
Cost management and price formation for a micro-company in the food sector

Gestão de custos e formação de preços para uma microempresa do ramo alimentício

Received: 20-05-2024 | Accepted: 23-06-2024 | Published: 26-06-2024

Ludmila Campos de Oliveira

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9767-8771>
Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Brasil

Mara Rúbia da Silva Miranda

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2415-7745>
Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Brasil
E-mail: mara_miranda@ufu.br

Isadora Ferreira Magalhães

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4309-9982>
Instituto de Ensino Superior, País

Fabricia Gladys Rossato

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5189-5930>
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Brasil

Ricardo Batista Penteado

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6938-5725>
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Luís Fernando Magnanini de Almeida

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6868-2261>
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

ABSTRACT

Faced with the current reality, in which there is a large number of individual micro-enterprises involved, the need for structuring this type of business emerges, as it is also seen, at the same time, a high number of closures of these companies due to failures in cost management and in the revenue generation, which are directly influenced by the selling price of the products offered. In this context, the objective of this work is to analyze the selling prices touched by an individual micro-entrepreneur in the food industry, with the purpose of proposing appropriate selling prices for her business. This study is characterized as applied research, with a qualitative and quantitative approach to the problem, its objective is described as descriptive and the technical procedures as a case study. The research involved a survey of the items that make up the sale price and the application of tools relevant to cost management, such as the contribution margin and the break-even point that can effectively contribute to sales strategies and, consequently, to an increase in revenue and markup for product pricing. Finally, the products that generate the highest therapeutic returns and new sales price standards for all products were identified, according to the analyzed analyses, with these suggested values being higher than those already transmitted. It is noteworthy that this work seeks to clarify the individual microentrepreneur about the importance of managing their costs and how to start this practice, which directly contributes to the development of their business.

Keywords: Cost Management; Pricing; Markup; Micro-enterprise.

RESUMO

Diante da realidade atual, em que há um grande surgimento de microempresas individuais, aflora a necessidade de estruturação desse tipo de negócio, pois também é visto, ao mesmo tempo, um alto número de fechamentos dessas empresas devido a falhas de gestão de custos e na geração de receita, que são influenciadas diretamente pelo preço de venda dos produtos oferecidos. 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. Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza aplicada, com abordagem ao problema de forma qualitativa e quantitativa, seu objetivo é caracterizado como descritivo e os procedimentos técnicos como estudo de caso. 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. Vale ressaltar que este trabalho busca esclarecer ao microempreendedor individual sobre a importância de realizar a gestão dos seus custos e a forma de iniciar esta prática, que contribui diretamente para o desenvolvimento do seu negócio.

Palavras-chave: Gestão de Custo; Precificação; *Markup*; Microempresa .

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, o qual apresentou abertura de 3,3 milhões. 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).

Toda empresa, independente da sua área de atuação, gera uma porção de gastos relacionados aos seus setores internos. Contudo, qualquer que seja a categorização dos gastos, é fundamental o domínio e gestão efetiva das organizações em relação a eles, até mesmo para a classificação adequada em custos, despesas e investimentos (BACIC *et al.*, 2010).

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 e conservação no mercado.

Neste contexto, o trabalho tem como objetivo geral 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. Para isso, estabeleceu-se como objetivos específicos: apurar os dados referentes aos 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, ao mesmo tempo que muitas também encerram suas atividades devido a falhas de gestão, principalmente dos custos. Diante disso, o trabalho serve de orientação para a apuração de dados relacionados à gestão de custos, que proporciona, conseqüentemente, um aumento das possibilidades de crescimento e desenvolvimento da empresa em seu mercado.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Gestão de Custos

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).

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.

O custo, que de acordo com Braga (2015), é tudo que é consumido nas atividades de fabricação, realização de serviços e disposição de mercadorias para venda analisados financeiramente. O custo pode ser definido de diferentes maneiras dependendo do cenário em que está inserido, mas geralmente, é o dispêndio financeiro executado pelas organizações para conquistar objetivos (BRUNI; FAMÁ, 2012).

A classificação dos custos é feita para cumprir os objetivos de sua análise, sendo identificados como diretos e indiretos e seus comportamentos em variados níveis de produção são identificados como fixos e variáveis (MEGLIORINI, 2012).

Para Cunha *et al.* (2017), os custos diretos são desembolsos com materiais e mão de obra, usados de forma explícita na fabricação de produtos e na prestação de serviços, os quais são chamados desta forma por serem incorporados no produto ou serviço e terem seus valores constatados facilmente (RIBEIRO, 2017). Mattos (2019) reconhece que o conceito mais apropriado para custos indiretos é definido por exclusão, sendo qualquer custo que não foi inserido nos custos diretos.

De acordo com Crepaldi e Crepaldi (2017), os custos fixos não passam por variação relacionada ao volume produzido, mas sua contribuição no custo diminui à medida que a produção cresce. Já os custos variáveis são os custos que passam por uma alteração diretamente proporcional ao volume produzido ou serviço prestado, pois apresenta custo igual para cada unidade gerada.

METODOLOGIA

Para a coleta de dados deste estudo foi realizada uma pesquisa documental através de registros de uma empresa de doces, entrevista com o proprietário e, observação direta para levantamento de dados.

Foram utilizadas para análise dos dados algumas ferramentas da gestão de custos como o ponto de equilíbrio, a margem de contribuição, a margem de lucro e, também, o *markup*. Com isso, o intuito foi verificar como o uso de cada uma dessas ferramentas interfere no desempenho e no lucro da empresa e se os preços atuais estão condizentes com as necessidades da empresa, sendo capazes de suprir todas as despesas e custos e alcançar um lucro adequado. Os dados coletados, utilizados nas análises presentes neste estudo, são referentes ao período de junho a agosto de 2023.

RESULTADOS

Estudo de caso

A empresa analisada é da categoria microempreendedor individual, 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. Atualmente, atende clientes de diversos bairros da cidade, pois se tornou referência pelo sabor e qualidade de seus produtos.

A empresa exerce suas atividades durante seis horas por dia, no período noturno, em um *trailer* que fica estacionado em um local alugado e seu funcionamento acontece somente com as atividades 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, sendo considerados como sobremesas pelos clientes.

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 à massa. Logo em seguida, é recebido o pedido do cliente e fritada a quantidade de churros que ele solicitou.

Se o churro solicitado for tradicional, ele é passado no açúcar e na canela, enrolado no guardanapo e recheado conforme a escolha do cliente, a qual pode ser com 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 e pode receber uma quantidade maior de confeitos, como amendoim, paçoca, granulados, confete, entre outros, de acordo com a solicitação do cliente. Entre todos os produtos, o mais vendido é o churro tradicional de doce de leite.

Por fim, se o pedido for para viagem, ele é embalado, caso contrário, é entregue ao cliente sem a embalagem de transporte e recolhido o pagamento.

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 seus custos e despesas não estava sendo realizado de maneira efetiva, sendo registradas somente as vendas diárias, sem que houvesse uma análise ou verificação posterior envolvendo esses 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.

Apuração dos custos e despesas dos produtos

Inicialmente, foi realizado o levantamento de todas as matérias-primas utilizadas, desde a preparação da massa até a entrega do produto pronto ao cliente e o valor pago por cada uma delas através da análise do cupom fiscal emitido pelos fornecedores no momento da compra. Também foi investigada a quantidade que é utilizada por mês de cada uma dessas matérias-primas para determinar o valor total desembolsado.

Depois, foram agrupados os custos e as despesas da empresa de acordo com suas classificações. Diante disto, primeiro foram apurados os custos dos itens diretamente ligados à produção de todos os produtos e, para isso, a partir das quantidades e valores totais mensais das matérias-primas utilizadas, foram mensurados às quantidades utilizadas para produzir uma unidade de churro e os custos unitários desses itens, como pode ser visto na Tabela 1.

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: Autores (2023)

Assim, 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, o equivalente a 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.

Diante da análise feita, foi identificado que esses itens comuns ocasionam o custo de R\$ 0,76 a cada um dos produtos.

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: Autores (2023)

Deste modo, na tabela anterior 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 utilizado. O custo unitário do churro de doce de leite, chocolate, goiabada e creme de avelã, foram de R\$0,40 ; R\$0,44 ; R\$0,34 e R\$2,01, respectivamente.

Para saber as quantidades de cada doce e confeito que são utilizados em cada churro, foram realizadas medições repetidas vezes. Através dos valores obtidos foram calculadas as médias, que tiveram seus resultados utilizados nas análises, 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.

As quantidades de doces e confeitos utilizados nos churros *gourmets* também foram identificadas através de repetidas medições de peso. 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* o custo unitário de R\$ 0,76, valor comum a todos os churros, 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, como pode ser observado na Tabela 11.

Tabela 3 - Apuração das despesas fixas e variáveis

Despesa Fixa	Valor (R\$)	Receita (R\$)	(Despesas/Receitas)*100(%)
Água	50,00	5600,00	0,89
Energia	100,00	5600,00	1,79
Produto de Limpeza	30,00	5600,00	0,54
Depreciação Trailer	333,33	5600,00	5,95
Depreciação Maquinário	37,50	5600,00	0,67
DAS MEI	61,60	5600,00	1,10
Aluguel	550,00	5600,00	9,82
Transporte	340,00	5600,00	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: Autores (2023)

Entre as despesas fixas estão as faturas de água e energia; o gasto com produtos de limpeza, para conservação do ambiente de trabalho; a depreciação do *trailer* e do maquinário que apresentam taxas tabeladas pelo governo; o Documento de Arrecadação do Simples Nacional do MEI (DAS MEI), que é uma taxa mensal obrigatória a todo MEI, que garante seus direitos e benefícios; o aluguel; e a despesa com transporte, devido ao deslocamento da microempreendedora 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 de depreciação de veículo, que é de 20% ao ano, valor tabelado pelo governo, conforme já mencionado anteriormente. 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.

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, subtraindo do valor pago o equivalente a 10% do seu total e dividindo o valor encontrado pelos anos de vida útil, temos uma depreciação anual de R\$450,00 e R\$37,50 ao mês.

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. Consequentemente, 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.

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.

Tabela 4 - 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
<i>Gourmet</i> de Doce de Leite	8,00	1,74	0,40	5,86	73,25
<i>Gourmet</i> de Chocolate	8,00	1,75	0,40	5,85	73,12
<i>Gourmet</i> de Goiabada	8,00	1,63	0,40	5,97	74,62
<i>Gourmet</i> de Creme de Avelã	15,00	4,34	0,75	9,91	66,07

Fonte: Autores (2023)

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. Em seguida ficaram os produtos com doce de leite, depois os com chocolate e, por fim, os produzidos com creme de avelã.

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. Como os outros produtos possuem o mesmo preço de venda, temos em seguida os produtos feitos com goiabada, pois apresentam os custos variáveis menores e, por fim, os de doce de leite e os de chocolate.

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, isto é, quanto de cada produto a empresa teria que vender para custear seus custos e despesas fixas. 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.

Tabela 5 - Ponto de equilíbrio contábil de cada produto

Produto	Custos e Despesas Fixas Totais (R\$)	Margem de Contribuição Unitária (un)	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

<i>Gourmet</i> Doce de Leite	1.502,43	5,86	256,39
<i>Gourmet</i> Chocolate	1.502,43	5,85	256,83
<i>Gourmet</i> Goiabada	1.502,43	5,97	251,66
<i>Gourmet</i> Creme de Avelã	1.502,43	9,91	151,61

Fonte: Autores (2023)

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 muito 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, em outras palavras, se a empresa vendesse somente este produto durante todo o mês, seria preciso vender 152 unidades para suprir as despesas e custos fixos. Já o churro tradicional de chocolate é o produto que precisaria ter a maior demanda para atingir o ponto de equilíbrio.

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), fórmula do *markup* divisor, que foi 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 6 - 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
<i>Gourmet</i> Doce de Leite	1,74	0,1817	9,58
<i>Gourmet</i> Chocolate	1,75	0,1817	9,63
<i>Gourmet</i> Goiabada	1,63	0,1817	8,97
<i>Gourmet</i> Creme de Avelã	4,34	0,2317	18,73

Fonte: Autores (2023)

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 é possível comparar estes valores com os preços praticados atualmente.

Tabela 7 - Preço praticado x preço aconselhado

Produto	Preço Praticado Atualmente (R\$)	Preço Conforme Markup	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
<i>Gourmet</i> Doce de Leite	8,00	9,58	1,58
<i>Gourmet</i> Chocolate	8,00	9,63	1,63
<i>Gourmet</i> Goiabada	8,00	8,97	0,97
<i>Gourmet</i> Creme de Avelã	15,00	18,73	3,73

Fonte: Autores (2023)

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.

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. Dessa forma, o objetivo deste estudo foi alcançado, dado que todos os objetivos específicos foram atingidos.

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. Diante disso, 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 consequentemente 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.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao apoio ao ensino, pesquisa e extensão da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e da Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

REFERÊNCIAS

BACIC, M. J. **Gestão de Custos**: uma abordagem sob o enfoque do processo competitivo e da estratégia. Curitiba: Juruá, 2008. 276 p.

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/cresp_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.

BRAGA, A. X. V. **Contabilidade de Custos**. Cuiabá: Universidade Federal de Mato Grosso, 2015. 71 p. Disponível em: <http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1508/Contabilidade_Custos%20-%20CONTABILIDADE%20-%20IFSUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 fev. 2022

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

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%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%20ano%20de%202019)>. Acesso em: 09 mar. 2022.

KAPLAN, R. S.; COOPER, R. **Custo & Desempenho**: administre seus custos para ser mais competitivo. São Paulo: Futura, 1998.

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.

NAGATSUKA, D. A. da S.; TELES, E. L. **Manual de Contabilidade Introdutória**. São Paulo: Thomson, 2002. 198 p.

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.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 276 p.

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.

SCHWINGEL, I.; RIZZA, G. Políticas públicas para formalização das empresas: lei geral das micro e pequenas empresas e iniciativas para a desburocratização. **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**. Brasília, p. 47-56. fev. 2013. Disponível em: <<http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/3846>>. Acesso em: 07 mar. 2022.

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,4d6a549c1fcc510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. 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. da; 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, 2012. 139 p.

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