

**GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE COMIDA JAPONESA EM UM RESTAURANTE NA CIDADE DE PELOTAS:**

TANISA ANDRADE<sup>1</sup>; RITA NESS<sup>2</sup>; GLEBERSON SANTANA<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – tanisa.andrade@hotmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – ritacness@hotmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – glebersonsantana@hotmail.com*

**1. INTRODUÇÃO**

De acordo com Meglierini (2001), a determinação dos custos é feita, com o objetivo de determinar o lucro, controlar as operações e tomar decisões. Segundo ele as informações geradas de custos determinam os custos dos insumos aplicados na produção, bem como em diversas áreas que compõem uma organização; reduzem os custos dos insumos aplicados na produção ou das diversas áreas que compõem uma organização; controlam as operações das atividades; auxiliam para tomar decisões ou resolver problemas especiais; reduzem desperdícios de materiais, tempo ocioso etc.; e determinam a elaboração de orçamentos. Um dos principais pontos a serem observados para a redução dos custos de bens e serviços é a necessidade de determinar um preço de venda competitivo frente aos concorrentes.

Nesse sentido, a formação e a avaliação dos preços estão atreladas a definição do modelo de rateio dos custos indiretos, um instrumento para transferência dos custos indiretos aos produtos. O método mais utilizado é o custeio tradicional ou também chamado de custeio por absorção, porém a partir dele outras metodologias foram desenvolvidas para serem aplicadas a outras situações, como o custeio variável, o custeio fixo e o custeio por atividade. Basicamente esses métodos tem o intuito de informar o custo preciso dos produtos, para assim se estabelecer o preço, a produção de novos produtos ou o abandono de produtos que não dão retorno financeiro.

Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo descrever e abordar como é realizada a gestão de custos com a formação do preço de venda em um dos mais tradicionais restaurantes de comida japonesa, com mais de 6 anos de existência na cidade de Pelotas/RS.

**2. METODOLOGIA**

Para alcançar o objetivo do estudo, os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho são caracterizados em uma pesquisa descritiva e qualitativa. Conforme Richardson (2008), a pesquisa qualitativa é uma tentativa da compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, ao invés da produção de medidas quantitativas.

Os dados foram coletados por meio de entrevista semi-estruturada. May (2004) afirma que “as entrevistas geram compreensões ricas das biografias, experiências, opiniões, valores, aspirações, atitudes e sentimentos das pessoas”. Os dados da entrevista foram anotados e transcritos e depois tratados qualitativamente.

A entrevista foi realizada com o gestor e também proprietário do restaurante, desde a sua abertura.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O estabelecimento participante desta pesquisa caracteriza-se como restaurante de especialidade, ou seja, é especializado em uma cozinha específica, que pode ser de um determinado país; em determinado tipo de comida – massas, carnes, frutos de mar, outros; ou em determinado método de cocção – assados, grelhados, outros. (VASCONCELOS, CAVALCANTI, BARBOSA, 2002). Com mais de 6 anos de atuação no mercado pelotense de comida japonesa, conta com 15 funcionários, possui atendimento à la carte durante a noite, também conta com buffet livre e ao meio dia buffet da balança.

O instrumento de coleta de dados foi estruturado com base em questões relativas a custos e preço de venda. A seguir serão descritas as respostas às questões que compuseram tal instrumento.

Em relação aos custos fixos nas preparações dos pratos verificou-se que o restaurante utiliza uma distribuição dos custos fixos ao valor final do prato, porém não caracterizou maiores detalhes desse cálculo.

À formação do preço de venda, segundo Padoveze (1994) é feita a partir do custo e determina, pelo menos, um parâmetro inicial, estabelecendo o limite inferior de preço de venda a ser praticado. Abaixo desse limite a empresa estará trabalhando com prejuízo em suas operações. No objeto de estudo o principal fator para determinar o preço é o custo da matéria-prima, por se tratar de um restaurante de especialidade, no caso o salmão é o principal insumo para a preparação dos pratos, diante disso, fatores climáticos influenciam diretamente no valor de compra, o que acaba sendo repassado aos clientes. Neste caso verificou-se valores distintos no buffet da balança para pratos que contém uma quantidade maior de salmão.

Quanto à margem de lucro é considerada no total e não por produto, não foram informados valores e nem porcentagens referentes à margem pelo gestor.

Importante ressaltar, que o restaurante possui um sistema informatizado, no qual é possível acompanhar as vendas realizadas durante determinado período e também é identificado as compras de insumos e sua utilização.

### 4. CONCLUSÕES

Verificou-se que o método utilizado para a gestão de custos e formação do preço de venda apresenta características semelhantes ao custeio por absorção. O método de custeio por absorção para apuração dos custos de produção, conforme Beulke (1998) comprehende todos os custos incorridos no processo de produção de bens e serviços. O próprio nome do critério indica absorver cada departamento e cada produto final aos custos gerais, por meio que denominação de taxas de absorção, seja eles custos definidos como diretos ou indiretos, fixos ou variáveis, de estrutura ou operacionais. Dessa forma, vale ressaltar, que o método é utilizado desde a abertura do restaurante. Assim pode-se concluir que essa forma de gerir os custos é satisfatória levando em consideração o tempo em que o restaurante está no mercado pelotense.

### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEULKE, Rolando. **Custos e estratégias de resultado.** Porto Alegre: SAGRA, 1998.

CARDOSO, JF. Custos e preço de venda: um estudo em restaurantes à la carte. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. VIII, n. 2, p. 103-120, jul.-dez. 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. São Paulo: Makron Books, 2001.

MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. Porto Alegre: Artmed, 2004

PADOVEZE, Clóvis L. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. São Paulo: Atlas, 1994.

RICHARDSON, Roberto. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo:Atlas, 2008.

VASCONCELOS, F.; CAVALCANTI, E.; BARBOSA, L. **Menu: como montar um cardápio eficiente**. São Paulo: Roca, 2002.