

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**  
**Técnico em Contabilidade**

**Alisson Henrique Pereira**  
**Amanda Casselin Antiqueira**  
**Edilaine Fernandes Nóbrega**  
**Edilene Gonzaga Teixeira**  
**Jenifer de Lima Attis**  
**Lara de Aquino Gomes**  
**Rosângela Batista da Silva**

**Contabilidade de Custos na Prestação de Serviços**

**Tupã-SP**  
**2018**

**Alisson Henrique Pereira**  
**Amanda Casselin Antiquiera**  
**Edilaine Fernandes Nóbrega**  
**Edilene Gonzaga Teixeira**  
**Jenifer de Lima Attis**  
**Lara de Aquino Gomes**  
**Rosângela Batista da Silva**

## **Contabilidade de Custos na Prestação de Serviços**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Contabilidade da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof<sup>a</sup> Fernanda Yamauchi, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Contabilidade.

**Tupã-SP**  
**2018**

# **ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO**

**Técnico em Contabilidade**

**Alisson Henrique Pereira  
Amanda Casselin Antiqueira  
Edilaine Fernandes Nóbrega  
Edilene Gonzaga Teixeira  
Jenifer de Lima Attis  
Lara de Aquino Gomes  
Rosângela Batista da Silva**

## **Contabilidade de Custos na Prestação de Serviços**

Trabalho de conclusão de curso para obtenção do título de Técnico em Contabilidade.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof<sup>a</sup> Fernanda Yamauchi  
Orientadora

---

Prof. Avaliador (a) Natália Troccoli Marques da Silva

---

Avaliador (a) Róbertson Silva Andrade

---

Avaliador (a) Fábio Mendes de Oliveira

**Tupã, 26 de Junho de 2018.**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelos alunos. A Professora Orientadora, a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos a todos os familiares,  
amigos e professores que nos  
apoiaram e ajudaram durante  
essa trajetória.

Agradecemos a Deus por nos fortificar e por ter sustentando nossos passos para concretizar esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por proporcionar o ambiente necessário para nossa aprendizagem técnica e nosso desenvolvimento pessoal e profissional.

Aos Docentes do Curso Técnico em Contabilidade pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos.

"O presente me fez enxergar que não posso mudar o que fui, mas posso construir o que serei"

*Augusto Cury*

## RESUMO

O ramo contábil dos custos se mostra cada vez mais importante dentro das organizações, sendo utilizado como ferramenta para a tomada de decisão. Entretanto, normalmente com maior foco em empresas do setor industrial, os livros da área não permitem uma análise mais ampla e profunda no setor de prestação de serviços, cujo o setor, tem extrema importância no Brasil. Sendo o responsável por mais de 60% da participação no Setor Terciário, destaca-se o seu papel significativo para o PIB nacional, como também sua importância para a população. O objetivo desse trabalho é analisar a utilização da contabilidade de custos e seus impactos por meio da tomada de decisão dos gestores em empresas do setor de serviços, além de expor os principais métodos de custeio, a formação do preço de venda e a realidade das organizações em relação ao tema, sua aplicabilidade real, falhas, dificuldades e consequências encontradas nesse ramo contábil. A pesquisa possui caráter exploratório-descritivo e foi dividida em duas etapas sendo a primeira, pesquisa bibliográfica e telematizada, e a segunda parte pesquisa de campo, na qual foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com abordagem quali-quantitativa, em uma amostra não-probabilística por conveniência, do mesmo modo, foram selecionadas e classificadas para a pesquisa as empresas com CNAE 4520-0/01 (comércio e reparação de veículos automotores) do município de Tupã. Resultados: Como resultado, verificou-se que as empresas necessitam de mais assistência voltada para essa área, sendo importante ressaltar que há muita insatisfação com o lucro, que pode ser uma causa direta da falta de contabilização dos custos, além das dificuldades para a formação do preço de venda, que impacta nos resultados da organização. Assim sendo, uma boa gestão é um quesito fundamental para a sobrevivência de uma empresa, e para isso é essencial o conhecimento profundo de tudo que ocorre dentro dela, bem como os seus custos, despesas e receitas, pois é a partir deles que a organização poderá identificar se está obtendo resultados positivos, ou não, ao exercer suas atividades.

**Palavras-chave:** Contabilidade de custos. Prestação de serviços. Preço de venda. Serviços automotores. Tupã.



## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 01:</b> Síntese metodológica para estruturação da coleta de dados .....	14
<b>Tabela 02:</b> Ferramenta de Custeio Variável. ....	19
<b>Tabela 03:</b> Custos Variáveis de Venda.....	23
<b>Tabela 04:</b> Análise do formulário aplicado aos responsáveis pela empresa. ....	24
<b>Tabela 05:</b> Síntese das respostas obtidas através do formulário. ....	27
<b>Tabela 06:</b> Terminologias conhecidas pelas empresas. ....	31

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01:</b> Orientação do escritório contábil em relação ao cálculo de custos. ....	28
<b>Gráfico 02:</b> Utilização de métodos de custeio. ....	29
<b>Gráfico 03:</b> Importância do custo real dos serviços.....	30
<b>Gráfico 04:</b> Dificuldades na formação do preço de venda.....	32
<b>Gráfico 05:</b> Uso de controles que mostrem o preço de venda e seu resultado.....	33

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	14
2.1. CUSTOS .....	14
2.1.1. Terminologia e Classificação Contábil aplicada a Custos .....	15
2.2. FORMAS DE CUSTEIO .....	17
2.2.1. Custeio-padrão .....	17
2.2.2. Custeio ABC .....	18
2.2.3. Custeio Variável .....	18
2.2.4. Custeio por Absorção .....	19
2.3. FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA .....	20
<b>3. PESQUISA DE CAMPO</b> .....	24
3.1. ANÁLISE DE RESULTADOS .....	25
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	33
<b>REFERENCIAS</b> .....	35
<b>APENDICE A</b> .....	37

## 1. INTRODUÇÃO

A Contabilidade é uma ciência que estuda, analisa, controla, classifica e registra o Patrimônio. Seu estudo gera informações sobre todas as ações e resultados decorrentes dos fatos realizados pela pessoa física ou jurídica que administra o Patrimônio.

Para as entidades econômico-administrativas, a contabilidade entra como uma importante ferramenta na tomada de decisão. Através da sua aplicação na empresa, sabe-se qual a sua situação perante o fisco, a constituição do seu patrimônio, suas vantagens e desvantagens perante o mercado e, principalmente, o resultado do seu exercício.

A Contabilidade de Custos é responsável por fornecer informações detalhadas sobre o custo do produto ou serviços, impactando no resultado final, lucro ou prejuízo.

O principal papel desse ramo da Contabilidade é auxiliar a parte administrativa nos processos decisórios, ela “fornece os dados detalhados sobre os custos que a gestão precisa para controlar as operações atuais e planejar para o futuro” (DERBECK E NAGY, 2001, p. 13).

A globalização e a propagação de novas tecnologias mudaram as características da população ao redor do mundo. Antes, se consumia apenas o que era necessário para nossa sobrevivência e, após grandes transformações, iniciadas com a Revolução Industrial, a facilidade de suprir as necessidades básicas cresceu, dando espaço para o aumento de consumo de supérfluos (SILVA, 2009).

Essa transformação da sociedade gerou desenvolvimento de uma nova área de negócio, com foco nas novas “necessidades” como cuidados com a beleza; turismo; transporte; etc., e em questões que não tinham tamanha importância como assistências, capacitação profissional, assessorias, entre outras, hoje conhecida como Prestação de Serviços.

Assim, entende-se que a prestação de serviços é um trabalho contratado por terceiros (empresas/comunidades), ou seja, a contratação de mão-

de-obra física ou intelectual. O setor terciário<sup>1</sup> engloba uma gama grande de negócios, que vão desde pequenos comércios às instituições financeiras e de ensino.

Segundo dados das Contas Nacionais Trimestrais do IBGE, o setor de serviços saltou de 53,3% em 2003 para 60,8% em 2016 (BRASIL, 2017), sendo assim, com o crescente aumento das empresas prestadoras de serviços, cresce também a preocupação com a análise dos custos dos serviços oferecidos, tendo em vista a concorrência e os clientes, que é o foco principal desse tipo de atividade. Por estar diretamente ligada aos clientes, nas empresas de serviços devem adotar um diferencial e, portanto, utilizar a contabilidade de custos como uma ferramenta de extrema importância no sentido de evitar prejuízos por parte destas.

Considerando, portanto, a sua importância, o tema será com foco nas empresas do setor de Prestação de Serviços que têm como atividade principal ou secundária o CNAE 4520-0/01 -comércio e reparação de veículos automotores- do município de Tupã, transformando os dados obtidos em informações relevantes para sustentar a ideia.

Como os livros da área contábil especificam de forma mais clara e abrangente a Contabilidade de Custos no setor industrial, por se tratar de algo com mais etapas e processos, deixando vaga a parte de custos na Prestação de Serviços, este trabalho busca demonstrar o impacto da Contabilidade de Custos na Prestação de Serviços por meio da seguinte pergunta-problema: Quais dificuldades as empresas prestadoras de serviços enfrentam para utilizar a Contabilidade de Custos?

As hipóteses levantadas são:

- A falta de conhecimento, por parte dos gestores, sobre o que fazer para calcular os custos dos serviços;
- A falta de orientação por parte do contador;
- A consideração de que é algo trabalhoso, difícil, complicado de ser feito, controlar e acompanhar;
- A visão de que a contabilidade de custos é algo que não ajudará a ter mais lucratividade.

---

<sup>1</sup> No Brasil, a Economia é dividida em três grandes Setores conhecidos como Setor Primário, Setor Secundário e Setor Terciário, sendo que neste último se encaixam as atividades de comércio de produtos e prestação de serviços.

Tem-se como objetivo geral analisar a utilização da contabilidade de custos e seus impactos por meio da tomada de decisão dos gestores em empresas do setor de serviços. Para alcançá-lo forem desenvolvidos os seguintes objetivos específicos:

- Demonstrar as principais formas de custeio utilizadas pelos gestores;
- Descrever como funciona a Formação do Preço de Venda;
- Identificar a realidade das empresas;
- Analisar os cenários das empresas de prestação de serviço no setor de reparação de veículos automotores no município de Tupã;
- Identificar as falhas e dificuldades desse ramo contábil.

Justifica-se a escolha do tema, pelo fato de que a contabilidade de custos é um importante instrumento dentro das organizações. Essa área da contabilidade voltada para a prestação de serviços merece mais atenção, pois o setor terciário corresponde à grande parte das empresas brasileiras, e sua forma de custeio varia, necessitando de adaptações dos modelos desenvolvidos para a indústria.

A contabilidade de custos impacta diretamente no resultado final do exercício, pois é através dela que se formula o preço de venda da mão-de-obra e dos produtos aplicados que fazem parte da prestação de serviço, que implica em lucro ou prejuízo para a organização. Portanto, ao entender e aplicar a contabilidade de custos corretamente, o preço de venda será adequado para que a empresa seja capaz de cumprir suas obrigações e gerar lucro, garantindo um bom desenvolvimento e evitando a falência.

Então, para enfatizar a abordagem do trabalho, a tabela 01 destaca os atributos metodológicos utilizados, segundo os critérios de classificação.

**Tabela 01: Síntese metodológica para estruturação da coleta de dados.**

<b>Critérios de classificação</b>	<b>Atributos metodológicos</b>
<b>Tipo de conhecimento</b>	Científico
<b>Natureza da pesquisa</b>	Aplicada
<b>Objetivo</b>	Exploratório-descritivo
<b>Abordagem</b>	Quali-quantitativa
<b>Quanto aos procedimentos de pesquisa</b>	Pesquisa bibliográfica
	Pesquisa telematizada
	Pesquisa de campo
<b>Técnicas e ferramentas de coleta de dados</b>	Formulário com questões dissertativas e objetivas
<b>Amostra</b>	Não-probabilística por conveniência
<b>Objeto de análise</b>	Empresas pertencentes ao município de Tupã que prestam serviços na área de comércio e reparação de veículos automotores, CNAE 4520-0/01
<b>Foco de análise</b>	Contabilidade de custos
<b>Sujeito de análise</b>	Empresários/proprietários das empresas
<b>Forma de análise dos dados obtidos</b>	Análise documental
	Análise descritiva
	Análise de gráficos e tabelas
	Análise comparativa

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Yamauchi (2017).

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1. CUSTOS

A Contabilidade de Custos deixou de ser algo estritamente voltado para as indústrias, se tornando uma ferramenta de controle e de tomada de decisão dentro das empresas que não são tipicamente dessa natureza.

Atualmente, diversas instituições financeiras, escritórios, empresas prestadoras de serviço, lojas comerciais, etc. adotam a contabilidade de custos como um diferencial competitivo.

Para se ter um resultado positivo do uso desse diferencial, primeiramente, é necessário que se entenda o que são os custos e suas diferenças

quando aplicado na Prestação de Serviço. Após, por parte dos gestores, é preciso consciência e disciplina, para saber quanto se gasta; uma ferramenta de controle, para o registro de todas as informações relevantes e, por fim, usar as informações obtidas para entender os custos e aplicar a forma de contabilização mais adequada (SEBRAE, 2004).

“Os custos precisam ser classificados para atender às diversas finalidades para as quais são apurados” (MEGLIORINI, 2007, p. 7), portanto, a seguir estão as classificações usadas para empresas industriais e de prestação de serviço.

### 2.1.1. Terminologia e Classificação Contábil aplicada a Custos

#### • Gastos

Segundo Martins (1998), gasto é a aquisição de bens ou serviços feitos pela empresa, onde ela arca com essa obtenção através da entrega de dinheiro ou outros ativos. Os gastos são classificados em: Custos, Despesas, Perdas e Investimentos.

#### • Custo

É todo o gasto que a empresa tem com a aquisição de bens ou serviços para produzir o que será oferecido aos clientes, ou seja, é o valor monetário de recursos utilizados no processo de obtenção ou de elaboração de um produto ou serviços (MARTINS, 1998).

#### • Custo Direto

O custo direto engloba a matéria-prima (MP) e a mão-de-obra (MOD) utilizada nos produtos. Nesse tipo de custo é possível medir exatamente o consumo desses dois fatores (MP e MOD), “dessa forma, não necessitam de critérios de rateio para serem alocados aos produtos fabricados ou serviços prestados, já que são facilmente identificados”. (OLIVEIRA; PEREZ JR., 2007, p. 60).

#### • Custo Indireto ou Custo Indireto de Fabricação (CIF)



Segundo Megliorini (2007), os custos indiretos são aqueles que sua quantidade não é identificada com exatidão nos produtos ou serviços, por isso, esses custos são apropriados aos produtos em forma de rateio, que é uma divisão proporcional dos custos aplicado aos produtos, tendo como base a mão-de-obra, o período que as máquinas ficam ligadas na fabricação dos produtos, quantidades ou matéria-prima consumida.

Como exemplo, a energia elétrica, que pode ser rateado em proporção as horas de utilização das máquinas pelos produtos.

#### •Custos Fixos

São aqueles que, independem do volume da produção, eles sempre serão os mesmos. “Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio” (SEBRAE, 2016). Como exemplo, o aluguel da fábrica que, não terá alteração no valor se ela produzir 10 milhões de unidades ou apenas 5 lápis.

#### •Custos Variáveis

Segundo Schier (2005), os custos variáveis são aqueles que se alteram conforme o volume de produção e de venda, proporcionalmente, tais como matéria-prima (MP) consumida e mão-de-obra (MOD) direta.

#### •Despesas

Para Megliorini (2007, p. 7), as despesas “correspondem à parcela dos gastos consumida para administrar a empresa e realizar as vendas, isto é, para gerar a receita”. São os gastos necessários para manter a estrutura da organização, representadas pelas despesas administrativas e pelas despesas de vendas.

Ex.: Salário dos funcionários do escritório.

#### •Despesas Variáveis

As despesas variáveis (SANTOS, 1990) são os gastos proporcionais ao volume de vendas, que estão diretamente ligados a ele, como os seguintes tributos: ICMS, PIS, COFINS e ISS.

#### •Perdas

Viceconti e Neves (2003, p. 13) definem perda como “um gasto não intencional decorrente de fatores externos fortuitos ou da atividade produtiva normal da empresa”, ou seja, são imprevistos, onde os bens ou serviços são consumidos de forma atípica e sem retorno à organização.

Ex.: Incêndios.

#### • Investimentos

Conforme Ribeiro (2002, p. 22), os investimentos “se destinam à obtenção de bens de uso da empresa (computadores, móveis, máquinas, ferramentas, veículos etc.) ou a aplicações de caráter permanente (compra de ações de outras empresas, de imóveis, de ouro etc.) são considerados investimentos. Consideram-se ainda investimentos os gastos com a obtenção dos bens destinados a troca (mercadorias), transformação (matéria-prima, material secundário e material de embalagem) ou consumo (material de expediente e limpeza) enquanto esses bens ainda não foram trocados, transformados ou consumidos, portanto, o investimento representa o gasto com a compra de bens que ficarão estocados até o seu consumo.

## 2.2. FORMAS DE CUSTEIO

### 2.2.1. Custeio-padrão

O custo padrão é uma maneira das empresas controlarem os gastos de suas operações e atividades. Este custo tem como objetivo descobrir e resolver os problemas que causam custos.

O custo-padrão é uma avaliação feita em toda cadeia produtiva para estimar a quantidade de matéria-prima, a mão-de-obra e o tempo que a mercadoria leva para ser fabricada, “é aquele que pode ser alcançado quando um produto entra em processo de fabricação, pois é calculado de acordo com as condições normais de operação da empresa”. (CUSTOS: ANÁLISE E GESTÃO p. 160).

Considerado como custo-meta, pois, o cálculo é feito antes de se realizar a produção, determinando a meta a ser alcançada, esse método não pode ser considerado ideal, por isso deve ser visto como um custo provável que a organização poderá atingir.

### 2.2.2. Custeio ABC

O sistema do custeio ABC (Activity Based Costing), ou Custeio Baseado em Atividades, surgiu da busca de melhoria dos métodos tradicionais de custeio, que já haviam se tornado deficientes em alguns aspectos.

Esse método tem por base a análise das atividades que são mais significativas dentro das empresas e os recursos que estas consomem e não os produtos fabricados por ela, “o ABC é a ferramenta que permite melhor visualização dos custos através da análise das atividades executadas dentro da empresa” (MARTINS, 2000, p.112).

Esse custeio tem como característica a atribuição dos custos indiretos aos produtos, mas este sistema também pode ser utilizado na alocação de custo direto, tendo como uma das principais funções, a redução de erros causados pelo rateio arbitrário do Custeio por Absorção.

Conforme Crepaldi (2010, p.322):

O sistema ABC não é apenas uma nova maneira de se apropriar os custos para o produto que o gerou, mas é, também, uma nova maneira de se administrar, tendo como dados suporte dos custos pelo ABC e suas características. As empresas estão usando o ABC para apoiar as decisões principais em linha de produtos e segmentos de mercado, assim como relacionamento com clientes, e para assimilar o impacto da parte financeira e gerencial do ABC como sistema de medida.

Assim, esse sistema permite que as informações contábeis de custo sejam mais úteis dentro do processo de tomada de decisões financeiras e administrativas, bem como permite identificar os custos que são relativos às atividades e os motivos dessas atividades serem empreendidas.

### 2.2.3. Custeio Variável

O custeio variável, também conhecido como custeio direto, consiste em apropriar aos produtos apenas os custos variáveis, sendo que os custos fixos não serão rateados para os produtos, considerando-os como despesas. Através desse método de custeio, os produtos adquirirão somente os custos provenientes da produção, ou seja, os custos variáveis. Os custos fixos, por não serem consumidos pela produção, são tratados como custos do período, passando diretamente para o

resultado do exercício (MEGLIORINI, 2007).

A grande vantagem que esse método de custeio possui é o conceito de Margem de Contribuição (MgC), que é o valor, ou percentual, que sobra das vendas menos as despesas variáveis e o custo direto variável.

A representação dos resultados do Custeio Variável é feita através de uma tabela, como no exemplo a seguir:

**Tabela 02: Ferramenta de Custeio Variável**

ITENS	PRODUTO
Faturamento Bruto	
(-) Impostos Diretos	
(=) Faturamento Líquido	
(-) CV (MD+MOD)	
(-) Despesas Variáveis	
(=) Margem de Contribuição	
(-) Despesas Fixas	
(-) CIF	
(=) Lucro Operacional	
(-) Impostos Indiretos (IR/CSLL)	
(=) Resultado do Exercício	

Fonte: Desenvolvido pelos autores.

#### 2.2.4. Custeio por Absorção

O Custeio por Absorção, também conhecido como Custeio Integral, é o único método que está de acordo com os Princípios Fundamentais de Contabilidade (PFC) e com a Legislação Fiscal, Lei nº6.404 (BRASIL, 1976).

Este custeio é um sistema que busca identificar e, posteriormente, aprimorar os custos e sua identificação. Sua forma de implementação é vantajosa, pois é de fácil aplicabilidade, que consiste na apropriação de todos os custos relativos à produção dos bens produzidos.

Para Crepaldi (2010, p.228) “custear significa acumular, determinar custos. Custeio ou custeamento são métodos de apuração de custos, maneiras segundo as quais procedemos à acumulação e apuração dos custos”, desse modo,

esse método de custeio apropria os custos diretos e indiretos aos produtos, e as despesas administrativas, de vendas e financeiras, sendo do mesmo período.

### 2.3. FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Quando se analisa o comércio desde seu início - que historicamente não tem uma data específica-, vemos que o preço dos produtos e serviços sofreram diversas alterações, evoluindo de simples trocas a um processo específico e cheio de informações que permitem análises e resultados minuciosos sobre a organização.

Inicialmente, o preço dos produtos/serviços era estipulado conforme a necessidade e a barganha<sup>2</sup>, todas as formas de troca eram influenciadas pelo tipo de atividade que cada família detinha, já que o custo de desempenhar mais de uma atividade era muito alto, as famílias faziam a troca do que lhes sobravam por produtos e serviços de sua necessidade, visto que:

No início do desenvolvimento do comércio moderno, os produtos eram intercambiados diretamente nos postos de troca, sendo que na época as moedas não tinham a credibilidade financeira para serem universalmente aceitas. Era a fase do escambo<sup>3</sup>. (NOVAES: 2007, p. 1).

Com a evolução da sociedade, fez-se necessário a criação de um sistema mais eficiente para as negociações, no qual o custo dos produtos se equivalessem. As moedas foram criadas por diversas civilizações para estabelecer um único produto para quaisquer tipos de troca, assim, também surgiram os métodos para avaliar o quanto realmente custava as mercadorias/serviços e seu potencial comercial perante o mercado, e as melhorias desses processos resultaram no que conhecemos hoje como formação do preço de venda.

Segundo Santos (1995), o dia-a-dia da organização é diretamente afetado pela fixação do preço de venda de seus produtos e serviços, independentemente do setor econômico em que atua, do porte da empresa ou da natureza de seus produtos/serviço, sendo de suma importância o todo, desde os

---

<sup>2</sup>Bar.ga.nhar 1. Negociar por troca; permutar (mercadoria, favor). 2 Insistir em abatimento; pechinchar, regatear (BECHARA, 2011).

<sup>3</sup>Es.cam.bo 1. Troca de mercadorias ou serviços sem uso de moeda. 2 Toda e qualquer troca (BECHARA, 2011).

cálculos para a avaliação da melhor forma de custeio, até o produto/serviço estar disponível ao consumidor, com um preço de venda competitivo e rentável.

Através do cálculo dos custos, busca-se encontrar o verdadeiro valor de todos os processos que envolvem a prestação de serviços, para garantir que o preço de venda tenha compatibilidade com a realidade de mercado, atraia os consumidores e gere lucro, sendo feito, sempre que necessário, uma revisão, caso ocorra qualquer alteração no preço de compra dos materiais utilizados, por exigência do consumidor ou pela concorrência, assim, “o preço de venda ideal é aquele que cobre todos os custos e despesas e ainda sobre o lucro, deve ser competitivo e na medida do possível ser melhor que o da concorrência, deve permitir a manutenção do cliente e a expansão das vendas” (SEBRAE, 2017).

Como exemplo (SEBRAE, 2017), será utilizado a apuração do preço de venda de uma oficina mecânica, considerando o serviço de alinhamento e balanceamento de um automóvel, executado em 2 horas.

### **1º Passo – Cálculo da Mão de Obra Direta**

Vamos considerar que a empresa possui 2 empregados e custo total da folha de pagamento seja de R\$ 3.0000,00, assim, para o cálculo do custo hora do empregado na prestação do serviço aplica-se a seguinte fórmula:

$$\text{Custo da Hora} = \frac{\text{Valor dos Salários} + \text{Encargos Sociais}}{\text{N.}^\circ \text{ de empregados} \times \text{Horas}}$$

\*Valor bruto da folha de pagamento com 2 empregados: R\$ 3.000,00;

\*Encargos Sociais (60%): R\$ 1.800,00

#### **Cálculo:**

$$\frac{3.000,00 \text{ (Salários)} + 1.800,00 \text{ (Encargos Sociais)}}{2(\text{N.}^\circ \text{ de empregados}) \times 160 \text{ (horas)}} = \frac{4.800,00}{320} = \text{R\$ } 15,00/\text{hora}$$

### **2ª Passo – Cálculo dos Materiais Diretos**

O exemplo é um serviço de balanceamento e alinhamento de um automóvel, sendo aplicado no serviço: 1 hora de energia elétrica, 30g de chumbo colante e 1 esponja de aço, assim o custo do material é de:

•Energia: R\$7,00

- Chumbo: R\$ 0,80
- Lã de aço: R\$ 1,00
- Total: R\$ 8,80

### **3ª Passo – Cálculo do Custo Unitário do Serviço**

Custo Unitário = custo da mão-de-obra direta + custo do material

Custo Unitário = (R\$ 15,00 x 2 horas) + R\$ 8,80

Custo Unitário = R\$ 38,80

### **4ª Passo – Custo fixos**

No exemplo, a empresa possui um custo fixo médio nos últimos 6 meses de R\$ 10.000,00, incluso nesse valor as despesas com aluguel, pró-labore, telefone, água, material de limpeza, depreciação, lanches entre outros, considerando também que a receita bruta média dos últimos 6 meses foi de R\$ 80.000,00.

Assim, apura-se a relação entre o custo fixo médio e a receita bruta média, utilizando a seguinte fórmula:

$$\text{CF\%} = (\text{CFM} / \text{RBM}) \times 100$$

\*CF% = percentual do custo fixo em relação à receita bruta

\*CFM = custo fixo médio

\*RBM = receita bruta média

**Logo temos:**

$\text{CF\%} = (\text{R\$ } 10.000,00 / \text{R\$ } 80.000,00) \times 100$

$\text{CF\%} = 12,50\%$

Conforme apurado, a taxa do custo fixo médio em relação à receita bruta média é de 12,50%, isso, significa que cada mercadoria vendida deverá suportar com 12,50% dos custos fixos, através de suas vendas.

### **5º Passo – Custo Variáveis de Venda (CVV)**

Os custos variáveis de venda são os descritos na tabela abaixo, totalizando 10,93%.

**Tabela 03: Custos Variáveis de Venda**

ISSQN	5,00%
PIS	0,65%
COFINS	3,00%
CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	1,08%
IRPJ (Lucro Presumido)	1,20%
Total	10,93%

**6º Passo – Definição da Margem de Lucro**

A Margem de Lucro - ML é o lucro esperado pelo empresário, após serem pagos todos os custos. Para fixação da margem de lucro a empresa deverá ficar atenta, e verificar além dos seus custos também o preço praticado pelo mercado. Considera-se nesse exemplo a margem lucro de 15%.

**7º Passo – Cálculo da Taxa de Marcação**

Agora com todos os elementos necessários, aplica-se a fórmula para o cálculo da Taxa de Marcação – TM, que é o fator que define o preço do serviço.

$$TM = 100 / 100 - (CF\% + CVV + ML)$$

$$TM = 100 / 100 - (12,50 + 10,93 + 15,00)$$

$$TM = 100 / 100 - 38,43$$

$$TM = 100 / 61,57$$

$$TM = 1,62$$

**8º Passo – Cálculo do Preço de Venda**

Encontrada a Taxa de Marcação de 1,62, agora vamos calcular o preço de venda das mercadorias aplicando a fórmula: PV = CUT (custo de unitário do serviço) x TM (taxa de marcação).

Assim:

$$PV = R\$ 38,80 \times 1,62 = R\$ 62,86$$

**Desta forma, para executar o serviço de alinhamento e balanceamento no automóvel o preço de venda é de R\$ R\$ 62,86.**



### 3. PESQUISA DE CAMPO

O formulário aplicado com os responsáveis pelas empresas como instrumento de coleta de dados é constituído por três partes: geral, específico p/ quem aplica e específico p/ quem não aplica. Baseado em Yamauchi (2017), a tabela a seguir mostra a análise das perguntas para facilitar a compreensão dos resultados.

**Tabela 04: Análise do formulário aplicado aos responsáveis pela empresa.**

	Perguntas	Análise
Geral	1. Quantos funcionários a empresa possui?	O número de funcionários determina o tamanho da empresa
	2. Há quanto tempo a empresa está no mercado?	Presume-se tempo de experiência
	3. Qual a classificação jurídica da empresa?	Determina o regime jurídico de cada empresa
	4. Quem é o responsável pela área contábil da empresa?	Analisa também o tamanho da empresa
	5. Quando a empresa iniciou sua atividade, recebeu alguma orientação do escritório em relação ao cálculo dos custos?	Analisa o papel do escritório de contabilidade
	6. A empresa já procurou algum conteúdo do SEBRAE para obter informações sobre custos e formação do preço de venda?	Verificamos o conhecimento dos prestadores de serviço quanto a ajuda fornecida pelo órgão.
	7. Defina o grau de importância do cálculo dos custos dentro de sua empresa.	Determina a avaliação do prestador na formação do preço
	8. Assinale os termos que são de conhecimento da empresa.	Analisa o conhecimento do prestador de serviço
	9. Atualmente, a empresa utiliza algum método de custeio?	Analise como o prestador determina o valor de seu serviço
Específico para quem aplica	10. Qual(is) dos métodos de custeio dentre os citados abaixo?	Define qual método utilizado
	11. Há quanto tempo aproximadamente, ele é utilizado?	Determina tempo de utilização
	12. Qual foi a motivação para a empresa adotar a contabilidade de custos?	O que levou a escolher
	13. A empresa recebeu algum tipo de auxílio externo para implementar o método de custeio?	Mostra se houve orientação por parte dos escritórios de contabilidade e ou outros órgãos
	14. O cálculo dos custos é utilizado em todos os serviços prestados?	Mostra se o método é aplicado a todos os serviços prestados
	15. A empresa aplica o custo do serviço para formar o preço de	Verifica se os custos que são apurados são utilizados no cálculo

	venda?	de preço de venda
	16. Os valores praticados no mercado influenciam na formação do preço de venda?	Define se há correlação aos preços praticados no mercado
	17. Ao formar o preço de venda, são considerados os clientes alvo e o quanto eles aceitam pagar?	Determina se o preço é formado de acordo com a clientela
	18. Qual o grau de satisfação da empresa com o lucro, referente a aplicação da contabilidade de custos e a formação do preço de venda?	Busca identificar a satisfação do prestador de serviço no método escolhido
Específico para quem não aplica	19. Você acha que seria importante saber quanto realmente custa os serviços que sua empresa disponibiliza?	Visa analisar o conhecimento do prestador de serviço na formação do preço
	20. A sua empresa já encontrou alguma dificuldade ao formar o preço de venda?	Determina o grau de dificuldade na formação do preço
	21. Existe na empresa algum tipo de controle (como planilhas ou anotações) que mostrem a formação de preço de venda e seu resultado para a organização (lucro ou prejuízo)?	Analisa o processo na formação do preço
	22. Qual o grau de satisfação da empresa hoje, referente ao lucro?	Verifica se o método aplicado tem surtido o efeito desejado

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Yamauchi (2017).

### 3.1. ANÁLISE DE RESULTADOS

Neste item se encontram a análise documental, descritiva e comparativa dos dados obtidos através da pesquisa de campo.

Ressaltando que os nomes e informações obtidas por meio das pesquisas serão confidenciais, sendo as empresas classificadas como E1 (empresa número um), E2 (empresa número dois), E3 (empresa número três), sucessivamente, até alcançar o número de empresas entrevistadas.

A Tabela 05 demonstra a síntese das respostas das empresas, sendo importante destacar alguns pontos de maior relevância dentro da pesquisa de campo.

Primeiro, é possível notar que o porte da organização não define se mesma utiliza ou não a contabilidade de custos, diferente do que se pressupunha, pois considerando que empresas de maior porte devem apresentar mais

informações ao fisco, acreditava-se que utilizavam a contabilidade de custos como mais uma obrigação, portanto, identificando a realidade das empresas se constata que essa afirmação não é verdadeira, sendo que todas as empresas entrevistadas não aplicam método de custeio.

Segundo, vale ressaltar que, aparentemente, duas empresas que não responderam ao formulário, aplicam alguma forma de custeio, mas, por se tratarem de franquias, elas não tem a permissão para responder, pois não têm acesso as informações que compõem o cálculo, sendo passado apenas os preços a serem aplicados.

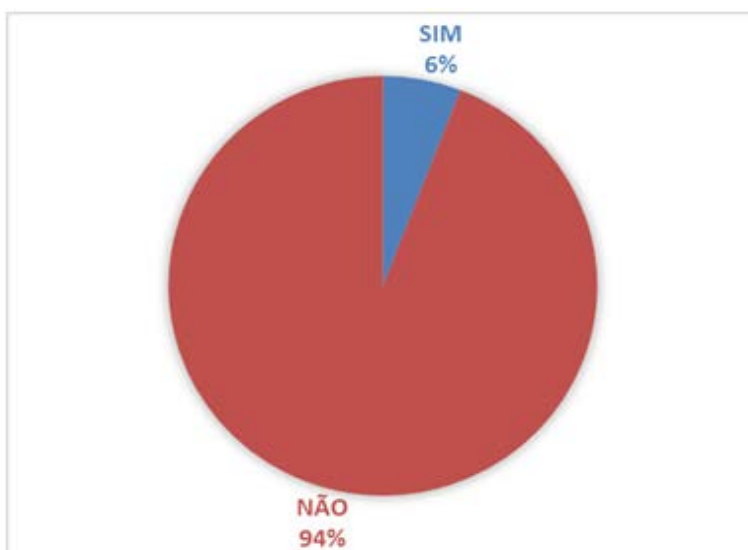
Tabela 05: Síntese das respostas obtidas através do formulário

	Número de funcionários	Há quanto tempo a empresa está no mercado?	Classificação Jurídica	Responsável pela área contábil	Houve orientação do escritório em relação ao cálculo dos custos?	Já procurou informações sobre custos e formação do preço de venda (do serviço)?	Grau de importância do cálculo dos custos	Utiliza algum método de custeio?	A empresa acha importante saber quanto realmente custa os serviços?	Já encontrou dificuldade ao formar o preço de venda?	Existe algum controle mostrando a formação do preço de venda e o lucro ou prejuízo?	Grau de satisfação referente ao lucro
E1	De 11-20	+ 15	ME	Escritório Contábil Aux. Administrativos	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	NÃO	SIM	4
E2	Menos de 10	+ 15	ME	Escritório Contábil	NÃO	SIM	4	NÃO	SIM	SIM	SIM	3
E3	Menos de 10	+ 15	ME	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	SIM	SIM	2
E4	Menos de 10	+ 15	MEI	Escritório Contábil	SIM	NÃO	5	NÃO	SIM	SIM	SIM	5
E5	Menos de 10	2-5 anos	ME	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	SIM	SIM	5
E6	Menos de 10	+ 15	ME	Aux. Administrativos	NÃO	NÃO	5	NÃO	NÃO	SIM	SIM	2
E7	Menos de 10	+ 15	LTDA	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	3
E8	Menos de 10	Menos de 1 ano	ME	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	SIM	NÃO	2
E9	De 11-20	10-15 anos	S/A	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	NÃO	SIM	5
E10	Menos de 10	+ 15	ME	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	NÃO	SIM	5
E11	Menos de 10	10-15 anos	ME	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	3
E12	Menos de 10	10-15 anos	ME	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	NÃO	SIM	3
E13	Menos de 10	+ 15	EPP	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	SIM	SIM	2
E14	Menos de 10	10-15 anos	ME	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	NÃO	SIM	5
E15	Menos de 10	+ 15	MEI	Escritório Contábil	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	SIM	SIM	5
E16	De 11-20	+ 15	LTDA	Escritório Contábil Aux. Administrativos	NÃO	NÃO	5	NÃO	SIM	NÃO	SIM	3
E17	Menos de 10	Menos de 1 ano	LTDA	Escritório Contábil Aux. Administrativos	NÃO	SIM	4	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	3

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base na pesquisa de campo, 2018.

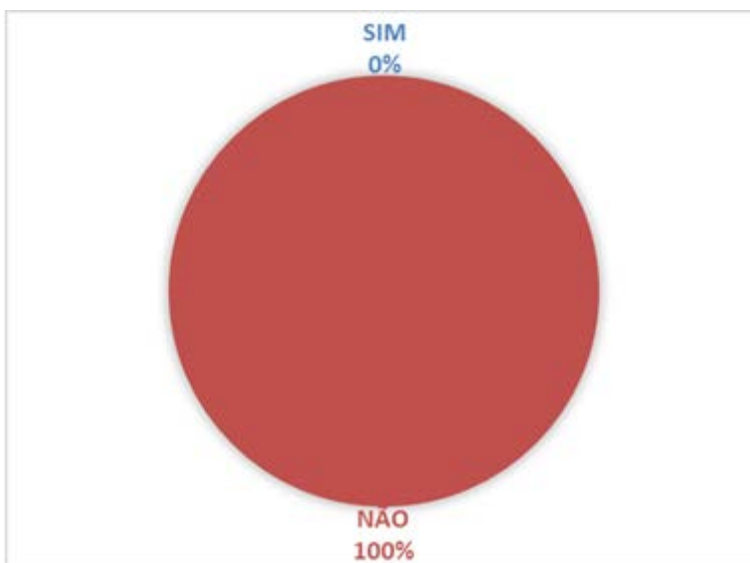
No Gráfico 01, que analisa a orientação do escritório em relação a análise de custos, nota-se que 94% dos entrevistados não receberam nenhum tipo de auxílio dos escritórios contábeis, e os outros 6% só receberam a orientação de como devem ser calculados os custos e as despesas, mas, não utilizando de nenhuma das formas de cálculo de custos previamente apresentadas.

**Gráfico 01: Orientação do escritório contábil em relação ao cálculo de custos.**



Fonte: Desenvolvido pelos autores com base na pesquisa de campo, 2018.

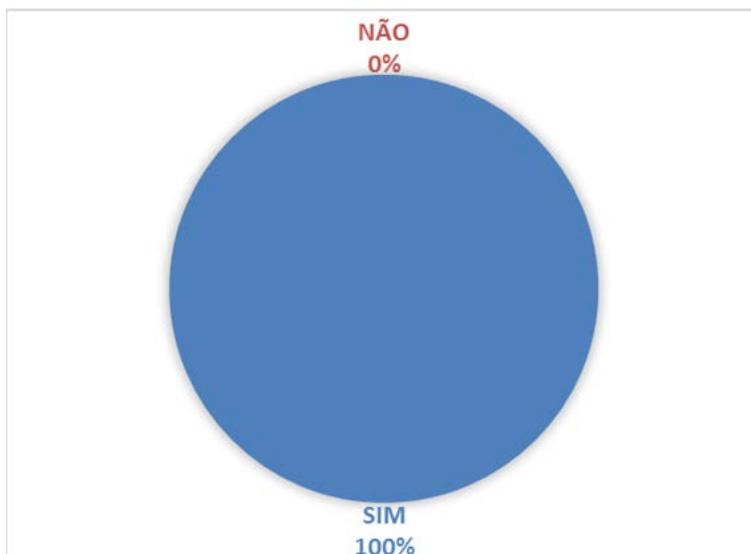
No Gráfico 02, nota-se que 100% dos entrevistados não usam nenhum método de custeio, ainda que o primeiro gráfico demonstre que 6% dos escritórios orientaram as empresas entrevistadas sobre a utilização de algum método de custeio.

**Gráfico 02: Utilização de métodos de custeio.**

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base na pesquisa de campo, 2018.

Observando os resultados dos Gráficos 02 e 03, é possível afirmar que as empresas consideram importante saber o real custo dos serviços (no gráfico 03, sendo 100% dos entrevistados), porém, não é realizada nenhuma forma de custeio.

Assim, pode-se inferir que esse fator ocorreu porque muitas empresas acham importante o cálculo dos custos, mas, não têm conhecimento sobre a correta forma do cálculo, acreditando ser satisfatória a forma utilizada, sabe-se que essa “satisfação” é ilusória, pois sem o cálculo correto não se chega ao custo correto, acarretando ao falso lucro, que pode estar, na verdade, sendo um prejuízo. Bem como a não orientação dos escritórios no momento da abertura das empresas, já que muitos deles se preocupam apenas com os fatores burocráticos, destacando que a hipótese levantada sobre essa falta de orientação é verídica.

**Gráfico 03: Importância do custo real dos serviços**

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base na pesquisa de campo, 2018.

A Tabela 06, demonstra as terminologias que são de conhecimento das empresas e nele é possível observar que as organizações têm a base necessária para o desenvolvimento de alguma forma de custeio, elas só não têm o conhecimento de como aplicá-las.

Nesse sentido, é fundamental destacar que mesmo sendo trabalhoso, complicado de ser feito, controlado e acompanhado, a grande maioria das empresas têm o necessário para dar o “ponta pé” inicial para total contabilização dos custos. Também, com as análises anteriores nota-se que é uma área com grande potencial de crescimento, tanto para empresas de cunho contábil, quanto para futuros técnicos e contadores.

**Tabela 06: Terminologias conhecidas pelas empresas.**

	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E 6	E 7	E 8	E 9	E 10	E 11	E 12	E 13	E 14	E 15	E 16	E 17
<b>Gastos</b>	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Custos Fixos</b>	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Despesas Variáveis</b>	X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X
<b>Custos Diretos</b>	X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X
<b>Custos Variáveis</b>	X	X	X	X	X							X	X	X	X	X	X
<b>Perdas</b>	X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X
<b>Custos Indiretos</b>	X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X
<b>Despesas</b>	X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X
<b>Investimento</b>	X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X

Fonte: Desenvolvido pelos autores com base na pesquisa de campo, 2018.

A análise do Gráfico 04 possibilita a compreensão da dificuldade dos entrevistados em formar o preço de venda adequado para os serviços. De acordo com os dados apresentados acima, a maior parte dos gestores (59%) já encontraram obstáculos na hora de formar o preço de venda, e a outra parte (41%) dos indivíduos que foram questionados não se depararam com dificuldades.

De acordo com essas informações conclui-se que os principais motivos que levam à essas dificuldades são: clientes, concorrência, custo da hora trabalhada e a dificuldade de padronização dos serviços.

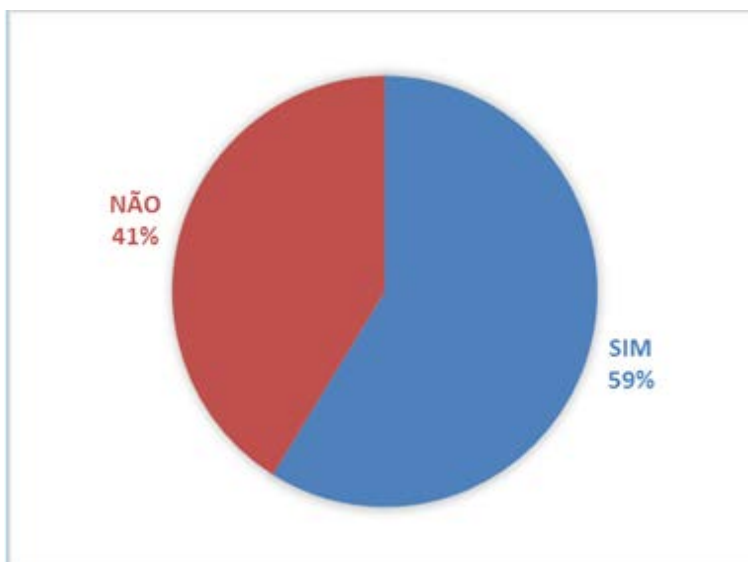
Os clientes se tornam uma dificuldade na formação do preço de venda pelo seu poder de escolha e por estarem diretamente ligados a essa atividade. A pesquisa de campo foi aplicada em 17 empresas, mas, nota-se que a cidade possui mais organizações com essa descrição (CNAE 4520-0/01), além dos trabalhadores informais, portanto, quando o cliente opta por serviços de outras empresas ou até mesmo por ser um serviço informal pelo preço mais em conta, ele faz com que o preço dos serviços caia, pois, o quanto o cliente está disposto a pagar entra como um dos principais fatores do cálculo.

Assim como os clientes, a concorrência, já citada anteriormente, se torna um fator preocupante, como apontam alguns dos entrevistados, quando ela se torna desleal, ou seja, a falta de união da categoria faz com que o preço não seja tabelado, podendo cada um fazer conforme os seus conhecimentos, experiência e opção, além de serem específicos e personalizados, eles se tornam difíceis para a utilização de um padrão único, assim como a mão-de-obra empregada neles.



Portanto, fica claro como todos os fatores que são apontados, como dificuldades, estão interligados, pois, dentro de todas as atividades principalmente na prestação de serviço, estes são quesitos fundamentais para que ocorra a eficácia e eficiência no modelo de prestação.

**Gráfico 04: Dificuldades na formação do preço de venda.**



Fonte: Desenvolvido pelos autores com base na pesquisa de campo, 2018.

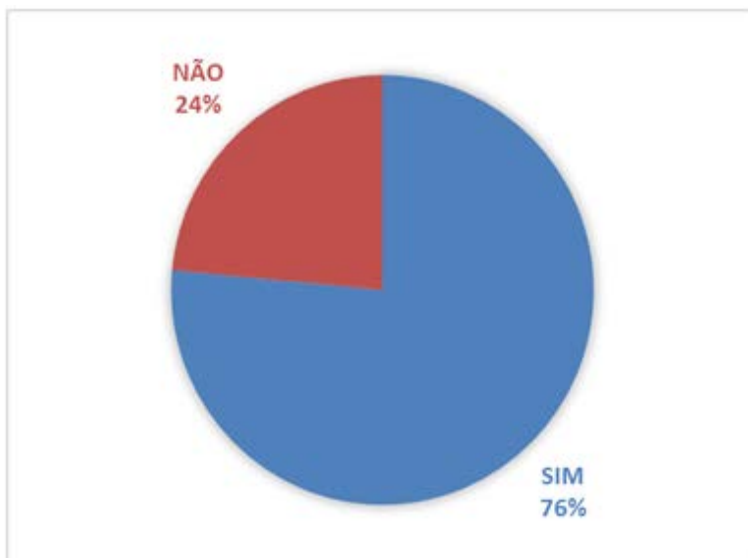
No Gráfico 05 nota-se que, 76% das empresas entrevistadas faz algum tipo de controle através de planilhas em Excel, softwares e/ou controle manual.

Observou-se que, apesar de nenhuma delas aplicar alguma forma de custeio ou um cálculo correto de formação de preço de venda, elas ainda fazem o uso de algum método de controle, para que, dentro de suas possibilidades saiba o quanto estão, e se estão lucrando.

Apesar de ser um bom início, o caminho para o total controle e compreensão da contabilidade de custos é extenso e necessita, principalmente, de que o gestor/empresário que administra as empresas adote os processos e a consciência da importância de sua aplicação, o que não é visto em 24% dos entrevistados.

Alguns dos motivos para não se ter esse controle, são: a responsabilidade de questões burocráticas serem a cargo do escritório e não dentro da própria empresa; a demanda de tempo para a organização e manutenção dos tipos de controle; e a visão de que a aplicação não surtirá efeitos dentro da empresa.

**Gráfico 05: Uso de controles que mostrem o preço de venda e seu resultado.**



Fonte: Desenvolvido pelos autores com base na pesquisa de campo, 2018.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Sendo o Setor Terciário de grande representatividade no PIB nacional, o presente trabalho apresentou como ambiente de análise as empresas de prestação de serviços pertencentes ao CNAE 4520-0/01 (comércio e reparação de veículos automotores) da cidade de Tupã.

O objetivo geral do trabalho consistiu em analisar a utilização da contabilidade de custos e seus impactos por meio da tomada de decisão dos gestores em empresas do setor de serviços. Sendo os seguintes objetivos específicos: (i) demonstrar as principais formas de custeio; (ii) descrever como funciona a Formação do Preço de Venda; (iii) identificar a realidade das empresas; (iv) analisar os cenários das empresas de prestação de serviço no setor de reparação de veículos automotores no município de Tupã; (v) identificar as falhas e dificuldades desse ramo contábil.

Para atingir todos os objetivos, o trabalho foi dividido em duas partes principais, a primeira consiste na apresentação dos temas por meio de pesquisa telematizada e bibliográfica sobre os métodos de custeio e formação do

preço de venda. A segunda etapa se trata da pesquisa de campo e a análise dos dados obtidos por meio dela.

Assim sendo, na pesquisa de campo foram realizadas as entrevistas com os responsáveis por essas organizações e eles responderam questões sobre características da empresa, orientações e conteúdos para o cálculo de custos e formação do preço de venda, sobre a prática de método de custeio, controle financeiro e dificuldades enfrentadas pelas organizações. Baseado nas respostas das empresas entrevistadas foi realizada uma análise através de gráficos e tabelas para compreender como a teoria é ou não realizada na prática, bem como, as medidas que possam auxiliar para o desenvolvimento da contabilização dos custos e as tomadas de decisões mais eficientes.

Foi possível observar que todos os entrevistados possuem algum tipo de conhecimento sobre as terminologias da análise de custos, entretanto, nenhuma das empresas realiza um método formal de custeio, bem como não utilizam nenhum procedimento para cálculo da formação do preço de venda para apreciação de seus resultados.

Partindo desses pressupostos, uma boa gestão de contábil é um quesito fundamental para a sobrevivência de uma empresa, e para isso é essencial o conhecimento profundo de tudo que ocorre dentro dela, bem como os seus custos, despesas e receitas, pois é a partir deles que a organização poderá identificar se está obtendo resultados positivos, ou não, ao exercer suas atividades.

Em termos conclusivos, para abranger melhor o setor de prestação de serviços que engloba diversas áreas, estudos futuros poderão replicar a pesquisa de campo desenvolvida pelos autores, abordando o mesmo objeto de análise, com uma amostra probabilística ou ainda outros setores dos quais necessitem da análise de custos.

## REFERÊNCIAS

BECHARA, E. **Dicionário da língua portuguesa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2011.

BRASIL. Lei nº 6.404 de 15 de Dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 17 dez. 1976. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6404consol.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404consol.htm)>. Acesso em: 13 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 123 de 14 de Dezembro de 2006**. Estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Brasília, 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/lcp/lcp123.htm)>. Acesso em: 13 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. **A importância do Setor Terciário**. 2017. Disponível em: <<http://www.mdci.gov.br/qindex.php?qcomercio-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs/402-a-importancia-do-setor-terciario>>. Acesso em: 05 out. 2017.

CREPALDI, S. A. **Contabilidade Gerencial Teoria e Prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DERBECK, E. J. V.; NAGY, C. F. **Contabilidade de custos**. 11. ed. São Paulo: Thomson, 2001.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MEGLIORINI, E.. **Custos: Análise e Gestão**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

OLIVEIRA, L. M. de; PEREZ JR., J. H. **Contabilidade de Custos para não contadores**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

RIBEIRO, O. M. **Contabilidade de Custos Fácil**. 6. Ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

SANTOS, J. J. dos. **Análise de custos: um enfoque gerencial com ênfases para custeamento marginal**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

SANTOS, R. V. dos. **Modelos de decisão para Gestão de Preço de Venda**. Dissertação de mestrado apresentada a FEA – USP. São Paulo, 1995.

SCHIER, C. U. da C. **Custos industriais**. 20. ed. Curitiba: IBPEX, 2005.

SEBRAE. **Critério de classificação de empresas: MEI - ME - EPP**. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. **Custos e preço de venda na prestação de serviços**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/custos-e-preco-de-venda-na-prestacao-de-servicos,b6c6164ce51b9410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 22 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. **Custos na Prestação de Serviços**. São Paulo, 2004.

\_\_\_\_\_. **O que são custos fixos e custos variáveis**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/o-que-sao-custos-fixos-e-custos-variaveis,69cb1e2c6182c410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

SILVA, P. C. da. **Revolução Industrial**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/revolucao-industrial/27484/>>. Acesso em: 28 mai. 2018.

VICECONTI, P.E.V.; NEVES, S. das. **Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo**. 6. ed. rev. ampl. São Paulo: Frase, 2003.

YAMAUCHI, F. **A Gestão de Pessoas no Setor do Agronegócio: um estudo sobre produtores de amendoim da região da Alta Paulista**. Dissertação (Mestrado em agronegócio e desenvolvimento) – FCE Faculdade de Ciências e Engenharia. Universidade Estadual de São Paulo, Tupã. Disponível em: <[https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/151079/yamauchi\\_f\\_me\\_tup\\_a.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/151079/yamauchi_f_me_tup_a.pdf?sequence=3&isAllowed=y)>. Acesso em: 10 de abr. 2018.

**APÊNDICE A – Formulário aplicado a representantes das empresas prestadoras de serviços com o CNAE 4520-0/01, sobre contabilidade de custos e formação do preço de venda.**

Parte 1- Geral

1. Quantos funcionários a empresa possui?

( ) Menos de 10

( ) De 11-20

( ) De 21-30

( ) De 31-50

( ) Mais de 50

2. Há quanto tempo a empresa está no mercado?

( ) Menos de 1 ano

( ) De 2-5 anos

( ) De 6-10 anos

( ) De 10-15 anos

( ) Mais de 15 anos

3. Qual a classificação jurídica da empresa?

( ) EI ( ) EIRELI ( ) MEI ( ) ME ( ) EPP ( ) LTDA ( ) S/A

4. Quem é o responsável pela área contábil da empresa?

Contador da empresa

Escritório contábil

Auxiliares administrativos

Técnicos em gestão

5. Quando a empresa iniciou sua atividade, recebeu alguma orientação do escritório em relação ao cálculo dos custos?

( ) Sim. Qual? \_\_\_\_\_

( ) Não

6. A empresa já procurou algum conteúdo do SEBRAE para obter informações sobre custos e formação do preço de venda?

---

---

---

7. Defina o grau de importância do cálculo dos custos dentro de sua empresa:

0       1       2       3       4       5

8. Assinale os termos que são de conhecimento da empresa.

( ) Gastos                      ( ) Custo direto                      ( ) Custo Indireto  
( ) Custos Fixo                      ( ) Custos Variáveis                      ( ) Despesas  
( ) Despesas Variáveis                      ( ) Perdas                      ( ) Investimento

9. Atualmente, a empresa utiliza algum método de custeio?

( ) Sim  
( ) Não

### Parte 2- Específico p/ quem aplica

10. Qual (is) dos métodos de custeio dentre os citados abaixo?

( ) Custeio padrão  
( ) Custeio por absorção  
( ) Custeio abc  
( ) Custeio variável  
( ) Outro \_\_\_\_\_

11. Há quanto tempo, aproximadamente, ele é utilizado?

( ) menos de 1 ano  
( ) 1-3 anos  
( ) 4-6 anos  
( ) mais de 7 anos

12. Qual foi a motivação para a empresa adotar a contabilização dos custos?

---

---

---

13. A empresa recebeu algum tipo de auxílio externo para implementar o método de custeio?

( ) Sim. Qual?

---

( ) Não.

14. O cálculo dos custos é utilizado em todos os **serviços prestados**?

---

---

---

15. A empresa aplica o custo do serviço para formar o preço de venda?

( ) Sim

( ) Não

16. Os valores praticados no mercado influenciam na formação do preço de venda?

( ) Sim

( ) Não

17. Ao formar o preço de venda são considerados os clientes alvo e o quanto eles aceitam pagar?

( ) Sim

( ) Não

18. Qual é o grau de satisfação da empresa com o lucro, referente à aplicação da contabilidade de custos e a formação do preço de venda?

0

1

2

3

4

5



### Parte 3- Específico p/ quem não aplica

19. Você acha que seria importante saber quanto realmente custa os serviços que sua empresa disponibiliza?

( ) Sim.

( ) Não.

Por que?

---

---

---

20. A sua empresa já encontrou alguma dificuldade ao formar o preço de venda?

( ) Sim.

Qual? \_\_\_\_\_

---

( ) Não.

21. Existe na empresa algum tipo de controle (como planilhas ou anotações) que mostrem a formação de preço de venda e seu resultado para a organização (lucro ou prejuízo)?

( )

Sim, \_\_\_\_\_

( ) Não

22. Qual é o grau de satisfação da empresa hoje, referente ao lucro?

0

1

2

3

4

5