creme de avelã. Isso se deve ao maior preço de venda destes produtos, que mesmo após serem abatidos os custos e despesas variáveis, que

também são maiores que dos outros produtos, ainda resta maior quantia para contribuir com os custos e despesas fixas. Temos em seguida os produtos feitos com goiabada e por fim, os de doce de leite e os de chocolate.

Tabela 12 - Margem de contribuição unitária e percentual

| Produto | Preço de Venda (R\$) | Custo Variável (R\$) | Despesa Variável (R\$) | Margem de Contribuição Unitária (R\$) | Margem de Contribuição Unitária (%) |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Tradicional de Doce de Leite | 5,00 | 1,16 | 0,25 | 3,59 | 71,80 |
| Tradicional de Chocolate | 5,00 | 1,20 | 0,25 | 3,55 | 71,00 |
| Tradicional de Goiabada | 5,00 | 1,10 | 0,25 | 3,65 | 73,00 |
| Tradicional de Creme de Avelã | 10,00 | 2,77 | 0,50 | 6,73 | 67,30 |
| Gourmet de Doce de Leite | 8,00 | 1,74 | 0,40 | 5,86 | 73,25 |
| Gourmet de Chocolate | 8,00 | 1,75 | 0,40 | 5,85 | 73,12 |
| Gourmet de Goiabada | 8,00 | 1,63 | 0,40 | 5,97 | 74,62 |
| Gourmet de Creme de Avelã | 15,00 | 4,34 | 0,75 | 9,91 | 66,07 |

Fonte: Autor (2022)

Com as margens de contribuições definidas, é possível calcular o ponto de equilíbrio, que indica a quantidade de vendas necessárias para liquidar os custos e despesas fixas. A Tabela 13 mostrará o ponto de equilíbrio dos produtos oferecidos pela empresa. Porém, essa análise só pode ser feita a partir da suposição de que a empresa trabalha somente com um produto, pois não há registros do histórico de vendas, não sendo possível mensurar como cada produto contribui nas vendas e calcular somente um ponto de equilíbrio para o *mix* de produtos. Os cálculos dos pontos de equilíbrio dos produtos foram realizados de acordo com a fórmula (2).

Tabela 13 - Ponto de equilíbrio contábil de cada produto

| Produto | Custos e Despesas Fixas Totais (R\$) | Margem de Contribuição Unitária (R\$) | Ponto de Equilíbrio Contábil (un) |
|----------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|
| Tradicional Doce de Leite | 1.502,43 | 3,59 | 418,50 |
| Tradicional Chocolate | 1.502,43 | 3,55 | 423,22 |
| Tradicional Goiabada | 1.502,43 | 3,65 | 411,62 |
| Tradicional Creme de Avelã | 1.502,43 | 6,73 | 223,24 |
| Gourmet Doce de Leite | 1.502,43 | 5,86 | 256,39 |
| Gourmet Chocolate | 1.502,43 | 5,85 | 256,83 |
| Gourmet Goiabada | 1.502,43 | 5,97 | 251,66 |
| Gourmet Creme de Avelã | 1.502,43 | 9,91 | 151,61 |

Fonte: Autor (2022)



Para o cálculo do ponto de equilíbrio, há a necessidade de utilizar os custos e despesas fixas e a margem de contribuição unitária. Então, foi utilizado R\$1502,43, relativo aos desembolsos fixos, valor referente aos 26,83% da receita bruta e a margem de contribuição unitária de cada produto.

Ao analisar os pontos de equilíbrio encontrados, pode-se afirmar que eles são importantes para auxiliarem estratégias de vendas, pois os produtos que apresentaram a necessidade de venda de quantidades menores atingem o ponto de equilíbrio mais rapidamente e, conseqüentemente, começam a gerar lucro primeiro.

Dessa forma, o produto que possui o menor ponto de equilíbrio e, portanto, cobriria mais rapidamente as despesas e custos fixos é o churro *gourmet* de creme de avelã, enquanto o churro tradicional de chocolate é o produto que precisaria ter a maior demanda para atingir o ponto de equilíbrio.

4.5 Cálculo do *markup* e definição do preço de venda

Considerando que os preços atuais estão desatualizados de acordo com o mercado, há a necessidade de aumento dos preços de venda. Dessa maneira, através das análises anteriores foram verificadas as atuais porcentagens de lucro de cada produto e foi observado que os produtos feitos com doce de leite, chocolate e goiabada apresentam uma margem de lucro próxima a 45% e os produtos feitos com creme de avelã uma margem próxima a 40% e, devido ao aumento de preço necessário, no cálculo do *markup* será considerado 50% e 45% respectivamente, para o lucro desejado pela proprietária.

O cálculo do *markup* foi realizado de acordo com a fórmula (3), escolhida por preferência pessoal e não por diferença de resultado. Assim, foi encontrado para os churros tradicionais e *gourmets* de doce de leite, chocolate e goiabada o *markup* de 0,1817 e o de 0,2317 para o tradicional e *gourmet* de creme de avelã.

Após definir o *markup*, é possível utilizá-lo junto com o custo unitário para calcular o preço de venda orientado, segundo a fórmula (5), que é indicado para atender a expectativa de lucro da proprietária ao mesmo tempo em que sustenta os custos e despesas, como pode ser verificado na Tabela 14.



Tabela 14 - Preço de venda recomendado

| Produto | Custo Unitário (R\$) | Markup | Preço Conforme Markup (R\$) |
|----------------------------|-----------------------------|---------------|------------------------------------|
| Tradicional Doce de Leite | 1,16 | 0,1817 | 6,38 |
| Tradicional Chocolate | 1,20 | 0,1817 | 6,60 |
| Tradicional Goiabada | 1,10 | 0,1817 | 6,05 |
| Tradicional Creme de Avelã | 2,77 | 0,2317 | 11,95 |
| Gourmet Doce de Leite | 1,74 | 0,1817 | 9,58 |
| Gourmet Chocolate | 1,75 | 0,1817 | 9,63 |
| Gourmet Goiabada | 1,63 | 0,1817 | 8,97 |
| Gourmet Creme de Avelã | 4,34 | 0,2317 | 18,73 |

Fonte: Autor (2022)

A tabela anterior mostra o preço de venda orientado para cada um dos produtos, que são capazes de cobrir todos os gastos e gerar um lucro de 50% ou 45% à empresa, conforme estabelecido anteriormente. Na Tabela 15 podemos comparar estes valores com os preços praticados atualmente.

Tabela 15 - Preço praticado x preço aconselhado

| Produto | Preço Praticado Atualmente (R\$) | Preço Conforme Markup (R\$) | Diferença (R\$) |
|----------------------------|---|------------------------------------|------------------------|
| Tradicional Doce de Leite | 5,00 | 6,38 | 1,38 |
| Tradicional Chocolate | 5,00 | 6,60 | 1,60 |
| Tradicional Goiabada | 5,00 | 6,05 | 1,05 |
| Tradicional Creme de Avelã | 10,00 | 11,95 | 1,95 |
| Gourmet Doce de Leite | 8,00 | 9,58 | 1,58 |
| Gourmet Chocolate | 8,00 | 9,63 | 1,63 |
| Gourmet Goiabada | 8,00 | 8,97 | 0,97 |
| Gourmet Creme de Avelã | 15,00 | 18,73 | 3,73 |

Fonte: Autor (2022)

Ao realizar a comparação entre o preço de venda orientado e o praticado pode ser visto que todos os preços de venda atuais estão abaixo do indicado para que a margem de lucro definida



seja atingida, demonstrando a necessidade de serem revistos, para propiciar o crescimento e o desenvolvimento da MEI.

Diante dos resultados e análises encontrados acima, pode-se afirmar que eles contribuem para orientar a gestão da empresa através da possibilidade de maior compreensão de seus gastos. Por expor estes gastos é possível descobrir em quais pontos podem ser encontradas oportunidades de poupar desembolsos e organizar estratégias de vendas considerando de fato seus custos e despesas.

5 Considerações finais

Diante das dificuldades de se manterem em funcionamento, apresentadas por alguns microempreendedores individuais, está a tentativa de realizarem uma gestão de forma intuitiva, visto que neste cenário estes empreendedores possuem menores recursos ou conhecimentos específicos de gestão. À vista disso, o presente estudo realizado com uma microempreendedora individual buscou apresentar um modo de iniciar a gestão dos seus custos e de acordo com o objetivo geral indicado no início deste trabalho, foram analisados todos os preços de venda atuais, com a finalidade de sugerir preços de venda apropriados à realidade do empreendimento.

Para isso, foi realizado o levantamento de todos os itens que formam o preço de venda, o que possibilitou identificar os valores para produzir uma unidade de cada produto. Ademais, também foram analisadas as aplicações de algumas ferramentas da gestão de custos como a margem de contribuição, o ponto de equilíbrio e o *markup*, que possibilitaram identificar quais produtos mais colaboram em percentual e em valor, para o pagamento dos custos e despesas fixas; quantidade de vendas necessárias de cada produto para liquidar os custos e despesas fixas; e a orientação de preços de venda eficazes e alinhados com o mercado.

Foram encontradas algumas limitações no decorrer deste trabalho, como a escassez de dados e documentos referentes às compras de matérias-primas, visto que isto interfere na abrangência da pesquisa e, também, o fato de não haver registros do total de vendas de cada produto, o que afeta diretamente a análise do ponto de equilíbrio e o desenvolvimento de estratégias de vendas mais assertivas por parte da proprietária, o que conseqüentemente acarretaria maior lucro para a microempresa individual.

Para trabalhos futuros, sugere-se que seja verificado o total de vendas de todos os produtos comercializados, para possibilitar verificações complementares referentes à gestão dos custos



e ao comportamento da demanda. Além disso, outra sugestão é a aplicação de metodologias e ferramentas relacionadas à redução de desperdícios, pois há potencial de melhoria em várias etapas do processo produtivo, o que causaria a redução de diferentes custos de produção.

Referências

- BACIC, M. J.; MEGLIORINI, E.; OLIVEIRA, E. C. M. de; YOMURA, N. **Manual de Técnicas e Práticas de Gestão Estratégica de Custos nas Pequenas e Médias Empresas**. São Paulo: Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo, 2010. 106 p. Disponível em: <http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/crcsp_m04.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.
- BEUREN, I. M. Evolução Histórica da Contabilidade de Custos. **Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 61-66, fev. 1993. Mensal. Disponível em: <<https://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidadevistaerevista/article/view/52>>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- BORNIA, A. C. **Análise Gerencial de Custos: aplicação em empresas modernas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 232 p.
- BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de Custos e Formação de Preço: com aplicações na calculadora hp 12c e excel**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 576 p.
- CARVALHO, A. L. de S. **A Importância do Mark-up na Formação do Preço das Organizações**. 2019. 37 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário de Goiás – Uni-Anhanguera, Goiânia, 2019. Disponível em: <<http://repositorio.anhanguera.edu.br:8080/bitstream/123456789/219/1/Adson.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2022.
- CASSAHARA, E.; SILVA, M. das D. G. da; RIBEIRO, S. **FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA: importância e etapas**. 2013. 90 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário Eurípides de Marília, Marília, 2013. Disponível em: <<https://aberto.univem.edu.br/handle/11077/1247>>. Acesso em: 25 jun. 2022.
- CHAVES, R. T. C.; LAMES, E. R. de; LAMES, L. da C. J. Uma Análise da Percepção dos Gestores Donos de Pequenas Empresas da Cidade de Hortolândia – SP quanto à Aplicação do Princípio de Entidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 20., 2013, Uberlândia. **Anais [...]**. São Leopoldo: Associação Brasileira de Custos, 2013. p. 1-14. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/73>>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- CREPALDI, S. A. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 384 p.
- CREPALDI, S. A.; CREPALDI, G. S. **Contabilidade de Custos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 408 p.
- CUNHA, P. M.; MONTEIRO, J. J.; CASTANHA, E. T.; MENEGALI, M. V.; VIEIRA, A. C. P.; CITTADIN, A. O Uso do Custeio Variável Para Gestão de Uma Vinícola Catarinense. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 24., 2017, Florianópolis. **Anais [...]**. São Leopoldo: Associação Brasileira de Custos, 2017. p. 1-16. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4376>>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 192 p.
- GOVERNO DO BRASIL. Brasil registra recorde na abertura de novos negócios em 2021. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2022/03/brasil-registra-recorde-na-abertura-de-novos-negocios-em-2021>>. Acesso em: 28 mar. 2022.
- GOVERNO DO BRASIL. Cresceu o número de microempreendedores individuais em 2020. 2021. Disponível em: <[https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2021/03/cresceu-o-numero-de-microempreendedores-individuais-em-2020#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20Microempreendedores%20Individuais%20\(MEI\)%20cresceu%20no%20pa%C3%ADs%20ao,rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20ano%20de%202019](https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2021/03/cresceu-o-numero-de-microempreendedores-individuais-em-2020#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20Microempreendedores%20Individuais%20(MEI)%20cresceu%20no%20pa%C3%ADs%20ao,rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20ano%20de%202019)>. Acesso em: 09 mar. 2022.
- MATTOS, A. D. **Como preparar orçamentos de obras**. 3. ed. São Paulo: Oficina de Textos, 2019. 328 p.
- MEGLIORINI, E. **Custos: análise e gestão**. 3. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. 290 p.



MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Lei Geral da Micro e Pequena Empresa completa 15 anos. 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2021/dezembro/lei-geral-da-micro-e-pequena-empresa-completa-15-anos>>. Acesso em: 08 mar. 2022.

OLIVEIRA, G. S. de; CUNHA, A. M. de O.; CORDEIRO, E. M.; SAAD, N. dos S. Grupo focal: uma técnica de coleta de dados numa investigação qualitativa? **Cadernos da FUCAMP**, Monte Carmelo, v. 19, n. 41, p. 1-14, out. 2020. Disponível em: <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2208>>. Acesso em: 20 mar. 2022.

RATTO, L. **Comércio: um mundo de negócios.** Rio de Janeiro: Senac, 2004. 318 p.

RIBEIRO, O. M. **Contabilidade de custos.** 10. ed. São Paulo: Saraiva Uni, 2017. 272 p.

SANTANA, W. dos S.; BARRETO, M. V. S.; SOUZA, D. S.; SANTOS, F. K. G. Formação de preço de venda: um estudo de caso voltado para microempreendedor individual do ramo de comércio. **Caderno de Graduação: Ciências Humanas e Sociais - UNIT - Sergipe, Aracaju**, v. 7, n. 1, p. 90-102, out. 2021. Disponível em: <<https://periodicos.set.edu.br/cadernohumanas/article/view/8274>>. Acesso em: 17 mar. 2022.

SANTOS, G. L. dos. **A consultoria empresarial como instrumento de gestão financeira nas micro e pequenas empresas no município de Santana do Ipanema – AL.** 2020. 50 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Alagoas, Santana do Ipanema, 2020. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufal.br/jspui/handle/123456789/8372>>. Acesso em: 17 mar. 2022.

SCHMIDT, P.; SANTOS, J. L. dos. **História do Pensamento Contábil.** São Paulo: Atlas, 2008. 179 p.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Ponto de equilíbrio: ferramenta para manter o seu negócio seguro.** 2022. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Tire suas dúvidas sobre o MEI (Microempreendedor Individual).** 2022. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tire-suas-duvidas-sobre-o-mei-microempreendedor-individual,e31c13074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 13 mar. 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Histórico da Lei Geral: conheça a história do Estatuto da Pequena Empresa.** 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/historico-da-lei-geral,8e95d6d4760f3610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 07 mar. 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Informações sobre o MEI na panificação e confeitaria.** 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/informacoes-sobre-o-mei-na-panificacao-e-confeitaria,4d6a549c1fccd510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 09 mar. 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sobrevivência das empresas.** 2021. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/asn/Estados/NA/Sobrevivencia-empresas-sebrae_Final.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2022.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação.** 4. ed. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2005. 138 p.

SOARES, T. C. **Finanças e Precificação.** Palhoça: Unisul, 139 p., 2012.

ZANELLA, L. C. **Administração de Custos em Hotelaria.** 4. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2010. 231 p.