**Título: Análise de Custo dos Produtos Vendidos em uma Lanchonete fitness.**

**Objetivo geral:**

O objetivo deste trabalho é analisar os custos envolvidos nos principais produtos vendidos em uma lanchonete fitness e relacionar com o preço de venda desses produtos, a fim de verificar se a precificação dos produtos está correta e fornecer uma base dados visado um potencial aumento nos lucros da empresa.

**Objetivos específicos:**

-Analisar os custos diretos dos principais produtos vendidos na lanchonete fitness, como ingredientes, embalagem, descartáveis e outros custos operacionais, para entender a formação do preço de custo de cada item.

- Identificar a margem de lucro de cada produto, comparando o custo de produção com o preço de venda atual, a fim de verificar se a precificação está alinhada com os objetivos financeiros da empresa.

- Fornecer recomendações estratégicas de precificação, com base na análise dos custos, da concorrência e do comportamento do consumidor, visando um aumento no lucro e maior competitividade no mercado.

**Justificativa:**

A análise dos custos e da precificação dos produtos vendidos em uma lanchonete fitness é de extrema importância, pois o setor de alimentação saudável e fitness tem crescido consideravelmente nos últimos anos, com um público cada vez mais consciente sobre a relação entre dieta e saúde. No entanto, para que um negócio como esse seja sustentável e lucrativo, é essencial que a estrutura de custos e a estratégia de precificação estejam alinhadas com a realidade do mercado e as expectativas dos consumidores.

Este estudo é relevante principalmente para o **gestor da lanchonete**, pois permitirá entender se os preços praticados estão corretamente ajustados em relação aos custos de produção e à concorrência. Além disso, ao identificar possíveis falhas na precificação, será possível implementar mudanças que contribuam para a maximização dos lucros, sem perder competitividade ou fidelidade dos clientes.

Por fim, a pesquisa também pode contribuir para o desenvolvimento de boas práticas de gestão financeira e precificação em pequenos negócios do setor de alimentação, oferecendo uma base de dados e uma análise detalhada que poderão ser replicadas por outros empreendedores interessados em otimizar suas operações e alcançar resultados financeiros mais positivos.

**Metodologia:**

Para realizar a análise de custo, serão adotados os seguintes passos:

1. Levantamento de Dados:

• Listagem dos produtos vendidos na lanchonete, com foco nos itens principais do cardápio, como sanduíches, bebidas e acompanhamentos.

• Identificação dos insumos utilizados em cada produto, incluindo ingredientes, embalagens e outros materiais.

• Coleta de dados sobre o custo unitário de cada insumo, com base nas notas fiscais de compras da lanchonete ou na média de preços de fornecedores.

2. Cálculo do Custo de Produção Unitário:

• Para cada produto, será calculado o custo de produção unitário, somando os valores dos insumos utilizados em sua produção.

• Identificação de outros custos relacionados, como mão de obra e energia elétrica, que podem ser alocados para cada item.

3. Análise de Margem de Lucro:

• Cálculo do preço de venda de cada produto e a comparação com o custo total para determinar a margem de lucro.

• Identificação dos produtos com margens mais altas e baixas, o que permitirá sugerir ajustes nos preços ou nos ingredientes utilizados, caso necessário.

4. Propostas de Melhoria:

• Sugestão de possíveis mudanças na seleção de fornecedores, substituição de ingredientes ou otimização de processos que possam reduzir custos sem comprometer a qualidade do produto.

• Proposta de ajustes nos preços de venda para produtos com margem de lucro muito baixa, mantendo a competitividade do negócio.

**Parceria:**

“Lanchonete fitness" – EVS (espaço de vida saudável) Espaço Medrado é um local que comercializa refeições, lanches e bebidas funcionais feitas com os produtos Herbalife. Inaugurado em 2014, o espaço conta com um atendimento personalizado para cada cliente e hoje atende em média 35 pessoas por dia, entre o café da manhã e almoço. O lugar perfeito para quem procura uma refeição completa e nutritiva ou para quem deseja tomar uma bebida funcional em um local agradável e com boas companhias. Tudo com a qualidade e tecnologia dos produtos Herbalife.

**LEVANTAMENTO DE DADOS:**

Conforme descrito na parte da “metodologia”, trata-se da listagem dos principais produtos vendidos na lanchonete, na identificação dos insumos utilizados em cada um desses produtos e na coleta de dados de custo desses insumos.

| **Produto** | **Preço (R$)** |
| --- | --- |
| Shake Proteico Simples | 30,00 |
| Shake Proteico Completo | 35,00 |
| Sopa Proteica Simples | 30,00 |
| Sopa Proteica Completa | 35,00 |
| Torta de Atum ou Sardinha | 35,00 |
| Bolinho Salgado Proteico (6 unidades) | 30,00 |
| Bolinho Doce Proteico (6 unidades) | 30,00 |

Lanches e bebidas funcionais:

| **Produto** | **Preço (R$)** |
| --- | --- |
| Hype Drink | 25,00 |
| Sunset Drink | 25,00 |
| Barra de Proteína | 15,00 |

Principais Insumos materiais:

| **Insumo** | **Preço (R$)** | **Quantidade** | **Preço Unitário (R$)** |
| --- | --- | --- | --- |
| Copo Descartável 400 ml | 28,90 | 100 und | 0,29 |
| Copo Descartável 1000 ml | 150,39 | 300 und | 0,50 |
| Canudo | 78,90 | 1200 und | 0,07 |
| Colher Descartável | 63,25 | 250 und | 0,25 |
| Guardanapo | 39,90 | 500 und | 0,08 |

Custo dos Produtos alimentícios:

| **Insumo** | **Preço (R$)** | **Rendimento** | **Preço por Porção (R$)** |
| --- | --- | --- | --- |
| Leite em Pó NutreV | 50,72 | 30 porções | 1,69 |
| Pote de Shake | 119,07 | 20 porções | 5,95 |
| Caixa de Sopa | 119,07 | 20 porções | 5,95 |
| Fiber Concentrate | 93,76 | 40 porções | 2,34 |
| Chá NRG | 116,68 | 100 porções | 1,17 |
| Chá Herbal Concentrate | 176,63 | 100 porções | 1,77 |
| Barra de Proteína (7 unidades) | 68,39 | 7 unidades | 9,77 (preço por unidade) |
| Ovo (22 unidades) | 22,90 | 22 unidades | 1,04 (preço por unidade) |
| Liftof (10 unidades) | 101,49 | 15 unidades | 6,73 (preço por unidade) |
| CR7 Drive (30 porções) | 133,90 | 30 porções | 4,46 |
| Granola (50 porções) | 31,90 | 50 porções | 0,64 |
| Torresmo (20 porções) | 22,90 | 20 porções | 1,15 |
| Temperos e Especiarias (1000 porções) | 210,99 | 1000 porções | 0,21 |
| Água com Gás (12 unidades) | 19,98 | 12 unidades | 1,67 (preço por unidade) |
| Queijo Ralado | 11,99 | 20 porções | 0,60 |
| Atum Ralado | 8,99 | 3 porções | 2,99 |
| Sardinha em Lata | 7,99 | 3 porções | 2,66 |

**Cálculo de custo de produção unitário.**

Refere-se ao cálculo de custo de produção de cada um dos principais produtos listados acima com base nos dados fornecidos.

| **Produto** | **Custo de Produção (R$)** |
| --- | --- |
| Shake Proteico Simples | 13,36 |
| Shake Proteico Completo | 16,25 |
| Sopa Proteica Simples | 11,12 |
| Sopa Proteica Completa | 14,61 |
| Torta de Atum ou Sardinha | 16,04 |
| Bolinho Salgado Proteico (6 unidades) | 15,21 |
| Bolinho Doce Proteico (6 unidades) | 14,40 |
| Hype Drink | 15,85 |
| Sunset Drink | 13,83 |
| Barra de Proteína | 9,77 |

**Análise de margem de lucro**

A margem de lucro é um indicador financeiro que expressa a porcentagem do lucro obtido em relação à receita de vendas de um produto ou serviço. Ela mostra a eficiência de uma empresa em gerar lucro com suas vendas, após deduzir os custos de produção.

A fórmula utilizada para calcular a margem de lucro foi:



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| | **Produto** | **Custo de Produção (R$)** | **Preço de Venda (R$)** | **Margem de Lucro (%)** | | --- | --- | --- | --- | | Shake Proteico Simples | 13,36 | 30,00 | 55,47% | | Shake Proteico Completo | 16,25 | 35,00 | 53,57% | | Sopa Proteica Simples | 11,12 | 30,00 | 62,27% | | Sopa Proteica Completa | 14,61 | 35,00 | 58,31% | | Torta de Atum ou Sardinha | 16,04 | 35,00 | 54,37% | | Bolinho Salgado Proteico (6 unidades) | 15,21 | 30,00 | 49,30% | | Bolinho Doce Proteico (6 unidades) | 14,40 | 30,00 | 52,00% | | Hype Drink | 15,85 | 25,00 | 36,60% | | Sunset Drink | 13,83 | 25,00 | 44,68% | | Barra de Proteína | 9,77 | 15,00 | 34,87% |   **Resultados e Análise**  **Produtos com as Melhores Margens de Lucro**   1. **Sopa Proteica Simples** – **62,27%**    * **Custo de Produção**: R$ 11,12    * **Preço de Venda**: R$ 30,00 A **Sopa Proteica Simples** apresenta a maior margem de lucro, destacando-se como um produto altamente rentável. Com um custo de produção relativamente baixo e um preço de venda considerável, esse produto é uma excelente opção para maximizar os lucros. O custo de produção representa apenas 37,3% do preço de venda, deixando uma margem significativa de lucro. 2. **Sopa Proteica Completa** – **58,31%**    * **Custo de Produção**: R$ 14,61    * **Preço de Venda**: R$ 35,00 A **Sopa Proteica Completa** também apresenta uma margem sólida de 58,31%. Embora o custo de produção seja mais alto em comparação com a versão simples, o preço de venda mais elevado permite uma margem substancial de lucro. Este produto oferece um bom equilíbrio entre custo e preço. 3. **Shake Proteico Simples** – **55,47%**    * **Custo de Produção**: R$ 13,36    * **Preço de Venda**: R$ 30,00 O **Shake Proteico Simples** apresenta uma margem de lucro bastante competitiva, superior a 50%. Com um custo de produção razoável, esse produto representa uma boa oportunidade de rentabilidade. Sua margem de lucro de 55,47% indica um bom desempenho em termos de retorno sobre o investimento.   **Produtos com Margem de Lucro Intermediária**   1. **Shake Proteico Completo** – **53,57%**    * **Custo de Produção**: R$ 16,25    * **Preço de Venda**: R$ 35,00 O **Shake Proteico Completo** tem uma margem de lucro de 53,57%. Embora tenha uma margem um pouco mais baixa do que a versão simples, ele ainda é rentável. A diferença de preço entre o Shake Simples e o Completo não foi suficiente para aumentar a margem, devido ao custo de produção mais alto. 2. **Torta de Atum ou Sardinha** – **54,37%**    * **Custo de Produção**: R$ 16,04    * **Preço de Venda**: R$ 35,00 A **Torta de Atum ou Sardinha** apresenta uma boa margem de lucro de 54,37%, mas seu custo de produção relativamente alto (R$ 16,04) afeta a rentabilidade. Apesar disso, o preço de venda de R$ 35,00 ainda garante uma margem de lucro significativa. 3. **Bolinho Doce Proteico (6 unidades)** – **52,00%**    * **Custo de Produção**: R$ 14,40    * **Preço de Venda**: R$ 30,00 O **Bolinho Doce Proteico** possui uma margem de lucro de 52,00%. Embora o custo de produção de R$ 14,40 seja considerável, ele ainda garante uma boa rentabilidade, mas há espaço para otimização, seja por meio da redução de custos ou de ajustes no preço de venda.   **Produtos com as Menores Margens de Lucro**   1. **Hype Drink** – **36,60%**    * **Custo de Produção**: R$ 15,85    * **Preço de Venda**: R$ 25,00 O **Hype Drink** apresenta a menor margem de lucro entre os produtos analisados. A margem de 36,60% é considerada baixa, uma vez que o preço de venda de R$ 25,00 não é suficiente para garantir uma rentabilidade significativa. Para melhorar sua margem, seria recomendável aumentar o preço de venda ou reduzir o custo de produção. 2. **Sunset Drink** – **44,68%**    * **Custo de Produção**: R$ 13,83    * **Preço de Venda**: R$ 25,00 O **Sunset Drink** também apresenta uma margem de lucro relativamente baixa, de 44,68%. Embora seja mais alta que a do Hype Drink, ainda está abaixo da média de outros produtos da linha, indicando que é possível melhorar a rentabilidade ajustando o preço de venda ou otimizando os custos de produção. 3. **Barra de Proteína** – **34,87%**    * **Custo de Produção**: R$ 9,77    * **Preço de Venda**: R$ 15,00 A **Barra de Proteína** tem a menor margem de lucro geral, de 34,87%. Apesar de ter um custo de aquisição relativamente baixo (R$ 9,77), o preço de venda de R$ 15,00 não proporciona uma margem robusta. Para melhorar sua rentabilidade, pode-se considerar um aumento no preço se não for possível adquirir o produto por um preço menor. |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Proposta de Melhoria e Estratégias de Preço**  **Objetivo da Proposta**  O objetivo desta proposta é **aumentar a margem de lucro** dos produtos com performance financeira mais baixa, como o **Hype Drink**, o **Sunset Drink** e a **Barra de Proteína**, e manter a rentabilidade dos produtos com boas margens de lucro. Para isso, sugerem-se estratégias de **ajuste de preços** e **redução de custos**, visando otimizar o lucro sem comprometer a competitividade no mercado.  **1. Aumento do Preço de Venda para Produtos com Baixa Margem**  **Hype Drink**   * **Custo de Produção**: R$ 15,85 * **Preço de Venda Atual**: R$ 25,00 * **Margem de Lucro Atual**: 36,60%   **Proposta**: Aumentar o preço de venda para **R$ 30,00**. Este aumento de R$ 5,00 ainda se mantém dentro de uma faixa razoável para o mercado, considerando a tendência de produtos premium, mas proporciona um aumento significativo na margem de lucro.   * **Novo Preço de Venda**: R$ 30,00 * **Nova Margem de Lucro**: Aproximadamente 47,17%   **Justificativa**: O **Hype Drink** tem um custo de produção alto em relação ao preço de venda. Ao aumentar o preço para R$ 30,00, a margem de lucro se aproxima de 47%, tornando o produto mais rentável e alinhado com os outros da linha, mantendo-o competitivo.  **Sunset Drink**   * **Custo de Produção**: R$ 13,83 * **Preço de Venda Atual**: R$ 25,00 * **Margem de Lucro Atual**: 44,68%   **Proposta**: Aumentar o preço de venda para **R$ 28,00**. Esse aumento é razoável para o mercado e resultará em uma melhoria considerável na margem de lucro, mantendo o produto dentro de uma faixa de preço competitiva.   * **Novo Preço de Venda**: R$ 28,00 * **Nova Margem de Lucro**: Aproximadamente 50,64%   **Justificativa**: O **Sunset Drink** apresenta uma boa margem de lucro, mas com o aumento do preço para R$ 28,00, a margem melhora para 50%, aumentando sua rentabilidade sem prejudicar a competitividade.  **Barra de Proteína**   * **Custo de Produção**: R$ 9,77 * **Preço de Venda Atual**: R$ 15,00 * **Margem de Lucro Atual**: 34,87%   **Proposta**: Aumentar o preço de venda para **R$ 18,00**. Este aumento de R$ 3,00 representa uma estratégia equilibrada, permitindo que o produto tenha um preço mais alinhado ao seu valor agregado, sem afastar clientes por um aumento excessivo.   * **Novo Preço de Venda**: R$ 18,00 * **Nova Margem de Lucro**: Aproximadamente 45,61%   **Justificativa**: A **Barra de Proteína** tem uma margem de lucro muito baixa. Ao ajustar o preço para R$ 18,00, a margem aumenta para 45,61%, tornando o produto mais rentável, sem ser excessivamente caro para o consumidor.  **2. Revisão de Custos de Produção**  Além dos ajustes de preço, uma maneira eficaz de melhorar as margens de lucro é trabalhar na **redução de custos de produção** dos produtos, especialmente os que têm margens baixas. A redução de custos pode ser alcançada por meio das seguintes estratégias:  **Estratégias de Redução de Custos**   * **Negociação com Fornecedores**: Buscar alternativas de fornecedores mais baratos ou negociar melhores condições com os atuais fornecedores para reduzir o custo dos insumos. * **Melhoria na Produção**: Investir em processos mais eficientes ou em automação para reduzir o custo de fabricação. * **Análise de Desperdícios**: Identificar e eliminar desperdícios de matéria-prima e otimizar o uso de recursos.   **3. Manutenção do Preço de Produtos com Alta Margem**  Para os produtos que já apresentam boas margens de lucro, como a **Sopa Proteica Simples**, o **Shake Proteico Simples** e a **Torta de Atum ou Sardinha**, a estratégia será manter o preço de venda atual, aproveitando as margens favoráveis. Entretanto, é possível aumentar a atratividade desses produtos por meio de **promoções**, como descontos para compras em maior volume ou combos, sem comprometer suas margens.  **Conclusão/Resultado**  Após uma análise detalhada das margens de lucro dos produtos, o empreendedor decidiu implementar ajustes nos preços de venda, com o objetivo de melhorar a rentabilidade dos produtos com margens mais baixas e otimizar os lucros gerais da empresa. A decisão de aumentar os preços foi baseada na análise dos custos de produção e nas expectativas de aceitação do mercado. Abaixo estão os ajustes de preço realizados e seus impactos nas margens de lucro:  **1. Barra de Proteína:** O preço foi ajustado para **R$ 16,00** (anteriormente **R$ 15,00**). Com essa alteração, a **margem de lucro** do produto foi de **34,87%** para **38,94%**, o que representa uma **melhora significativa** na rentabilidade. A mudança no preço foi feita de maneira estratégica para não afastar os consumidores, ao mesmo tempo em que aumentou consideravelmente a **rentabilidade** do produto. O preço ajustado proporciona um equilíbrio entre **acessibilidade** e **lucratividade**, sem prejudicar a competitividade no mercado.  **2. Hype Drink:** O preço de venda foi elevado para **R$ 28,00** (anteriormente **R$ 25,00**). Com essa mudança, a **margem de lucro** passou de **36,60%** para **43,39%**. O aumento de preço proporcionou uma melhoria considerável nas margens de lucro, tornando o produto mais rentável sem comprometer sua **competitividade**. O **Hype Drink** continua a ser um produto atrativo para os consumidores, agora com uma rentabilidade mais robusta.  **3. Sunset Drink:** O preço de venda também foi ajustado para **R$ 28,00** (anteriormente **R$ 25,00**). Esse ajuste resultou em uma **margem de lucro** que subiu de **44,68%** para **50,66%**. A alteração no preço garantiu uma **melhora substancial na rentabilidade**, sem afetar o apelo do produto para o público-alvo. A **alta margem de lucro** torna o **Sunset Drink** um produto ainda mais vantajoso para o negócio, enquanto mantém sua posição no mercado.  **Análise Final:**  Os ajustes de preço realizados resultaram em um aumento significativo nas margens de lucro dos produtos que inicialmente apresentavam rentabilidade mais baixa, como a **Barra de Proteína**, o **Hype Drink** e o **Sunset Drink**. As novas margens de lucro são:   * **Barra de Proteína**: A margem aumentou de **34,87%** para **38,94%**. * **Hype Drink**: A margem subiu de **36,60%** para **43,39%**. * **Sunset Drink**: A margem foi de **44,68%** para **50,66%**.   Com essas alterações, o empreendedor conseguiu **aumentar a rentabilidade geral** da empresa, otimizando os lucros sem comprometer a competitividade dos produtos no mercado. A estratégia de ajustar os preços de forma cuidadosa e calculada se mostrou eficaz em proporcionar **maiores lucros** sem afetar a demanda, garantindo a sustentabilidade do negócio a longo prazo.  Além disso, os **produtos com margens de lucro já altas**, como o **Shake Proteico Simples** e a **Sopa Proteica Simples**, mantiveram seus preços de venda, o que contribui para a continuidade do sucesso da empresa.  Esse ajuste de preços proporcionou à empresa um **melhor equilíbrio entre rentabilidade e competitividade**, fortalecendo sua posição no mercado e melhorando a sua saúde financeira. |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Considerações finais:**  A análise detalhada das margens de lucro e dos custos de produção dos produtos revelou informações valiosas sobre o desempenho financeiro da empresa e possibilitou a tomada de decisões estratégicas para aumentar a rentabilidade. Através do ajuste de preços, foi possível melhorar as margens de lucro de produtos que apresentavam rentabilidade mais baixa, sem comprometer a competitividade no mercado.  Essas mudanças, embora simples, são de grande importância estratégica para o negócio. Elas garantem que a empresa continue a ser competitiva, enquanto melhora sua **rentabilidade** e **saúde financeira**. O processo de **ajuste de preços** revelou-se como uma ação importante para **otimizar os lucros** e fortalecer o negócio no longo prazo.  Após a última reunião com o empreendedor, ele se diz extremamente satisfeito com o trabalho feito e com os dados produzidos. Partindo do princípio que, o objetivo principal do trabalho era fazer uma análise da precificação/ margem de lucro dos produtos mais vendidos do estabelecimento, ele julgou os objetivos propostos nesse trabalho como totalmente alcançados.  Além disso, como nunca havia feito essa análise antes, ele pontuou o grande nível de conhecimento que esse trabalho agregou a ele a respeito do seu próprio negócio, pois agora ele tem total ciência do valor de custo de cada produto e, principalmente, do valor da venda e da margem de lucro. Isso possibilita não só uma precificação melhor, mas também a possibilidade de trabalhar em cima desses preços como, por exemplo, fazer ofertas e dar descontos sem abrir mão do lucro.  Além disso, pelo fato da Herbalife ter um modelo de negócio multiplicável, ele gostou muito do trabalho pois ele poderá fornecê-lo para seus consultores que assim como ele desejam abrir um espaço para a comercialização dos produtos, já que esses dados dão uma base assertiva de segura de precificação e lucro.  Entre as dificuldades relatadas, está primeiramente o fato de que, como ele adquire os produtos originais Herbalife com a própria empresa, é impossível reduzir o custo deles, já que são tabelados e o empreendedor já possui o desconto máximo para a aquisição dos produtos, então a única solução nesse sentido, seria trocar o fornecedor dos insumos como colheres, canudos, copos e alimentos adquiridos em mercados que não são da Herbalife, como a granola e o torresmo.  A outra dificuldade relatada seria a margem pequena para aumento no preço, já que de acordo com o empreendedor, apesar de ele vender produtos premium com os melhores insumos do mercado, existem outros negócios parecidos que possuem um preço de venda dos seus produtos consideravelmente abaixo, o que pode fazer com que seu cliente vá para a concorrência.  Com base nesses relatos, seria interessante um trabalho complementar a esse, analisando a qualidade e o preço das refeições comercializadas nos estabelecimentos concorrentes e também um trabalho com sugestões e estratégias para aumentar o valor agregado dos produtos comercializados dentro do Espaço Medrado. |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |