

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA  
NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**SAIBA COMO APURAR O SEU CUSTO  
E  
CALCULAR O SEU PREÇO**

**MANUAL DO PARTICIPANTE**

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS –  
SEBRAE  
UNIDADE DE CAPACITAÇÃO EMPRESARIAL**

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E  
CONFEITARIA**

**SAIBA COMO APURAR O SEU CUSTO  
E  
CALCULAR O SEU PREÇO**

**MANUAL DO PARTICIPANTE**

**Brasília – DF  
2009**

---

## SUMÁRIO

---

<b>APRESENTAÇÃO</b>	<b>5</b>
<b>ENCONTRO 1 – ELEMENTOS DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA</b>	<b>7</b>
ROTEIRO DE ATIVIDADES	8
ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 1	9
ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO SETOR DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA	11
ATIVIDADE 2 – A IMPORTÂNCIA E O SIGNIFICADO DO PREÇO DE VENDA	13
ATIVIDADE 3 – COMPONENTES DO PREÇO DE VENDA	16
ATIVIDADE 4 – CUSTOS E DESPESAS FIXAS E VARIÁVEIS	19
ATIVIDADE 5 – ESTRUTURA DE UMA PLANILHA DE CUSTOS	20
ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO	23
RESUMO DO ENCONTRO 1	23
<b>ENCONTRO 2 – CUSTOS E DESPESAS FIXAS</b>	<b>24</b>
ROTEIRO DE ATIVIDADES	25
ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 2	26
ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DOS CUSTOS FIXOS	27
ATIVIDADE 2 – VIVENCIANDO A QUESTÃO DO PLANEJAMENTO DOS CUSTOS FIXOS	30
ATIVIDADE 3 – CUSTOS E DESPESAS FIXAS	34
ATIVIDADE 4 – EXERCÍCIO SOBRE CUSTOS E DESPESAS FIXAS	34
ATIVIDADE 5 – REGIME DE CAIXA X REGIME DE COMPETÊNCIA	44
ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 2	51
RESUMO DO ENCONTRO 2	51
<b>ENCONTRO 3 – CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS</b>	<b>52</b>
ROTEIRO DE ATIVIDADES	53
ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 3	54
ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DOS CUSTOS VARIÁVEIS E DESPESAS VARIÁVEIS	55
ATIVIDADE 2 – CÁLCULO EFETIVO DA MERCADORIA	62
ATIVIDADE 3 – APURAÇÃO DE CUSTO DO PRODUTO FABRICADO	71
ATIVIDADE 4 – IMPOSTOS E TRIBUTAÇÃO VARIÁVEIS	86
ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 3	84
RESUMO DO ENCONTRO 3	84

<b>ENCONTRO 4 – FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA</b>	<b>85</b>
ROTEIRO DE ATIVIDADES	86
ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 4	87
ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO GERENCIAMENTO DE CUSTO	88
ATIVIDADE 2 – SIMULAÇÃO DOS CUSTOS	96
ATIVIDADE 3 – ANÁLISE DE MERCADO	98
ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 4	106
RESUMO DO ENCONTRO 4	106
 <b>ENCONTRO 5: CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA</b>	 <b>107</b>
ROTEIRO DE ATIVIDADES	108
ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 5	109
ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DOS INDICADORES NA PADARIA E CONFEITARIA	110
ATIVIDADE 2 – CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO	115
ATIVIDADE 3 – CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA	118
ATIVIDADE 4 – APURAÇÃO DO RESULTADO OPERACIONAL	122
ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 5	126
RESUMO DO ENCONTRO 5	129
 <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	 <b>131</b>
 <b>ANEXO - Gabaritos</b>	 <b>132</b>

---

## APRESENTAÇÃO

---

Caro Participante,

É preciso se estruturar para sobreviver num mercado cada vez mais competitivo, no qual clientes exigem mais das empresas em termos de qualidade e preço, por exemplo. Atrair estes consumidores e mantê-los fiéis é um grande desafio, e isso tem mostrado às padarias e confeitarias a importância de se adotar critérios técnicos nos modelos de precificação.

Para conhecer os elementos que compõem o preço de venda, são necessários procedimentos organizacionais que informem sobre a estrutura patrimonial e os relacionamentos sistêmicos que as empresas estabelecem com os ambientes nos quais estão inseridas. Qualquer decisão sobre o preço de venda poderá provocar alterações em todas as áreas das empresas e, conseqüentemente, em seus relacionamentos.

O conhecimento que o empresário tem de seu próprio negócio poderá lhe proporcionar condições de tomar decisões gerenciais eficientes e manter uma postura adequada de precificação e enfrentamento da concorrência.

Neste contexto, foi desenvolvido o curso “Formação do Preço de Venda na Panificação e Confeitaria”, tem como propósito criar as condições necessárias para que os participantes desenvolvam competências para:

- Compreender o processo de formação do preço de venda de produtos e/ou serviços de empresas do setor de panificação e confeitaria.
- Predispor-se a adotar procedimentos técnicos para a formação do preço de venda adequado de produtos e/ou serviços para empresas do setor de panificação e confeitaria.
- Formar o preço de venda adequado de produtos e/ou serviços para empresas do setor de panificação e confeitaria.

Espera-se que essas competências facilitem o dia-a-dia da empresa no que tange a conhecer clientes, concorrentes e custos, possibilitando a formação do preço ideal de venda.

No curso, que faz parte da Matriz de Soluções Educacionais do Sebrae, enquadra-se no foco temático da área de Finanças, e é voltado para quem tem um negócio há menos de dois anos, são apresentadas estratégias essenciais, ferramentas, instrumentos, conceitos, informações, sensibilizações, rotinas operacionais e métodos de trabalho, orientando o empreendedor a expandir os seus negócios.

Esta Solução Educacional do Sebrae, que foi elaborada com o propósito de facilitar o dia-a-dia da empresa no que diz respeito aos cálculos de custos e a formação do preço, será ministrada em cinco encontros seqüenciais, com duração de 3 horas/aula cada, perfazendo o total de 15 horas.

O curso foi dividido em cinco encontros, cujos temas são os seguintes:

Encontro 1 – Elementos de Formação do Preço de Venda

Encontro 2 – Custos e Despesas Fixas

Encontro 3 – Custos e Despesas Variáveis

Encontro 4 – Formação do Preço de Venda

Encontro 5 – Cálculo do Preço de Venda

Sucesso em sua caminhada!

---

## **ENCONTRO 1 – ELEMENTOS DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA**

---

O propósito deste encontro é a apresentação e discussão dos conceitos correlacionados com os elementos de formação do Preço de Venda no setor de Panificação e Confeitaria: Custos, Despesas e Investimentos. O mesmo também deverá propiciar aos participantes as condições necessárias para desenvolvam competências para:

- Conhecer os aspectos do setor de panificação e confeitaria e suas tendências de negócios.
- Compreender a importância de formar o preço de venda adequadamente.
- Conhecer os componentes de formação do preço de venda.
- Classificar os custos e despesas em fixas e variáveis.
- Refletir sobre a importância da formação do preço de venda como fator de sustentabilidade e competitividade do negócio.
- Elaborar demonstrativos de custos e despesas

### **CARGA HORÁRIA**

3 Horas.

## **ROTEIRO DE ATIVIDADES**

### **Atividade de Abertura**

Atividade de apresentação do Sebrae, do Educador e dos Participantes para efetuar a integração dos participantes. Elaboração do contrato de convivência e levantamento de expectativas.

### **Atividade de Apresentação do Encontro 1**

Exposição oral dialogada para apresentação do Encontro 1 e das suas competências.

### **Atividade 1: A Importância do Setor de Panificação e Confeitaria**

Leitura do texto “A Importância do Setor de Panificação e Confeitaria” e exposição dialogada.

### **Atividade 2: A Importância e o Significado do Preço de Venda**

Leitura de texto “RODAR A CAIXINHA”, exposição oral e exercício individual para reflexão sobre o preço justo para um produto ou serviço.

### **Atividade 3: Componentes do Preço de Venda**

Exposição oral e dialogada sobre os componentes de formação do preço de venda.

### **Atividade 4: Custos e Despesas Fixas e Variáveis**

Exercício em grupo para classificar os componentes da composição dos custos, como custos fixos ou custos variáveis.

### **Atividade 5: Estrutura de uma Planilha de Custos**

Exposição oral e exercício em dupla para preenchimento da planilha “Demonstrativo de Custos e Despesas”.

### **Encerramento do Encontro**

Atividade de encerramento e avaliação do 1º Encontro.



## ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 1

Você participará de uma atividade onde conhecerá o SEBRAE, o curso e as competências gerais deste. Fará sua apresentação para integrar-se ao grupo, dirá qual a sua expectativa em relação ao curso e ajudará o grupo a construir o contrato de convivência.



- O slide S1E1 apresenta as competências gerais do curso:

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Competências gerais do curso:

- Compreender o processo de formação do preço de venda de produtos e serviços do setor;
- Predispor-se a adotar procedimentos técnicos para a formação do preço de venda adequado de produtos e/ou serviços do setor;
- Formar o preço de venda adequado de produtos e/ou serviços do setor.

Educação SEBRAE S 1 E 1



---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

- O slide S2E1 apresenta os temas a serem tratados nos cinco encontros do curso.


FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Estrutura do Curso**



- Encontro 1 – Elementos de Formação do Preço de Venda
- Encontro 2 – Custos e Despesas Fixas
- Encontro 3 – Custos e Despesas Variáveis
- Encontro 4 – Formação do Preço de Venda
- Encontro 5 – Cálculo do Preço de Venda

Educação SEBRAE S 2 E 1




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

- O slide S3E1 apresenta as competências do Encontro 1 ;

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA


**Encontro 1**

Competências a serem desenvolvidas:



- Conhecer os aspectos do setor de panificação e confeitaria e suas tendências de negócios;
- Compreender a importância de formar o preço de venda adequadamente;
- Conhecer os componentes de formação do preço de venda;
- Classificar os custos e despesas em fixas e variáveis;
- Refletir sobre a importância da formação do preço de venda, como fator de sustentabilidade e competitividade do seu negócio;
- Elaborar um demonstrativo de custos e despesas.

Educação SEBRAE S 3 E 1




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO SETOR DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA.

Você participará de uma atividade para compreender a importância do setor de panificação e confeitaria. Leia o texto abaixo e faça uma reflexão. Participe da exposição dialogada orientada pelo educador.

### **Texto 1: “A importância do setor de Panificação e Confeitaria**

*Autor: Renato Alves. 2009*

*Figurando entre os maiores segmentos industriais do país, a Panificação e Confeitaria passa por um momento de busca por novos desafios e tecnologias que permitam sua afirmação definitiva como setor de relevância dentro do cenário econômico. Constituído na quase totalidade por micro e pequenas empresas, está intrinsecamente relacionado com outros segmentos da economia, tendo participação incisiva como potencial gerador de emprego e distribuidor de renda.*

*Além disso, o setor passa por transformações e um movimento de concorrência crescente, motivando uma diversificação de produtos e serviços para atender à demanda também em expansão, bem como se manter frente aos novos competidores, muitas vezes empresas de maior porte que incorporam panificados em seu mix.*

*A Panificação e Confeitaria é dividida em Escala Industrial e Processo Artesanal. A **Escala Industrial** é mais voltada para o atacado, com foco na fabricação de pães embalados e congelados (produção de panettones, massas de pizza, panificados congelados, entre outros), revendidos também por varejistas em geral. Já a **Panificação Artesanal** engloba as padarias voltadas para a venda direta ao consumidor. São divididas em:*

- **Loja Máster:** com amplo mix de produtos, oferece toda a conveniência ao consumidor para que este não necessite se deslocar a outro local;
- **Loja Gourmet:** oferece alimentos prontos para todas as refeições do cliente;
- **Loja Express:** foco em lanches e refeições rápidas, atendimento ágil;
- **Loja Especializada, Confeitaria ou Boutique de Pães:** fabricação própria, com qualidade e reconhecimento de “grife” de produtos.

*Uma das principais características das empresas de panificação e confeitaria é a proximidade de seus clientes, e isso, aliado a fatores como qualidade, promoções e preços são responsáveis pela decisão de compra pelos consumidores. Daí a extrema necessidade de estarem bem qualificadas para mediar essa relação com o público.*


*O setor apresenta ainda tendências como modernização das indústrias, adoção de processos mais eficientes de fabricação, novas tecnologias, automatização e maior controle sobre a logística de*

*produção, inclusão de produtos com alto valor agregado, informatização e investimento cada vez mais amplo em capacitação.*


Leia atentamente o slide S4E1 que apresenta, de maneira resumida, as informações importantes do setor de Panificação e Confeitaria.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

- **A Importância do Setor de Panificação e Confeitaria**
  - Formado por micro e pequenas empresas
  - Gerador de empregos no país
    - 1º emprego
- *Industrial*
- *Artesanal:*
  - Loja Master
  - Loja Gourmet
  - Loja Express
  - Especializada, confeitaria ou Boutique de pães



Educação SEBRAE S 4 E 1



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

- Faça uma reflexão e participe da atividade orientada pelo Educador respondendo às seguintes perguntas:
  - ✓ Vocês sabiam que o setor de padarias e confeitarias é muito importante no que diz respeito ao processo de geração de empregos e distribuição de renda, em nosso país?
  - ✓ Quais as ações tomadas pelo setor para efetuar uma verdadeira revolução em relação aos produtos e serviços oferecidos?
  - ✓ Vocês conheciam a caracterização usada pelo setor: Panificação e Confeitaria em Escala Industrial e Processo Artesanal?
  - ✓ Se você é um microempresário do setor, como você classifica seu negócio?

## ATIVIDADE 2 – A IMPORTÂNCIA E O SIGNIFICADO DO PREÇO DE VENDA

Você participará de uma atividade para compreender a importância do preço de venda, como fator de sustentabilidade/competitividade do seu negócio.

### Texto II- RODAR A CAIXINHA!

**Autor: José Mario de Oliveira. 2009**

*Não sabendo o que acontecia com sua empresa, seu Zé Padeiro, 34 anos, dono da Padaria Pãozinho Feliz, andava muito preocupado. Estava no ramo há anos e sabia tudo de padaria, afinal de contas, nascera dentro de uma, pois seu pai havia começado o negócio antes dele nascer. Criou família e aumentou o patrimônio que o pai havia deixado e pagava as contas com tranqüillidade.*

*- Estou fazendo igualzinho ao papai! Pensava ele com seus botões! - Papai comprava um saco de farinha e multiplicava por quatro. Ele dizia:*

*- Um saco é para pagar o dono da farinha, outro é para as contas da padaria, mais um para os impostos e tem de sobrar um prá mim.*

*Na atual situação de seu negócio, Zé Padeiro lamentava:*

*- Eu acho que não estou enxergando é o meu saco! A padaria está endividada e estou pagando para trabalhar!*

*Seu único amigo era o João do Pão, que tinha uma padaria do outro lado da cidade. Seu Zé não fazia amizade com a concorrência de perto. Procurando o amigo, ele se queixou:*

*- João, estou preocupado... Não está sobrando meu saco de farinha... O do meu lucro! E acho que meu negócio está falindo! O quê que você faz prá sua padaria ficar sempre tão bonita? Aliás, vejo que você trocou de carro, de novo.*

*- Olha Zé, o negócio é o seguinte, vou lhe contar meu segredo:*

*- Tenho uma caixinha mágica! Todos os dias chego na padaria, com ela na mão, visito todos os setores da padaria, e o mais importante, sempre rodando a caixinha!*

*- Ah! Você tem que me emprestá-la, disse seu João!*

*E o João emprestou!*

Após um mês rodando a caixinha, seu Zé retornou e disse ao João:

- Esta caixinha é mágica mesmo, logo no primeiro dia já descobri para onde estava indo meu saco de farinha.

- Como é bom ouvir isto Zé! Mas agora você tem que arrumar uma caixinha para você e não basta apenas rodá-la. Você tem que abrir a caixinha. Abrir a caixinha é buscar conhecimentos novos. É buscar ajuda com as entidades que dão apoio aos pequenos empresários. O SEBRAE, por exemplo, tem cursos importantes que podem te ajudar a sair do buraco. Por que você não começa se matriculando no curso de Formação de Preço de Venda para Panificação e Confeitaria?

Agora que leu o texto, reflita e responda as questões abaixo:

a) Você sabe calcular o preço justo para o seu produto ou serviço?

(    ) Sim                      (    ) Não

b) Porque é importante conhecer o custo de seu produto ou serviço?

---

---

---

---

c) Em relação à sua empresa, marque com:

( **S** ) Sim, tenho esta atitude      ( **P** ) pretendo desenvolvê-la

(    ) Controlo e organizo as minhas contas

(    ) Faço pesquisas de satisfação junto aos meus clientes

(    ) Pesquiso os preços da concorrência

(    ) Procuro conhecer os custos do meu negócio

(    ) Busco sempre saber quais os produtos que mais vendo/fabricao

(    ) Busco informações e faço pesquisas necessárias para formar o preço de venda

d) Se é o mercado quem estabelece o preço de venda para o seu produto, porque conhecer os custos e formar preços de venda?

---

---

---

---

- e) O que pode acontecer com uma Padaria e Confeitaria que estabelece seus preços de venda de forma empírica (baseado na experiência), sem apurar os custos e despesas de maneira correta?

---

---

---


---

Dando continuidade, leia atentamente o slide S5E1, que enfatiza a importância do preço de venda como fator de sustentabilidade e competitividade do negócio:


FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

• Um preço bem definido ...

- ✓ tem um importante impacto no volume de vendas e na conquista de participação de mercado;
- ✓ desempenha duas funções importantes e simultâneas: sinaliza o valor que o comprador deve sacrificar de seus recursos para ter acesso à oferta e evidencia a qualidade da oferta;
- ✓ maximiza o lucro, pois o preço é estabelecido tendo em vista o retorno para a empresa;



Educação SEBRAE S 5 E 1



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Importante:**

As empresas precisam apurar seus custos e despesas de maneira precisa, bem como os preços de venda, evitando fazer estes procedimentos de modo empírico, baseado exclusivamente nos conhecimentos adquiridos no dia-a-dia. Essa prática, quando adotada, permite maior clareza e segurança para a tomada de decisões, favorecendo:

- ✓ Um preço de venda dentro da realidade da empresa, o que mantém os seus lucros;
- ✓ Um preço de venda de acordo com a realidade do mercado, favorecendo as vendas;
- ✓ Fabricação de produtos direcionados e mais rentáveis, ocasionando uma melhor alocação dos recursos;
- ✓ Esforço de venda orientado para produtos mais lucrativos;
- ✓ Facilidade para identificar e fixar ações para redução de custos e despesas, o que poderá levar a empresa a melhorar suas operações, mantendo a lucratividade.

Assim podemos dizer que todo empresário deverá implementar uma ou mais dessas de ações acima identificadas para que a empresa terá maior lucro e rentabilidade favorecendo o crescimento e sua própria estabilidade econômico/financeira.

### ATIVIDADE 3 – COMPONENTES DO PREÇO DE VENDA

Você assistirá à uma exposição oral para conhecer os componentes de formação do preço de venda.

Os gastos das empresas estão divididos em três grupos, identificados no slide S6E1.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA



- Custos
- Despesas
- Investimentos

Educação SEBRAE S 6 E 1



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

O slide S7E1 apresenta os conceitos de Custo, Despesas e Investimentos.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA



- Custos: são valores monetários aplicados diretamente na compra de matéria-prima e mercadorias. Exemplo: farinha de trigo.
- Despesas: São valores monetários não aplicados diretamente na compra de matéria-prima e/ou mercadorias. Ex. Aluguel, material de limpeza.
- Investimentos: são gastos com compra de bens, que se integram ao patrimônio da empresa e que sejam utilizados por vários períodos. Exemplo: Forno, balcão frigorífico, veículos.

Educação SEBRAE S 7 E 1



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

No slide S8E1, mostramos a Classificação de Custos, ou Despesas que é adotada para todos os segmentos da produção (Indústria, Comércio e Serviços).



## Classificação de Custos e Despesas



- ✓ Diretos;
- ✓ Indiretos;
- ✓ Fixos;
- ✓ Variáveis.

Educação SEBRAE

S 8 E 1



Para que você possa se apropriar dos conceitos de custos diretos, indiretos, fixos e variáveis, disponibilizados os mesmos logo a seguir. Leia cada um com muita atenção.

- a) **Custos Diretos:** são aqueles que podem ser associados diretamente ao produto ou serviço, como a farinha de trigo usada na produção do pão.
- b) **Custos Indiretos:** são aqueles que não se vinculam diretamente ao produto. Ex.: sacola plástica para embalagens, ICMS, comissão de vendedores, etc.
- c) **Custos Fixos:** são aqueles que não são afetados pelo volume total de produção ou de vendas da empresa. Isso significa que, não importa se a empresa está produzindo ou vendendo pouco ou muito, eles permanecem os mesmos. Os custos fixos tendem a manter-se constantes, não importa a variação sofrida pelas receitas da empresa. Como exemplo, podemos citar: Aluguel; Água; Energia (utilizada no escritório); Telefone (utilizado no escritório); Honorários do contador; Seguro da empresa; Salário da administração; IPTU, etc.
- d) **Custos variáveis:** São os gastos que variam proporcionalmente à quantidade de bens produzidos, comercializados ou serviços prestados pela empresa ou seja, variam com a venda de produtos e, por consequência, com as receitas. Exemplos: Matéria- prima (indústria); Custo da mercadoria vendida (comércio); Impostos, comissão de vendedores, etc.

### Observação:

Em relação ao custos fixos, existem alguns itens que muitas vezes são esquecidos no momento de calculá-los:

- **Depreciação:** parcela de custos destinada à proteção do investimento físico, resultante do envelhecimento e utilização dos bens no processo produtivo da empresa.
- **Manutenção:** parcela de custos referente à manutenção preventiva (revisões, troca de óleo, etc.)
- **Seguros:** parcela de custos destinada ao pagamento do seguro anual dos bens.

O slide S9E1, a seguir, apresenta o conceito de despesas e exemplos.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA



**Despesas**

- São valores monetários não aplicados diretamente na compra de matéria-prima e/ou mercadorias.

**Exemplos:**

- ✓ Despesas administrativas e comerciais
- ✓ Despesas com Pessoal
- ✓ Despesas financeiras
- ✓ Despesas com terceiros

Educação SEBRAE S 9 E 1



As despesas também são chamadas de “operacionais” e podem ser divididas em:

- a) **Despesas administrativas e comerciais:** normalmente não têm ligação com a produção ou a prestação de serviços.
- b) **Despesas com pessoal:** no caso das micro e pequenas empresas com tributação pelo SIMPLES nacional, o salário é classificado como despesa fixa e os encargos sociais é que variam de acordo com a tabela do imposto.
- c) **Despesas financeiras:** normalmente não tem ligação com a produção ou prestação de serviços, mas serão consideradas no preço.
- d) **Despesas com terceiros:** são aquelas gastas com a contratação de serviços terceirizados.

Até aqui trabalhamos os Custos e Despesas, dois importantes elementos da Formação do Preço de Venda. Agora iremos dar uma olhada na questão dos tipos de “Investimentos”.

#### **Tipos de Investimentos:**

- a) **Investimentos físicos:** compreende os recursos necessários à compra de bens físicos como máquinas, equipamentos, instalações, veículos, móveis, utensílios, equipamentos de informática, obras civis, dentre outros. Diz respeito ao capital que é preciso investir em alguns recursos que possibilitarão operar o negócio.
- b) **Investimentos financeiros:** compreende o conjunto de recursos necessários para que o negócio possa operar durante um curto intervalo de tempo. Esse capital permite que a empresa tenha estoques de produtos acabados ou de materiais, venda a prazo, pague os salários dos empregados, dentre outros.

#### ATIVIDADE 4 – CUSTOS E DESPESAS FIXAS E VARIÁVEIS

Agora você realizará um exercício de classificação de despesas que influenciam a formação do preço. Siga as orientações abaixo:

1. Examine a Coluna 2 (dois), onde estão identificados os vários componentes do preço, que podem variar em função da atividade de cada empresa.
2. Após ter realizado a leitura de cada componente, procure classificá-los como **CV** (Custo Variável/despesas variáveis) ou **CF** (Custo fixo/despesas fixas), utilizando a marcação de um “X” na coluna correspondente.

##### Planilha nº. 1- Classificação das despesas

Ordem	Identificação	CV	CF
1	Aluguel e condomínio		
2	Associação/Sindicato		
3	Cofins (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social)		
4	Combustível		
5	Consultoria e treinamentos		
6	Contribuição social (CSLL) (somente para Lucro Presumido e Lucro Real)		
7	Depreciação mensal (máquinas e equipamentos)		
8	Encargos sociais		
9	Energia elétrica		
10	Férias de funcionários		
11	Folha de pagamento		
12	Frete de entrega de produtos e/ou mercadorias		
13	Honorários do contador		
14	ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços		
15	IPTU - Imposto Predial Territorial Urbano		
16	IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica		
17	Juros bancários		
18	Manutenção de veículos		
19	Material de escritório		
20	Material de limpeza		
21	Matéria-prima		
22	Manutenção do imóvel		
23	Pagamento de férias		
24	PIS - Programa de Integração Salarial		
25	Produtos de terceiros para revenda		
26	Pró-labore (Salário do sócio que trabalha na empresa)		
27	Publicidade e propaganda		
28	Rescisões de funcionários		
29	Serviços de terceiros		
30	Seguro da empresa		
31	Tarifas bancárias		
32	Taxa de cartão de crédito		
33	Telefone		
34	Uniformes		
35	Vale transporte		

## ATIVIDADE 5 – ESTRUTURA DE UMA PLANILHA DE CUSTOS

### Importante!

A parte mais sensível numa estruturação de custo é a **classificação correta do que seja cada gasto**, pois ela irá influenciar no controle e na formação do preço de um produto ou serviço, trazendo como consequência:

- a) Lucro menor para a empresa ou até mesmo um grande prejuízo; ou
- b) Lucro efetivo e satisfatório.

É este tema que estaremos trabalhando nesta atividade.

Para realizar a próxima atividade você vai utilizar o slide S10E1 que identifica os custos para o setor de Panificação e Confeitaria, a Planilha nº. 2 - Listagem de despesas e a Planilha nº. 3 - Demonstrativo de Custos e Despesas, que deverá ser preenchida, conforme orientação do educador.

O slide S10E1 mostra uma seqüência de grupos de custos e despesas. É uma sugestão de modelo.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**MODELO**



**1 – Custos Variáveis (Diretos)**

- 1.1. Compras
- 1.2. Impostos
- 1.3. Outros custos

**2 – Custos fixos (Indiretos)**

- 2.1 – Despesas Administrativas e Comerciais
- 2.2 – Despesas com Pessoal
- 2.3 – Despesas Financeiras
- 2.4 – Despesas com Terceiros

Educação SEBRAES 10 E 1

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Tabela nº 2 - Listagem de custos e/ou despesas que influenciam a definição do preço no Setor de Panificação e Confeitaria**

<b>Listagem de Custos e/ou Despesas</b>	
1	Aluguel e condomínio
2	Associações e sindicatos
3	Bebidas
4	Bomboniére
5	Cigarros
6	Cofins (Contribuição p/ Financiamento da Seguridade Social)
7	Combustível
8	Congelados
9	Contabilidade
10	CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
11	Depreciação de equipamentos
12	Encargos sociais (INSS, FGTS, Sebrae, SENAI, Salário-Educação)
13	Energia elétrica
14	Férias e 13º salário
15	Folha de pagamento
16	Frete de entrega de produtos e/ou mercadorias
17	Frios
18	ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadoria
19	IPTU - Imposto Predial Territorial Urbano
20	IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica
21	Juros sobre empréstimos
22	Laticínios
23	Leite Integral
24	Manutenção de veículos
25	Material de escritório
26	Material de limpeza
27	Mercearia
28	Margarina
29	Pró-labore (Retirada do sócio que trabalha na empresa)
30	Publicidade e propaganda
31	Sal
32	Farinha de Trigo
33	Sorvete
34	Taxas bancárias
35	Telefone
36	Fermento
37	Serviços de vigilância
38	Rescisões de contrato de trabalho de funcionários

39	Uniformes
40	PIS - Programa de Integração Social
41	Aditivos
42	Vale-transporte
43	Ovos

**Tabela nº. 3 - Demonstrativo de Custos e Despesas (Modelo)**

<b>Demonstrativo de Custos e/ou Despesas</b>	<b>Valor em R\$</b>
<b>1 – Custos Variáveis</b>	
<b>1.1 – Compras</b>	
<b>Produtos para revenda:</b>	
<b>Matéria-prima para produção própria</b>	
<b>1.2 – Impostos</b>	
<b>1.3 – Outros custos</b>	
<b>2 – Custos Fixos/Despesas Operacionais</b>	
<b>2.1 – Despesas Administrativas e comerciais</b>	
<b>2.2 – Despesas com Pessoal</b>	
<b>2.3 - Despesas Financeiras</b>	
<b>2.4 - Despesas com Terceiros</b>	

## ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 1

Você irá participar de uma atividade de encerramento e avaliação do Encontro1.

### RESUMO DO ENCONTRO 1

Setor de panificação	<ul style="list-style-type: none"><li>• O setor de Panificação e Confeitaria é dividido em <i>Escala Industrial e Processo Artesanal</i>.</li><li>• A <b>Escala Industrial</b> é formada por empresas com grande produção. São automatizadas e com maior produtividade.</li><li>• O <b>Processo Artesanal</b> é composto por micro e pequenas empresas, em sua maioria. Emprega mais pessoas. Baixa produtividade.</li></ul>
Custos e despesas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Custos: são valores monetários aplicados diretamente na compra de mercadorias. Exemplo: matéria-prima.</li><li>• Despesas: São os demais valores monetários não aplicados diretamente na compra de mercadorias. Exemplo: Aluguel, água.</li></ul>
Classificação de custos e despesas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Custos ou despesas variáveis: gastos que variam proporcionalmente ao volume de vendas da empresa. Isto é, quando as vendas aumentam, aumentam-se os custos variáveis na mesma proporção e vice-versa.</li><li>• Custos ou despesas fixas: gastos que não variam com as vendas, ocorrem periodicamente e são necessários para o funcionamento administrativo e operacional da empresa.</li><li>• DIRETOS: quando conseguimos apropriar gastos diretamente a um produto.</li><li>• INDIRETOS: quando os valores são rateados (divididos proporcionalmente, às vezes estimados) para cada mercadoria.</li></ul>
Investimentos	<ul style="list-style-type: none"><li>• São gastos com aquisição de bens, que se incorporam ao patrimônio da empresa e que são utilizados por vários períodos. Exemplo: máquinas, equipamentos, veículos, imóveis, dentre outros.</li></ul>

---

## **ENCONTRO 2 – CUSTOS E DESPESAS FIXAS NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

---

O propósito deste segundo encontro é apresentar a importância do planejamento dos custos e despesas fixas, os regimes de caixa e de competência, e o planejamento dos custos. O encontro também deverá propiciar ao participante, por meio das situações e atividades previstas, o desenvolvimento de competências para:

- Compreender a importância do planejamento dos custos fixos da padaria.
- Compreender a classificação dos custos e despesas fixas.
- Classificar os custos e despesas em fixas e variáveis.
- Reconhecer a importância de coletar e registrar custos e despesas fixas.
- Elaborar planilha de custos e despesas fixas da padaria.

### **CARGA HORÁRIA**

3 Horas



## **ROTEIRO DE ATIVIDADES**

### **Atividade de Abertura do Encontro 2**

Exposição dialogada sobre os principais pontos do Encontro 1 e apresentação do Encontro 2 e das suas competências.

### **Atividade 1: A Importância do Planejamento dos Custos Fixos.**

Leitura de texto, exposição dialogada e exercício individual sobre a importância do planejamento e monitoramento dos custos fixos.

### **Atividade 2: Vivenciando a questão do Planejamento dos Custos Fixos**

Dramatização: *“O sucesso vem com o Planejamento”*.

### **Atividade 3: Custos e Despesas Fixas**

Leitura e compreensão de texto, exposição oral e dialogada sobre os principais custos e despesas fixas (salários, encargos, provisões e benefícios e outras despesas).

### **Atividade 4: Exercício sobre custos e despesas fixas**

Exercício em grupo com o objetivo de calcular os gastos com pessoal.

### **Atividade 5: Regime de Caixa x Regime de Competência**

Exposição oral e dialogada e exercício individual sobre a diferença entre os regimes de caixa e de competência

### **Encerramento do Encontro**

Atividade de encerramento e avaliação.

## **ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 2**

Você irá participar de uma atividade para revisar as principais idéias desenvolvidas no Encontro 1 e conhecerá as competências a serem desenvolvidas no Encontro 2, conforme o slide S1E2.

### FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

#### **Encontro 2**

##### Competências a serem desenvolvidas:



- Compreender a importância do planejamento dos custos e despesas fixas da padaria;
- Compreender a classificação dos custos e despesas fixas;
- Classificar os custos e despesas fixas
- Reconhecer a importância de coletar e registrar os custos e despesas fixas da padaria;
- Elaborar uma planilha de custos e despesas fixas da empresa.

Educação SEBRAE

S 1 E 2



## **ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DOS CUSTOS FIXOS**

Leia o texto abaixo e faça uma reflexão sobre o mesmo. Em seguida, procure participar da atividade dialogada com o educador.

### **Texto 1: Afinal, o que é planejamento?**

**Fonte: Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria. 2009.**

*Uma das definições para planejamento é: “conjunto de decisões, objetivos e políticas a serem adotadas para que as metas da empresa sejam atingidas”. Ele pode ser dividido em três áreas: econômico, financeiro e do capital. No nosso estudo iremos tratar do planejamento econômico que consiste na fixação de metas para os itens que compõem a demonstração de resultados (Receitas e despesas), mais especificamente os custos e despesas fixas.*

*O objetivo empresarial deve responder basicamente a três perguntas:*

- *Onde estamos (situação atual da empresa)?*
- *Para onde queremos ir (missões, objetivos, política e estratégias)?*
- *Como iremos (estratégia de solução)?*

*E compete aos dirigentes da empresa a tarefa de traçar estes objetivos (o que fazer) e dotar a organização de ferramentas necessárias para executar as ações requeridas. Eles devem tomar atitudes como predispor-se a planejar, programar e controlar o que produz ou comercializa em sua padaria e confeitaria. A partir destas atitudes o empresário do setor de Panificação e Confeitaria encontrará facilidades para alcançar seus objetivos.*

*Uma preocupação constante do empresário do setor deve ser com os custos e/ou despesas fixas. Elas existem independentemente de haver produção ou não. A adequada apuração e análise dos mesmos geram reflexos que afetam diretamente a lucratividade da padaria e tomada de decisões equivocadas com relação ao preço de venda.*

*O planejamento dos custos fixos permite a gestão do ponto de equilíbrio empresarial e o conhecimento da margem de contribuição por produtos e serviços de forma prática e eficiente.*

*Dessa forma é importante analisar a estrutura da empresa para definir como apurar e qual a melhor metodologia de custos a ser utilizada para desenvolver uma política de formação do preço de venda.*

*O planejamento, muitas vezes é sinônimo de controle. O planejamento é uma etapa anterior, digamos que o controle é a etapa posterior, é o acompanhamento do que foi planejado. Uma forma simples de*

*entendermos o amplo conceito de controle talvez seja respondermos a uma indagação como esta: “Quando é que posso dizer que tenho certeza da situação financeira da empresa?”.*

*Para concluir com uma resposta correta, possivelmente o empresário tenha que formular e responder outras questões intermediárias, conforme abaixo:*

- a) Conheço bem a origem e o valor de cada receita e o destino de cada despesa ou custo da minha empresa?*
- b) Estão as despesas e custos dentro dos valores e limites que deveriam estar?*
- c) Quando algumas das despesas ou custos se desviam do comportamento que deveriam ter, consigo identificar isso rapidamente?*
- d) Sou capaz de identificar também rapidamente a razão do desvio?*
- e) Tomo alguma atitude para corrigir esses desvios quando tenho condições de fazê-lo?*

**Importante:**

Gestão prática e eficaz dos custos fixos permite o conhecimento do ponto de equilíbrio empresarial:

- Planejar e controlar são atitudes necessárias ao empreendedor;
- Analisar a estrutura empresarial permite definir a melhor metodologia de custo para a empresa;
- Apurar os custos e/despesas fixas auxilia na forma de rateio adequada à empresa;
- Apurar o ponto de equilíbrio empresarial;
- Estabelecer critérios para a formação do preço de venda;
- Desenvolver a política de formação do preço de venda.

Leia o slide S2E2 e faça uma reflexão sobre as questões. Participe das atividades, respondendo às perguntas do educador.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**O planejamento como controle**

- Conheço bem a origem e o valor de cada receita e o destino de cada despesa ou custo?
- Estão elas dentro dos valores e limites que deveriam estar?
- Quando algumas delas se desviam do comportamento que deveria ter, consigo identificar isso rapidamente ?
- Sou capaz de identificar também rapidamente a razão do desvio?
- Tomo alguma atitude para corrigir esses desvios quando tenho condições de fazê-lo?



Educação SEBRAE S 2 E 2



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Atenção!**

Você pode pesquisar mais informações sobre o tema nos seguintes endereços da Internet:

[www.biblioteca.sebrae.com.br;](http://www.biblioteca.sebrae.com.br;)

[www.planodenegocios.com.br;](http://www.planodenegocios.com.br;)

[www.unopec.com.br/revistaintellectus/ arquivos/Jul\\_Dez\\_03/PDF/PachecoNEAD.pdf;](http://www.unopec.com.br/revistaintellectus/arquivos/Jul_Dez_03/PDF/PachecoNEAD.pdf;)

[www.cpd.ufv.br/planogestao/doc/apresenta\\_seminário.ppt;](http://www.cpd.ufv.br/planogestao/doc/apresenta_seminario.ppt)

[http://pucrs.campus2.br/~blauth/custo2/custos-planejamento.doc,](http://pucrs.campus2.br/~blauth/custo2/custos-planejamento.doc)

## **ATIVIDADE 2 – VIVENCIANDO A QUESTÃO DO PLANEJAMENTO DOS CUSTOS FIXOS.**

Visando facilitar o entendimento sobre a importância do planejamento na empresa, principalmente para a formação dos custos dos produtos e serviços, participe de uma dramatização sob a orientação do educador, utilizando o texto a seguir e, em seguida responda as questões.

### **Texto Dramatização “O sucesso vem com o Planejamento”**

**Narrador** – O seu Zé, da padaria Pãozinho feliz, ainda não está acostumado a “Rodar a Caixinha”. Continua a trabalhar como bombeiro: só apagando incêndio! Resolve os problemas à medida que eles surgem. Sem competência para planejamento, muitas vezes fica no sufoco, pois não faz reservas para pagar as contas. O principal problema sempre chega com as festas de final de ano, pois precisa pagar o décimo terceiro salário de seus colaboradores. Nesta época sempre se vê obrigado a pegar empréstimos bancários, e tem que se submeter aos juros impostos pelo banco.

Enquanto isso, o seu Zé, muito nervoso, conversava com sua esposa, dona Maria, em voz baixa, no corredor da padaria.

**Seu Zé:** Maria, estou muito preocupado! Mais uma vez dezembro está chegando e eu preciso pagar o décimo terceiro dos meninos. Eu não sei como vamos fazer! Cada vez que penso nisso, fico atordoado, mulher.

**Dona Maria:** Zé, todo ano é a mesma história. Parece que você nunca aprende a lição! Nós chegamos a dezembro, depois de muitos meses de trabalho e esforço e, ao invés de nos prepararmos para as festas, e mesmo para viajarmos até Salvador, para visitar a Joana, o Mário e nosso netinho José Carlos, precisamos resolver a questão do 13º. Para variar, neste ano, estamos de novo sem dinheiro em caixa para pagar os funcionários. Como você vai fazer?

**Seu Zé:** Maria, já pensei muitas vezes no problema. Eu não quero que você se preocupe, afinal a gente sempre deu um jeito! Este não é o primeiro ano que isso acontece. Na hora certa vamos resolver o problema.

**Narrador:** Nisso, João, funcionário da padaria que trabalha para Seu Zé a mais de cinco anos, passa por eles e ouve a conversa. Como João é fofoqueiro, ele imediatamente faz o papel de Rádio Peão, e espalha a notícia entre os outros colegas.

**João:** Ei pessoal, preciso dar uma notícia muito ruim para vocês. Vocês sabem que eu não gosto de conversê, de fofoca, mas ouvi Dona Maria e Seu Zé conversando... As coisas não tão boas não!

*Parece que a Padaria está em crise... Se continuar desse jeito, neste mês não receberemos o 13º. O pior é que a Antônia e o Geraldo vão sair de férias em janeiro sem receber o adicional. Nós vamos aceitar tudo isso calados? Não vamos fazer nada?*

**Narrador:** *O grupo começou a discutir e decidiu que se o Seu Zé não pagasse seus direitos, eles iriam partir para uma decisão radical... Todos gritavam ao mesmo tempo:*

**Grupo de funcionários:** *GREVE! GREVE! GREVE!*

**Narrador:** *Quando seu Zé ouviu a gritaria correu para a parte da frente da padaria, pedindo a todos...*

**Seu Zé:** *Calma pessoal! O que está acontecendo? Fala João: – Por que vocês estão falando em greve? "*

**João:** *Seu Zé, é que nós estamos preocupados com o nosso 13º.*

**Seu Zé:** *Pessoal, pode ficar tranquilo... Eu vou resolver a situação o quanto antes.*

**Narrador:** *– E tudo se normaliza na Padaria Pãozinho Feliz com os funcionários voltando ao trabalho. Logo em seguida o seu Zé vai ao banco, conversar com Seu Eduardo, o gerente de sua conta.*

**Seu Zé:** *Eduardo, estou enfrentando um problema complicado. Preciso de um empréstimo para pagamento do 13º salário de meus funcionários e mais o adicional de férias de alguns deles. Com meu histórico será possível?*

**Seu Eduardo (Gerente):** *Fique tranquilo, seu Zé. A padaria Pãozinho Feliz tem um bom relacionamento com o banco. De quanto mesmo o senhor precisa? Ah! Os juros estão a 4,9% ao mês mais taxa de cadastro, e ainda a variação do IGPM (Índice Geral de Preços - Mercado).*

**Seu Zé:** *Mas Eduardo, será que estes juros não estão um pouco altos?*

**Seu Eduardo (Gerente):** *Infelizmente, seu Zé, são os juros que estamos praticando neste mês... O Sr. entende, não é? Um mês especial, de festas, sempre traz aumento dos juros. É o que eu posso oferecer...*

**Narrador:** *Mesmo contra sua vontade seu Zé foi obrigado a fazer o empréstimo e, arrasado, foi para casa. Lá chegando, comentou com sua esposa:*

**Seu Zé:** *Maria, eu não agüento mais esta situação! Depois de tanto esforço, vou usar parte do meu lucro para pagar empréstimo e juros, e ainda vou começar o ano endividado. Preciso me planejar melhor.*

**Narrador:** *O que esta história pode nos ensinar? Será que todo empresário precisa passar pela situação do Seu Zé? Com certeza, se Seu Zé, no decorrer do ano, fizesse uma poupança para pagar os encargos sociais de seus colaboradores, ficaria tranquilo com a aproximação do período de Natal. E o melhor, em vez de uma despesa financeira com juros bancários abusivos teria uma receita, consequência de seu planejamento, e ainda obteria rendimentos decorrentes das aplicações de recursos financeiros. Essa história poderia ter outro final...*

Agora responda às perguntas abaixo, com base na realidade atual da sua padaria.
---

1) Você calcula, mensalmente, a provisão do 13º salário?

(   ) Sim      (   ) Não

Por quê? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2) Depois de calcular o valor, se esforça para guardar o mesmo todo mês?

(   ) Sim      (   ) Não

Por quê? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3) Como você procede para efetuar a reserva de recursos financeiros para estas despesas?

(   ) Deposita em poupança   (   ) Efetua investimentos   (   ) Outras opções

4) Você faz escala de férias na sua padaria?

(   ) Sim      (   ) Não

Por quê? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5) Calcula os recursos financeiros necessários para essa despesa, fazendo a devida reserva?

(   ) Sim      (   ) Não



Por quê? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Comente com seus colegas as respostas dadas, socializando com a turma seu ponto de vista sobre provisão de recursos financeiros para despesas futuras.

Conclua a atividade socializando com o grupo o slide S3E2.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Planejar custos permite:**

- Maiores facilidades em alcançar os índices de produtividade e qualidade que o mercado exige;
- Ter sucesso em relação à concorrência;
- Maior gestão do ponto de equilíbrio empresarial;
- O conhecimento da margem de contribuição por produtos e serviços de forma prática e eficaz;
- Estabelecer os critérios necessários à formação do preço de venda;
- Desenvolver a política de formação do preço de venda.



Educação SEBRAE S 3 E 2



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Importante:**

Ter um bom controle de custos e/ou despesas fixas é condição necessária e fundamental para o sucesso de sua padaria.

### **ATIVIDADE 3 – CUSTOS E DESPESAS FIXAS**

Nesta atividade você terá contato com o Tema Custos e Despesas Fixas, que influencia diretamente o processo de cálculo de preço no setor de Panificação e Confeitaria. Dividimos o tema em cinco assuntos, para facilitar sua compreensão:

- a) Despesas com Pessoal;
- b) Encargos sociais;
- c) Detalhes sobre o INSS e FGTS;
- d) “Provisões” e Benefícios; e
- e) Outros Custos e/ou Despesas Fixas.

Também você vai participar de exercícios práticos para fixar melhor estes conteúdos.

Inicialmente, leia o texto abaixo e faça uma reflexão sobre a mensagem contida no mesmo. Em seguida, procure acompanhar as explicações do educador de como calcular as despesas de pessoal.

#### **Parte A: Leitura do Texto 1 - Despesas com Pessoal**

##### ***Introdução:***

*Na Atividade 1 vimos como o seu Zé, da Padaria Pãozinho Feliz, passou um grande aperto para pagar o 13º salário de seus funcionários e o adicional de férias de dois deles, que estavam escalados para saírem em janeiro. Você sabia que:*

- *Além do salário, a empresa tem outros gastos com seus colaboradores?*
- *Encargos, benefícios e provisões devem ser levados em conta ao analisar o custo de cada funcionário da empresa?*

*Para entendermos melhor esta questão vamos dar uma lida em no texto 1, a seguir:!*

#### **Texto 1 - Despesas com Pessoal**

*Dona Maria pergunta ao seu Zé se ele já havia se matriculado no curso de Formação de Preço de Vendas, oferecido pelo Sebrae, em seu município. Ele responde que sim, porém, estava ainda com dificuldades para calcular o custo da folha de pagamento. Seu Zé sabia que a folha de pagamento era um dos principais custos fixos de sua padaria. Ele tinha consciência que mesmo que ele não vendesse nenhum pão, teria que fazer pagamento aos funcionários. E, ainda, teria que calcular um tal de “pró-labore”. - Zé, você já descobriu quanto que nós gastamos com este pessoal, pergunta dona Maria?*

*- Maria, estou tentando fazer as contas. Já sei que gasto todo mês R\$ 4.200,00 (quatro mil e duzentos reais) só com os salários. Olhe aqui a tabela que preparei:*

**Tabela nº 1 - Nomes e salários dos funcionários da Padaria Pãozinho Feliz**

Nome do Empregado	Função	Salário Mensal em R\$
José Maria	Padeiro	800,00
Ângela	Supervisora de Loja	800,00
João	Auxiliar de Produção	500,00
Mário	Entregador	500,00
Maria	Caixa	550,00
Nicole	Caixa	550,00
Cristiano	Atendente	500,00
	<b>Total</b>	<b>4.200,00</b>

- Sei também, Maria, que preciso incluir nestas despesas a retirada que faço todo mês para nosso sustento, o tal do “pró-labore”. Sei que definir o valor da retirada é muito importante, pois só posso iniciar meu planejamento com este valor definido. Além disso, sei que não posso ficar pegando do caixa para pagar minhas despesas pessoais, pois é muito importante não misturar as contas de casa com as da padaria.

**Tabela nº 2 – Pró-labore do proprietário da Padaria Pãozinho Feliz**

Nome	Função	Salário R\$
José dos Santos	Proprietário	1.600,00

- Maria, só com despesa de salário e mais o pró-labore são R\$ 5.800,00(cinco mil e oitocentos reais) por mês. Meus cálculos não param por aí. Agora que os salários já estão apurados, tenho que calcular as despesas com os encargos sociais que incidem sobre a folha de pagamento e as provisões para pagamentos de 13º salário e das férias. Se eu me planejar e conseguir fazer a provisão necessária não vamos passar aperto como nos anos anteriores, quando faltou dinheiro para o 13º. Não posso esquecer que também tem os benefícios que a empresa paga para os funcionários. Maria, a cada dia vejo que preciso fazer um planejamento detalhado para conseguir fazer frente a todos esses compromissos.

**DICA:**

Salário é a remuneração básica paga aos funcionários pelo trabalho efetivamente realizado num determinado período. O mesmo se aplica em relação ao pró-labore do proprietário que trabalha na empresa e é considerado custo e/ou despesa fixa. Observe que se o proprietário não trabalha na empresa ele só participará da distribuição dos lucros.


Agora você vai participar da apresentação do tema “Encargos Sociais”, que será feita pelo educador.

**Parte B: Apresentação do tema “Encargos sociais”** (6 minutos)


Leia o slide S4E2 que apresenta a definição das principais despesas com pessoal: salários,

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Despesas com Pessoal



- **Salários:** é a remuneração básica paga ao funcionário pelo trabalho efetivamente realizado num determinado período.
- **Encargos Sociais:** é o conjunto de despesas incidentes sobre o salário pago ao funcionário. Ex.: INSS, FGTS, Sebrae, Salário-educação
- **Provisões:** são valores que são separados (provisionados) para pagamentos futuros. Ex.: 13º salário e férias
- **Benefícios:** são valores gastos em benefício dos funcionários. Ex.: Vale-transporte, Vale-refeição

Educação SEBRAE      S 4 E 2      

**Encargos Sociais:** são as despesas incidentes sobre a folha de pagamento dos funcionários, e são de responsabilidade da empresa.

A tabela a seguir apresenta os principais encargos sociais a serem recolhidos pela empresa.

***Tabela nº 3 - Encargos sociais de responsabilidade do proprietário.***

Encargos sociais	Descrição	%
INSS	É um valor pago para a Previdência Social para garantir benefícios e aposentadorias aos trabalhadores	20,0
Sesi	Contribuição social incidente sobre a folha de pagamento para manutenção do Serviço Social do Comércio	1,5
Senai	Contribuição social incidente sobre a folha de pagamento para manutenção do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial	1,0
Incra	Contribuição destinada manutenção do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária	0,2
Salário educação	Contribuição social destinada a financiamento de programas, projetos e ações voltadas para a educação básica pública	2,5
Sebrae	Contribuição para manutenção do Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas do país. O principal objetivo é o desenvolvimento através da geração de emprego e renda.	0,6
FGTS	É um valor que é depositado na Caixa Econômica Federal para a	8,0



**Importante!**

O regime de tributação do **Simples Nacional**, também conhecido por **Super Simples**, foi instituído pela Lei Complementar 123/2006 com o objetivo de unificar a arrecadação de tributos e contribuições devidos pelas microempresas e empresas de pequeno porte. As empresas enquadradas neste regime fazem o recolhimento sobre o faturamento, conforme tabela.

**A questão do pagamento do INSS:**

- a) Ocorre para empresas com tributação pelo simples e tributação normal e serve para garantir a manutenção de benefícios como:
  - ✓ Aposentadoria por tempo de serviço
  - ✓ Aposentadoria por invalidez
  - ✓ Auxílio-doença, etc.
- b) Para empresa com tributação pelo Simples passou a ser uma despesa variável por ser recolhido sobre o faturamento da empresa.
- c) A diferença de encargos (27,8%) que existe entre as empresas com tributação normal e as que fizeram opção pelo Simples;

**DICA:**

Converse com o contador que presta serviços à sua empresa para saber a melhor maneira de efetuar o pagamento dos tributos;

O próximo assunto a ser abordado é “Provisões e Benefícios”. Participe das atividades orientadas pelo Educador.

**Parte C: Apresentação dos temas: “Provisões” e Benefícios**

- **PROVISÕES PARA FÉRIAS**

Leia o slide S6E2 e veja como calcular as provisões para férias dos empregados das empresas que optaram pela tributação normal e pela tributação com base no “Simples”.

## FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA



Provisão para Férias		
	Regime Tributário	
	Normal	SIMPLES
Salário (A)	100,00%	100,00%
1/3 adicional férias (B)	33,33%	33,33%
Sub-total (A+B) = C	133,33%	133,33%
Dividido por 12 (D)	12	12
Valor mensal (C/D) = E	11,11%	11,11%
Encargos Diretos(E x encargos diretos) = F	(11,11% X 35,8%) = 3,97%	(11,11% x 8%) = 0,89%
Total Provisão (C+D)	15,08%	12,00%

Educação SEBRAE

S 6 E 2



### CÁLCULO MENSAL:

#### **Tributação normal:**

Salário (100%) + 1/3 adicional de férias (33,33%) dividido por 12 meses que é igual a 11,11%. Calcule 11,11% vezes os encargos diretos (35,8%) que é igual a 3,97%. 11,11% mais 3,97% é igual a **15,08%**.

#### **Tributação do simples:**

Salário (100%) + 1/3 adicional de férias (33,33%) dividido por 12 meses que é igual a 11,11%. Calcule 11,11% vezes os encargos diretos (8%) que é igual a 0,89%. 11,11% mais 0,89% é igual a **12,00%**.

### PROVISÕES PARA 13º SALÁRIO

- Mostre o slide S7E2 e explique detalhadamente como calcular as provisões para empresas com tributação normal e Simples.

## FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA



Provisão para 13º Salário		
	Regime Tributário	
	Normal	SIMPLES
Salário (A)	100,00%	100,00%
Dividido (B)	12	12
Valor mensal (A/B) = C	8,33%	8,33%
Encargos Diretos(C x encargos diretos) = D	(8,33% x 35,8%) = 2,98%	(8,33% x 8%) = 0,67%
Total Provisão (C+D)	11,31%	9,00%

Educação SEBRAE

S 7 E 2



**CÁLCULO MENSAL:****Tributação normal:**

Salário (100%) dividido por 12 meses que é igual a 8,33%. Calcule 8,33% vezes os encargos diretos (35,8%) que é igual a 2,98%. 8,33% mais 2,98% é igual a 11,31%.

**Tributação do simples:**

Salário (100%) dividido por 12 meses que é igual a 8,33%. Calcule 8,33% vezes os encargos diretos (8%) que é igual a 0,67%. 8,33% mais 0,67% é igual a 9,00%.

**Não se esqueça!**

É importante a empresa em fazer provisões para pagamentos de despesas como férias e 13º salário, por que, quando chegar a hora do desembolso não haverá necessidades de contrair empréstimos.

Você participará dos cálculos das provisões para 13º e férias, dos encargos diretos e do pró – labore da padaria do Seu Zé (**Tributação normal** e pelo **Simples**)

**Tabela nº 4 - Cálculo das Provisões para 13º e Férias (Tributação Normal)**

Provisões – Empresas com Tributação Normal			
Provisões	Despesa da Padaria Pãozinho Feliz (R\$)	Base de cálculo	Valor (R\$)
13º Salário	4.200,00	4.200,00 x 11,31%	475,02
Férias	4.200,00	4.200,00 x 15,08%	633,06
Indenização trabalhista	4.200,00	4.200,00 x 4%	168,00
Total. ....			1.108,38

**Tabela nº 5 - Cálculo dos encargos diretos (Tributação Normal)**

Encargos Empresas com Tributação Normal			
Encargos	Despesa da Padaria Pãozinho Feliz (R\$)	Base de cálculo	Valor (R\$)
Encargos diretos (INSS, FGTS, etc.)	4.200,00	4.200,00 x 35,80%	1.503,60
Total. ....			1.503,60

**Tabela nº 6 - Cálculo do Pró-labore (Tributação Normal)**

Pró-labore	Despesa da Padaria Pãozinho Feliz (R\$)	Base de cálculo	Valor (R\$)
José dos Santos	1.600,00	1.600,00 x 20,00%*	320,00

\* Valor referente ao INSS.



**Tabela nº 7 - Cálculo dos encargos sobre 13º, férias e indenizações trabalhistas, com base no Simples**

Provisões Empresas com Tributação Simples Nacional			
Provisão	Despesa da Padaria Pãozinho Feliz (R\$)	Base de cálculo	Valor (R\$)
13º Salário	4.200,00	4.200,00 x 9,00%	378,00
Férias	4.200,00	4.200,00 x 12,00%	504,00
Indenizações trabalhistas*	4.200,00	4.200,00 x 4,00%	168,00
<b>Total. ....</b>			<b>1.050,00</b>

\* As indenizações são referentes a aviso indenizado e 50% do FGTS.

**Tabela nº 8 - Cálculo dos encargos sobre encargos diretos, com base no Simples**

Encargos Empresas com Tributação Simples Nacional			
Encargos e provisões	Despesa Padaria Pãozinho Feliz (R\$)	Base de cálculo	Valor (R\$)
Encargos diretos (FGTS)	4.200,00	4.200,00 x 8,00%	336,00
<b>Total. ....</b>			<b>336,00</b>

**Tabela nº 9 - Cálculo dos encargos sobre o pró-labore, com base no Simples**

Pró-labore	Despesa da Padaria Pãozinho Feliz (R\$)	Base de cálculo	Valor (R\$)
José dos Santos	1.600,00	1.600,00 x 0%*	R\$ 0,00

\* Valor referente ao INSS.

**Lembretes:**

- O percentual de encargos para quem está inserido no Simples e o percentual incidente sobre o pró-labore dependem do ramo de atividade em que a empresa está inserida. Verifique com seu contador qual o percentual sua empresa é obrigada a recolher sobre o pró-labore.
- Do total de padarias e confeitarias existentes, 96% são optantes pelo regime de tributação Simples Nacional.
- Existem diferenças entre os cálculos dos encargos e provisões para empresas optantes pela tributação normal e do Simples Nacional.

• **BENEFÍCIOS**

Benefícios são valores que podem ser agregados, ou não, aos salários. Exemplos: gratificação, bônus, vale-transporte, vale-refeição, plano de saúde e odontológico, aparelho celular, etc.

O vale-transporte deve ser usado exclusivamente para transporte entre a residência e o local de trabalho e o funcionário pode ser descontado em 6% do seu salário.

O vale-transporte e o vale-refeição são benefícios que o funcionário tem direito.

Outro benefício importante é o vale-refeição que é concedido ao funcionário quando a empresa não possuir refeitório.

A empresa tem liberdade de oferecer diversos outros benefícios em função da natureza do trabalho desempenhado pelos seus funcionários, das políticas de estímulo ou de negociações trabalhistas.

Abaixo, segue um modelo de tabela (nº9) para controlar a despesa com vale transporte.

**Tabela nº10 - Modelo de tabela para cálculo da despesa com Vale-transporte**

Nome do Funcionário	Salário R\$	Valor Passagem R\$	Quantidade	Valor total R\$	Desconto em folha R\$ (parte do Funcionário)	Despesas da padaria R\$
Ângela	800,00	1,65	52	85,80	48,00	37,80
João	500,00	2,30	52	119,60	30,00	89,60
Mário	500,00	2,30	52	119,60	30,00	89,60
Maria	550,00	2,30	52	119,60	33,00	86,60
<b>Total Vale-transporte</b>			<b>208</b>	<b>444,60</b>	<b>141,00</b>	<b>303,60</b>

- ✓ Do valor total dos vales-transportes (R\$ 444,60) os funcionários arcarão com o valor de R\$ 141,00 restando para a empresa o valor de R\$ 303,60.
- ✓ Por meio de planilhas você pode acompanhar o gasto mensal com vales transportes e comparar com outras empresas.

Veja na tabela nº 10 como ficará o Demonstrativo de despesas da Padaria Pãozinho Feliz.

**Tabela nº11 - Despesa mensal com pessoal da Padaria Pãozinho Feliz**

Demonstrativo de despesas	Valor em R\$	% referente ao total de despesa com pessoal
2.2 - Despesas com Pessoal		
2.2.1 – Salários	4.200,00	56,08%
2.2.2 – Encargos sociais (salários)	336,00	4,49%
2.2.3 – Benefícios	303,60	4,05%
2.2.4 – Pró-labore	1.600,00	21,36%
2.2.5 – Encargos sociais (pró-labore)	0	0,0%
2.2.6 – Provisões (férias, 13º salário e indenização trabalhista)	1.050,00	14,02%
<b>Subtotal - Pessoal</b>	<b>7.489,60</b>	<b>100,0%</b>

## **OUTROS CUSTOS E/OU DESPESAS FIXAS**

Além das despesas com pessoal, a empresa possui outras despesas, tais como **a) administrativas e comerciais; b) financeiras; e c) com terceiros.**

- ✓ As despesas, por estarem relacionadas com a operação da empresa, são chamadas de **“Despesas Operacionais”**.
- ✓ As despesas relacionadas na tabela abaixo são influenciadas por um conjunto de fatores como: localização da padaria, tipo de serviço oferecido, tamanho da empresa, escolhas efetivadas pelo empresário, dentre outras.

**Tabela nº 12 - Principais despesas operacionais**

<b>Despesas Operacionais</b>	<b>Valor R\$</b>
<b>2.1 - Despesas Administrativas e comerciais</b>	
Aluguel e condomínio	
Associação/Sindicato	
Combustível	
Consultoria e treinamentos	
Energia elétrica	
Depreciação	
IPTU	
Manutenção do imóvel	
Manutenção de veículos	
Material de escritório	
Material de limpeza	
Publicidade e propaganda	
Seguro da empresa	
Telefone	
<b>2.2 – Despesas com Pessoal</b>	
Salários	
Encargos Sociais dos funcionários	
Benefícios	
<i>Pró-labore</i>	
Encargos sociais pró-labore	
Provisões para Férias e 13º salário	
<b>2.3 - Despesas Financeiras</b>	
Juros bancários	
Tarifas bancárias	
<b>2.4 - Despesas com terceiros</b>	
Honorários do contador	
Serviços de vigilância	

**Não se esqueça!**

O empresário que quer ser bem sucedido deve listar, conhecer e acompanhar detalhadamente as “principais despesas operacionais” de sua padaria e/ou confeitaria. para conhecê-las .

#### **ATIVIDADE 4 – EXERCÍCIO SOBRE CUSTOS E DESPESAS FIXAS**

Você participará de um exercício em grupo sobre custos e despesas fixas.

- Cada grupo irá efetuar os cálculos das principais despesas, no âmbito de uma padaria, conforme orientação do Educador.
- Informações para serem utilizadas no exercício:
  - A Padaria em questão (Pão Português) é uma empresa optante pelo regime de tributação SIMPLES Nacional.
  - A título de indenização trabalhista, todo mês, a empresa provisiona 3,5%.
  - A empresa arca com 94% das despesas com Vale-transporte.
  - A despesa com vale-refeição é de R\$ 1.092,00, conforme tabela abaixo:
  - A folha de pagamento é a seguinte:

***Tabela nº 13 - Despesa mensal para pagamento de salários da Padaria Pão Português***

Nome Funcionário	Função	Salário R\$
José Maria	Padeiro	900,00
Ângela	Supervisora de Loja	700,00
João	Auxiliar de Produção	500,00
Mário	Entregador	500,00
Maria	Caixa	600,00
Nicole	Caixa	600,00
Cristiano	Atendente	600,00
	<b>Total</b>	<b>4.400,00</b>

***Tabela nº 14 - Despesa mensal para pagamento de pró labore da Padaria Pão Português***

Pró-labore		
Nome	Função	Salário R\$
Pedro Paulo	Proprietário	1.500,00

- Utilize calculadora, as informações acima e as tabelas abaixo para efetuar os cálculos.
- Os grupos terão 15 minutos para realizarem os cálculos.

#### **TABELAS PARA O EXERCÍCIO PROPOSTO:**

***Tabela nº 15 - Despesa mensal para pagamento de Vale-transporte da Padaria Pão Português***

Nome	Salário R\$	Valor Passagem R\$	Quantidade	Valor total R\$	Desconto em folha R\$	Despesas da padaria R\$
J. Maria	900,00	1,65	52			
Ângela	700,00	2,30	52			
João	500,00	2,30	52			
Mário	500,00	2,30	52			
Maria	600,00	2,30	52			
Nicole	600,00	2,30	52			
Cristiano	600,00	1,65	52			
<b>Total Vale-transporte</b>			<b>312</b>			

**Tabela nº 16 - Provisão mensal para pagamento de 13º e férias dos funcionários da Padaria Pão Português**

Cálculo da Provisão Mensal		
Provisão	Base de cálculo	Valor (R\$)
13º Salário		
Férias		
Total .....		

**Tabela nº 17 - Provisão mensal para pagamento de indenizações trabalhistas dos funcionários da Padaria Pão Português**

Provisão para Indenização Trabalhista		
Provisão	Base de cálculo	Valor (R\$)
Indenizações trabalhistas		
Total. ....		

**Tabela nº 18 - Provisão mensal para pagamento de encargos diretos dos funcionários da Padaria Pão Português**

Encargos sociais sobre os salários	Base de cálculo	Valor (R\$)
Encargos diretos (FGTS)		
Total. ....		

**Tabela nº 19 - Provisão mensal para pagamento de encargos diretos sobre o pró-labore da Padaria Pão Português**

Encargos sociais sobre o pró-labore	Base de cálculo	Valor (R\$)
Encargos diretos (INSS)		
Total. ....		

**Tabela nº 20 - Provisão mensal para pagamento dos benefícios dos funcionários da Padaria Pão Português**

Benefício	Valor R\$
Vale-transporte	
Vale-refeição	
Total. ....	

**Tabela nº 21 - Demonstrativo das despesas mensais com pessoal da Padaria Pão Português**

Demonstrativo das despesas com pessoal	Valor R\$	%
2.2 - Despesas com pessoal		
2.2.1 – Salários		
2.2.2 – Encargos sociais (salários)		
2.2.3 – Benefícios		
2.2.4 – Pró-labore		
2.2.5 – Encargos sociais (pró-labore)		
2.2.6 – Provisões (Férias, 13º salário e indenização trabalhista)		
Subtotal Pessoal		

## **ATIVIDADE 5 – REGIME DE CAIXA X REGIME DE COMPETÊNCIA**

Nesta atividade estaremos trabalhando dois assuntos importantes para o dia a dia de uma Panificadora e /ou Confeitaria: o Regime de Caixa e o Regime de Competência e a Depreciação.


### **Parte A- O Regime De Caixa X Regime de Competência**

A partir de agora você participará de uma atividade para compreender as diferenças entre o regime de caixa e o regime de competência.


Leia o slide S8E2 e comente com a Turma a definição do Regime de caixa do Regime de Competência.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Contabilidade Gerencial



- Regime de Competência:** tem por finalidade reconhecer, na formação de preços e na contabilidade, as receitas, os custos e as despesas no período a que competem, independentemente da sua realização em moeda, ou seja, de recebimento ou pagamento
- Regime de Caixa:** é o reconhecimento das receitas, custos e despesas, pela entrada e saída da moeda no ato do pagamento ou recebimento.

Educação SEBRAE      S 8 E 2      

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Regime de caixa:** é o reconhecimento das receitas, custos e despesas, pela entrada e saída da moeda no ato do pagamento ou recebimento.

**Regime de Competência:** tem por finalidade reconhecer, na formação de preços e na contabilidade, as receitas, os custos e as despesas no período a que competem independentemente da sua realização em moeda, ou seja, de recebimento ou pagamento.

Veja no slide S9E2 um exemplo de como calcular o IPTU pelo regime de caixa e de competência.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**IPTU**

Exemplo: R\$ 600,00 ou 10 x R\$ 60,00

**Regime de Caixa**

- Pagamento à vista = R\$ 600,00
- Pagamento parcelado =  $600,00 / 10 \text{ meses} = \text{R\$ } 60,00$

**Regime de Competência**

- Período de 12 meses
- Lançamento parcelado =  $\text{R\$ } 600,00 / 12 \text{ meses} = \text{R\$ } 50,00$



Educação SEBRAE S 9 E 2



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### CÁLCULO DO IPTU

**Regime de Caixa:** as parcelas são registradas no ato do pagamento das parcelas ou do total. Se o valor total do IPTU de R\$ 600,00 foi parcelado e pago em 10 vezes, teremos 10 lançamentos de R\$ 60,00.

**Regime de Competência:** independente do número de parcelas, o IPTU será contabilizado em 12 meses referente ao período contábil. No caso teremos R\$ 600,00 dividido por 12 meses, que é igual a R\$ 50,00.

Veja no slide S10E2 um exemplo de como calcular o Seguro de veículos, pelo regime de caixa e de competência.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Seguro de Veículos**


Exemplo: R\$ 1.500,00 ou 5 x R\$ 300,00

**Regime de Caixa**


- Pagamento à vista = R\$ 1.500,00
- Pagamento parcelado =  $\text{R\$ } 1.500,00 / 5 \text{ meses} = \text{R\$ } 300,00$

**Regime de Competência**

- Período de 12 meses
- Lançamento parcelado =  $\text{R\$ } 1.500,00 / 12 \text{ meses} = \text{R\$ } 125,00$



Educação SEBRAE S 10 E 2



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## CÁLCULO DO SEGURO DE VEÍCULOS

**Regime de Caixa:** as parcelas são registradas no ato do pagamento das parcelas ou do total. Se o valor total do seguro de veículos R\$ 1.500,00 foi parcelado e pago em 5 vezes, teremos 5 lançamentos de R\$ 300,00.

**Regime de Competência:** independente do número de parcelas, o IPTU será contabilizado em 12 meses referente ao período contábil. No caso teremos R\$ 1.500,00 dividido por 12 meses, que é igual a R\$ 125,00.

### Não se esqueça:

No “**regime de competência**” a empresa pode visualizar melhor o resultado.

No **regime de caixa**, no mês em que se concentrarem as despesas o resultado operacional da padaria será afetado, não permitindo uma análise de custos de forma correta

## Parte B – DEPRECIAÇÃO

Apresente o Slide S11E2 e comente a definição da depreciação.



### DICA:

Nas empresas do setor de panificação e confeitaria a depreciação é lançada como despesa fixa, ou seja, será incluída no total das despesas fixas.

Leia o slide S12E2 com as formas de calcular a depreciação: uma pelo método da contabilidade gerencial e outra pela contabilidade gerencial.



FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Método de Depreciação

• **CONTABILIDADE GERENCIAL** – baseada na avaliação do bem

Depreciação Gerencial =  $\frac{\text{Valor do Bem} - \text{Valor Residual}}{\text{Número de meses de vida útil}}$

• **CONTABILIDADE FISCAL** – baseada na legislação do imposto de renda

Depreciação Fiscal =  $\frac{\text{Valor do Bem}}{\text{Número de meses de vida útil}}$



Educação SEBRAE S 12 E 2




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Dica:**

O cálculo pela contabilidade fiscal utiliza tabela de tempo de vida útil estabelecida pela receita federal para efeitos de IRPJ.

Exemplos: Imóveis: 25 anos e máquinas e equipamentos: 10 anos.


No slide S13E2, veja novamente a fórmula de como calcular a depreciação gerencial.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Depreciação Gerencial


=

$\frac{\text{Valor do Bem} - \text{Valor Residual}}{\text{Número de meses de vida útil}}$



- Valor do bem = Valor de aquisição;
- Valor residual = Valor estimado de venda do bem usado;
- Número de meses de vida útil = informação do fabricante e /ou avaliação técnica.

Educação SEBRAE S 13 E 2




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Veja um exemplo de como calcular a depreciação pelo método gerencial de um microcomputador.

Acompanhe a explicação do Educador sobre o cálculo da depreciação gerencial de um bem (microcomputador).

- ✓ Valor de aquisição = R\$ 2.750,00
- ✓ Valor Residual = R\$ 250,00
- ✓ Número de meses de vida útil = 18
- ✓ Depreciação gerencial =  $(R\$ 2.750,00 - R\$ 250,00) = R\$ 138,89$ 
  - 18

**Resultado do Problema:** O valor a ser provisionado todo mês será de R\$ 138,89 para cobrir o custo de depreciação do microcomputador.

Faça o exercício abaixo conforme orientação do educador e a tabela nº 20.

**Tabela 22 - Produtos para cálculo de Depreciação**

ÍTEMS	Valor Atual	Valor Residual	Vida Útil	Depreciação
Forno de Lastro	R\$ 25.000,00	R\$ 3.000,00	144	
Amassadeira	R\$ 15.000,00	R\$ 2.000,00	120	
Veículos	R\$ 40.000,00	R\$ 15.000,00	72	
Microcomputador	R\$ 2.750,00	R\$ 250,00	36	
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 82.750,00</b>	<b>R\$ 20.250,00</b>		

**Importante:**

*Conhecer os Regime de Caixa e o Regime de Competência, bem como os cálculos de depreciação, permitirá ao empresário fazer um planejamento mais próximo da realidade do seu negócio no momento em que necessitar de repor os ativos da sua padaria e confeitaria. Isto irá impactar nos resultados futuros da empresa.*

## ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 2

Faça a revisão dos conteúdos trabalhados neste 2º Encontro participando da leitura do Resumo abaixo apresentado.

### RESUMO DO ENCONTRO 2

Planejamento dos custos fixos	<ul style="list-style-type: none"><li>• É o conjunto de decisões, objetivos e políticas a serem adotadas para que as metas da empresa sejam atingidas.</li><li>• Compete aos dirigentes da empresa a tarefa de traçar os objetivos (o que fazer) e dotar a organização das ferramentas necessárias para executar as ações requeridas.</li><li>• Permite a gestão do ponto de equilíbrio corretamente.</li><li>• Permite o conhecimento da margem de contribuição.</li></ul>
Despesas com Pessoal	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Salários:</b> É a remuneração básica paga aos funcionários pelo trabalho efetivamente realizado num determinado período.</li><li>• <b>Encargos sociais:</b> São despesas incidentes sobre a folha de salários dos funcionários de responsabilidade da empresa.</li><li>• <b>Pró-labore:</b> É o valor pago ao sócio-proprietário que trabalha na empresa.</li><li>• <b>Benefícios:</b> São valores concedidos aos empregados para o deslocamento de casa para o trabalho (no caso do vale-transporte) para alimentação (no caso do vale-refeição), etc.</li><li>• <b>Provisões para 13º salário e férias:</b> São valores que devem ser calculados, mês a mês, apesar de seu desembolso ocorrer no futuro, a fim de que a empresa possa fazer o pagamento na época de sua obrigatoriedade.</li></ul>
Depreciação	<ul style="list-style-type: none"><li>• Podemos entender como o custo ou a despesa decorrente do desgaste ou da obsolescência dos ativos imobilizados.</li></ul>
Regimes de apuração de despesas	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Regime de Caixa</b> – é o reconhecimento das receitas, custos e despesas, pela entrada e saída da moeda no ato do pagamento ou recebimento.</li><li>• <b>Regime de Competência</b> – tem por finalidade reconhecer, na formação de preços e na contabilidade, as receitas, os custos e as despesas no período a que competem, independentemente da sua realização em moeda, ou seja, de recebimento ou pagamento.</li></ul>
Contabilidade Gerencial	<ul style="list-style-type: none"><li>• É o processo de produzir informações financeiras e operacionais para os empregados, gerentes e executivos da empresa.</li></ul>

---

## **ENCONTRO 3 – CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS**

---

Neste encontro, serão criadas as condições necessárias para que você desenvolva competências para:

- Compreender a importância do planejamento dos custos variáveis da padaria e confeitaria.
- Conhecer a classificação dos custos e despesas variáveis.
- Predispor-se a coletar e registrar custos e despesas variáveis.
- Elaborar planilha de demonstrativo de custos da mercadoria vendida.

### **CARGA HORÁRIA**

3 Horas.

## **ROTEIRO DE ATIVIDADES**

### **Atividade de Abertura do Encontro 3**

Exposição dialogada sobre os principais pontos do Encontro 2. Apresentação do Encontro 3 e das suas competências.

### **Atividade 1 : A Importância do Planejamento dos Custos e Despesas Variáveis**

Leitura do texto, exposição oral e dialogada e exercício em grupo sobre a importância do planejamento dos custos e despesas variáveis.

### **Atividade 2 : Calculo Efetivo da Mercadoria**

Leitura e compreensão de texto, exposição dialogada e exercício em grupo sobre o cálculo efetivo das Mercadorias vendidas.

### **Atividade 3 : Apuração de Custo do Produto Fabricado**

Exposição oral e dialogada; e exercício em grupo com o objetivo de se calcular o custo do produto fabricado.

### **Atividade 4 : Impostos e Tributação Variáveis**

Exposição oral e dialogada e exercício em grupo sobre Impostos e Tributação Variáveis.

### **Atividade do Encerramento do Encontro 3**

Apresentação individual e exposição dialogada para encerramento e avaliação do encontro.


## ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 3

Você participará de uma atividade para relatar o que ficou de mais importante em relação ao Encontro 2 e conhecerá as competências a serem desenvolvidas no Encontro 3 conforme o slide S1E3.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Encontro 3**

**Competências a serem desenvolvidas**



- Compreender a importância do planejamento dos custos variáveis da padaria e confeitaria
- Conhecer a classificação dos custos e despesas variáveis
- Predispor-se a coletar e registrar custos e despesas variáveis
- Elaborar planilha de demonstrativo de custos da mercadoria vendida

Educação SEBRAE S 1 E 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DOS CUSTOS VARIÁVEIS E DESPESAS VARIÁVEIS**

Nesta atividade você participará de um exercício em grupo para compreender a importância do planejamento dos custos e despesas variáveis. Participe das atividades propostas pelo educador.

### **Parte A: Exercício em grupo**

Forme um grupo de até 5 participantes para a leitura do texto 1. Após a leitura, cada grupo terá cinco minutos para responder as questões, seguindo a seguinte orientação:

- Grupo 1 – questão a
- Grupo 2 – questão b
- Grupo 3 – questão c
- Grupo 4 – questão d
- Grupo 5 – questão e

### **Texto 1: Seu lucro está nas compras!**

*Fonte: Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria. 2009.*

*Em todo sistema empresarial, para se manter um volume de vendas e um perfil competitivo no mercado e conseqüentemente gerar lucros satisfatórios, a minimização de custos deve ser perseguida e alcançada, principalmente os que se referem às compras de matérias-primas utilizadas e mercadorias para revenda, já que representam uma parcela por demais considerável na estrutura de custo total.*

*De acordo com o Propan as compras representam em média, nas padarias brasileiras, 55% do faturamento total. O estoque gira em torno de 20% do faturamento da empresa. Isto quer dizer que se a padaria/confeitaria vende, em um determinado mês, cerca de R\$ 100 mil reais, o estoque ficará em torno de R\$ 20.000,00, neste mês analisado.*

*As compras podem ser chamadas de CMV – Custo da Mercadoria Vendida. Isto ocorre quando a padaria apura o valor do estoque em contagens mensais. O CMV é resultante da soma do estoque inicial mais as compras menos o estoque final.*

*Nestes cálculos devem ser levados em consideração elementos como as perdas geradas no processo de produção e venda. Por exemplo, se as perdas ficarem em 3% do valor arrecadado mensal, ele vai representar R\$ 3.000,00. Quando a padaria não apura o CMV por meio da contagem dos estoques, deve utilizar o valor total das compras do mês para apurar o resultado. Neste caso o CMV será igual ao valor das compras do mês. Quanto à questão do custo de aquisição da*

*mercadoria, é importante lembrar que sobre ele pode incidir custos variáveis como o frete que pode e deve ser negociado com o fornecedor.*

*Por todos esses fatores, é importante que os custos e/ou despesas variáveis sejam planejados e controlados, principalmente as compras que tem por finalidade suprir as necessidades de matérias-primas e mercadorias para revenda.*

*O objetivo de quem compra é assegurar que as matérias-primas exigidas pela Produção estejam à disposição nas quantidades certas, nos períodos desejados e não é somente responsável pela quantidade e pelo prazo, mas precisa também realizar as compras com preço mais favorável possível, já que o custo da matéria-prima é um componente fundamental no custo do produto.*

*O responsável pelas compras deve se preocupar com os seguintes itens básicos:*

- ✓ *atender ao setor de produção e da loja de maneira contínua;*
- ✓ *coordenar essa continuidade, aplicando um mínimo de investimentos;*
- ✓ *comprar observando menores preços, sem perder foco na quantidade e qualidade;*
- ✓ *buscar sempre condições justas para a empresa;*

*Sem o conhecimento das necessidades da padaria o panificador não atingirá os objetivos da mesma. Devemos insistir nas informações de quantidade, qualidade e prazos para a empresa operar. Sem estas informações o comprador não poderá executar o trabalho corretamente. Muitas empresas só dão valor a estas informações quando param por falta de matéria prima e/ou perdem vendas por falta de mercadorias para revenda, daí, partem para o planejamento e controle do fluxo de materiais.*

*Em resumo, não basta apenas comprar bem! A empresa tem que ter controles apropriados para acompanhar o movimento dos estoques e não perder vendas pela falta de produtos.*

#### **Questões a serem respondidas pelos grupos:**

- a) Por que é importante planejar as despesas ou custos variáveis no setor de Panificação e Confeitaria?

---

---

---

---

---

---

---



- b) Você se preocupa em definir, mensalmente, a parcela de recursos que deve ser empregada nas compras de matérias primas e produtos para revenda?

---

---

---

---

---

---

---

- c) Quanto, em percentual, é o *Custo das Mercadorias Vendidas* - CMV, na sua padaria?

---

---

---

---

---

---

---

- d) Como é feita a remarcação nos preços de venda quando ocorre aumento nos preços de venda das mercadorias?

---

---

---

---

---

---

---

- e) Como são realizadas as compras em sua Padaria /Confeitaria? Existe alguém responsável por esta atividade?

---

---

---

---

---

---

---

## **Parte B: Exposição dialogada**

O slide S2E3 apresenta as responsabilidades do comprador na padaria e confeitaria.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Seu Lucro está nas Compras!**

O responsável pelas compras deve atender aos seguintes itens básicos:

- Atender ao setor de produção e da loja de maneira contínua;
- Coordenar essa continuidade, aplicando um mínimo de investimentos;
- Comprar observando menores preços, sem perder foco na quantidade e qualidade;
- Buscar sempre condições justas para a empresa.



Educação SEBRAE S 2 E 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


O slide S3E3 apresenta o conceito de “departamentos” no contexto da padaria/confeitaria.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**


**Departamentos**

- É uma divisão dos produtos em seções.

Exemplos: mercearia, frios e fatiados, laticínios e derivados, matéria-prima, etc.



Educação SEBRAE S 3 E 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

O quadro nº 1, a seguir, sugere uma lista de departamentos para auxiliar na organização das compras da padaria e confeitaria.

**Quadro nº 1 – Lista dos principais departamentos de uma Padaria/Confeitaria**

CÓDIGO DO DEPARTAMENTO	NOME DO DEPARTAMENTO
01	PRODUTOS ESTRATÉGICOS*
02	PRODUTOS PANIFICADOS DE TERCEIROS
03	PRODUTOS DE LIMPEZA
04	PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL

05	HORTIFRUTIGRANJEIROS
06	LANCHONETE
07	SALGADINHOS
08	QUEIJOS ESPECIAIS
09	VINHOS
10	IMPORTADOS
11	MERCEARIA
12	BEBIDAS
13	FRIOS E FATIADOS
14	CONGELADOS
15	LATICÍNIOS E DERIVADOS
16	CIGARROS
17	BOMBONIERE
18	SORVETES
19	LEITE LONGA VIDA
20	MATÉRIA-PRIMA

**Lembrete:**

O quadro nº 1 tem como objetivo auxiliar:

- a) no planejamento e controle das compras;
- b) na formação e controle dos preços de venda;
- c) na organização das prateleiras, facilitando a oferta dos produtos de revenda.

O setor de Padaria e Confeitaria utiliza listas de produtos, como o quadro nº 2, onde é apresentado 10 departamentos e os produtos que os compõem.

**Quadro nº 2 – Lista de produtos para compra distribuídos por departamentos**

Nome da Empresa: Padaria Pãozinho Feliz Ltda.			
Lista de Produtos para Compras			
DEPARTAMENTO 11 - MERCEARIA			
Seção	Produto	Seção	Produto
1	Açúcar	13	Milho para pipoca
2	Arroz	14	Molhos
3	Biscoitos	15	Óleo de soja
4	Bombril	16	Ovos
5	Café	17	Papel higiênico
6	Farinha de mandioca	18	Pilha
7	Feijão	19	Refrescos
8	Fósforo	20	Sal
9	Fubá	21	Sardinha enlatada
10	Gelatina	22	Sopas
11	Macarrão	23	Temperos
12	Maisena	24	Achocolatados

DEPARTAMENTO 12 – BEBIDAS			
Seção	Produto	Seção	Produto
25	Refrigerante Coca-Cola	34	Leite de soja
26	Refrigerante Antártica	35	Cervejas claras
27	Sucos	36	Cervejas Escuras
28	Água de coco	37	Aguardentes
29	Água mineral	38	Conhaques
30	Água tônica	39	Licores
31	Bebidas isotônicas	40	Vinhos
32	Chás	41	Vodka
33	Energéticos	42	Whisky
DEPARTAMENTO 13 – FRIOSE FATIADOS			
Seção	Produto	Seção	Produto
43	Blanquet de peru	46	Queijo Mussarela
44	Presuntos	47	Queijo Prato
45	Apresuntados	48	Salame italiano
DEPARTAMENTO 14 – CONGELADOS			
Seção	Produto	Seção	Produto
49	Massas	57	Nuggets
50	Refeições prontas	58	Pão de queijo congelado
51	Filé de peito de frango	59	Pizzas
52	Filé de peixe	60	Polpas de frutas
53	Gelo em cubo	61	Salgados
54	Lasanhas	62	Salsichas
55	Legumes prontos	63	Tortas doces
56	Linguiças	64	Tortas salgadas
DEPARTAMENTO 15 – LATICÍNIOS E DERIVADOS			
Seção	Produto	Seção	Produto
65	Queijos	70	Bebidas lácteas
66	Requeijão cremoso	71	Yakult
67	Danette	72	Manteigas
68	Coalhadas	73	Margarinas
69	logurtes		
DEPARTAMENTO 16 – CIGARROS			
Seção	Produto	Seção	Produto
74	Carlton	77	Free
75	Cigarro de palha	78	Hollywood
76	Derby		
DEPARTAMENTO 17 – BOMBONIERE			
Seção	Produto	Seção	Produto
77	Doces	82	Bombons
78	Balas	83	Chicletes
79	Drops	84	Pastilhas
80	Barra de cereais	85	Pirulitos
81	Chocolates		
DEPARTAMENTO 18 – SORVETES			
Seção	Produto	Seção	Produto
86	Sorvetes em pote 2 litros	87	Sorvetes no palito

DEPARTAMENTO 19 – LEITE LONGA VIDA			
Seção	Produto	Seção	Produto
88	Leite de cabra	91	Leite semi-desnatado
89	Leite desnatado	92	Leite barriga mole
90	Leite integral		
DEPARTAMENTO 20 – MATÉRIA PRIMA			
Seção	Produto	Seção	Produto
93	Farinha de trigo	96	Mistura para bolo
94	Fermento biológico	97	Recheio de chocolate
95	Leite condensado	98	Ovos

**Importante:**

- a) Os *produtos estratégicos* são aqueles que não podem faltar na padaria/confeitaria e o preço tem que ser competitivo para enfrentar a concorrência, como por exemplo, açúcar, feijão, cerveja em lata, refrigerante pet 2 litros, e outros.
- b) A quantidade de departamentos dependerá da capacidade da padaria/confeitaria de controlar os itens comprados, por exemplo, ter um bom sistema informatizado e pessoal treinado para executar a tarefa.
- c) O empresário deverá definir os produtos que compõem cada departamento

## **ATIVIDADE 2 – CÁLCULO DO CUSTO EFETIVO DA MERCADORIA**

Você participará de uma atividade sobre a Nota Fiscal, os elementos fundamentais que devem estar presentes nela no momento de sua emissão. Nesta mesma atividade também obterá informações sobre a **Nota Fiscal Eletrônica- NF-e** e fará cálculos das despesas variáveis (frete, ICMS, e IPI), pois estas influenciam os custos efetivos da mercadoria.

### **Parte A: Leitura e compreensão de texto**

Leia o Texto a seguir:

#### **Texto 2: Considerações sobre a Nota Fiscal**

Fonte: Sítio: [www.pt.wikipedia.org/wiki/Nota\\_Fiscal](http://www.pt.wikipedia.org/wiki/Nota_Fiscal).2009.

A **nota fiscal** é um documento fiscal e que tem por fim o registro de uma transferência de propriedade sobre um bem ou uma atividade comercial prestada por uma empresa e uma pessoa física ou outra empresa. Nas situações em que a nota fiscal registra transferência de valor monetário entre as partes, a nota fiscal também destina-se ao recolhimento de impostos e a não utilização caracteriza sonegação fiscal. Entretanto, as notas fiscais podem também ser utilizadas em contextos mais amplos como na regularização de doações, transporte de bens, empréstimos de bens, ou prestação de serviços sem benefício financeiro à empresa emissora. Uma nota fiscal também pode cancelar a validade de outra nota fiscal, como por exemplo na devolução de produtos ou cancelamento de contratos de serviços.

#### **Nota Fiscal Eletrônica**

A **Nota Fiscal Eletrônica - NF-e** é o documento digital, emitido e armazenado electronicamente, com o intuito de documentar, para fins fiscais, uma operação de circulação de mercadorias ou uma prestação de serviços, ocorrida entre as partes, e cuja validade jurídica é garantida pela assinatura digital do remetente (garantia de autoria e de integridade) e pela recepção, pela Administração Tributária, do documento eletrônico, antes da ocorrência do Fato Gerador. Sua utilização, a nível nacional, possibilitará muitos benefícios e vantagens às partes envolvidas na atividade comercial (comprador e vendedor).

O quadro nº 3, a seguir, apresenta os benefícios para o emissor e receptor da NF-e.

**Quadro nº 3 – Benefícios da adoção da Nota Fiscal Eletrônica - NF-e**

<b>Setor beneficiado</b>	<b>Benefícios</b>
<b>I - Contribuinte Vendedor (Emissor da NF-e)</b>	<i>Redução de custos de impressão;</i>
	<i>Redução de custos de aquisição de papel;</i>
	<i>Redução do impacto ambiental;</i>
	<i>Redução de custos de envio do documento fiscal;</i>
	<i>Redução de custos de armazenagem de documentos fiscais;</i>
	<i>Simplificação de obrigações acessórias, como dispensa do Autorização para Impressão do documento Fiscal(AIDF);</i>
	<i>Redução de tempo de parada de caminhões em Postos Fiscais de Fronteira;</i>
	<i>Incentivo a uso de relacionamentos eletrônicos com clientes (relação de negócios entre empresa e clientes -B2C); etc.</i>
<b>II - Contribuinte Comprador (Receptor da NF)</b>	<i>Eliminação de digitação de notas fiscais na recepção de mercadorias;</i>
	<i>Planejamento de logística de entrega pela recepção antecipada da informação da NF-e;</i>
	<i>Redução de erros de escrituração devido a erros de digitação de notas fiscais;</i>
	<i>Incentivo a uso de relacionamentos eletrônicos com fornecedores (relação de negócios entre empresas -B2B);</i>

**Lembrete:**

*Para maior conhecimento sobre a matéria fiscal é preciso procurar um contador ou um consultor tributarista.*

**Parte B - Exposição dialogada**

Você certamente já sabe que:

- a) a Nota Fiscal deve estar preenchida corretamente e que em caso contrário a empresa pode sofrer penalidades por parte da legislação vigente no país.
- b) No sítio (site) <http://www.nfe.fazenda.gov.br/portal/> você encontrará maiores informações sobre o tema.
- c) Os contadores e/ou consultores tributários já estão preparados para prestar esclarecimentos sobre este assunto.


O slide S4E3 apresenta as informações sobre a Nota Fiscal.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Informações Básicas na Nota Fiscal**

- **Valor unitário do produto:**  
– É o valor unitário do produto destacado na nota fiscal.
- **Frete sobre a compra:**  
– É o custo que o fornecedor cobra para entregar o produto na padaria/confeitaria.
- **ICMS sobre a compra:**  
– É o imposto sobre a circulação de mercadorias e serviços, de natureza estadual e destacado na nota fiscal.
- **IPI sobre a compra:**  
– É o imposto sobre produtos industrializados, de natureza federal, e destacado na nota fiscal.

Educação SEBRAE S 4 E 3




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Observação:**

Existem diversos modelos de nota fiscal e que para sua confecção a gráfica deve solicitar a autorização da Autoridade Fazendária em primeiro lugar.

O slide S5E3 apresenta um exemplo dos valores de uma nota fiscal.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**EXEMPLO: Nota Fiscal**

Código	Descrição do Produto	Und	Qtd	Vr Unitário	Valor Total	Alíquota (%)	ICMS	IPI	Valor do IPI
1234-4	Leite condensado 200 ml	Und	300	1,12	336,00	10	8	36,88	
1256-7	Creme de leite 150 ml	Und	200	0,38	78,00	10	8	6,24	
1289-0	Segurte natural 30 ml	Und	500	0,45	225,00	10	8	23,00	
<b>Cálculo do imposto</b>									
Base de Calc. ICMS		Valor do ICMS		Base de calc. ICMS Subst.		Valor do ICMS Subst.		Valor total Prod.	
670,95		67,10		0,00		0,00		639,00	
Valor do Frete		Valor do Seguro		Outras despesas		Valor Total IPI		Valor Total Nota	
31,95		0,00		0,00		51,12		722,07	
<b>Transportador</b>									
Nome			Volume		Peso Líquido		Peso Bruto		
Transportadora Fênix Ltda			15		20 Kg		28 Kg		

Educação SEBRAE S 5 E 3




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Tabela nº. 1 Exemplo de Nota Fiscal conforme S5E3:**

Nota Fiscal								
Código	Descrição do Produto	Und	Qtde	Vlr Unitario	Valor Total	Alíquota (%)		Valor do IPI
						ICMS	IPI	
1234-4	Leite condensado 200 ml	Und	300	1,12	336,00	10	8	26,88
1256-7	Creme de leite 150 ml	Und	200	0,39	78,00	10	8	6,24
1389-0	Iogurte natural 30 ml	Und	500	0,45	225,00	10	8	18,00
Cálculo do Imposto								
Base de Cálc. ICMS 670,95		Valor do ICMS 67,10		Base de cál. ICMS Subst. 0,00		Valor do ICMS Subst 0,00		Valor total Prod. 639,00
Valor do Frete 31,95		Valor do Seguro 0,00		Outras despesas 0,00		Valor Total IPI 51,12		Valor Total Nota 722,07
Transportador								
Nome Transportadora Fênix Ltda.		Volume 15		Peso Líquido 20 Kg		Peso Bruto 26 g		

Agora você participará de atividade onde o Educador efetuará o passo a passo do cálculo do custo do “**leite condensado**”. As informações essenciais para efetuar o cálculo são: **o valor unitário e os custos do frete, do ICMS e do IPI.**

**Os dados são os seguintes:**

- o valor unitário do Leite Condensado é R\$ 1,12 (um real e doze centavos);
- foram adquiridas 300 latas do produto;
- o custo inicial da compra é de R\$ 336,00 (trezentos e trinta e seis reais) conforme tabela.
- o valor do frete na Nota Fiscal foi calculado para todos os produtos.

#### **FRETE**

É o custo que o fornecedor cobra para entregar o produto na padaria/confeitaria

O S6E3 apresenta o cálculo do frete sobre o produto leite condensado.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA	
Cálculo do Frete	
Valor total do leite condensado (A)	R\$ 336,00
Valor total dos produtos(B)	R\$ 639,00
(A) Dividido por (B) x 100 (C)	52,58%
Valor total do frete (D)	R\$ 31,95
Valor do frete do leite condensado (C) x (D) = (E)	R\$16,80
Quantidade de leite condensado (F)	300
(E) Dividido por (F)	R\$ 0,056
Percentual do frete unitário sobre o valor unitário do produto (R\$ 0,056/R\$ 1,12) x 100	5,0%

Educação SEBRAE S 6 E 3

#### 1. Cálculo do frete do produto “leite condensado”:

- **Primeiro passo:** calcule o percentual que representa o produto.
  - Percentual da participação do leite condensado (%) =  $R\$ 336,00 / R\$ 639,00 \times 100 = 52,58\%$
- **Segundo passo:** aplique o percentual encontrado sobre o valor do frete descrito na nota fiscal
  - Valor do frete do leite condensado = Valor total do frete (R\$ 31,95) x percentual encontrado (52,58%) = Valor total do frete do leite condensado (R\$16,80)
- **Terceiro passo:** divida o valor do frete encontrado pela quantidade comprada do leite condensado
  - Valor frete leite condensado (R\$ 16,80) / quantidade (300 unidades) = Valor do frete unitário encontrado (R\$ 0,056)
- **Quarto passo:** divida o valor do frete unitário encontrado pelo valor unitário do produto e multiplicando por cem.
  - Frete em percentual (%) = Valor unitário (R\$ 0,056) / Valor unitário do leite condensado (R\$ 1,12) x 100 = Valor do frete em percentual (5,0%)

#### **Importante**

*Cabe a cada empresa definir o critério que mais se ajusta a sua realidade na hora de calcular o frete.*

A próxima etapa é o cálculo do ICMS.

#### **DICA:**

#### **ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços**


Dependendo da legislação em vigor e do tipo de tributação que rege sua empresa e/ou produto, você pode ter um crédito no ICMS no ato da compra.

O S7E3 apresenta o cálculo do ICMS do produto leite condensado.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Cálculo do ICMS	
Valor unitário do leite condensado (A)	R\$ 1,12
Frete unitário (B)	R\$ 0,056
Custo unitário (A) + (B) = (C)	R\$ 1,176
ICMS (D)	10%
Valor do total do ICMS (C) x (D)	R\$ 0,12

Educação SEBRAE S 7 E 3



## 2. Cálculo do ICMS do produto “leite condensado”:

- **Primeiro passo:** some o valor unitário do produto com o valor unitário do frete encontrado para encontrarmos a base de cálculo do CMS:
  - Custo unitário Leite condensado (R\$ 1,12) mais Custo unitário do frete (R\$ 0,056) = base de cálculo do ICMS (R\$ 1,176).
- **Segundo passo:** aplique o percentual da alíquota do imposto ICMS informado na nota fiscal sobre a base de cálculo:
  - ICMS = Base de cálculo (R\$ 1,176) x alíquota informada (10%) = R\$ 0,12.

### Observações:

- ✓ Existem produtos cujo ICMS segue o regime de substituição tributária, em que tanto o ICMS da compra como o da venda são cobrados na nota fiscal do fornecedor, não havendo compensação. Assim, o valor descrito na nota fiscal deve simplesmente ser somado ao custo do produto.
- ✓ Verifique a situação tributária da mercadoria e da sua empresa em seu estado. Analise se existe crédito de ICMS e qual a porcentagem.

## 3. Cálculo do imposto sobre Produtos Industrializados – IPI do produto “leite condensado”:

### Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI

OIPI é calculado multiplicando-se o valor unitário do produto pela alíquota correspondente.



O slide S9E3 apresenta o custo do leite condensado para empresa optante pelo **SIMPLES**.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

Apuração do Custo Unitário	Empresa optante pelo Supersimples
Valor unitário do leite condensado	R\$ 1,12
( + ) Frete	R\$ 0,056
( + ) IPI (R\$ 1,12 x 8%)	R\$ 0,09
<b>Custo unitário líquido</b>	<b>R\$ 1,27</b>

Educação SEBRAE S 9 E 3

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **PARTE C - EXERCÍCIO EM GRUPO**

Você fará um exercício em grupo, para calcular o custo das despesas variáveis do iogurte natural. Forme quatro grupos, conforme a orientação do Educador e abram o Manual do Participante na Atividade 2, Tabelas 2 a 5:

Grupo	Cálculo a ser efetuado (Tabela nº...)
I	2
II	3
III	4
IV	5

#### **Tabela nº 2 – Cálculo do frete do iogurte natural**

Cálculo do frete	Valor em R\$
Valor total do iogurte natural (A)	
Valor total dos produtos(B)	
(A) Dividido por (B) x 100 (C)	
Valor total do frete (D)	
Valor do frete do iogurte natural (C) x (D) = (E)	
Quantidade de iogurte natural (F)	
<b>(E) Dividido por (F) = Valor unitário do iogurte</b>	
<b>Percentual do frete unitário sobre o valor unitário do produto =[(R\$ / R\$ ) x 100]</b>	

**Tabela nº 3 – Cálculo do ICMS do iogurte natural**

<b>Cálculo do ICMS</b>	<b>Valor em R\$</b>
Valor unitário do iogurte natural (A)	
Frete unitário (B)	
Custo unitário (A) + (B) = (C)	
ICMS (D)	
<b>Valor do total do ICMS (C) x (D)</b>	

**Tabela nº 4 – Apuração do custo unitário do iogurte natural para empresas de lucro presumido**

<b>Apuração do Custo unitário</b>	<b>Empresa optante pelo Lucro Real ou Lucro Presumido</b>
Valor unitário do yogurte natural	
( + ) Frete	
( + ) IPI (8%)	
( - ) ICMS (10%)	
<b>Custo unitário líquido</b>	

**Tabela nº 5 – Apuração do custo unitário do iogurte natural para empresas de Simples**

<b>Apuração do Custo unitário</b>	<b>Empresa optante pelo Simples</b>
Valor unitário do iogurte natural (A)	
( + ) Frete	
( + ) IPI	
<b>Custo unitário líquido</b>	

**ATIVIDADE 3 – APURAÇÃO DE CUSTO DO PRODUTO FABRICADO**

Você participará de uma atividade orientada pelo seu Educador para apurar o de custo do produto fabricado. Para tal, você utilizará como modelo a *Tabela nº 6 – Controle de custo dos produtos fabricados* e o *Quadro nº5 – Orientações para preenchimento da Tabela Controle de custo dos produtos fabricados*.

**Tabela nº 6 – Controle de custo dos produtos fabricados**

	CONTROLE DE CUSTO DOS PRODUTOS FABRICADOS				PRODUTO 1
INGREDIENTES DA MASSA	%	PESO	PREÇO P/ KG	VALOR TOTAL	MODO DE FAZER
2	3	4	5	6	7
RECHEIOS E/OU COBERTURAS					
8					
TOTAL DA RECEITA				9	
EMBALAGENS	QTDE	PREÇO UNITÁRIO		TOTAL	
10					
TOTAL GASTO COM EMBALAGEM				11	
TOTAL DA RECEITA + EMBALAGEM				12	
APURAÇÃO					
TOTAL PRODUZIDO APÓS ASSADO:					
UNIDADE: _____ 13 _____		QUILO: _____ 14 _____			
RESULTADO DO CUSTO VARIÁVEL:					
UNIDADE: R\$ _____ 15 _____		QUILO: R\$ _____ 16 _____			
MARK UP: _____ 17 _____ %					


**Quadro nº4 – Orientações para preenchimento da Tabela Controle de custo dos produtos fabricados**

CAMPOS	COMO UTILIZAR
1	Anotar o nome do produto.
2	Anotar quais os ingredientes utilizados na massa.
3	Informar a porcentagem correspondente à quantidade do ingrediente ou embalagem.
4	Anotar o peso do ingrediente ou embalagem em gramas.
5	Anotar o preço por quilo do ingrediente ou da embalagem
6	Anotar nesta coluna o preço proporcional de cada ingrediente ou embalagem utilizados na receita.
7	Descrever o modo de fazer o produto, seguindo as fases de mistura, manipulação e cozimento.
8	Informar quais os ingredientes utilizados no recheio e/ou coberturas, quando houver.
9	Anotar o valor total do custo da receita. Para isso, somar todos os valores da coluna 6.
10	Anotar os gastos com a(s) embalagem(ns) do produto. As embalagens devem ser detalhadas quanto a quantidade, valor unitário e valor total.
11	Para encontrar o total, basta somar os valores gastos com a embalagem (nº 10).
12	Anotar o resultado da seguinte soma: <b>Total da Receita ( + ) Total Gasto com Embalagens.</b>
13	Anotar a quantidade total produzida após assada, quando for unidade.
14	Anotar a quantidade total produzida após assada, quando for quilo.
15	Anotar o resultado da seguinte divisão: <b>Valor Total da Receita (:) Total Produzido em Unidade.</b>
16	Anotar o resultado da seguinte divisão: <b>Valor Total da Receita (:) Total Produzido em Quilos.</b>
17	Anotar a porcentagem a ser usada para calcular o preço de venda com base no preço da receita.

Acompanhe a explicação do educador sobre o cálculo do custo do pão francês de 50 gramas para 10.000 gramas de farinha de trigo.



**Tabela nº 7 - Exemplo: Controle de custo dos produtos fabricados Pão Francês**

	CONTROLE DE CUSTO DOS PRODUTOS FABRICADOS				PRODUTO PÃO FRANCÊS
INGREDIENTES DA MASSA	%	PESO	PREÇO P/ KG (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)	MODO DE FAZER
Farinha de trigo	100%	10.000	1,68	16,80	
Água potável gelada	60%	6.000	0,01	0,06	
Sal refinado iodado	2%	200	1,20	0,24	
Gordura vegetal	2%	200	4,80	0,96	
Fermento biológico	1%	100	10,00	1,00	
Açúcar cristal	1%	100	1,30	0,13	
Melhorador	1%	100	14,00	1,40	
Sub-total		16,7 Kg		R\$ 20,59	
RECHEIOS E/OU COBERTURAS					
TOTAL DA RECEITA					
EMBALAGENS	QTDE	PREÇO UNITÁRIO		TOTAL	
TOTAL GASTO COM EMBALAGEM					
TOTAL DA RECEITA + EMBALAGEM				R\$ 20,59	
APURAÇÃO					
TOTAL PRODUZIDO APÓS ASSADO:					
UNIDADE: 250		QUILO: 12,5 kgs			
RESULTADO DO CUSTO VARIÁVEL:					
UNIDADE: R\$ 0,082		QUILO: R\$ 1,65			

**Importante!**

- Existem perdas no processo de assar e que elas variam conforme o tamanho e tipo de produto, para pão francês geralmente, fica torno de 25% e que pães em formatos acima de 200 gramas geralmente perdem apenas 20%.
- A farinha de trigo deve ser a base da receita (100%) e todos os outros produtos devem ser calculados em relação a ela, como por exemplo, a água representa 60% ou 6 quilos para cada 10 quilos de farinha de trigo utilizada na receita.
- Os custos das matérias-primas geralmente estão em quilos e devem ser divididos por mil para se saber o custo de um grama e depois multiplicar pela quantidade utilizada na receita.
- O custo final por unidade de R\$ 0,082 (oito centavos) é obtido dividindo o preço da receita de R\$ 20,59 pela quantidade produzida (250 pães).
- O custo final por quilo de R\$ 1,65 é obtido dividindo o preço da receita de R\$ 20,59 por 12,5 quilos de produto depois de assado.
- Para saber a perda correta na padaria, eles devem acompanhar o padeiro pesando a massa desde a separação da matéria-prima até o produto final, pesando sempre, em todas as etapas.

**Parte B - Exercício em Grupo** : cálculo do Pão Francês de 50 gramas/ para 2.000 gramas de farinha de trigo.

Forme grupo de até cinco participantes e calcule o custo unitário do Pão francês e o preço por quilo. Lembre-se que os preços das matérias-primas são valores aproximados e que o importante é o método de cálculo. Utilize para o exercício a tabela a seguir:

**Exercício para Cálculo da receita do Pão Francês para 2.000 gramas de farinha de trigo.**

**Tabela nº 8 –Controle de custo dos produtos fabricados**

	CONTROLE DE CUSTO DOS PRODUTOS FABRICADOS				PRODUTO PÃO FRANCÊS
INGREDIENTES DA MASSA	%	PESO	PREÇO P/ KG (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)	MODO DE FAZER
Farinha de trigo					
Água potável gelada					
Sal refinado iodado					
Gordura vegetal					
Fermento biológico					
Açúcar cristal					
Melhorador					

<b>Subtotal</b>					
<b>RECHEIOS E/OU COBERTURAS</b>					
<b>TOTAL DA RECEITA</b>					
<b>EMBALAGENS</b>	<b>QTDE</b>	<b>PREÇO UNITÁRIO</b>	<b>TOTAL</b>		
<b>TOTAL GASTO COM EMBALAGEM</b>					
<b>TOTAL DA RECEITA + EMBALAGEM</b>				<b>R\$</b>	
<b>APURAÇÃO</b>					
<b>TOTAL PRODUZIDO APÓS ASSADO:</b>					
<b>UNIDADE:</b> _____		<b>QUILO:</b> _____ <b>kg</b> _____			
<b>RESULTADO DO CUSTO VARIÁVEL:</b>					
<b>UNIDADE: R\$</b> _____		<b>QUILO: R\$</b> _____			

#### **ATIVIDADE 4 – IMPOSTOS E TRIBUTAÇÃO VARIÁVEIS**


Você participará de uma exposição dialogada, coordenada pelo Educador, sobre impostos e tributação variáveis.

O slide S10E3 apresenta os dois grupos de tributação (**normal e Simples nacional**) existentes em nosso país. A legislação brasileira divide os impostos em dois grandes grupos: tributação pelo Regime Normal e Simples Nacional.


FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Impostos**

- **Empresas com Regime de Tributação Normal**
- **Empresas com Regime de Tributação Simples Nacional**



Educação SEBRAE S 10 E 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

O slide S11E3 apresenta a forma de tributação normal pelo lucro real e lucro presumido.


FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Empresas com Tributação Normal**

- Lucro Real**
  - Base de cálculo: apuração dos resultados (receitas menos gastos)
- Lucro Presumido**
  - Base de Cálculo: faturamento da empresa.



Educação SEBRAE S 11 E 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Importante!**

- a) Os impostos no regime de tributação normal são calculados com base no lucro real e no lucro presumido. O empresário pode optar por um sistema ou por outro, mas se a empresa faturar mais de R\$ 48 milhões por ano utiliza somente pelo lucro real. A obrigatoriedade ou não, depende da legislação vigente do imposto de renda que sofre alterações constantemente.
- b) Para o **lucro presumido e o Super Simples a base de cálculo é o faturamento da empresa.**
- c) Para o **lucro real a base de cálculo é o lucro líquido**, ou seja, o faturamento subtraído dos gastos para cálculo do imposto de renda e contribuição social sobre o lucro.
- d) **Resumindo:**
  - ✓ **Lucro real: é calculado a partir da receita bruta. Para empresas com faturamento anual de R\$ 48 milhões de reais o mesmo é obrigatório.**
  - ✓ **Lucro presumido: o fisco antecipa presumidamente uma margem do lucro da empresa.**

O slide S12E3 apresenta os impostos federais e estaduais no regime de lucro presumido.



O quadro a seguir apresenta os impostos, suas alíquotas e a forma de cálculo.

**Quadro nº 5 - Dados para o cálculo dos impostos com base no “Lucro Real e Presumido”**

<b>Impostos</b>	<b>Alíquota</b>	<b>Forma de Cálculo</b>
PIS	0,65%	PIS = Faturamento x Alíquota
COFINS	3,00%	COFINS = Faturamento x Alíquota
IRPJ - Lucro Presumido	15,00%	IRPJ = Faturamento x Presunção do lucro (8%) = Lucro presumido x Alíquota
CSLL	9,00%	CSLL = Faturamento x Presunção do Lucro (12%) x Alíquota (9%)

ICMS	Varia de acordo com o estado, produto e leis de incentivos fiscais	Exemplo: ICMS Devido = Faturamento (R\$ 50.000,00) x alíquota (12%) = R\$ 6.000,00 Se Crédito = ICMS das compras (R\$ 3.700,00) Então ICMS a recolher = R\$ 6.000,00 x R\$ 3.700,00 = R\$ 2.300,00
------	--	--

### Lembre-se!

Os impostos federais são recolhidos por meio do **DARF – Documento de Arrecadação Federal**.

Para a empresa com tributação normal – lucro presumido, temos:

- ✓ CSLL = calcula-se 12%(lucro presumido) sobre o faturamento da empresa e multiplica-se o resultado por 9%.
- ✓ IRPJ = calcula-se 8% (lucro presumido) sobre o faturamento e multiplica-se por 15%.

O slide S13E3 apresenta informações sobre o cálculo do ICMS.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**ICMS**

**Varia conforme:**

- Estado
- Produto
- Leis de incentivos

**•Exemplo:**

- Faturamento (R\$ 50.000,00) x alíquota do ICMS (12%) = R\$ 6.000,00
- ICMS devido no mês(R\$ 6.000,00) – crédito de ICMS das compras do mês (R\$ 3.700,00) = ICMS a recolher R\$ 2.300,00

Educação SEBRAE

S 13 E 3



**O Cálculo do ICMS:** dependem da somatória de diversas alíquotas de diversos produtos.

Exemplo de cálculo do ICMS, a ser realizado pelo Educador:

- Faturamento da empresa: R\$ 50.000,00
- Alíquota do ICMS sobre os produtos vendidos: 12%
- Total do crédito apurado sobre as compras do mês: R\$ 3.700,00
- Calcule o ICMS devido aplicando sobre o faturamento a alíquota de 12%:
  - R\$ 50.000,00 x 12% = R\$ 6.000,00
- Para encontrar o ICMS a ser pago pela empresa subtraia do ICMS devido o crédito sobre as compras:
  - R\$ 6.000,00 – R\$ 3.700,00 = R\$ 2.300,00

O slide S14E3 apresenta a forma de tributação das Micro e Pequenas Empresas brasileiras.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Tributação da Micro e Pequenas Empresas**


**Lucro Presumido**

- O fisco antecipa presumidamente uma margem de lucro da empresa.

**Simplex Nacional**

- Lei complementar 123/2006
- O fisco unificou a cobrança dos Impostos Federais, estaduais e municipais.
- Também é recolhido o INSS
- As alíquotas são calculadas conforme o faturamento acumulado nos últimos 12 meses e aplicado sobre o mês atual.

Educação SEBRAE S 14 E 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Observe que:

- ✓ Mais de **95% das padarias e confeitarias optam pelo regime Simplex Nacional conforme a ABIP.**
- ✓ O ICMS é um imposto estadual que pode variar conforme estado, produtos e leis de incentivo.

O slide E15E3 apresenta informações sobre o Simplex Nacional.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Simplex Nacional**

Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições

- Parte integrante da Lei Geral da MPE
- Substitui impostos:
- Federais: PIS, COFINS, CSLL, IRPJ, IPI
- Estaduais: ICMS para o comércio
- Municipais: ISS para prestadores de serviços

Educação SEBRAE S 15 E 3



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Agora, leia o quadro nº 7 com informações sobre o **super simples**.

**Quadro nº 6- Detalhes sobre o SUPERSIMPLES**

<b><u>SIMPLES NACIONAL OU SUPERSIMPLES</u></b>	
<b><u>LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006, 127/2007 e 128/2008</u></b>	
	Sistema integrado e simplificado de pagamento de impostos e contribuições.
<b><u>O que efetua?</u></b>	O Supersimples substitui tributos <u>Federais, Estaduais e Municipais</u> .
<b><u>Impostos substituídos pelo simples nacional</u></b>	<u>Impostos Federais</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ</li> <li>• Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI</li> <li>• Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL</li> <li>• Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS</li> <li>• Programa de Integração Social – PIS</li> </ul> <u>Imposto Estadual</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS</li> </ul> <u>Imposto Municipal</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impostos Sobre Serviços – ISS</li> </ul>

**Lembrete:**

- O ICMS e o ISS estão incluídos no Super Simples, podendo ter alguma redução, conforme convênio específico da cada unidade federativa, modificando e/ou reduzindo as alíquotas.
- A alíquota pode variar mês a mês, dependendo do faturamento acumulado.
- O INSS é recolhido junto com o Super Simples, incidindo sobre o faturamento e não sobre a folha de pagamento.

**Observações:**

- No sítio [www.leigeral.com.br](http://www.leigeral.com.br) você conhecerá mais sobre a lei do Super Simples.
- No sítio [www.dpc.com.br/tabelas/tabela\\_super\\_simples.pdf](http://www.dpc.com.br/tabelas/tabela_super_simples.pdf) você encontrará as tabelas para cálculo do imposto.

A tabela abaixo permite a visualização das alíquotas do imposto Simples.

**Tabela nº. 9 - Relação de impostos e alíquotas presentes na Tabela 1/Anexo 1 da Lei Complementar 123/2006 que criou o Super Simples.**

<b>ANEXO 1 – ATIVIDADE COMERCIAL</b>							
<b>Receita Bruta em 12 meses (R\$)</b>	<b>ALÍQUOTA</b>	<b>IRPJ</b>	<b>CSLL</b>	<b>COFINS</b>	<b>PIS/PASEP</b>	<b>INSS</b>	<b>ICMS</b>
Até 120.000,00	4,00%	0,00%	0,21%	0,74%	0,00%	1,80%	1,25%
De 120.000,01 a 240.000,00	5,47%	0,00%	0,36%	1,08%	0,00%	2,17%	1,86%
De 240.000,01 a 360.000,00	6,84%	0,31%	0,31%	0,955	0,23%	2,71%	2,33%
De 360.000,01 a 480.000,00	7,54%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%



De 480.000,01 a 600.000,00	7,60%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%
De 600.000,01 a 720.000,00	8,28%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%
De 700.000,01 a 840.000,00	8,36%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%
De 840.000,01 a 960.000,00	8,45%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%
De 960.000,01 a 1.080.000,00	9,03%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%
De 1.080.000,01 a 1.200.000,00	9,12%	0,43%	0,43%	1,26%	0,30%	3,60%	3,10%
De 1.200.000,01 a 1.320.000,00	9,95%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%
De 1.320.000,01 a 1.440.000,00	10,04%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%
De 1.440.000,01 a 1.560.000,00	10,13%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%
De 1.560.000,01 a 1.680.000,00	10,23%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%
De 1.680.000,01 a 1.800.000,00	10,32%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%
De 1.800.000,01 a 1.920.000,00	11,23%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%
De 1.920.000,01 a 2.040.000,00	11,32%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%
De 2.040.000,01 a 2.160.000,00	11,42%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%
De 2.160.000,01 a 2.280.000,00	11,51%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%
De 2.280.000,01 a 2.400.000,00	11,61%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%

Exemplo de apuração do Super Simples.

**Tabela nº. 10 - Apuração do Simples nacional da empresa “Pão Italiano” em 2008.**

Exemplo de Cálculo do Simples Nacional				
Meses	Faturamento Mensal R\$	Faturamento Acumulado R\$	Alíquota	Valor do Imposto
Janeiro	50.000,00	50.000,00	4,00%	2.000,00
Fevereiro	50.000,00	100.000,00	4,00%	2.000,00
Março	50.000,00	150.000,00	5,47%	2.735,00
Abril	50.000,00	200.000,00	5,47%	2.735,00
Maio	50.000,00	250.000,00	6,84%	3.420,00
Junho	50.000,00	300.000,00	6,84%	3.420,00
Julho	50.000,00	350.000,00	6,84%	3.420,00
Agosto	50.000,00	400.000,00	7,54%	3.770,00
Setembro	50.000,00	450.000,00	7,54%	3.770,00
Outubro	50.000,00	500.000,00	7,60%	3.800,00
Novembro	50.000,00	550.000,00	7,60%	3.800,00
Dezembro	50.000,00	600.000,00	7,60%	3.800,00
<b>Total do Imposto</b>				<b>38.670,00</b>
<b>Média Mensal Imposto Simples</b>				<b>6,45%</b>

Cálculo dos impostos e tributação da empresa “Pão italiano” nos regimes de tributação normal – lucro presumido e simples nacional, a ser efetuado pelo Educador (Tabelas 10 e 11). Observe os dados da Empresa:

- Faturamento acumulado: R\$ 600.000,00
- Faturamento no mês: R\$ 50.000,00
- Créditos de ICMS no mês: R\$ 2.000,00
- ICMS devido no mês: R\$ 4.000,00\* (foi calculado a partir dos vários tipos de alíquotas de todos os produtos disponíveis na padaria e confeitaria).

**Tabela 11 - 1º Caso – Exemplo de cálculo para empresa optante pelo regime normal - lucro presumido.**

Impostos	Memória de Cálculo	Valor R\$
PIS	0,65% (alíquota do PIS) x R\$ 50.000,00 (faturamento)	R\$ 325,00
COFINS	3,00% (alíquota do COFINS) x R\$ 50.000,00 (faturamento)	R\$ 1.500,00
IRPJ	8% (lucro Presumido) x 15%(alíquota IRPJ)= 8%x15% x R\$ 50.000,00	R\$ 600,00
CSLL	12% (lucro presumido) x 9% (alíquota CSLL)=12%x9% x R\$ 50.000,00	R\$ 540,00
ICMS	ICMS devido (R\$ 4.000,00) – ICMS crédito (R\$ 2.000,00)	R\$ 2.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 4.965,00</b>

**Tabela 12 - 2º Caso – Exemplo de cálculo para empresa optante pelo regime do Simples Nacional**

Impostos	Memória de Cálculo	Valor R\$
SIMPLES	7,60%*	R\$ 3.800,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 3.800,00</b>

\* Valor do simples referente ao faturamento acumulado de R\$ 600.000,00 nos últimos doze meses.

### **Parte B - Exercício em Grupo**

Você participará de uma atividade em grupo para calcular os impostos devidos por uma empresa de duas maneiras: tributação normal e Simples nacional. Leia atentamente os dados da empresa, a seguir, e utilize as tabelas 12 e 13 para efetuar os cálculos.

**Empresa: “Pães e Tortas Vovó Lila Ltda.”**

- Faturamento acumulado: R\$ 630.000,00
- Faturamento no mês: R\$ 60.000,00
- Créditos de ICMS no mês: R\$ 2.800,00
- ICMS devido no mês: R\$ 4.080,00\* (foi calculado a partir dos vários tipos de alíquotas de todos os produtos disponíveis na padaria e confeitaria).

**Tabela 13 - 1º Caso – Cálculo para empresa optante pelo regime normal - lucro presumido.**

Impostos	Memória de Cálculo	Valor R\$
PIS	(alíquota do PIS) x R\$ (faturamento)	
COFINS	(alíquota do COFINS) x R\$ faturamento)	
IRPJ	(lucro Presumido) x (alíquota IRPJ)	
CSLL	(lucro presumido) x (alíquota CSLL)	
ICMS	ICMS devido (R\$ ) – ICMS crédito (R\$ )	
<b>TOTAL</b>		

**Tabela 14 - 2º Caso – Cálculo para empresa optante pelo regime do Simples Nacional**

<b>Impostos</b>	<b>Memória de Cálculo</b>	<b>Valor R\$</b>
SIMPLES		
<b>TOTAL</b>		

**DICA:**

Para saber mais sobre impostos o ideal é procurar um contador ou um especialista em tributos e fazer um curso da área.

## ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 3

Você participará de uma atividade de encerramento do Encontro 3.

### RESUMO DO ENCONTRO 3

Custo da Mercadoria Vendida	<ul style="list-style-type: none"><li>• É o valor da mercadoria adquirida para revenda e/ou para produção própria na padaria, agregado dos valores como, por exemplo, o frete.</li></ul>
Impostos e Tributações	<ul style="list-style-type: none"><li>• As empresas estão divididas em: Regime de Tributação Normal e Regime de Tributação Especial Simples Nacional.</li></ul>
Regimes de Tributação	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lucro Presumido: o IRPJ e CLL são calculados sobre o faturamento.</li><li>• Lucro Real: o IRPJ e CSLL são calculados sobre o resultado das Receitas – Despesas.</li><li>• Simples Nacional: é calculado conforme tabela e incide sobre o faturamento.</li></ul>
Impostos Federais – Tributação Normal	<ul style="list-style-type: none"><li>• PIS – Programa de integração Social – 0,65% do faturamento</li><li>• COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social – 3%</li><li>• IRPJ – Imposto de Renda da Pessoa Jurídica – 15% (lucro real ou presumido)</li><li>• CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – 12% (lucro real) e 9% sobre 12% do faturamento (lucro presumido)</li></ul>
Impostos Estaduais – Regime Normal	<ul style="list-style-type: none"><li>• ICMS – imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços.</li><li>• A alíquota varia de estado e do regime tributário especial da empresa e/ou produto.</li></ul>
Impostos Federais e Estaduais – Regime Simples Nacional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Os tributos serão calculados mediante as alíquotas estabelecidas nos anexos da Lei Complementar 123/2006 e recolhidos em guia única.</li><li>• IRPJ, IPI, CSLL, COFINS, PIS, ICMS.</li></ul>
Departamentos	<ul style="list-style-type: none"><li>• É a divisão dos produtos em seções. Exemplos: mercearia, bebidas, cigarros, etc.</li></ul>

---

## **ENCONTRO 4 – FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA**

---

Neste encontro, serão criadas as condições necessárias para que você desenvolva competências para:

- Compreender o processo de formação do preço de venda dos produtos pelo método Mark-up.
- Compreender a importância do cliente e da concorrência na formação do preço de venda.
- Compreender a margem de contribuição, venda prevista e Mark-Up por departamento de produtos.
- Predispor-se a adotar novos procedimentos de cálculo do preço de venda.
- Formar o preço de venda por meio de uma planilha de simulação de custos.

### **CARGA HORÁRIA**

3 Horas.

## **ROTEIRO DE ATIVIDADES**

### **Atividade de Abertura do Encontro 4**

Exposição dialogada sobre os principais pontos do Encontro 3 e as competências a serem desenvolvidas no Encontro 4.

### **Atividade 1 : A Importância do Gerenciamento de Custos**

Exposição oral e dialogada sobre a importância do gerenciamento dos custos.

### **Atividade 2 : Simulação de Custos**

Exercício em grupo para simulação dos custos na padaria/confeitaria.

### **Atividade 3 : Análise de Mercado**

Exposição oral e dialogada sobre a análise de mercado.

### **Atividade do Encerramento do Encontro 4**

Exposição dialogada para encerramento e avaliação do encontro.

## ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 4


Você participará de uma atividade para relatar o que ficou de mais importante em relação ao Encontro 3 e conhecerá as competências a serem desenvolvidas no Encontro 4, conforme o slide S1E4.

- O slide S1E4 apresenta as competências que serão desenvolvidas no Encontro 4.


**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Encontro 4**  
**Competências a serem desenvolvidas:**

- Compreender o processo de formação do preço de venda dos produtos pelo método de mark-up;
- Compreender a importância do cliente e da concorrência na formação do preço de venda;
- Compreender a margem de contribuição, venda prevista e Mark-up por departamento;
- Predispor-se a adotar novos procedimentos de cálculo de preço de venda.
- Formar o preço de venda por meio de uma planilha de simulação de custos.



Educação SEBRAE S 1 E 4



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DO GERENCIAMENTO DE CUSTOS**

Você participará de uma exposição dialogada, coordenada pelo Educador, para compreender a importância do Gerenciamento de Custos.

### **Parte A: Exposição dialogada sobre a importância do Gerenciamento de Custos (Tempo: 10 min)**

- Pense na seguinte questão: “Quais os benefícios que o **gerenciamento de custos** pode trazer para sua padaria/confeitaria?”
- Agora, leia o slide S2E4 que contém os benefícios gerados pelo **gerenciamento de custos** na padaria e confeitaria, aceitos pelo setor.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Gerenciamento de Custos**  
**Benefícios:**



- Conhecer os produtos que são mais lucrativos.
- Possibilitar o incentivo de venda dos produtos mais rentáveis.
- Facilitar a redefinição do mix de produtos.
- Ter condições para fazer promoções mais audaciosas nos preços dos produtos.
- Tornar a padaria/confeitaria mais competitiva.

Educação SEBRAE      S 2 E 4      

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Lembre-se de ler o texto de apoio a seguir (**Texto 1: Gerenciamento de Custos**) deverá ser lido posteriormente, para tirar qualquer dúvida que você ainda tenha sobre o assunto.

### **Texto 1: Gerenciamento de Custos**

Fonte: Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria. 2008

*A desinformação é um grande obstáculo para quem deseja ter um crescimento consistente em sua padaria / confeitaria. Estar a par, portanto, dos fatores que determinam o preço de venda de custo das mercadorias, por exemplo, o custo da mercadoria vendida, as despesas variáveis e os custos fixos dos produtos de produção própria e das mercadorias que são revendidas são primordiais para garantir maior lucratividade.*



*Para o rateio dos custos, que é a participação de cada departamento no total dos custos, utilizamos como referência a margem de contribuição que é o resultado do preço de venda menos o preço de custo dividido pelo lucro total da padaria/confeitaria. Também utilizamos o Mark-up de cada departamento que é um percentual adicionado ao preço de custo da mercadoria ou produto. Lembramos que o departamento é o agrupamento de produtos similares com uma margem de lucro de valores aproximados entre eles. O Mark-up é uma metodologia simples e rápida de precificação muito utilizada nas padarias/confeitarias e também por outras empresas. Com o rateio poderemos conhecer de forma mais profunda os custos dos produtos fabricados ou revendidos pela empresa e que auxiliará na formação do preço de venda.*

*De posse dos valores do custo da mercadoria vendida e adicionando o Mark-up, poderemos determinar a venda prevista por departamento e o total das vendas da empresa. A partir destes valores encontrados teremos condições de pensar na empresa de forma competitiva. Porque com o montante das vendas menos os custos da mercadoria vendida já teremos o lucro bruto. Desta informação decisões já poderão ser tomadas como, por exemplo, saber qual ou quais departamentos são mais lucrativos. A partir daí ficará mais fácil saber quais produtos o gestor deve trabalhar para aumentar a lucratividade. E com o auxílio da margem de contribuição por produtos as decisões serão ainda mais acertadas.*

*Geralmente, as empresas que têm filiais e centrais de produção têm problemas com o repasse no preço de produção porque não calculam os custos de forma correta. Muitas vezes os custos de produção superam o preço de venda. Por falta de controles adequados de custos a empresa acaba sendo prejudicada na medida em que tem que precificar um produto de produção própria. O preço inadequado na loja (se for superior ao praticado no mercado) pode gerar insatisfação no cliente e se for inferior prejudicará a empresa, gerando prejuízo.*

*Gerenciar custos é conhecer e controlar os indicadores da empresa como custos das mercadorias vendidas e as despesas operacionais, que são gastos necessários à movimentação da empresa. As vendas também devem ser acompanhadas como Indicadores. Se as decisões forem tomadas baseadas nestes três indicadores citados a empresa já estará caminhando rumo a seu sucesso.*


### **Parte B: Exposição dialogada sobre a Simulação de Custos (Tempo: 50 min)**

Você participará de uma exposição oral e dialogada “simulação de custos” de produtos em uma padaria/confeitaria.

O slide S3E4 apresenta as colunas que compõem a planilha de simulação de custos.


**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Planilha de Simulação de Custos**



- Coluna A - Departamentos
- Coluna B - CMV
- Coluna C - Mark-up
- Coluna D - Venda Prevista
- Coluna E - Lucro Bruto
- Coluna F - Margem de Contribuição
- Coluna G - Rateio de Custos

Educação SEBRAE **S 3 E 4**




---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

Observe atentamente o slide S4E4 que apresenta a Tabela nº 3 - Planilha para Simulação de Custos.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

Departamentos (A)	CMV (B)	Mark-Up (C)	Venda Prevista (D)		Lucro Bruto (E)	Margem de Contribuição (F)	Rateio de Custos (G)
			R\$	%			
11. Mercearia	4.100,00	30,0%	5.330,00	9,2%	1.230,00	5,1%	910,00
12. Bebidas	4.200,00	40,0%	5.880,00	10,1%	1.680,00	6,9%	1.244,00
13. Frios e fatiados	1.200,00	70,0%	2.040,00	3,5%	840,00	3,5%	622,00
14. Congelados	900,00	35,0%	1.215,00	2,1%	315,00	1,3%	233,00
15. Laticínios e derivados	1.900,00	45,0%	2.755,00	4,7%	855,00	3,5%	633,00
16. Cigarros	6.200,00	9,3%	6.776,60	11,6%	576,60	2,4%	427,00
17. Bomboniere	1.000,00	100,0%	2.000,00	3,4%	1.000,00	4,1%	740,00
18. Sorvetes	800,00	30,0%	1.040,00	1,6%	240,00	1,0%	178,00
19. Leite Longa Vida	6.900,00	12,0%	7.728,00	13,3%	828,00	3,4%	613,00
20. Matéria-prima	6.700,00	250,0%	23.450,00	40,3%	16.750,00	68,3%	12.400,00
<b>Total</b>	<b>33.900,00</b>		<b>58.214,60</b>	<b>100%</b>	<b>24.314,60</b>	<b>100%</b>	<b>18.000,00</b>

Educação SEBRAE **S 4 E 4**




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

A seguir, apresentamos a Planilha para você.

**Tabela nº 1 - Planilha para Simulação de Custos**

1. Departamentos (A)	2. CMV (B)	3. Mark-Up (C)	4. Venda Prevista (D)		5. Lucro Bruto (E)	6. Margem de Contribuição (F)	7. Rateio de Custos (G)
			R\$	%			
11. Mercearia	4.100,00	30,0%	5.330,00	9,2%	1.230,00	5,1%	910,00
12. Bebidas	4.200,00	40,0%	5.880,00	10,1%	1.680,00	6,9%	1.244,00
13. Frios e fatiados	1.200,00	70,0%	2.040,00	3,5%	840,00	3,5%	622,00
14. Congelados	900,00	35,0%	1.215,00	2,1%	315,00	1,3%	233,00
15. Laticínios e derivados	1.900,00	45,0%	2.755,00	4,7%	855,00	3,5%	633,00
16. Cigarros	6.200,00	9,3%	6.776,60	11,6%	576,60	2,4%	427,00

17. Bombonière	1.000,00	100,0%	2.000,00	3,4%	1.000,00	4,1%	740,00
18. Sorvetes	800,00	30,0%	1.040,00	1,8%	240,00	1,0%	178,00
19. Leite Longa Vida	6.900,00	12,0%	7.728,00	13,3%	828,00	3,4%	613,00
20. Matéria-prima	6.700,00	250,0%	23.450,00	40,3%	16.750,00	68,9%	12.400,00
<b>Total</b>	<b>33.900,00</b>		<b>58.214,60</b>	<b>100%</b>	<b>24.314,60</b>	<b>100%</b>	<b>18.000,00</b>

### **Fique atento!**

O Educador efetuará, detalhadamente, a explicação de cada elemento que compõe a Planilha e o seu devido cálculo, para que você possa utilizar estes conhecimentos na rotina de seu negócio.

## **1. Coluna A: Departamentos**

Para facilitar sua compreensão, lembre-se que a padaria retratada no exemplo organiza-se em departamentos (divisão dos produtos em seções), como os indicados na Coluna A, e estudados nos encontros passados. Se você está com alguma dúvida, observe as informações colocadas a seguir, a título de revisão:

### ***Quadro nº 1 – Exemplos de departamentos***

DEPARTAMENTO 11 – MERCEARIA			
Seção	Produto	Seção	Produto
1	Açúcar	13	Milho para pipoca
2	Arroz	14	Molhos
3	Biscoitos	15	Óleo de soja
DEPARTAMENTO 12 – BEBIDAS			
Seção	Produto	Seção	Produto
25	Refrigerante Coca-Cola	34	Leite de soja
26	Refrigerante Antártica	35	Cervejas claras
27	Sucos	36	Cervejas Escuras
DEPARTAMENTO 13 - FRIOS E FATIADOS			
Seção	Produto	Seção	Produto
43	Blanquet de peru	46	Queijo Mussarela
44	Presuntos	47	Queijo Prato

## **1. Coluna B: CMV – Custo da mercadoria Vendida**

Apresentado na Coluna B, o CMV é um importante instrumento para gestão de uma padaria/confeitaria. Fique atento para os detalhes de seu cálculo.

### **Lembrete:**

1. Para empresas que não contam estoque mensalmente, o Custo da Mercadoria Vendida - CMV é igual ao valor das compras das mercadorias adquiridas para revenda e/ou para produção própria.

2. Para empresas que contam estoque é apurado da seguinte forma:

**Fórmula:**

$$\text{CMV} = \text{Estoque inicial} + \text{Compras} - \text{Estoque final}$$

É importante que a empresa faça a contagem de estoque mensalmente e a apure o CMV de acordo com o exemplo abaixo:


$$\text{CMV} = \text{estoque inicial (dia 1º do mês) R\$ 5.000,00} + \text{compras do mês R\$ 25.000,00} - \text{estoque final (dia 31 do mês) R\$ 10.000,00} = \text{R\$ 20.000,00}$$

### **3. Coluna C: Mark-up**

O slide S5E4 apresenta a definição de Mark-Up e sua forma de cálculo em percentual.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA


**MARK-UP**



- É o percentual que se aplica ao custo unitário do produto para se chegar ao preço de venda.
- Este percentual deve ser suficiente para cobrir todas as despesas e o lucro desejado pela padaria/confeitaria.
- A fórmula do Mark-up é a seguinte:

$$\% \text{Mk-up} = \frac{[(\text{preço de venda} / \text{preço de custo}) - 1] \times 100}{1}$$

Educação SEBRAE S 5 E 4



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

#### ***Exemplo de cálculo de Mark-up do departamento Mercadoria:***

- Preço de venda R\$ 5.330,00 e Preço de Custo R\$ 4.100,00
  - Substituindo na fórmula acima, teremos:
    - $\% \text{ Mk-up} = \{[(\text{R\$ } 5.330,00 / \text{R\$ } 4.100,00) - 1] \times 100\}$
    - $\% \text{ Mk-up} = \{[1,30 - 1] \times 100\}$
    - $\% \text{ Mk-up} = \{0,30 \times 100\}$
    - $\% \text{ Mk-up} = 30\%$

### **4. Coluna D: Venda Prevista**

O slide S6E4 apresenta a definição de “venda prevista” e sua forma de cálculo.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Venda Prevista**

É o resultado da soma do CMV (Custo da Mercadoria Vendida) mais o mark-up.

Fórmula:  
Venda Prevista = CMV + Mark-up



Educação SEBRAE S 6 E 4




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemplo de Cálculo da Venda Prevista do departamento de matéria-prima:**

1º - Valor do CMV departamento matéria-prima = R\$ 6.700,00

2º - Mark-up = 250%

3º - Cálculo do **Mark-up** = R\$ 6.700,00 X 250% = **R\$ 16.750,00**

4º - Cálculo da **Venda Prevista** = Soma o valor da matéria-prima ao valor encontrado do Mark-up = R\$ 6.700,00 + R\$ 16.750,00 = **R\$ 23.450,00**

**5. Coluna E: Lucro Bruto**

O slide S7E4 apresenta a definição de “Lucro Bruto” e sua forma de cálculo.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Lucro Bruto**

É a diferença entre o preço de venda do produto e o preço de custo ou CMV- Custo da Mercadoria Vendida.

Fórmula:  
Lucro bruto  
=  
Preço de Venda – Preço de custo



Educação SEBRAE S 7 E 4




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemplo de cálculo do Lucro Bruto do departamento Mercearia:**

- Preço de venda R\$ 5.330,00 e Preço de Custo R\$ 4.100,00
- Substituindo na fórmula acima, teremos:
  - ✓ Lucro bruto = R\$ 5.330,00 - R\$ 4.100,00


✓ Lucro bruto = R\$ 1.230,00

## **6. Coluna F: Margem de Contribuição**

O slide S8E4 apresenta a definição de “Margem de Contribuição” e sua forma de cálculo.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Margem de Contribuição:**



É o valor em percentual que indica com quanto um produto ou departamento contribui para a formação do lucro.

Fórmula:  
$$\%MC = \left[ \frac{\text{Lucro bruto do produto}}{\text{Lucro bruto total}} \times 100 \right]$$

Educação SEBRAE      S 8 E 4      

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Exemplo de cálculo da margem de contribuição do departamento Mercearia:

- Preço de venda = R\$ 5.330,00 e Preço de Custo = R\$ 4.100,00
- Lucro Bruto total = R\$ 24.314,60
- Substituindo na fórmula acima, teremos:
  - $\% MC = \left[ \frac{(R\$ 5.330,00 - R\$ 4.100,00)}{R\$ 24.314,60} \times 100 \right]$
  - $\% MC = \left[ \frac{R\$ 1.230,00}{R\$ 24.314,60} \times 100 \right]$
  - $\% MC = \{0,506 \times 100\}$
  - $\% MC = 5,1\%$

### **Importante!**

O conhecimento da margem de contribuição auxilia os gerentes a:

a) decidir sobre:

- ✓ Diminuição ou expansão da linha de produção;
- ✓ Estratégia de preços;
- ✓ Publicidade e propaganda;

b) avaliar o desempenho da empresa.

## **7. Coluna G: Rateio de Custo**

O slide S9E4 apresenta a definição de “Rateio de Custos”.

## FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA



### Rateio de Custos

É a divisão do total dos custos operacionais entre departamentos da padaria/confeitaria, baseado na margem de contribuição de cada produto e/ou departamento.

Educação SEBRAE

S 9 E 4



Observe que na planilha de simulação de custos, estimamos um valor total de custos a ser rateado (coluna G) de R\$ 18.000,00, que é a somatória dos impostos, despesas variáveis e fixas.

### ***Exemplo de cálculo do Rateio de Custos do departamento de Mercearia:***

- ✓ 1º passo: preencher o campo do total com o valor de R\$ 18.000,00;
- ✓ 2º passo: multiplicar o percentual de participação da margem de contribuição (coluna F) vezes o valor total R\$ 18.000,00 da coluna G;
- ✓ 3º passo: cálculo do Rateio de Custos =  $5,06\% \times 18.000,00 = \text{R\$ } 910,00$
- ✓ Informe que o valor encontrado de R\$ 910,00 é o valor que o departamento de mercearia deve contribuir para pagar as despesas de R\$ 18.000,00.

## **ATIVIDADE 2 – SIMULAÇÃO DOS CUSTOS**

Você participará de uma atividade em grupo para cálculo de uma planilha de simulação de custos.

Atenção!

- a) os dados dos departamentos e CMV e Mark-up já estão preenchidos.
- b) o total dos custos operacionais a serem rateados é de R\$ 19.000,00.

Calculuem, por etapa, os seguintes elementos:

1. **a venda prevista;**
2. **lucro bruto;**
3. **margem de contribuição e**
4. **rateio de custos.**

### **Exercício em grupo: “A prática da “Simulação de Custos”**

Informações:

- a) os dados dos departamentos e CMV e Mark-up já estão preenchidos.
- b) o total dos custos operacionais a serem rateados é de R\$ 19.000,00.

**Orientação:** calcule a venda prevista, lucro bruto, margem de contribuição, rateio de custos.

**Tabela nº 2 - Exercício de Simulação de Custos**

Departamentos (A)	CMV (B)	Mark-Up (C)	Venda Prevista (D)		Lucro Bruto (E)	Margem de Contribuição (F)	Rateio de Custos (G)
			R\$	%			
11. Mercearia	5.000,00	30%					
12. Bebidas	4.000,00	40%					
13. Frios e fatiados	1.000,00	70%					
14. Congelados	800,00	35%					
15. Laticínios e derivados	1.500,00	45%					
16. Cigarros	6.000,00	9,30%					
17. Bombonière	900,00	100%					
18. Sorvetes	900,00	30%					
19. Leite Longa Vida	7.100,00	12%					
20. Matéria-prima	6.500,00	250%					
<b>Total</b>	<b>33.700,00</b>						<b>19.000,00</b>



**Importante!**

O processo de simulação de custos é fundamental para o lucro e o conseqüente sucesso do negócio. Com os dados encontrados na planilha de simulação de custos podemos analisar quais os departamentos são lucrativos e que valem a pena continuar investindo.

### **ATIVIDADE 3 – ANÁLISE DE MERCADO**

Você participará de uma atividade sobre análise de mercado. Participe da exposição oral e dialogada com o Educador.

#### **Parte A: Exposição dialogada**


O S10E4 apresenta os assuntos a serem trabalhados nesta atividade.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Análise de Mercado**

- **Mercado** – setor comercial onde está inserida a padaria/confeitaria.  
Ex.: Setor da panificação e confeitaria
- **Cliente** – aquele que adquire e/ou consome produtos na padaria e confeitaria. Ex.: Sr. José de Souza
- **Parceiros** – são as pessoas ou empresas reunidas em torno de objetivos ou interesses comuns – Ex.: padaria + moinhos
- **Concorrente** – empresa ou indivíduo que comercializa produtos similares ao da padaria/confeitaria e buscam os mesmos clientes. Ex.: padaria na mesma rua
- **Outras variáveis externas**: redução de impostos por parte do governo. Ex.: PIS/COFINS para o trigo.

Educação SEBRAE S 10 E 4



#### **Lembrete:**

- A padaria e confeitaria são estabelecimentos comerciais inseridos no “mercado”.
- Neste “mercado” existem “atores” que se relacionam entre si (proprietários, clientes, fornecedores, concorrentes, colaboradores, governo, e sociedade).
- Conhecer este mercado é fundamental, pois este conhecimento permite decisões gerenciais mais corretas.
- Outra definição de Fornecedor: “é toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, pessoas físicas ou entidades sem personalidade jurídica que produzem, criam, montam, constroem, transformam, exportam, distribuem ou vendem produtos e serviços aos consumidores”. (Site [www.procon.df.gov.br](http://www.procon.df.gov.br)).
- As **variáveis externas** são situações que influenciam o desempenho da padaria / confeitaria, como por exemplo:
  - ✓ Crise econômica;
  - ✓ Redução ou aumento de impostos;
  - ✓ Estiagem influenciando o preço (Ex: trigo);
  - ✓ Pressão da concorrência; etc.

#### **Parte B: Trabalho em Grupo**

Os temas Mercado, Clientes, Concorrentes, Fornecedores e Parceiros, serão trabalhados nesta atividade a ser realizada em grupo conforme a orientação do Educador:

Grupo	Texto
I	<b>Texto 2 - O que é mercado?</b>
II	<b>Texto 3 – Quem são meus Clientes?</b>
III	<b>Texto 4– Conhecendo os concorrentes</b>
IV	<b>Texto 5 – Fornecedor: uma relação de parceria</b>
V	<b>Texto 6 - A força das parcerias</b>

**Orientação:** Cada grupo terá 10 minutos para a leitura do texto escolhido e deverá anotar na folha de flipchart as idéias mais importantes.

### **Texto 2 - O que é mercado?**

Fonte: [www.gsmd.com.br](http://www.gsmd.com.br) Adaptação: José Mário de Oliveira

*Podemos definir mercado como o local onde a empresa comercializa seus produtos e aplica suas estratégias. É no mercado que ocorrem as oportunidades e ameaças e também onde a empresa analisa suas fraquezas e potencialidades.*

*O mercado é formado pelas pessoas físicas ou jurídicas que compram e vendem produtos. Podemos considerar que mercado é o resultado da oferta e procura de um bem. Se a empresa produz ou revende produtos que possuem oferta e procura podemos dizer que existe mercado.*

*A demanda é representada pelo mercado comprador. A demanda é a procura resultante do desejo/necessidade somado ao poder de compra do cliente.*

*Se há oferta e procura de produto/serviço existe mercado. Se há a ausência deste fato o mercado é inexistente.*

*São três os pontos que influenciam a empresa em seu mercado:*

- 1. Tamanho e localização da empresa;*
- 2. Tipo, qualidade e quantidade de seus produtos;*
- 3. Política de preços e serviços.*

*A empresa após definir sua localização e perfil poderá saber quem serão os possíveis clientes, que vivem ou circulam no entorno da padaria/confeitaria. O perfil destes clientes pode ser traçado de acordo com suas necessidades e desejos. Assim a empresa definirá quais os produtos e serviços que atenderão a estes clientes.*

### Texto 3 – Quem são meus Clientes?

Você, empreendedor, sabe que uma importante variável que interfere nos negócios da empresa é o comportamento do consumidor. Fatores como o fato de mais mulheres estarem trabalhando fora de casa, muitos casais preferem ter filhos mais tarde ou ter um filho só, a ampliação da longevidade (brasileiro está vivendo mais nos dias atuais) e o aumento pela procura por alimentos saudáveis tem influenciado diretamente os negócios, e portando o empresário deve estar atento aos mesmos.

Neste sentido, é fundamental conhecer o cliente, seus desejos, necessidades e expectativas que precisam ser percebidas e atendidas pelo empresário. Para tanto, um bom caminho para este conhecimento é realizar uma entrevista com este cliente, ciente que a mesma poderá trazer informações fundamentais para a melhoria das vendas. A título de contribuição, abaixo é apresentado um modelo de entrevista que poderá ser adaptado.

<b>Entrevista: Descubra seu cliente</b>		
Endereço do cliente:		
Data:	Horário:	Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino
Idade: ( ) Até 12 anos ( ) de 12 a 18 anos ( ) de 18 a 30 anos ( ) de 30 a 45 anos ( ) acima de 45 anos		
<b>1) Pão quentinho estimula você a comprar mais?</b> ( a ) Sim ( b ) Não ( c ) às vezes	<b>6) Quantas vezes você ou alguém de sua casa vem a esta padaria?</b> a) 2 vezes ao dia b) 1 vez por dia c) 2 a 4 vezes por semana d) 1 vez por semana e) de vez em quando	
<b>2) Que produtos você consome na padaria?</b> ( a ) Pão francês ( b ) Bolos ( c ) Salgados ( d ) Pão doce ( e ) Roscas ( f ) Biscoitos caseiros ( g ) Outros, especificar _____	<b>7) Qual a condição de pagamento prefere?</b> a) Cartão de crédito, qual? _____ b) Pagamento semanal c) Cheque pré-datado d) À vista (cheque ou dinheiro) e) Tiquete, qual? _____	
<b>3) Cite outros produtos que gostaria de encontrar.</b> _____ _____	<b>8) Que tipo de promoção você prefere?</b> a) Preços especiais b) Sorteio de prêmios c) Outros. Dê sua sugestão _____	
<b>4) Marque a nota de 1 a 4, sendo que o 1 é a menor e o 4 a maior, para as questões 4.1 e 4.2</b> <b>4.1) Os produtos desta padaria:</b> 1 2 3 4 - Pão francês 1 2 3 4 - Bolos 1 2 3 4 - Salgados 1 2 3 4 - Pão doce 1 2 3 4 - Roscas 1 2 3 4 - Biscoitos caseiros	<b>9) Você compra produtos somente pelo fato de estarem em promoção?</b> (a) Sim (b) Não (c) Às vezes	
<b>4.2) os serviços desta padaria:</b> 1 2 3 4 - Limpeza 1 2 3 4 - Apresentação dos produtos 1 2 3 4 - Funcionários da loja 1 2 3 4 - Aparência dos funcionários 1 2 3 4 - Atendimento	<b>10) Quando encontra uma boa promoção de um produto que não pensava em comprar, você o adquire?</b> (a) Sim (b) Não (c) Às vezes	
<b>5) Por que você frequenta esta padaria?</b> a) Proximidade do trabalho b) Proximidade da residência c) Falta de opção d) Qualidade dos produtos e) Qualidade do atendimento f) Preço dos produtos	<b>11) Você vem a padaria já sabendo o que vai comprar?</b> (a) Sim (b) Não (c) Às vezes	
	<b>12) Após experimentar e gostar de um produto em degustação, você o compra?</b> (a) Sim (b) Não (c) Às vezes	
	<b>13) Quando você não compra nesta padaria, onde compra?</b> _____ _____	
	<b>14) O que você mudaria nesta padaria?</b> _____ _____	

*Neste contexto, responder a algumas questões se torna fundamental: Como efetuar a entrevista? Como abordar o entrevistado? A entrevista deve ser realizada com quantos clientes e de que maneira? Como trabalharia as informações levantadas?*

*É certo que cada empreendedor que decidir utilizar o método de entrevista para conhecer melhor o cliente deverá ser o responsável pelo preenchimento do formulário ou deverá ser indicado um colaborador de sua confiança, e principalmente, o cliente entrevistado deverá conhecer os objetivos da pesquisa. Como sugestão, a entrevista poderá ser realizada com uma amostra composta por cerca de 10% a 20% dos clientes da padaria e as respostas obtidas deverão ser tabuladas e transformadas em elementos básicos para as decisões gerenciais necessárias para o bom andamento de seu negócio.*

**DICA:**

No setor da panificação e confeitaria, cujos clientes têm a forte característica de sair de casa já sabendo o que vão comprar, e até mesmo com o dinheiro contado, o autosserviço é uma forma de vender mais, pois a proximidade das mercadorias desperta a atenção do consumidor para outras possibilidades de compra.

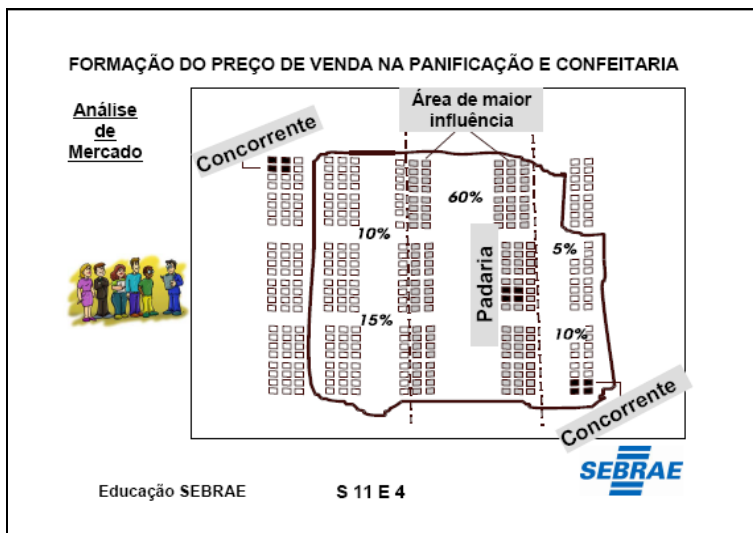
Em função do autosserviço, é possível diversificar as linhas de produção com qualidade, tamanhos e formas diferentes, e garantir bom atendimento aos clientes.

**Texto 4 – Conhecendo os concorrentes**

*Autor: José Mário de Oliveira*

*Hoje em dia é muito difícil, quase impossível, que a sua padaria / confeitaria seja a única do seu bairro e, portanto, todo o concorrente que se estabelece ao lado de seu negócio se transforma em um competidor que deseja conquistar seus clientes. Neste processo de competição, você deverá proteger sua participação no mercado, e para tanto o Marketing é ferramenta essencial. Neste sentido, elaborar estratégias na padaria/confeitaria sem conhecer o concorrente é como atirar no escuro, é jogar dinheiro fora.*

*Você, empreendedor, deverá estudar detalhadamente o mercado onde seu negócio está inserido, mapeando detalhadamente a área da padaria/confeitaria, de acordo o exemplo abaixo:*



A Padaria em questão deve analisar esta área de influência e utilizar pesquisas para auxiliar nesta análise, fundamentadas nos seguintes passos:

- 1º passo: efetue levantamento, por meio de formulário específico, para saber quem são seus clientes, onde moram e a opinião dos mesmos sobre os produtos e atendimento dos concorrentes da sua padaria/confeitaria.
- 2º passo: se possível, visitar seus concorrentes para saber quais os diferenciais que eles oferecem.
- 3º passo: com base nas informações levantadas utilize um mapa para delimitar a área cujos moradores são seus clientes.
- 4º passo: depois de conhecida a área geográfica onde os clientes moram, é hora de saber quantos concorrentes estão localizados em sua área de atuação.

A partir deste levantamento e avaliação detalhada do cenário, o caminho é implantar uma política de diferenciação para seu negócio, que levarão em conta todos os aspectos abordados no processo, pois Alfredo Albieri, especialista em logística, disse que **“podemos evitar a perda de vendas, mas não podemos evitar a perda de um cliente.”**

#### **Texto 5 – Fornecedor: uma relação de parceria**

José Mário de Oliveira (Texto adaptado)

O fornecedor é aquele (indivíduo ou empresa) que abastece ou fornece habitualmente a um estabelecimento produtos, gêneros, mercadorias ou serviços necessários ao consumo. No Código de Defesa do Consumidor é considerado fornecedor aquele que de alguma forma interfere no produto ou serviço, ou seja, toda pessoa física ou jurídica que desenvolvam atividades de produção, montagem, transformação, beneficiamento, acondicionamento ou acondicionamento, renovação ou

recondicionamento, criação, construção, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

No mundo dos negócios, é com o fornecedor que o empresário estabelecerá relações de compras baseadas em:

- **PREÇOS JUSTOS E COMPETITIVOS:** o lucro do negócio é influenciado pelo preço dos produtos comprados. A negociação de preços e de descontos pode ser obtida por meio da negociação de quantidades, prazos de pagamento e qualidade do produto.
- **PRAZO ADEQUADO PARA PAGAMENTO:** Todo fornecedor tem como objetivo a venda, o mesmo ao oferecer qualquer produto para seu cliente, propõe uma gama de opções de pagamento, podendo ser parcelado, á vista ou com prazo para pagar. Podem ocorrer vantagens tanto para pagamento á vista, quanto para pagamento parcelado ou a prazo. Como regra simples de análise, deve-se verificar se o desconto oferecido é maior que as taxas de juros, em aplicações no mercado financeiro para remuneração de capital.
- **PONTUALIDADE NAS ENTREGAS:** um planejamento eficiente das compras pode evitar o recebimento de itens fora de especificação e a um custo mais caro. Pedidos urgentes e mal planejados podem causar aborrecimentos para o comprador e para um fornecedor. A forma mais eficiente de evitar transtornos é aperfeiçoar a forma de fazer os pedidos, prevendo a data adequada da entrega, evitando a formação de estoques ou ausência de produtos.
- **CONFIANÇA:** toda e qualquer negociação/aquisição deve ser realizada de maneira transparente. Fornecedores e empresários devem deixar claras todas as informações sobre os produtos (qualidade, preço, prazo e condições de pagamento) evitando problemas futuros. Tais elementos geram confiança e a mesma é muito importante no processo de obtenção da parceria.
- **FIDELIDADE:** para o fornecedor, o que conta é a fidelidade do empresário que adquire seus produtos. Ela deve ser alimentada constantemente e jamais deve ser quebrada. A intenção de manter uma relação recíproca de fidelidade pode reverter em benefícios como: melhores preços, melhores prazos de pagamento e acesso a produtos inovadores de qualidade.

O ideal é que o fornecedor se torne um parceiro do empresário. Empresas que não investem na relação com seu fornecedor são preteridas no atendimento de um pedido, ficam sem acesso a condições de pagamento mais vantajosas e podem até receber produtos ou serviços com qualidade inferior.

*“Da mesma forma que o comprador quer estar seguro de receber seus produtos pelo melhor preço e da melhor qualidade no prazo determinado, o fornecedor quer ter garantia de clientes fiéis e satisfeitos.”*

Marco Aurélio P. Dias

## **Texto 6 - A força das parcerias**

Fonte: [www.gsmd.com.br](http://www.gsmd.com.br) adaptação: José Mário de Oliveira

*Parceria no mundo empresarial pode ser visto como uma rede de negócios, também pode ter o nome de clube de negócios. Por que razão empresas, grandes ou pequenas, estão se agrupando para a criação de parcerias? A razão é simples: há produtos demais, marcas demais, concorrentes demais para pouco mercado.*

*A grande quantidade de mercadorias e serviços que todo mundo tem para vender faz com oferecer preços baixos ganhe relevância entre os clientes. O problema é que em muitos casos não existe mais margem de lucro para ser cortada. Então, os gestores têm de cortar custos e principalmente os custos fixos.*

*A questão é como cortar custos, reduzir margens de lucro e ainda impulsionar o negócio ao mesmo tempo?*

*A solução encontrada para muitas empresas é buscar parceiros que dividam riscos e lucros. Por isto estão buscando alianças estratégicas com fornecedores de matérias-primas e produtos. Com isto podem baixar as margens de lucro dos produtos destes fornecedores e aumentar a competitividade.*

*Existem diversas modalidades de parcerias: associações cooperativas, clube e redes de negócios. As redes de negócios podem ser a salvação para padarias/confeitarias que estão em fase de início da empresa. A motivação para alianças se baseia em reforço da marca no mercado, aumentar a divulgação, criar fundos de marketing, expandir a lista de produtos ou serviços oferecidos aos clientes, reduzir custos, comprar matéria-prima, melhorar a relação de compra com fornecedores ou exportar produtos.*

*Os executivos devem ter em mente que a parceria deve agregar valor para os dois lados: empresa e fornecedor.*

### **Parte C: Socialização dos trabalhos em grupo**

**Orientação:** cada grupo terá 3 minutos para efetuar a apresentação das idéias mais importantes sobre o texto estudado.

.

### **Parte D: Outras variáveis externas**

Além dos clientes, parceiros, fornecedores, concorrentes, o governo também interfere na gestão da empresa. Por exemplo, você sabia que o governo federal dá incentivos para o trigo e que recentemente prorrogou a isenção do PIS/COFINS deste produto, beneficiando o setor de varejo?



Como é possível perceber, as variáveis da nova conjuntura econômica estão interferindo nas padarias, de forma que investimentos se fazem necessários nas áreas de *foodservice*, adegas, lanches, cafeterias, novos produtos, novas embalagens para produtos prontos e semi-prontos e com quantidades menores e *delivery*.

Além do que foi dito anteriormente, é importante refletir sobre sua relação com os fornecedores, porque outro fator que influencia na relação cliente/consumidor é a falta de produtos nas gôndolas da padaria/confeitaria. Isto é chamado de “**ponto de ruptura**”.

Faça uma reflexão sobre a seguinte idéia:

<b>“Com o auxílio de parceiros as empresas se tornam mais fortes e competitivas”.</b>
---

## ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 4

Você participará de uma atividade de encerramento do Encontro 4.

## RESUMO DO ENCONTRO 4

Gerenciamento de Custos	<ul style="list-style-type: none"><li>• É uma atividade essencial para as empresas nos tempos atuais. O controle de custos é que dá suporte ao executivo da empresa para tomada de decisões com relação à concorrência que cresce a cada dia e também lidar com clientes cada vez mais exigentes.</li></ul>
Mark-up	<ul style="list-style-type: none"><li>• É um índice que se aplica ao custo unitário do produto para se chegar ao preço de venda. <math>Mk-up = \{ [(Preço\ de\ venda / preço\ de\ custo) - 1] \times 100 \}</math></li></ul>
Margem de contribuição	<ul style="list-style-type: none"><li>• É a diferença entre o preço de venda do produto e o custo da mercadoria vendida</li></ul>
Departamentos	<ul style="list-style-type: none"><li>• É a divisão dos produtos em seções.</li></ul>
CMV - Custo da mercadoria vendida	<ul style="list-style-type: none"><li>• É o valor da mercadoria adquirida para revenda e/ou para produção própria na padaria.</li></ul>
Rateio de custos	<ul style="list-style-type: none"><li>• É a divisão dos custos entre os diversos produtos e/ou departamentos da padaria.</li></ul>
Lucro bruto	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preço de venda menos preço de custo</li></ul>
Venda prevista	<ul style="list-style-type: none"><li>• É o valor resultante da multiplicação do CMV vezes o Mark-up</li></ul>
Análise de mercado	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado = é o setor comercial onde está inserida a empresa.</li><li>• Fornecedor = é o fabricante ou distribuidor de produtos e matéria-prima para a padaria/confeitaria.</li><li>• Concorrente = empresa ou indivíduo que comercializa produtos similares ao da padaria/confeitaria.</li><li>• Cliente = é aquele que adquire e/ou consome produtos na padaria/confeitaria.</li><li>• Outras variáveis = redução de impostos por parte do governo.</li></ul>

---

## **ENCONTRO 5: CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA**

---

Neste encontro, serão criadas as condições necessárias para que você desenvolva competências para:

- Compreender a importância dos indicadores de desempenho para a gestão da empresa.
- Conhecer o ponto de equilíbrio para determinar o preço de venda
- Predispor-se a utilizar os indicadores de desempenho como ferramenta de gestão da empresa.
- Calcular o preço de venda.
- Preencher planilha de apuração do resultado operacional mensal.

### **CARGA HORÁRIA**

3 Horas.

## **ROTEIRO DE ATIVIDADES**

### **Atividade de Abertura do Encontro 5**

Exposição dialogada sobre os principais pontos do Encontro 4 e as competências a serem desenvolvidas no Encontro 5.

### **Atividade 1: A IMPORTÂNCIA DOS INDICADORES NA PADARIA E CONFEITARIA**

Exposição oral e dialogada sobre a importância dos indicadores na padaria/confeitaria.

### **Atividade 2: CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO**

Exposição oral e dialogada e exercício em dupla sobre o cálculo do ponto de equilíbrio e outros indicadores

### **Atividade 3: CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA**

Exposição oral e dialogada e exercício em grupo com o objetivo de calcular o preço de venda na padaria/confeitaria.

### **Atividade 4: APURAÇÃO DO RESULTADO OPERACIONAL**

Exposição oral e dialogada sobre apuração do resultado operacional.

### **Atividade do Encerramento do Encontro 5**

Exposição dialogada sobre Gestão Contínua, encerramento e avaliação do encontro e do curso.


## **ATIVIDADE DE ABERTURA DO ENCONTRO 5**

Você participará de uma atividade para relatar os conhecimentos mais importantes trabalhados no Encontro 4 e conhecerá as competências a serem desenvolvidas no Encontro 5, conforme o slide S1E5.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA


**Encontro 5**

**Competências a serem desenvolvidas:**



- Compreender a importância dos indicadores de desempenho para a gestão da empresa.
- Conhecer o ponto de equilíbrio para auxiliar no cálculo do preço de venda
- Predispor-se a utilizar os indicadores de desempenho como ferramenta de gestão da empresa.
- Calcular o preço de venda.
- Preencher planilha de apuração do resultado operacional mensal.

Educação SEBRAE      S 1 E 5



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **ATIVIDADE 1 – A IMPORTÂNCIA DOS INDICADORES NA PADARIA E CONFEITARIA**

Você participará de uma atividade para compreender a importância dos indicadores na padaria/confeitaria. Participe da exposição dialogada com o educador, leia o texto indicado e responda as questões propostas.

Responda às seguintes perguntas:

a) Você já ouviu falar em indicador?

(   ) Sim                      (   ) Não

b) Para que serve um indicador?

---

---

---

c) Pode dar um exemplo de indicadores que podem auxiliar o empresário ou o gerente de uma empresa a tomar decisões?

---

---


---

O slide S2E5 apresenta a definição de indicadores.


**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Encontro 5**

**Indicadores:**



- São valores ou informações usadas para medir o impacto das ações nas melhorias que acontecem na empresa;
- Indica como está a qualidade, custos, moral dos funcionários e produtividade;
- Possibilita ter parâmetros para conhecer os resultados da empresa;
- Permite definir metas compatíveis com as possibilidades da empresa.

Educação SEBRAE                      **S 2 E 5**                      

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Leia o Texto nº 1, “Performance do setor de panificação brasileiro em 2008” e participe da exposição dialogada com o educador.

### **Texto nº 1: Performance do setor de panificação brasileiro em 2008**

*Texto adaptado - Fonte: [www.propan.com.br](http://www.propan.com.br)*

O setor de panificação brasileiro registrou um crescimento de **11,04%** nas vendas em 2008, segundo levantamento realizado pelo Programa de Apoio à Panificação e Confeitaria (Propan). É um índice maior do que os obtidos e divulgados pelas grandes redes de supermercados, como Pão de Açúcar (**8,5%**) e Carrefour (**8,1%**), o que indica o bom momento vivido pelo setor. Observe a tabela a seguir que revela outros índices importantes do desempenho do setor em 2008 levantados pelo Propan:

**Tabela nº 1 - Desempenho do Setor de Padarias em 2008**

<b>Indicadores</b>	<b>Crescimento (+)/ Redução (-)</b>
Vendas em geral	(+) 11,04%
Custo de Mercadoria Vendida - CMV	(-) 1,7%
Custos Operacionais	(-) 0,5%
Lucro Líquido	(+) 6,27%
Contratação de Funcionários	(+) 4,61%
Fluxo Clientes	(+) 1,71%
Tíquete médio	(+) 9,17
Consumo Farinha	(+) 2,49%

*Fonte: Propan*

Estes resultados indicam que as padarias têm sido bem sucedidas em processos de melhoria da gestão, conseguindo obter menor desperdício e organização da produção, fatores refletidos na queda do Custo da Mercadoria Vendida – CMV.

O faturamento estimado do setor, que envolve as padarias informais que chegam a 40% das empresas de panificação no país, chegou a R\$ 43,98 bilhões, contra R\$ 39,61 bilhões em 2007. O número de padarias também aumentou, passando de 63 mil lojas em funcionamento. Estas atenderam a mais de 40 milhões de pessoas por dia. Outro destaque é a geração de empregos: em 2008, as padarias geraram mais de 30 mil empregos formais o que representou um aumento de **4,61%** de postos de trabalho.

Conforme os indicadores apurados em 2008, podemos concluir que as empresas que procuram auxílio em órgãos como sindicatos, associações de classe, Abip e consultorias externas estão caminhando rumo ao sucesso.

Responda às perguntas colocadas a seguir e participe da discussão expondo suas idéias sobre o texto para o grupo.

a) Você compreendeu o que significa os valores em percentuais, marcados em negrito no texto?

(   ) Sim      (   ) Não

b) O que estes valores significam?

---

---

---

c) Você sabe o que é indicador?

(   ) Sim      (   ) Não

d) Explique qual a importância dos indicadores?

---

---

---

---

---

---

---

---

Observe que o quadro abaixo, que apresenta alguns indicadores do setor de panificação e confeitaria.

**Quadro nº 1 – Alguns dos indicadores utilizados no Setor de Panificação**

Indicador	Função (O que mede)
Venda Total	Indica o quanto a padaria/confeitaria faturou dentro de um determinado período.
Custo de Mercadoria Vendida - CMV	Situação 1 – Quando a empresa <b>não</b> faz contagem de estoques, é o total das compras. Situação 2 – Quando a empresa faz contagem de estoques, $CMV = \text{estoque inicial} + \text{compras} - \text{estoque final}$
Número de Clientes	É a quantidade de clientes que compram nas padarias e confeitarias.
Tíquete médio	É o valor de compra de cada cliente, apurado da seguinte equação: $\text{Tíquete médio} = \text{vendas} / \text{n}^\circ \text{ clientes}$



Consumo Farinha	É a quantidade de farinha de trigo consumida pelo setor de panificação e confeitaria.
Nº de Clientes/dia	É o número de clientes que frequenta a padaria diariamente.
Venda Mensal por Funcionários	É o valor que reflete a venda por funcionário, por mês.
Produtividade no atendimento	É o número de clientes que cada funcionário da área de vendas atende por dia.

O slide S3E5 apresenta os tipos de indicadores que devem ser focos de atuação da gerência da empresa.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA


**Encontro 5**

Focos de Atuação da Gerência:

- A gerência deve ter uma visão ampla e clara de suas responsabilidades para melhor desenvolver suas funções.

INDICADORES	ÁREAS DE GERENCIAMENTO
Qualidade	Controles
Custo	Processos, tarefas, pontos-chave
Moral	Pessoal, segurança
Produtividade	Resultado

Educação SEBRAE S 3 E 5



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Importante:**

- ✓ O empresário ou o gerente da padaria/confeitaria deve estar o tempo todo acompanhando os indicadores de desempenho do negócio e, se for o caso, adotar medidas corretivas nos processos, buscando melhores resultados.
- ✓ Fundamentos da boa administração de uma panificadora ou confeitaria:
  - a) Gerência com visão ampla e clara de suas responsabilidades para melhor desenvolver suas funções;
  - b) Qualidade, a ser mantida por meio de **controles**, como por exemplo, controle de:
    - Perdas de produção própria;
    - Estoques;
  - b) Controle do custo por meio da gestão de processos, das tarefas e pontos chave na empresa, como por exemplo:
    - Estabelecimento de rotinas no setor de frios e fatiados,
    - Corte e fatiamento dos produtos,

- c) Elevação do moral da equipe, que se mantém elevado quando a empresa se preocupa com funcionário, adotando medidas como, por exemplo:
  - Manutenção de equipamentos em ótimas condições de uso;
  - Reuniões motivacionais freqüentes;
- d) Incentivo à produtividade, que é o resultado obtido ao final do trabalho individual ou da empresa como um todo, como por exemplo:
  - O padeiro produziu 800 kg de produtos no mês;
  - O lucro foi de 10%.

## **ATIVIDADE 2 – CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO**

Você participará de exercícios para compreender o cálculo do ponto de equilíbrio, importante para a avaliação de desempenho da padaria/confeitaria. Participe da exposição dialogada com o educador.

### **Parte A: Cálculo do Ponto de Equilíbrio- PE**

Existe um grande número de indicadores elaborados para medir as atividades econômicas e que os gestores devem escolher aqueles que pretendem utilizar na rotina de seus negócios. A seguir, serão apresentados cálculos de indicadores para empresa já constituída e não constituída.

O Quadro a seguir apresenta um exemplo de indicadores utilizados por uma empresa fictícia (imaginária).

**Quadro nº 2 - Informações da Padaria “Pão e Cia”.**

Indicadores	Valores	%
Venda mensal	R\$ 100.000,00	100%
Compra mensal (CMV)	R\$ 55.000,00	55%
Despesa Operacional	R\$ 35.000,00	35%
Resultado Operacional	R\$ 10.000,00	10%


### **Cálculo: “Ponto de Equilíbrio”**

O slide S4E5 apresenta a definição do Ponto de Equilíbrio e sua forma de cálculo.


**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA**

**Encontro 5**

**Ponto de Equilíbrio:**



- Operacional = Receita – despesas = Zero.
- Conhecendo o ponto de equilíbrio a empresa tem condições de programar novos investimentos;
- Econômico: Receita – despesas – lucro = Zero.
- Ponto de Equilíbrio:  $R\$ = \{ \text{Despesa operacional} / [1 - ((\% \text{Compras} + \% \text{Resultado Operacional}) / \text{faturamento})] \}$ .
- Exemplo:  
 $PE = \{ 35.000,00 / [1 - ((55\% + 10\% / 100)] \} = \{ 35.000,00 / [1 - 0,65] \} = \{ 35.000,00 / 0,35 \} = R\$ 100.000,00$

Educação SEBRAE      S 4 E 5      

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Fórmula para calcular o “Ponto de Equilíbrio”.

Fórmula

PE em R\$ = {Despesa Operacional / [ 1 - (%Compras+%Resultado operacional/100)]}

**Atenção!**

No exemplo do cálculo do ponto de equilíbrio apresentado no slide:

- ✓ Primeiro são resolvidos os valores entre parêntesis, depois os colchetes e por último as chaves.
- ✓ Substituindo na fórmula, os valores indicados, teremos:
  - $PE = \{R\$ 35.000,00 / [1 - (55\% + 10\% / 100)]\}$
  - $PE = \{R\$ 35.000,00 / 0,35\}$
  - $PE = R\$ 100.000,00$

**Exemplo de cálculo:**

Neste exemplo, a empresa para cobrir as despesas com compras, despesas operacionais e ainda obter resultado operacional precisará vender R\$ 100.000,00.

Ponto de Equilíbrio em R\$	=	R\$ 100.000,00
(-) CMV (55% x Vendas)	=	R\$ 55.000,00
(-) Custos operacionais	=	R\$ 35.000,00
(-) Resultado operacional	=	R\$ 10.000,00
(=) Total	=	R\$ 0,00

**Parte B - Exercício em grupo: Cálculo do “Ponto de Equilíbrio –PE”**

Calculem o “Ponto de Equilíbrio – PE” da Padaria Pão e Cia, baseado nas seguintes informações:

**Quadro 3– Informações sobre a Padaria Pão e Cia Ltda.**

Indicadores	Maio
Despesa operacional	R\$ 20.000,00
Compras Mensais (CMV)	55%
Resultado Operacional	15%

**Atenção!**

Informe que a Padaria Pão e Cia precisa vender, no mês em questão, R\$ 66.666,67 para cobrir sua despesas fixas e variáveis e ainda obter um resultado operacional (Lucro Líquido) de 15 %.

**Atenção!**

A utilização dos indicadores no processo de planejamento de criação / estabelecimento de uma padaria pode trazer os seguintes benefícios:

- ✓ Conhecer a viabilidade do negócio;
- ✓ Fazer comparações com as outras empresas do setor;
- ✓ Elaborar um planejamento estratégico de forma mais adequada ao negócio;
- ✓ Fixar políticas de crescimento da empresa;
- ✓ Maximizar a lucratividade do imóvel;
- ✓ Maximizar a produtividade por funcionário;
- ✓ Estabelecer um plano de metas coerente ao negócio;
- ✓ Estabelecer uma política de divisão de lucros mais justa entre os colaboradores e sócios da empresa.
- ✓ Tomar decisões rápidas quando for necessário.

### ATIVIDADE 3 – CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA

Você participará de uma exposição oral e dialogada de como calcular o preço de venda utilizando o Mark-up.

Você se lembra que a tabela nº 7, Planilha de controle de custos dos produtos fabricados, da atividade nº 3, do Encontro 3 apresenta o cálculo do custo do Pão Francês? Para que você se lembre, disponibilizamos a seguir a mesma:

		CONTROLE DE CUSTO DOS PRODUTOS FABRICADOS			PRODUTO
INGREDIENTES DA MASSA	%	PESO	PREÇO P/ KG (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)	MODO DE FAZER
Farinha de trigo	100%	2.000	1,68	3,36	
Água potável gelada	60%	1.200	0,01	0,01	
Sal refinado iodado	2%	40	1,20	0,05	
Gordura vegetal	2%	40	4,80	0,19	
Fermento biológico	1%	20	10,00	0,20	
Açúcar cristal	1%	20	1,30	0,03	
Melhorador	1%	20	14,00	0,28	
Subtotal		3.340		4,12	
RECHEIOS E/OU COBERTURAS					
TOTAL DA RECEITA					
EMBALAGENS	QTDE	PREÇO UNITÁRIO		TOTAL	
TOTAL GASTO COM EMBALAGEM					
TOTAL DA RECEITA + EMBALAGEM				R\$ 4,12	
APURAÇÃO					
TOTAL PRODUZIDO APÓS ASSADO:					
UNIDADE: 50		QUILO: 2,5 kgs			
RESULTADO DO CUSTO VARIÁVEL:					
UNIDADE: R\$ 0.082		QUILO: R\$ 1.65			

#### Lembrete:

Para a formação do preço do “Pão Francês” levou-se em conta:


- ✓ Custo das matérias-primas obtidas nas notas fiscais de compra.
- ✓ A farinha de trigo é o ingrediente base da receita e os outros são proporcionais a ela.
- ✓ Comente que com 3.340 gramas de massa crua produzimos 2.500 gramas de pão assado.
- ✓ É essencial para os gestores das padarias e confeitarias que apurem o receituário de todos os produtos de produção própria para controlarem os custos de aquisição das matérias-primas e formarem o preço corretamente.

O slide S5E5 apresenta a fórmula e o cálculo do preço de venda do quilo de pão francês baseado no Mark-up de 250%.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Encontro 5**

**Cálculo do Preço de Venda com Base no Mark-up:**



Preço de venda = Preço de Custo + Mark-up

Exemplo:

Cálculo do Preço do Pão Francês

Preço de Venda = R\$ 1,65 + 250%


Preço de Venda = R\$ 1,65 + R\$ 4,12\*

Preço de Venda = R\$ 5,77

\* R\$ 4,12 = R\$ 1,65 x 250%

Educação SEBRAE

S 5 E 5



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

A tabela nº 4 do Encontro 4 apresenta o Mark-up aplicado sobre a matéria-prima a título de recordação.

**Tabela nº 1 - Planilha para Simulação de Custos**

Departamentos (A)	CMV (B)	Mark-Up (C)	Venda Prevista (D)		Lucro Bruto (E)	Margem de Contribuição (F)	Rateio de Custos (G)
			R\$	%			
20. Matéria-prima	6.700,00	250,0%	23.450,00	40,3%	16.750,00	68,9%	12.400,00

***Lembre-se que:***

- O Mark-up do departamento matéria-prima de 250% é a média dos produtos agrupados dentro dele.
- Cálculo do preço de venda do Pão Francês:
  - Preço de custo apurado na receita: R\$ 1,65
  - Mark-up utilizado no mercado: 250%
  - **Preço de venda = Preço de custo + Mark-up**
  - Preço de venda = R\$ 1,65 + (R\$ 1,65 x 250%)
  - Preço de venda = R\$ 1,65 + R\$ 4,12
  - **Preço de venda = R\$ 5,77**
- Calculando o CMV e o lucro bruto em percentual:
  - Preço de venda final = R\$ 5,77      100,0%
  - Preço de custo do pão francês = R\$ 1,65      28,6%
  - Lucro Bruto = R\$ 4,12      71,4%

- O CMV é de 28,6% e o lucro bruto do pão francês é de 71,4% que contribuirá para pagar as despesas fixas e o lucro desejado.
- A fórmula do Mark-up para verificar se o cálculo do preço de venda é:
  - **Mark-up =  $\{[(\text{preço de venda} / \text{preço de custo}) - 1] \times 100\}$**
  - Mark-up =  $\{[(5,77 / 1,65) - 1] \times 100\}$
  - Mark-up =  $\{[3,5 - 1] \times 100\}$
  - Mark-up =  $\{2,5 \times 100\}$
  - Mark-up = 250%

**Agora, dê o que se pede:**

Para reflexão: como fazer se o mercado aceita pagar mais de R\$ 5,77 pelo quilo de pão francês?

---



---



---



---



---

Calcule os preços de venda para os seguintes produtos:

a) Leite condensado, custou R\$1,12 e o Mark-up é 30%;

b) Presunto, custou R\$ 14,90 o quilo, e Mark-up de 70%.



**Importante:**

- ✓ O Mark-up foi apurado de acordo com uma pesquisa de mercado e pode variar dependendo da região e concorrência.
- ✓ O Mark-up é a forma mais rápida e fácil de precificar os produtos de sua empresa.
- ✓ O pão francês é um produto de baixo valor agregado e necessita de volume de venda para justificar uma margem de contribuição mais alta.
- ✓ A participação do pão francês na venda total da padaria deve ser maior do que 15% para contribuir significante na formação do lucro da empresa.

#### **ATIVIDADE 4 – APURAÇÃO DO RESULTADO OPERACIONAL**

Você participará de uma exposição oral e dialogada que contem orientações para a apuração do resultado operacional. Depois realizará, em grupo, o cálculo do resultado operacional.


##### **Parte A - Exposição Dialogada**

O slide S6E5 apresenta uma das formas de Apuração do Resultado Operacional.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Encontro 5**

**Apuração do Resultado Operacional**



VENDAS

( - ) Impostos

( - ) Custo da Mercadoria Vendida


( = ) Lucro bruto

( - ) Despesas Operacionais

( = ) Resultado Operacional

Educação SEBRAE

S 6 E 5



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

O modelo apresentado é aplicado pelo Programa de Apoio à Panificação – Propan no atendimento a mais de 4.000 padarias no Brasil.

Resultado Operacional = Faturamento - Impostos - Custo da Mercadoria Vendida - despesas Operacionais

Agora, reflita e responda oralmente às seguintes perguntas do educador:

- Como é apurado o resultado operacional na empresa de vocês?
- Os investimentos são realizados baseados na apuração do resultado operacional?
- No começo do mês vocês já têm uma idéia de quanto será o lucro?

A tabela nº 5 apresenta um exemplo de como apurar o resultado operacional. Os valores são estimados e conforme estudos do Propan e representam a realidade de muitas empresas do setor.

**Tabela nº 2: Apuração do Resultado Operacional**

Apuração do Resultado Operacional Mensal				
Histórico	Mês/Ano:	Setembro/2008		
	Previsto (A)	% (B)	Realizado (C)	% (D)
<b>FATURAMENTO BRUTO</b>	<b>58.214,60</b>	<b>100,00%</b>		
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>				
<b>Custo de Aquisição</b>				
Mercearia	4.100,00	12,1%		
Bebidas	4.200,00	12,4%		
Frios e Fatiados	1.200,00	3,5%		
Congelados	900,00	2,7%		
Laticínios	1.900,00	5,6%		
Cigarros	6.200,00	18,3%		
Bomboniére	1.000,00	2,9%		
Sorvete	800,00	2,4%		
Matéria-prima	6.900,00	20,4%		
Leite	6.700,00	19,8%		
<b>Total do Custo de Aquisição</b>	<b>33.900,00</b>	<b>58,23%</b>		
<b>Estoque Inicial</b>	10.000,00			
<b>Estoque Final</b>	10.000,00			
<b>CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA = (Estoque Inicial + Custo de Aquisição - Estoque Final)</b>	<b>33.900,00</b>	<b>58,23%</b>		
<b>Impostos</b>	<b>2.935,97</b>	<b>5,04%</b>		
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>21.378,63</b>	<b>36,72%</b>		
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>				
Folha de pagamento	5.135,00	34,09%		
Encargos sociais	1.416,80	9,41%		
Contribuição Sindical	26,62	0,18%		
Publicidade	159,70	1,06%		
Embalagens	2.155,91	14,31%		
Dobras e horas extras	57,00	0,38%		
Vale transporte	936,00	6,21%		
Férias e rescisões	242,00	1,61%		
Aluguel	802,00	5,32%		
Energia Elétrica	1.752,00	11,63%		
Gás	181,00	1,20%		
Telefone	171,00	1,14%		
Água	295,00	1,96%		
IPTU loja	26,00	0,17%		
Despesas com refeição	45,00	0,30%		
Despesas bancárias	222,00	1,47%		
Material de escritório	53,00	0,35%		
Uniforme	64,00	0,42%		
Despesas médicas	14,00	0,09%		
Outras despesas	1.310,00	8,70%		
<b>Total das Despesas Operacionais</b>	<b>15.064,03</b>	<b>25,88%</b>		
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>6.314,60</b>	<b>10,85%</b>		

Para maior compreensão serão demonstrados três cálculos dos percentuais, a seguir:

**1º Caso: Cálculo do percentual do custo de aquisição de mercadorias do departamento**

**Mercearia:**

- ✓ Custo de aquisição = R\$ 4.100,00
- ✓ Total do custo de aquisição = R\$ 33.900,00
- ✓ **Participação em percentual (%)** =  $[(R\$ 4.100,00 / R\$ 33.900,00) \times 100] = 12,1\%$
- ✓ O departamento de mercearia representa 12,1% no total do custo de aquisição de mercadorias da empresa.

**2º Caso: Cálculo do percentual dos impostos:**

- ✓ Despesas com Impostos = R\$ 2.935,97
- ✓ Total do Faturamento = R\$ 58.214,60
- ✓ **Participação em percentual (%)** =  $R\$ 2.935,97 / 58.214,60 = 5,04\%$
- ✓ A despesa com impostos representa 5,04% do total do faturamento da empresa.

**3º Caso: Cálculo do percentual de participação do custo da mercadoria vendida – CMV com relação ao faturamento da empresa:**

- ✓ Total do CMV = R\$ 33.900,00
- ✓ Total do Faturamento = R\$ 58.214,60
- ✓ **Participação em percentual (%)** =  $[(R\$ 33.900,00 / R\$ 58.214,60) \times 100] = 58,23\%$
- ✓ O CMV representa 58,23% do faturamento da empresa.

**Observação:**

Os valores em percentuais facilitam o acompanhamento dos resultados da empresa, e a formação dos indicadores facilitando a avaliação do desempenho da empresa e comparação com outras empresas do setor de panificação e confeitaria.

**Parte B - Exercício em grupo**

Forme grupo de até cinco participantes, calcule e preencha a Coluna D (percentuais dos valores realizados) de acordo com a orientação destacada na 1ª coluna da tabela nº 5. Não se esqueça que os valores da Coluna C (Realizado) são estimados.

**Tabela nº 3: Exercício sobre Apuração do Resultado Operacional**

EXERCÍCIO PROPOSTO: Apuração do Resultado Operacional Mensal				
Histórico	Mês/Ano:			
	Previsto (A)	% (B)	Realizado (C)	% (D)
<b>FATURAMENTO BRUTO</b>	<b>58.214,60</b>	<b>100,00%</b>	<b>63.000,00</b>	<b>100,00%</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>				
<b>Custo de Aquisição</b>				
Mercearia	4.100,00	15,6%	3.900,00	
Bebidas	4.200,00	16,0%	4.100,00	
Frios e Fatiados	1.200,00	4,6%	1.179,00	
Laticínios	1.900,00	7,2%	1.670,00	
Cigarros	6.200,00	23,6%	5.980,00	
Bomboniére	1.000,00	3,8%	1.345,00	
Sorvete	800,00	3,0%	1.200,00	
Matéria-prima	9.900,00	26,2%	10.650,00	
<b>Total do Custo de Aquisição</b>	<b>29.300,00</b>	<b>50,3%</b>	<b>30.024,00</b>	
<b>Estoque Inicial</b>	10.000,00		12.000,00	
<b>Estoque Final</b>	10.000,00		10.000,00	
<b>CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA = (Estoque Inicial + Custo de Aquisição - Estoque Final)</b>	<b>29.300,00</b>	<b>50,3%</b>	<b>32.024,00</b>	
<b>Impostos</b>	<b>2.935,97</b>	<b>5,04%</b>	<b>3.027,00</b>	
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>25.978,63</b>	<b>44,6%</b>	<b>27.949,00</b>	
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>				
Folha de pagamento	6.135,00	39,59%	6.363,00	
Encargos sociais	1.416,80	9,14%	1.670,00	
Contribuição Sindical	26,62	0,17%	43,00	
Vale transporte	936,00	6,04%	967,00	
Férias e rescisões	242,00	1,56%	235,00	
Energia Elétrica	1.752,00	11,30%	1.860,00	
Gás	181,00	1,17%	190,00	
Telefone	171,00	1,10%	180,00	
Água	295,00	1,90%	310,00	
Despesas bancárias	222,00	1,43%	246,00	
Material de escritório	53,00	0,34%	59,00	
Outras despesas	4.064,00	26,22%	4.078,00	
<b>Total das Despesas Operacionais</b>	<b>15.494,42</b>	<b>26,6%</b>	<b>16.201,00</b>	
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>10.484,21</b>	<b>18,0%</b>	<b>11.748,00</b>	

**Importante:**

1. A apuração do resultado operacional da padaria/confeitaria depende de um controle adequado dos custos da empresa.
2. A apuração do resultado operacional de forma incorreta leva os gestores da empresa à tomada de decisões incorretas ocasionando graves problemas.
3. A apuração do resultado operacional deve ser de acordo com a necessidade de controle da empresa, podendo ser realizado semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente.

## ATIVIDADE DE ENCERRAMENTO DO ENCONTRO 5


Você participará de uma atividade de encerramento do Encontro 5 e avaliação final do curso.

### Atenção!

As padarias/confeitarias necessitam de adotar a “**Gestão Contínua**” em seus negócios. O slide S7E5 traz uma definição da mesma:


FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

**Gestão Contínua:**



São os atos e atitudes dos gestores com relação à aplicação de novos conhecimentos dentro das padarias/confeitarias de forma contínua.

Educação SEBRAE S 7 E 5



---

---

---

---

---

---

---

---

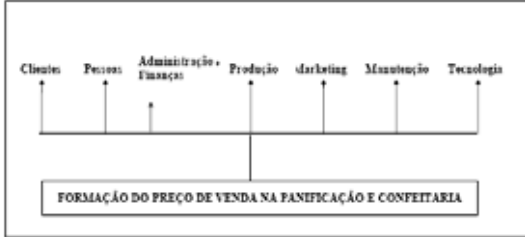
---

---


O slide S8E5 exemplifica a Formação do Preço de Venda na Panificação e Confeitaria como base para uma Gestão Contínua.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Formação do preço de venda como alicerce dos focos estratégicos na panificação e confeitaria.



Educação SEBRAE S 8 E 5



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Apresentamos sete focos estratégicos para a aplicação da Gestão Contínua, que se aplicados corretamente podem levar a Padaria/Confeitaria ao “Sucesso”.

Lembre-se que uma padaria/confeitaria é como se fosse uma casa construída sobre um firme alicerce, que seria “Formação de Preço”

Leia, posteriormente, o texto de apoio a seguir:

### **Texto nº 1 - Os desafios do setor de Panificação e Confeitaria**

*Autor: José Mário de Oliveira*

*Os desafios a serem vencidos pelo setor de panificação e confeitaria são muitos. A velocidade das mudanças está fazendo com que os empresários busquem novas tecnologias em equipamentos, produtos e gestão administrativa. Consumidores colocam as empresas em um teste muito rígido, exigindo preço e qualidade.*

*Como atender a este novo tipo de consumidor? Responder a esta questão é primordial para a padaria e confeitaria. Em primeiro lugar o empresário deve conhecer bem as atividades do seu negócio. Ter preços competitivos e produtos de qualidade exige mais gasto com pessoal e matéria-prima de qualidade. O mix variado de produtos próprios e para revenda para atender de forma eficiente os consumidores exige controles ajustados e informações em tempo hábil para a direção da empresa.*

*Neste contexto torna-se necessário adotar ações de Gestão de Negócio, tendo como foco sete estratégias fundamentais:*

- 1. Atenção especial ao Setor de Atendimento ao Cliente:** *os colaboradores devem ser orientados que um sorriso, o cumprimento, além da boa aparência e higiene, são questões mínimas, cruciais. A cordialidade, a atenção e a preocupação com o cliente criam um ambiente harmonioso que pode fazê-lo retornar sempre. Além disso, o colaborador deve estar sempre atualizado sobre os produtos que a empresa oferece e sua utilização adequada, para poder informar corretamente ao cliente e tirar suas dúvidas. Essa ação aumenta a confiança que o consumidor tem sobre os produtos e o estabelecimento. Na criação da gestão é importante que todos pensem nas tarefas e nas melhores formas de executá-las.*
- 2. Gestão de Pessoas:** *é imprescindível escolher bem os funcionários e treiná-los. Um bom atendente deve gostar de trabalhar com público; já na produção são necessárias pessoas habilidosas, que tenham facilidade de lidar com rotinas e repetições. A tendência na área de gestão de pessoas é a evolução com relação à contratação, treinamento, e manutenção de funcionários motivados. O desafio é fazer com que a equipe de funcionários se sinta dona do negócio, o que trará para a empresa maior lucratividade. Os empresários deverão envolver todos que trabalham na empresa em todas as etapas de planejamento, como elaboração da missão, da visão e no estabelecimento das metas. Incentivos financeiros e capacitação passam a fazer parte das iniciativas no trato com as equipes de colaboradores. Definir num bom organograma as funções complementares de cada colaborador, com vinculação hierárquica condizente com seus perfis é importante para a correta distribuição de tarefas. A criação de regulamento interno e cartilha dos dez mandamentos e regras de convivência são*

maneiras de informar os objetivos da empresa, os direitos e deveres de cada funcionário e então poder monitorá-los e coordená-los.

3. **Gestão Administrativa e Financeira:** saber se a atividade desenvolvida é lucrativa ou não, é uma informação vital para o negócio. Assim, é necessário saber onde e quando estão ocorrendo desperdícios, perdas, erros em receitas, perda de vendas e analisar a produção. Para tanto a empresa pode fazer um controle do CMV – Custo da Mercadoria Vendida. Deverão ser verificados ainda aspectos como:

- *Custo de aquisição (CMV):* valor de compra do produto junto ao fornecedor;
- *Mark-up:* percentual aplicado sobre o valor do produto adquirido, que é pré-determinado para cada produto levando em consideração sua rotatividade, as perdas e o preço de venda;
- *Venda Prevista:* valor determinado pela soma do custo da mercadoria vendida mais o mark-up;
- *Participação na venda por departamento:* participação de cada produto ou departamento, em percentual, no total das vendas;
- *Margem de Contribuição:* valor com que cada produto participa, em percentual, para a formação do lucro bruto;

É fundamental que o empreendedor faça mensalmente seu resultado operacional, pois é por meio dele que se define o montante de lucro da empresa.

4. **Gestão da Produção:** no setor de panificação e confeitaria, em média apenas 30% de produtos são de fabricação diária, os outros 70% são produzidos por escala definida no planejamento da produção. O planejamento é necessário para evitar perdas e o cansaço do cliente com o mix oferecido, possibilitando uma variedade maior de produtos. É preciso definir o cardápio e o planejamento da produção, conhecendo a matéria-prima e o processo utilizado para a produção do mix. Importante ainda que o padeiro e o empreendedor conheçam bem estas etapas da produção, melhorando a eficácia do setor. O processo de produção é extremamente importante para o padrão de qualidade dos produtos. É interessante definir as receitas e fórmulas de cada produto. Estabelecer um fluxograma na produção auxilia na economia de matéria-prima e na padronização de processos. Para que o fluxograma seja realizado com mais facilidade, o layout do setor de produção deve ser compatível com a ordem das tarefas. Uma boa padaria/confeitaria deve oferecer entre 80 e 150 itens de produtos panificados diferentes expostos para o cliente por dia. Caso haja também conveniência, a necessidade é de cerca de mil itens expostos para revenda, além da produção própria.
5. **Gestão de Marketing:** a definição de um Plano Estratégico de Marketing é diretamente relacionada ao estudo da área de influência. Deve-se dimensionar o potencial da empresa, calculando a partir da média de 6 kg/mês ou 8 kg/mês, sendo possível verificar quantos quilos de produtos os clientes deverão consumir mensalmente. Após definido o potencial é hora de



*pensar em como chegar ao cliente. Uma das opções empregadas é a promoção de vendas, nela pode-se definir um calendário promocional para o ano todo, potencializando as datas comemorativas (Natal, Dia das Mães, Pais, Crianças, etc.). A degustação é uma arma poderosa para o aumento das vendas, ela permite que os clientes experimentem e gostem dos produtos que desconhecem. É uma boa medida para o lançamento de produtos, além de ser uma opção barata para as empresas.*

6. **Gestão da Manutenção:** *“Tempo é dinheiro!” E ele é desperdiçado, por exemplo, em consertos de equipamentos em horários importantes para o faturamento da empresa. A falta de manutenção pode promover problemas com os órgãos regulamentadores do setor de alimentação. Uma balança desregulada pode gerar prejuízo para a empresa ou aos clientes, na diferença de peso. O que também afeta o resultado operacional. Em empresas analisadas pela equipe de consultores do Propan, os produtos refrigerados e congelados representam até 35% do estoque de uma padaria. Este dado mostra a importância do cuidado com os equipamentos de refrigeração. A tendência apontada por algumas empresas fornecedoras de equipamentos é o recebimento do equipamento usado em troca por um novo com a padaria pagando a diferença. Esta é também uma boa justificativa para investimentos em manutenção.*
7. **Tecnologia da Informação:** *O futuro dos negócios dependerá basicamente da capacidade de gerir as informações dentro das empresas. Esta informação deve ser transformada efetivamente em conhecimento e transmitida aos interessados. E para que isto aconteça serão necessários investimentos em automação comercial. O investimento em inovação tecnológica e capacitação dos funcionários permitirão às padarias e confeitarias acompanhar a movimentação da economia baseada na informação.*

*Para a implementação e acompanhamento destas estratégias na empresa uma atitude fundamental seria buscar auxílio externo, seja nas entidades de apoio como o Sebrae ou especialistas nas áreas.*

## RESUMO DO ENCONTRO 5

Indicadores	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. São valores em reais e/ou percentuais que são utilizados para a avaliação de desempenho das empresas.</li> <li>3. Exemplos de indicadores: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Faturamento Total - Valor total da vendas dos produtos de produção própria e produtos de revenda.</li> <li>○ Tíquete médio - Valor de compra média de cada cliente.</li> <li>○ Numero de clientes - Quantidade de clientes que efetivaram compra na padaria.</li> <li>○ Faturamento por metro quadrado - Valor para o gestor comparar a venda por metro quadrado na padaria.</li> </ul> </li> </ol>
-------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ CMV % - Custo da mercadoria vendida em percentual.</li> <li>○ Despesas Operacionais % - São os gastos necessários para a operação da padaria.</li> <li>○ Custos variáveis% - são os gastos que variam de acordo com as vendas.</li> <li>○ Produtividade no atendimento - Número de clientes que cada funcionário na área de vendas atende por dia.</li> </ul>
Preço de venda	4. É um índice que se aplica ao custo unitário do produto para se chegar ao preço de venda.
Ponto de Equilíbrio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É o ponto onde as receitas cobrem os custos operacionais.</li> </ul>
Resultado Operacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É o valor resultante das vendas menos os custos fixos e variáveis.</li> </ul>
Gestão Contínua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• São os atos e atitudes dos gestores com relação a aplicação do conhecimento dentro das padarias/confeitarias de forma contínua.</li> </ul>

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSEF, Roberto. **Guia Prático de Formação de Preços**. Editora Campus, 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA. Disponível em <http://www.abip.org.br>

PROGRAMA DE APOIO À PANIFICAÇÃO. Disponível em <http://www.propan.com.br>

RODRIGUES, Márcio. **Mapeamento de Custos dos Produtos e Indicadores de Produtividade**. Manual de Treinamento do Programa de Apoio à Panificação (Propan). Belo Horizonte, 2009

RODRIGUES, Márcio, *et al.* **Estudo de Tendências. Perspectivas para a Panificação e Confeitaria 2009 – 2017**. Estudo desenvolvido dentro do convênio de cooperação técnica entre Sebrae Nacional – Abip. Belo Horizonte, 2009

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE NACIONAL. **Formação do Preço de Venda**. Brasília, 2007.

WICKERT, Maria Lúcia Scarpini. **Referenciais Educacionais do SEBRAE**. Brasília, 2006.

---

**ANEXO - GABARITOS DE CORREÇÃO**

---

**ENCONTRO 1 – ELEMENTOS DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA**

Atividade 1 - Não há gabarito

Atividade 2 - Não há gabarito

Atividade 3 - Não há gabarito

**Atividade 4 – Tabela nº. 1- Classificação das despesas**

Ordem	Identificação	CV	CF
1	Aluguel e condomínio		X
2	Associação/Sindicato		X
3	COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social)	X	
4	Combustível		X
5	Consultoria e treinamentos		X
6	Contribuição social (CSLL) (somente para Lucro Presumido e Lucro Real)	X	
7	Depreciação mensal (máquinas e equipamentos)		X
8	Encargos sociais		X
9	Energia elétrica		X
10	Férias de funcionários		X
11	Folha de pagamento		X
12	Frete de entrega de produtos e/ou mercadorias		X
13	Honorários do contador		X
14	ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços	X	
15	IPTU - Imposto Predial Territorial Urbano		X
16	IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica	X	
17	Juros bancários		X
18	Manutenção de veículos		X
19	Material de escritório		X
20	Material de limpeza		X
21	Matéria-prima	X	
22	Manutenção do imóvel		X
23	Pagamento de férias		X
24	PIS - Programa de Integração Social	X	
25	Produtos de terceiros para revenda	X	
26	Pró-labore (Retirada do sócio que trabalha na empresa)		X
27	Publicidade e propaganda		X
28	Rescisões de funcionários		X
29	Serviços de terceiros		X
30	Seguro da empresa		X
31	Tarifas bancárias		X
32	Taxa de cartão de crédito	X	
33	Telefone		X
34	Uniformes		X
35	Vale transporte		X

**Atividade 5 - Gabarito da Tabela nº. 3 - Demonstrativo de Custos e/ou Despesas**

<b>Demonstrativo de Custos e Despesas</b>	<b>Valor em R\$</b>
<b>1 – Custos Variáveis</b>	
<b>1.1 – Compras</b>	
<b>Produtos para revenda:</b>	
- Mercadoria	
- Bebidas	
- Frios	
- Congelados	
- Laticínios	
- Cigarros	
- Bombonière	
- Sorvete	
- Leite	
<b>Matéria-prima para produção própria</b>	
- Trigo	
- Fermento	
- Sal	
- Açúcar	
- Leite	
- Margarina	
- Aditivos	
- Ovos	
<b>1.2 – Impostos</b>	
COFINS	
CSLL	
ICMS	
IRPJ	
PIS	
<b>1.3 – Outros custos</b>	
<b>2 – Custos Fixos/Despesas Operacionais</b>	
<b>2.1 – Despesas Administrativas e comerciais</b>	
Aluguel e condomínio	
Associações e sindicatos	
Combustível	
Depreciação	
Energia elétrica	
Frete de entrega de produtos e/ou mercadorias	
IPTU	
Manutenção de veículos	
Material de escritório	
Material de limpeza	
Publicidade e propaganda	
Telefone	
<b>2.2 – Despesas com Pessoal</b>	
Encargos sociais	
Férias e 13º salário	
Folha de pagamento	
Pró-labore	
Rescisões de funcionários	
Uniformes	
Vale-transporte	
<b>2.3 - Despesas Financeiras</b>	
Taxas bancárias	

Juros sobre empréstimos	
<b>2.4 - Despesas com Terceiros</b>	
Contabilidade	
Serviços de vigilância	

## ENCONTRO 2 – CUSTOS E DESPESAS FIXAS

Atividade 1 - Não há gabarito

Atividade 2 - Não há gabarito

Atividade 3 - Não há gabarito

### Atividade 4 - Tabela nº15

Nome	Salário R\$	Valor Passagem R\$	Quantidade	Valor total R\$	Desconto em folha R\$	Despesas da padaria R\$
J. Maria	900,00	1,65	52	85,80	54,00	31,80
Ângela	700,00	2,30	52	119,60	42,00	77,60
João	500,00	2,30	52	119,60	30,00	89,60
Mário	500,00	2,30	52	119,60	30,00	89,60
Maria	600,00	2,30	52	119,60	36,00	83,60
Nicole	600,00	2,30	52	119,60	36,00	83,60
Cristiano	600,00	1,65	52	85,80	36,00	49,80
<b>Total Vale-transporte</b>			<b>312</b>	<b>769,60</b>	<b>264,00</b>	<b>505,60</b>

### Tabela nº 16

Cálculo da Provisão Mensal		
Provisão	Base de cálculo	Valor (R\$)
13º Salário	4.400,00 x 9%	396,00
Férias	4.400,00 x 12%	528,00
<b>Total. ....</b>		<b>924,00</b>

### Tabela nº 17

Provisão para Indenização Trabalhista		
Provisão	Base de cálculo	Valor (R\$)
Indenizações trabalhistas	4.400,00 x 3,5%	157,50
<b>Total. ....</b>		<b>157,50</b>

Obs.: São valores provisionados para pagamento de 50% FGTS mais aviso indenizatório.

### Tabela nº 18

Encargos sociais sobre os salários	Base de cálculo	Valor (R\$)
Encargos diretos (GTS)	4.400,00 x 8%	352,00
<b>Total. ....</b>		<b>352,00</b>

### Tabela nº 19

Encargos sociais sobre o pró-labore	Base de cálculo	Valor (R\$)
Encargos diretos (INSS)	1.500,00 X 0%	R\$ 0,00
<b>Total. ....</b>		<b>300,00</b>

### Tabela nº 20

Benefício	Valor R\$
-----------	-----------

Vale-transporte (Tabela nº 15)	505,60
Vale-refeição ( valor estabelecido pela empresa)	1.092,00
<b>Total. ....</b>	<b>1.597,60</b>

Obs. 1: Para o cálculo do vale-transporte ver tabela nº 15. 2. Para o vale-refeição a empresa Pão Português estipulou: 7 funcionários x R\$ 6,00 por refeição x 26 dias trabalhados= R\$ 1.092,00.

### **Tabela nº 21**

**Gabarito da Tabela nº 21**

<b>Demonstrativo das despesas com pessoal</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>%</b>
<b>2.2 - Despesas com pessoal</b>		
2.2.1 – Salários	4.400,00	49,27%
2.2.2 – Encargos sociais (salários)	352,00	3,94%
2.2.3 – Benefícios	1.597,60	17,88%
2.2.4 – Pró-labore	1.500,00	16,80%
2.2.5 – Encargos sociais (pró-labore)		
2.2.6 – Provisões (Férias, 13º salário e indenização trabalhista)	1.081,50	12,11%
<b>Sub-total Pessoal</b>	<b>8.931,10</b>	<b>100,00%</b>

### **Atividade 5 –**

#### **Tabela 22-**

<b>ÍTENS</b>	<b>Valor Atual</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciação</b>
Forno de Lastro	R\$ 25.000,00	R\$ 3.000,00	144	R\$ 152,78
Amassadeira	R\$ 15.000,00	R\$ 2.000,00	120	R\$ 108,33
Veículos	R\$ 40.000,00	R\$ 15.000,00	72	R\$ 347,22
Microcomputador	R\$ 2.750,00	R\$ 250,00	36	R\$ 69,44
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 82.750,00</b>	<b>R\$ 20.250,00</b>		<b>R\$ 677,77</b>

## **ENCONTRO 3 – CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS**

### **Atividade 1 - Não há gabarito**

### **Atividade 2 -**

#### **Gabarito da Tabela nº 2**

<b>Cálculo do frete</b>	<b>Valor em R\$</b>
Valor total do iogurte natural (A)	R\$ 225,00
Valor total dos produtos(B)	R\$ 639,00
(A) Dividido por (B) x 100 (C)	35,21%
Valor total do frete (D)	R\$ 31,95
Valor do frete do iogurte natural (C) x (D) = (E)	R\$ 11,24
Quantidade de iogurte natural (F)	500
<b>(E) Dividido por (F) = Valor unitário do iogurte</b>	<b>R\$ 0,022</b>
<b>Percentual do frete unitário sobre o valor unitário do produto (R\$ 0,022 / R\$ 0,45) x 100</b>	<b>4,9 %</b>

**Gabarito da Tabela nº 3**

Cálculo do ICMS	Valor em R\$
Valor unitário do iogurte natural (A)	R\$ 0,45
Frete unitário (B)	R\$ 0,022
Custo unitário (A) + (B) = (C)	R\$ 0,47
ICMS (D)	10%
<b>Valor do total do ICMS (C) x (D)</b>	<b>R\$ 0,047</b>

**Gabarito da Tabela nº 4)**

Apuração do Custo unitário	Empresa optante pelo Lucro Real ou Lucro Presumido
Valor unitário do iogurte natural	R\$ 0,45
( + ) Frete	R\$ 0,022
( + ) IPI (8%)	R\$ 0,036
( - ) ICMS (10%)	R\$ 0,047
<b>Custo unitário líquido</b>	<b>R\$ 0,46</b>

**Gabarito da Tabela nº 5**

Apuração do Custo unitário	Empresa optante pelo Simples
Valor unitário do iogurte natural (A)	R\$ 0,45
( + ) Frete	R\$ 0,022
( + ) IPI	R\$ 0,036
<b>Custo unitário líquido</b>	<b>R\$ 0,51</b>

**Atividade 3 –**

**Tabela 8 -**

		CONTROLE DE CUSTO DOS PRODUTOS FABRICADOS			PRODUTO
INGREDIENTES DA MASSA	%	PESO	PREÇO P/ KG (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)	MODO DE FAZER
Farinha de trigo	100%	2.000	1,68	3,36	
Água potável gelada	60%	1.200	0,01	0,01	
Sal refinado iodado	2%	40	1,20	0,05	
Gordura vegetal	2%	40	4,80	0,19	
Fermento biológico	1%	20	10,00	0,20	
Açúcar cristal	1%	20	1,30	0,03	
Melhorador	1%	20	14,00	0,28	
Subtotal		3.340		4,12	
RECHEIOS E/OU COBERTURAS					
TOTAL DA RECEITA					
EMBALAGENS	QTDE	PREÇO UNITÁRIO		TOTAL	
TOTAL GASTO COM EMBALAGEM					
TOTAL DA RECEITA + EMBALAGEM				R\$ 4,12	
APURAÇÃO					
TOTAL PRODUZIDO APÓS ASSADO:					
UNIDADE: 50		QUILO: 2,5 kg			
RESULTADO DO CUSTO VARIÁVEL:					
UNIDADE: R\$ 0,082		QUILO: R\$ 1,65			



#### Atividade 4 –

**Tabela 13 - 1º Caso**

Impostos	Memória de Cálculo	Valor R\$
PIS	R\$ 60.000,00 x 0,65%	R\$ 390,00
COFINS	R\$ 60.000,00 x 3,00%	R\$ 1.800,00
IRPJ	Modo 1. R\$ 60.000,00 x 8% = R\$ 4.800,00 x 15% ou Modo 2. R\$ 60.000,00 x 1,2%	R\$ 720,00
CSLL	Modo 1. R\$ 60.000,00 x 12% = R\$ 7.200,00 x 9% ou Modo 2. R\$ 60.000,00 x 1,08%	R\$ 648,00
ICMS	R\$ 4.080,00 – R\$ 2.800,00	R\$ 1.280,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 4.838,00</b>

**Tabela 14 - 2º Caso**

Impostos	Memória de Cálculo	Valor R\$
SIMPLES	R\$ 60.000,00 x Alíquota de 8,28% tabela 1	R\$ 4.968,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 4.968,00</b>

### ENCONTRO 4 – FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Atividade 1 – Não há gabarito

Atividade 2 – Não há gabarito

#### Atividade 3 –

**Tabela nº 5**

Departamentos (A)	CMV (B)	Mark-Up (C)	Venda Prevista (D)		Lucro Bruto (E)	Margem de Contribuição (F)	Rateio de Custos (G)
			R\$	%			
11. Mercadoria	5.000,00	30%	6.500,00	11%	1.500,00	6,4%	1.216,00
12. Bebidas	4.000,00	40%	5.600,00	10%	1.600,00	6,8%	1.292,00
13. Frios e bebidas	1.000,00	70%	1.700,00	3%	700,00	3,0%	570,00
14. Congelados	800,00	35%	1.080,00	2%	280,00	1,2%	228,00
15. Laticínios e derivados	1.500,00	45%	2.175,00	4%	675,00	2,9%	551,00
16. Cigarros	6.000,00	9,30%	6.558,00	11%	558,00	2,4%	456,00
17. Bombonière	900,00	100%	1.800,00	3%	900,00	3,8%	722,00
18. Sorvetes	900,00	30%	1.170,00	2%	270,00	1,1%	209,00
19. Leite Longa Vida	7.100,00	12%	7.952,00	14%	852,00	3,6%	684,00
20. Matéria-prima	6.500,00	250%	22.750,00	40%	16.250,00	68,9%	13.091,00
<b>Total</b>	<b>33.700,00</b>		<b>57.285,00</b>	<b>100,0%</b>	<b>23.585,00</b>	<b>100,0%</b>	<b>19.000,00</b>

Atividade 4 – Não há gabarito

## ENCONTRO 5 – CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA

Atividade 1 - Não há gabarito

Atividade 2 -

### Gabarito do Exercício do Ponto de Equilíbrio

$$PE = \{R\$ 20.000,00/[1-((55\% + 15\%)/100)]\}$$

$$PE = \{R\$ 20.000,00/[1-(70\%/100)]\}$$

$$PE = \{R\$ 20.000,00/[1- 0,70]\}$$

$$PE = \{R\$ 20.000,00/0,30\}$$

$$\mathbf{PE = R\$ 66.666,67}$$

### Atividade 3 – Gabaritos dos cálculos

1) Cálculo do preço de venda do leite condensado:

- Preço de custo apurado na receita: R\$ 1,12
- Mark-up utilizado no mercado: 30%
- Preço de venda = Preço de custo + Mark-up
- Preço de venda = R\$ 1,12 + (R\$ 1,12 x 30%)
- Preço de venda = R\$ 1,12 + R\$ 0,34
- Preço de venda = R\$ 1,46

Calculo do CMV e o Lucro Bruto em percentual:

- |  |            |        |
|--|------------|--------|
| ○ Preço de venda final                   | = R\$ 1,46 | 100,0% |
| ○ <u>Preço de custo Leite Condensado</u> | = R\$ 1,12 | 76,7%  |
| ○ Lucro Bruto                            | = R\$ 0,34 | 23,3%  |

2) Cálculo do preço de venda do presunto:

- Preço de custo: R\$ 14,90
- Mark-up utilizado no mercado: 70%
- Preço de venda = Preço de custo + Mark-up
- Preço de venda = R\$ 14,90 + (R\$ 14,90 x 70%)
- Preço de venda = R\$ 14,90 + R\$ 10,43
- Preço de venda = R\$ 25,33

Calculo do CMV e o Lucro Bruto em percentual:

- |                                     |             |        |
|-------------------------------------|-------------|--------|
| ○ Preço de venda final              | = R\$ 25,33 | 100,0% |
| ○ <u>Preço de custo do presunto</u> | = R\$ 14,90 | 58,8%  |
| ○ Lucro Bruto                       | = R\$ 10,43 | 41,2%  |

Atividade 4 –

EXERCÍCIO PROPOSTO: Apuração do Resultado Operacional Mensal				
Histórico	Mês/Ano:			
	Previsto (A)	% (B)	Realizado (C)	% (D)
<b>FATURAMENTO BRUTO</b>	<b>58.214,60</b>	<b>100,00%</b>	<b>63.000,00</b>	<b>100,00%</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>				
<b>Custo de Aquisição</b>				
Mercearia	4.100,00	15,6%	3.900,00	12,99%
Bebidas	4.200,00	16,0%	4.100,00	13,66%
Frios e Fatiados	1.200,00	4,6%	1.179,00	3,93%
Laticínios	1.900,00	7,2%	1.670,00	5,56%
Cigarros	6.200,00	23,6%	5.980,00	19,92%
Bomboniére	1.000,00	3,8%	1.345,00	4,48%
Sorvete	800,00	3,0%	1.200,00	4,00%
Matéria-prima	9.900,00	26,2%	10.650,00	35,47%
<b>Total do Custo de Aquisição</b>	<b>29.300,00</b>	<b>50,3%</b>	<b>30.024,00</b>	<b>47,66%</b>
<b>Estoque Inicial</b>	10.000,00		12.000,00	
<b>Estoque Final</b>	10.000,00		10.000,00	
<b>CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA = (Estoque Inicial + Custo de Aquisição - Estoque Final)</b>	<b>29.300,00</b>	<b>50,3%</b>	<b>32.024,00</b>	<b>50,83</b>
<b>Impostos</b>	<b>2.935,97</b>	<b>5,04%</b>	<b>3.027,00</b>	<b>4,80%</b>
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>25.978,63</b>	<b>44,6%</b>	<b>27.949,00</b>	<b>44,36%</b>
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>				
Folha de pagamento	6.135,00	39,59%	6.363,00	39,27%
Encargos sociais	1.416,80	9,14%	1.670,00	10,31%
Contribuição Social	26,62	0,17%	43,00	0,26%
Vale transporte	936,00	6,04%	967,00	5,97%
Férias e rescisões	242,00	1,56%	235,00	1,45%
Energia Elétrica	1.752,00	11,30%	1.860,00	11,49%
Gás	181,00	1,17%	190,00	0,30%
Telefone	171,00	1,10%	180,00	1,11%
Água	295,00	1,90%	310,00	1,91%
Despesas bancárias	222,00	1,43%	246,00	1,52%
Material de escritório	53,00	0,34%	59,00	0,36%
Outras despesas	4.064,00	26,22%	4.078,00	25,17%
<b>Total das Despesas Operacionais</b>	<b>15.494,42</b>	<b>26,6%</b>	<b>16.201,00</b>	<b>25,72%</b>
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>10.484,21</b>	<b>18,0%</b>	<b>11.748,00</b>	<b>18,65%</b>

Atividade 5 - Não há gabarito