



**INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**
SÃO PAULO
Campus Caraguatatuba

TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

RAFHAEL GARCIA SANTOS

**UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O PROCESSO DE CUSTEIO NAS
EMPRESAS DE SERVIÇOS.**

CARAGUATATUBA - SP
2020

TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

RAFHAEL GARCIA SANTOS

**UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O PROCESSO DE CUSTEIO NAS
EMPRESAS DE SERVIÇOS.**

Projeto de Pesquisa - Trabalho apresentado para a disciplina de Metodologia do Trabalho Científico, do Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia, como exigência parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientador(a): Prof. Mestre Ricardo Maroni Neto.

CARAGUATATUBA - SP
2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) Serviço
de Biblioteca e Documentação do IFSP Câmpus Caraguatatuba

Santos, Rafael Garcia

S237e Um estudo exploratório sobre o processo de custeio nas
empresas de serviços. / Rafael Garcia Santos. --
Caraguatatuba, 2020.
39 f.

Orientador: Prof. Me. Ricardo Maroni Neto.
Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em
Processos Gerenciais) -- Instituto Federal de
São Paulo, Caraguatatuba, 2020.

1. Processos gerenciais. 2. Custos. 3. Recursos. 4.
Resultados. 5. Serviços. I. Maroni Neto, Ricardo, orient. II.
Instituto Federal de São Paulo. III. Título.

Ficha catalográfica elaborada por Elis Regina Alves dos Santos
Bibliotecária - CRB 8/8099

Assinado Público

DECLARAÇÃO 1/2020 - CPG- CAR/DAE- CAR/DRG/CAR/IFSP

Visualização do Documento (0.07 MB)

Um estudo exploratório sobre o processo de custeio nas empresas de serviços.

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia, como exigência parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientador: Mestre Ricardo Maroni Neto

BANCA EXAMINADORA

Mestre Rodrigo Antônio dos Santos

Prof. Especialista Ernesto Aparecido Donizetti da Silva

Documento assinado eletronicamente por:

- **Rodrigo Antonio dos Santos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 05/11/2020 20:38:26.
- **Ernesto Donizetti Aparecido da Silva, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 03/11/2020 16:15:12.
- **Ricardo Maroni Neto, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 03/11/2020 16:07:31.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 03/11/2020. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifsp.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 110465

Código de Autenticação: 12439a3e48



RESUMO

Os custos estão relacionados ao serviço ou produto oferecido pela empresa, logo gerir os custos é gerir a aplicação de recursos organizacionais, a fim de obter resultados satisfatórios. O presente trabalho busca compreender como as empresas de serviços estruturam seus custos, quais procedimentos adotam para apuração dos mesmos e quais metodologia praticadas por elas. Os procedimentos adotados nas organizações são divergentes aos encontrados na bibliografia sobre o tema, pois utilizam apenas ferramentas para controle gerencial dos gastos, não dando enfoque a parte de custos. A justificativa é a escassez de conteúdo sobre custos direcionado a área de serviços, embora a compreensão básica dos conceitos de custos, gastos e despesas são negligenciadas pelos entrevistados.

Palavras-chave: custos, métodos de custeio, serviços.

ABSTRACT

Costs are related to the service or product offered by the company, so managing costs is managing an application of organizational resources in order to obtain satisfactory results. The present work seeks to understand how service companies structure their costs, what procedures they adopt to calculate them and the methods they use. Procedures adopted in the associations are different from those found in the bibliography on the topic, as they use only tools for managerial control of costs, not focusing on the cost part. The justification is the scarcity of content about costs directed to the service area, although the basic understanding of the concepts of costs, expenses and expenses are neglected by the interviewees.

Keywords: costs, costing methods, services.

LISTAS QUADROS

QUADRO 1.....	21
QUADRO 2.....	29

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
	1.1 Objetivo Geral	10
	1.2 Objetivos Específicos	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	11
	2.1 Gastos	11
	2.1.1 Investimentos	11
	2.1.2 Desperdício	12
	2.1.3 Perdas	12
	2.1.4 Despesas	12
	2.2 Custos	13
	2.3 Custo em relação aos produtos fabricados	13
	2.3.1 Custo Direto	13
	2.3.2 Custo Indireto de Fabricação (CIF)	14
	2.4 Custos em relação ao volume produzido	14
	2.4.1 Custo Fixo	14
	2.4.2 Custo Variável	15
	2.5 Custos Totais	15
	2.6 Método de Custeio	16
	2.6.1 Custeio por Absorção	16
	2.6.2 Custeio Variável	16
	2.6.3 Custeio ABC	17
	2.6.4 RKW (Reichskuratorium Fur Wirtschaftlichkeit)	18
	2.7 Serviços e suas características	18
	2.7.1 Conceito	18
	2.7.2 Características	19

2.7.3 Tipos de serviço	20
2.7.4 Sobre o setor de serviços e seus avanços.	21
2.7.5 Intangibilidade no serviço	21
2.8 Custo na prestação de serviços	22
3 METODOLOGIA	23
3.1 Delineamento da pesquisa	24
3.1.1 Quanto à natureza	24
3.1.2 Quanto à abordagem	25
3.1.3 Quanto aos objetivos	25
3.1.4 Quanto aos procedimentos	25
3.2 Objeto da pesquisa	26
3.3 A Coleta de dados	26
3.4 Instrumento de coleta de dados	27
3.4.1 Entrevista Semiestruturada	27
3.4.2 Critérios de Análise	28
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	29
4.1 Caracterização da empresa	29
4.1.1 Empresa do mercado digital	30
4.1.2 Empresa de desenhos artísticos	30
4.1.3 Empresa de Segurança e Zeladoria	31
4.1.4 Empresa de contabilidade	32
4.2 Caracterização do respondente	32
4.2.1 Empresa 1	32
4.2.2 Empresa 2	33
4.2.3 Empresa 3	33
4.2.4 Empresa 4	33
4.3 Responsáveis pelos custos	33

4.4 Estrutura de custos	33
4.4.1 Empresa 1	34
4.4.2 Empresa 2	34
4.4.3 Empresa 3	34
4.4.4 Empresa 4	34
4.5 Método adotado	35
4.5.1 Empresa 1	35
4.5.2 Empresa 2	35
4.5.3 Empresa 3	36
4.5.4 Empresa 4	36
4.6 Gestão do processo de custeio	36
4.7 Análise Geral	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
6 REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

Após as transformações nas áreas industriais, passando por avanços tecnológicos e modernizações no setor produtivo, pode-se dizer que houve também, em consequência disto, o avanço dos mercados, o crescimento das empresas, o ambiente empresarial se propagando, tudo isso graças às mudanças e adaptações feitas nos processos de geração de um bem ou serviço. A revolução industrial ilustra muito bem estas transformações e, por conta disto, os processos contábeis da época sofreram alterações, pois agora necessitava-se calcular os custos dos produtos fabricados (MARTINS, 2003).

A contabilidade de custos surgiu devido à carência em obter-se avaliação e controle dos estoques nas indústrias, defasagem aberta pela mais antiga tipologia de contabilidade, a financeira, a qual já calculava os estoques, porém de maneira simples e objetiva, o que servia bem aos pequenos comerciantes (MARTINS, 2003).

Em dado momento, com a propagação das indústrias, a maneira com que calculavam estes estoques foi ficando mais complexa, pois agora não era mais contas de subtração de mercadorias vendidas, adição das compras do período e consultas dos estoques iniciais para se chegar aos custos das mercadorias, e sim de uma infinidade de gastos que eram gerados pelos fatores produtivos (MARTINS, 2003).

Martins (2003) diz que com o advento das indústrias, as consultas feitas para levantamento do balanço e para apuração do resultado não eram mais de fácil acesso, pois agora os valores de compras estavam substituídos, não por um único valor, mas por vários valores responsáveis pela elaboração do produto. A adaptação veio e com isso o contador da indústria só deixou registrados os valores que sacrificavam a compra de bens, sendo considerados gastos com honorários dos administradores, salários e comissões como despesa do período, independente da venda do produto.

Padoveze (2011) destaca que as obras disponíveis não dão enfoque aos custos em serviços e possui ênfase nos custos originados em indústrias, o que justifica o interesse na elaboração de um trabalho no ramo contábil, destinado aos métodos de custeio em serviços e a apuração do custo unitário sendo o serviço como objeto de custeio.

Segundo Derbeck e Nagy (2001), “a contabilidade de custos fornece as informações que permitem à gerência alocar recursos para as áreas mais eficientes e rentáveis da operação”. Sabendo disto, o presente trabalho centraliza como tema: o processo de custeio unitário nas empresas de serviços, limitando à cidade de Caraguatatuba.

Visto que há relevância quando se fala em registro de informações para o controle da organização, a fim de manter-se competitivo no mercado empresarial, busca-se então responder a seguinte questão: qual o método de custeio adotado na apuração do custo unitário do produto pelas empresas de serviços em Caraguatatuba?.

Para responder estas perguntas, o trabalho conta com os seguintes objetivos.

1.1 Objetivo Geral

O presente trabalho tem por objetivo geral identificar o método utilizado pelas empresas para chegar ao custo dos serviços prestados.

1.2 Objetivos Específicos

Identificar os tipos de serviços e relacionar aos encontrados no município de Caraguatatuba;

Estudar a concepção, conceituação, identificação e a classificação dos gastos nas empresas;

Relacionar o conhecimento sobre custos, métodos de custeio, ao tipo de método utilizado pelas empresas de serviço de Caraguatatuba para se chegar ao custo unitário do seu serviço.

Para alcançar os objetivos, o trabalho possui uma pesquisa bibliográfica sobre os principais assuntos necessários para compreensão do mesmo e quanto a sua empregabilidade dos métodos de custeio. Após esta primeira etapa, realiza-se entrevistas com algumas das empresas de serviços da cidade, com questões semi-estruturadas, adotando uma abordagem qualitativa para compreender qual a metodologia adotada para custear seus serviços e produtos. A abordagem qualitativa direciona a pesquisa a um resultado exploratório e analítico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O principal objetivo dos assuntos abordados neste capítulo é dar enfoque na importância da metodologia de custeamento dos produtos/serviços que a empresa oferece aos clientes, visto que, com base na forma de identificar os gastos, classificá-los, compreender a relação com seus produtos e principalmente como atribuí-los, influenciará em todas as atividades gerenciais da empresa. Seja para decidir sobre um aprimoramento em relação aos produtos fabricados ou serviço prestado.

No dia a dia costuma-se utilizar, equivocadamente, as palavras “gasto”, custo, despesa; desembolso; perda e desperdício como sinônimos, quando na verdade possuem características distintas ao aprofundarmos no âmbito da gestão empresarial (DUBOIS et al.,2009).

Este capítulo procura atingir um dos objetivos do trabalho que é a identificação dos conceitos chave apresentados pelos autores em suas obras, para elaboração do método adequado para se chegar ao custo unitário produto/serviço.

2.1 Gastos

Por definição gasto é todo desembolso financeiro efetuado pela organização objetivando a aquisição de um bem e/ou serviço. Os gastos ocorrem todas as vezes que a empresa pretende obter bens, seja para uso, troca ou transformação deste bem/serviço (RIBEIRO, 2009). A partir desta definição pode-se perceber que os gastos se tornam extremamente abrangente, necessitando categorizá-los, sendo eles: investimentos, desperdício, perdas, despesas e custos.

2.1.1 Investimentos

Os investimentos podem ser caracterizados como gastos que são pertinentes a aquisição de bens patrimoniais, ou seja, máquinas, equipamentos, instalações etc, sendo estes bens depreciables.

O processo para aquisição consiste na viabilidade e retorno esperado deste bem. Dubois et. al. (2009) fala que uma das características dos investimentos é que,

do ponto de vista da empresa, é a esperança que elas têm que tal bem/serviço adquirido proporcione retorno para a mesma.

2.1.2 Desperdício

Os gastos com desperdícios podem ser identificados quando não ocorre o aproveitamento adequado de determinado recurso adquirido pela empresa (DUBOIS et. al., 2009), sendo um gasto que excede ao necessário para a produção/confecção/execução do processamento do produto e/ou serviço oferecido.

Associando esta definição aos serviços, pode-se imaginar que o desperdício se dá em função do uso incorreto de uma ferramenta ou não aproveitamento dos materiais utilizados na prestação do serviço, por exemplo, em um salão de beleza onde a cabeleireira excede o gasto com shampoo na hora de lavar o cabelo de sua cliente. Dubois et. al. (2009) ressalta que este gasto não pode ser constatado de imediato, salvo àquelas empresas que possuem controles rigorosos sobre estes.

2.1.3 Perdas

Os gastos com perdas estão relacionados à anormalidade do consumo dos recursos disponíveis em relação às suas atividades. Pode ser considerada perda quando algum evento fenômeno acontece na natureza, como perda de insumos de matéria-prima para enchentes.

2.1.4 Despesas

Ao buscar definições sobre este tipo de gasto identifica-se que a maioria delas tendem a ver do ponto de vista da indústria, para que haja facilidade em sua compreensão. Pois bem, despesa é todo gasto objetivando a geração de receita para a organização, sendo possível auferir algum rendimento, como vendas e distribuição dos produtos (DUBOIS et. al., 2009).

Normalmente estes gastos estão relacionados às áreas administrativas e comerciais da empresa, como salários de vendedores, gastos com funcionários

administrativos (BRUNI e FAMÁ, 2011). Padoveze (2010) complementa que após as vendas dos produtos, os gastos para entregar o produto se tornam despesas.

2.2 Custos

A palavra custo pode ser empregada de diferentes formas, adotando diferentes conotações.

Custo é todo gasto destinado à aquisição de bens e/ou serviços para gerar outros bens e serviços, este podendo ramificar tanto ao volume produzido, quanto ao produto (DUBOIS et. al., 2009).

Para custos ao volume produzido identificam-se eles como sendo: variáveis, semivariáveis, fixos, mistos e/ou totais. Já custos ao produto compreendem-se como sendo os diretos e indiretos, ou seja, aqueles que são inerentes ao bem/serviço.

Dentre os objetivos do trabalho, o que mais se aplica a estas definições é, o quão importante para uma empresa de serviços a apropriação dos seus custos para chegar-se ao custo unitário.

2.3 Custo em relação aos produtos fabricados

Os custos em relação aos produtos fabricados podem ser identificados em relação às medidas de consumo, como insumos para elaboração de um produto, mão de obra relacionada à produção do mesmo. A caracterização pode ser também, arbitrária como menciona Dubois et. al.(2009) e, portanto será relacionado com base em critérios para rateios ou estimativas.

2.3.1 Custo Direto

Padoveze (2010) argumenta que os custos diretos podem ser identificados fisicamente e que estão sob considerações, as quais, a partir delas, os custos podem ser racionalizados. Por exemplo, se considerarmos a linha de produtos, logo a mão de obra para realizá-lo é custo direto, assim como o material que compõe.

Dubois et al.(2009) indica que, como dito na titulação do custo, este é apropriado de maneira objetiva aos produtos justificando pois que assim poderá ser feito pois há medição clara do consumo.

2.3.2 Custo Indireto de Fabricação (CIF)

Este tipo de custo está atrelado aos produtos fabricados, porém Dubois et. al. (2009) e Bruni e Famá (2011), vão dizer que é de difícil mensuração por cada produto produzido. Aluguel da Fábrica, seguro, impostos, supervisão, etc, são alguns exemplos que podem ser caracterizados como indiretos e que estão relacionados a produção.

Padoveze (2010) e Dubois et. al. (2009) vão dizer que tais custos necessitam de cálculos para serem alocados aos produtos, justamente por não serem economicamente identificáveis com as unidades que estão sendo produzidas (PADOVEZE, 2010).

2.4 Custos em relação ao volume produzido

Os custos relacionados ao volume serão apresentados em função da quantidade produzida de cada produto/serviço (DUBOIS,2009).

2.4.1 Custo Fixo

Os custos fixos são aqueles gastos cujos valores não têm necessidade constante de se alterarem em relação à quantidade de unidade produzidas (DUBOIS et. al., 2009; PADOVEZE, 2010). Caracterizam-se eles como sendo os custos necessários para manter certo nível mínimo de atividade operacional, Padoveze (2010) cita que também são chamados de custo de capacidade.

Para exemplificar o conceito imagina-se que em uma indústria que fabrica 30 mil unidades de sapatos em um mês, e a mesma produz apenas 300 unidades no mês posterior, este custo do qual falamos não aumentariam em função a

quantidade, como aluguéis da fábrica, seguro da fábrica, depreciação, etc (DUBOIS et. al., 2009).

Vale lembrar que o valor de um aluguel pode ser alterado, mas sua mudança não é devida à produção e sim a outros fatores sócios econômicos. Normalmente estes custos são indiretos (DUBOIS et. al., 2009) e, portanto, são distribuídos, através de rateios, aos produtos.

2.4.2 Custo Variável

Este tipo de custo, diferentemente do anterior, sempre se irá se alterar em função da produção, como por exemplo, matéria-prima, insumos, até mesmo mão de obra direta, horas extra na produção (DUBOIS et. al., 2009).

Padoveze (2010) contribui de forma a sustentar ainda mais este argumento de Dubois et al. (2009), pois ele nos diz que a variabilidade do custo está interligada a um denominador específico, ou seja, em um serviço, quando se contrata a mão de obra para fazer determinada quantidade de X produtos, então este será denominado com sendo fixo, sendo ele também direto, pois está relacionado ao produto.

Neste último exemplo de Padoveze (2010) pode-se ver que, tanto os custos aos produtos, como os ao volume deles podem ser os mesmos, porém é preciso atentar-se aos direcionadores, aos critérios, aos denominadores, pois a caracterização de um não exclui a pertencer ao outro.

2.5 Custos Totais

Os custos totais podem ser a somatória tanto dos custos fixos mais os custos variáveis, quanto dos diretos e indiretos (DUBOIS et. al., 2009). O custo total também pode ser encontrado se a empresa souber o Custo Variável Unitário (CVu) (DUBOIS et. al., 2009).

2.6 Método de Custeio

Dubois et. al. (2009) e Padoveze (2010) concordam que o método de custeio nada mais é que o procedimento com o objetivo de apropriar os gastos incorridos pela organização para cada um dos bens ou serviços produzidos. Os autores ainda complementam que o método de custeio é um processo para identificar o custo unitário do bem/serviço oferecido. O método de custeio é o processo de distribuição dos gastos totais da empresa Padoveze (2011), ou seja, é feita a admissão dos gastos, através do método escolhido e distribuído para os objetos de custo, sejam produtos ou serviços.

Tendo por base que todos os métodos a serem exposto adiante possuem como objetivo determinar o custo unitário do produto/serviço, para efetivar a aplicação destes deve-se partir da configuração dos custos diretos e indiretos (DUBOIS et. al., 2009). Em relação à aplicabilidade é necessário definir qual método é mais funcional as atividades da empresa, levando em consideração também o regime fiscal.

Os métodos revisados neste trabalho são: absorção, variável ou direto, ABC e o RKW.

2.6.1 Custeio por Absorção

Este método consiste em atribuir todos os custos pertinentes à produção de bens/serviços, sejam eles diretos, indiretos, variáveis, fixos. Os custos diretos são incorporados diretamente, enquanto os outros são absorvidos através de critérios de rateio (PEREZ JR., 2009). Portanto o custeio por absorção integra todos os gastos necessários para fazer cada unidade.

2.6.2 Custeio Variável

Diferentemente do método anterior, este método busca apropriar somente os custos que são variáveis na produção, sejam eles diretos ou indiretos (OLIVEIRA e PEREZ JR., 2009). Neste método os custos fixos indiretos, como a aluguel de uma

fábrica, não são alocados ao produto, pois são considerados como despesa do período (PADOVEZE, 2010).

2.6.3 Custeio ABC

O custeio ABC, Custeio Baseado em Atividades (MARTINS, 2003), é utilizado por empresas de manufatura e serviço, sendo conhecido por elas desde os anos 60, porém a intensificação dos estudos relacionados a este método começou em 1989 aqui no Brasil (DUBOIS et. al, 2009).

Martins (2003) e Dubois et. al. (2009) concordam em dizer que o método ABC é uma maneira de reduzir distorções ocasionadas pela adoção de critérios de rateios não eficientes utilizados em outros métodos, sendo os custos indiretos absorvidos de maneira errônea trazendo artificialidade aos resultados. Dubois et. al. (2009) ressalta que este método descarta qualquer critério de rateio indiscriminado relacionados aos CIFS, e que todas as atividades são importantes para se gerar o produto.

Este método traz acuracidade na avaliação das atividades da empresa ao atribuir os gastos indiretos nos produtos e serviços. Essa atribuição se dá pelos direcionadores, que tem por objetivo relacionar os CIFS com as atividades, sendo assim atribuído diretamente aos produtos e serviços.

O método ABC permite analisar o processo entre a relação dos recursos consumidos na produção com as atividades executadas e a qual produtos pertencem (DUBOIS, 2009). Para identificar o processo são necessárias três perguntas: o que foi gasto; em que foi gasto e para o que foi gasto. Por exemplo, teve-se um gasto com salário, este salário foi um gasto na supervisão da produção, esse gasto foi para elaboração do produto x.

Dubois et. al.(2009) vai dizer que estes processos possuem um conjunto de atividades que estão interligados pelos produtos, portanto se determinada atividade gera um produto e este produto está relacionado a continuidade do produto final, então temos um processo.

Outra parte importante para se aplicar o método ABC é a utilização dos direcionadores de custos, sendo eles ramificados em relação aos recursos e as atividades.

Em relação aos recursos, logo podemos utilizar o exemplo de tempo, o qual é um recurso utilizado por todas as empresas e indústrias. O direcionadores de recursos vão nos dizer o quanto determinada atividade consome de determinado recurso. Em relação aos direcionadores de atividades, estes possui origem em sua causalidade, ou seja, para determinado objeto de custo qual a quantidade de uma atividade para se gerar um produto (DUBOIS et. al., 2009).

2.6.4 RKW (Reichskuratorium Fur Wirtschaftlichkeit)

Este método, com origem no século XX, ficou muito conhecido originalmente por alocar não só os custos, mas todas as despesas da empresa (MARTINS, 2003). RKW é uma abreviação de ReichskuratoriumfurWirtschaftlichkeit e trata-se de um órgão Alemão muito parecido com o CIP - Conselho Internacional de Preços.

Este método de custeio pode-se ser caracterizado como método pleno, pois para Nascimento e Vartanian (1999), método pleno consiste quando todos os gastos de uma organização são levados a objetos de custeio, como produtos e serviços.

O RKW tem como principal vantagem a conscientização e a prudência em considerar todos os gastos da empresa, sendo isto essencial para formulação de preços, pois assim saberá o quanto de fato será necessário para cada produto/serviço contribuir para todos os gastos da empresa.

2.7 Serviços e suas características

A caracterização e definição de serviço podem vir tanto do marketing, como da contabilidade. A presente seção é construída com o apoio de autores das duas áreas.

2.7.1 Conceito

Define-se serviço como sendo atos, processos, esforços desempenhados por organização ou entidades para outras entidades (ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2014). Para Lovelock; Wirtz; Hemzo (2011), serviços é na verdade uma locação feita por consumidores, que através dela, podem obter benefícios. Os benefícios

relacionados aos serviços, diferentemente dos bens, possuem características intangíveis não sendo possível ser tocado, como por exemplo: corte de cabelo, transporte, consultorias, procedimento cirúrgico.

Kotler (1994) traz definição de que serviço é o ato de ofertar o desempenho esforços, essencialmente intangíveis, a outro indivíduo e que não tem como resultado a posse de algo.

Para Atkinson et.al (2008), serviço possui características tangíveis e intangíveis que foram prometidas aos clientes. A respeito das características tangíveis temos o desempenho e funcionalidade, já a intangibilidade trata-se da maneira que os clientes são recepcionados e acompanhados no processo de aquisição.

Padoveze (2006) define serviço com sendo um conjunto de atividades praticadas que se diferem das atividades industriais, como transportes, publicidade, educação, saúde, etc.

2.7.2 Características

Segundo Kotler (1994) as características de serviços são as seguintes: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade.

Quanto a Intangibilidade, compreende-se como não sendo possível sentir, tocar, provar, ouvir até que se contrate o serviço.

Sobre a inseparabilidade dos serviços Kotler (1994) menciona que não há como dividir em produção e consumo, pois à medida que o serviço está sendo executado ele também está sendo consumido.

A variabilidade é relacionada ao executor do serviço e dependem de quem, quando e onde executam o serviço.

Em relação à perecibilidade é fato de que o serviço não pode ser estocado como um bem físico.

2.7.3 Tipos de serviço

Kotler (1994) traz uma classificação genérica aos tipos de serviços, sendo ela da seguinte forma: Serviços baseados em pessoas e Serviços baseados em equipamentos.

Serviços baseados em pessoas são aqueles que serviços cuja execução do serviço está diretamente relacionada ao prestador (KOTLER, 1994, p. 538-543). Os serviços baseados em equipamentos sustentam-se nos equipamentos utilizados para execução, por exemplo: máquina automática de lavar veículos em um posto de combustível. No Quadro 1 teremos outros exemplos para melhor compreensão da classificação genérica feita por Kotler (1994).

Os serviços ainda podem ser distinguidos por quem os executam, como visto no quadro 1, alguns dos serviços poderiam ser monitorados por trabalhadores experientes e não experientes (apud PADOVEZE, 2006, p.366).

Megliorini (2007) afirma que há diferentes tipos de serviços executados atualmente, alguns geram informações, por exemplo, os serviços de consultorias, serviços contábeis, outros serviços podem lidar com estímulos mentais, por exemplo, serviços de propaganda e artes visuais. Alguns mais comuns seriam os que atuam com pessoas como os restaurantes e hospitais, já outro bem comum é aquele que atua com bens, como transporte de cargas e comércio em geral.

Ainda Megliorini (2007), apresenta uma divisão em empresas que prestam serviços, sendo eles: empresas de serviços repetitivos, sendo aqueles que mantem uma constância em suas operações; e ser serviços específicos, que dependem da solicitação do cliente, tendo exemplo de consultoria ou artes gráficas. Importante ressaltar que o procedimento que a empresa adota poderá ser o mesmo em grande parte, porém cada solicitação será diferente da anterior, pois há especificações e requisitos de entrega diferentes da anterior.

Quadro 1: exemplificação dos tipos de serviços descritos por Kotler.

BASEADOS EM PESSOAS	EXEMPLOS
	Serviços de jardinagem
	Serviço de contabilidade
BASEADO EM EQUIPAMENTOS	Serviços monitorados - Cinema
	Serviços monitorados - Teatro
	Serviços monitorados por profissionais experientes - Escavadoras

Fonte: autor (2020).

2.7.4 Sobre o setor de serviços e seus avanços.

Segundo dados retirados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019) em 1999, o setor de serviço vem ocupando grande parte na composição do Produto Interno Bruto. Segundo o instituto, em 1970 eram 52,6% de representatividade, já em 1999 esse número aumenta ainda mais, alcançando 58,3% (HERNANDEZ PEREZ, 2011).

Dados obtidos no site de notícias G1 (2019), da empresa de comunicação Rede Globo, a economia teve alta de 0,8% no mês de julho, isto em comparação com o mês anterior o qual fechou com queda de 0,7%. Apesar das diversas quedas no começo do ano, o mês de julho conseguiu finalizar com uma diferença significativa em relação ao mesmo período do ano anterior, sendo este crescimento calculado em 1,8%.

O setor de serviços possui bastante heterogeneidade em relação ao porte das empresas, a sua remuneração média e aos usos de tecnologias em função das suas atividades (IBGE, 2019). O dinamismo deste setor vem fazendo com que o mesmo tenha um crescimento significativo quanto à participação econômica brasileira.

2.7.5 Intangibilidade no serviço

Para Zeithaml; Bitner; Gremler (2014) e Bateson; Hoffman (2016), serviços tangíveis é a parte estrutural da empresa, como por exemplo, em um escritório: as mesas em que os funcionários estão sentados, os materiais utilizados, aparência

das instalações físicas, dos próprios funcionários, etc. Bateson ainda complementa que a intangibilidade em serviços se divide em duas dimensões sendo a primeira relacionada a estrutura física e aos equipamentos, a outra é relacionada aos materiais de comunicação, como folhetos, design da fachada da loja, entre outros.

2.8 Custo na prestação de serviços

Megliorini (2007) menciona quanto aos custos que compreendem a prestação de serviço e que, assim como nas indústrias, alguns custos sobre serviços podem ser classificados como sendo diretos e indiretos. A título de exemplo pode-se dizer que a mão de obra direta é aquela relacionada diretamente com a atividade em si, enquanto que a mão de obra indireta é aquela que outros funcionários estão relacionados a execução da sua atividade, porém não a praticam de fato.

Custo prestação de serviço compreende-se como todos os gastos que são contribuem para elaboração/prestação de um serviço, ou seja, todos os gastos que se referem ao processo de prestação do serviço são classificados como custos (OLIVEIRA e PEREZ JR., 2009).

Padoveze (2006) diz que para chegar-se ao custo unitário dos serviços se percorre o mesmo caminho de um produto. Aspectos como a estrutura do serviço e a estrutura do processo de execução servirão como base para apuração deste custo unitário.

Considerando as características inerentes do serviço logo lembra-se da sua variabilidade e que com isso não é possível que defina-se um padrão para todos os serviços executados, entretanto Padoveze (2006) menciona que apesar desta característica apontada acima, é possível construir uma estrutura genérica, permitindo a mudança de fatores como qual material utilizar na execução do serviço.

3 METODOLOGIA

Método Científico, segundo Ciribelli (2003), compreende-se como um conjunto de etapas, o qual o pesquisador deliberadamente define, para que se possam obter informações que suportem ou não sua teoria. É importante ressaltar que para que haja proficiência, o pesquisador deve dotar de técnicas para elaboração das etapas, avaliação e análise dos dados.

Este trabalho tem como objetivo de pesquisa identificar o processo de custeio utilizado nas empresas de serviços na cidade de Caraguatatuba e, para tanto, dispôs de recursos bibliográficos e entrevistas semiestruturada a fim de obter maior efetividade em seu resultado.

Para melhor compreensão deste capítulo divide-se esta pesquisa em duas partes principais. A primeira constitui-se em identificar livros relacionados ao tema e aos objetivos do trabalho, selecionando e compilando os assuntos pertinentes, já a segunda parte é a construção de uma entrevista semiestruturada embasada no referencial teórico. Os passos para executar cada uma das etapas serão descritos abaixo.

Em primeiro momento foi feita uma coletânea dos livros que abordassem sobre os conceitos e terminologia de custos, visto que era necessário definir o que era gasto e que custo na verdade é uma ramificação de gastos. Definido isto buscou-se então no acervo da biblioteca do IFSP (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo) campus de Caraguatatuba, livros que fossem de contabilidade gerencial e contabilidade de custos.

Uma das justificativas de abranger gastos e todos os outros tipos é que no dia a dia empresarial custo e gasto podem ser confundidos erroneamente como sendo a mesma coisa, entretanto viu-se que na verdade possuem diferenças peculiares dado motivo pelo qual ocorrem.

Após esta etapa de separação e seleção foi feita uma compilação dos assuntos que eram pertinentes a este trabalho, como pode ser visto no embasamento teórico (Capítulo 2). A compilação possuía várias definições tais como, custos, tipos de gastos, custo por período, custo em relação ao volume de produção, etc., e foi se separando até chegar aos métodos de custeio.

Após esta primeira coleta de informações, buscou-se artigos relacionados ao tema, visto que era necessário verificar a existência dada importância ao assunto

abordado. Encontraram-se muitos estudos de casos, os quais buscavam compreender a estrutura de custo da empresa e empregar modelos híbridos criados para atender melhor àquela organização. Achou-se também alguns estudos sobre a aplicabilidade de modelos específicos de métodos de custeio nas empresas de serviços.

Por último foi selecionado e compilado algumas definições do que é serviço e quais as suas características. Esta busca foi realizada também no acervo da biblioteca do IFSP -campus Caraguatatuba e utilizou-se livros de marketing de serviço.

Para apreciação do método utilizado pela empresa, foi feita uma compilação de conceitos e definições sobre custos em geral.

3.1 Delineamento da pesquisa

Para Gil (2002), pesquisa define-se como o processo racional para se responder a problemas que são gerados e propostos. Habitualmente as pesquisas são classificadas quanto aos objetivos, quanto aos seus procedimentos e à abordagem.

3.1.1 Quanto à natureza

Segundo Cozby (2003), uma pesquisa de natureza aplicada tem como objetivo analisar problemáticas de modo a buscar soluções para elas. Esta pesquisa é de natureza aplicada, pois têm finalidades imediatas de responder as quais procedimentos adotados pelas empresas de serviço em Caraguatatuba para se chegar ao custo unitário de seus produtos/serviços.

Shaugnessy (2012) complementa que ao realizar uma pesquisa aplicada com todo o conhecimento e métodos adequados, isto acaba contribuindo de melhor forma para a vida das pessoas.

3.1.2 Quanto à abordagem

Segundo Fernandes (2009), uma pesquisa qualitativa é quando não é possível resumir os resultados a dados numéricos, pois de acordo com a relação de objetivos e resultados, se torna incongruente a utilização desta abordagem se toda pesquisa estiver estruturada em aprofundamento para conhecimento da causa. A pesquisa caracteriza-se qualitativa visto que tem como objetivo a compreensão de quais são procedimentos adotados pelas empresas, sendo eles não padronizados, com critérios de rateios diferentes entre si.

3.1.3 Quanto aos objetivos

Segundo Margarida (2010), é caracterizada uma pesquisa exploratória aquela que tem por finalidade fornecer maiores informações sobre determinado assunto; definir objetivos ou formular hipóteses ou abranger um novo tipo de enfoque para o trabalho a se desenvolver.

A pesquisa exploratória é utilizada para determinar a natureza de uma problemática e obter melhor compreensão do ambiente que está inserida (MCDANIEL; GATES, 2003). Com o objetivo de ser exploratória, esta pesquisa busca conhecer e salientar os principais métodos utilizados pelas empresas de serviço em seus diferentes ramos.

3.1.4 Quanto aos procedimentos

Segundo Mattar (2007), o estudo de campo ou pesquisa de campo preocupa-se em aprofundar em estudos de algumas situações típicas. Portanto, pesquisa de campo parte de investigações, que somadas a outros procedimentos como a pesquisa bibliográfica utilizada neste trabalho, tem por finalidade observar como tal fato ocorre por meio da coleta de dados.

3.2 Objeto da pesquisa

Tem por objeto de pesquisa as empresas que prestam serviços em Caraguatatuba, sem restrição a algum tipo específico ou algum ramo, visto que assim tenha-se qual procedimento é mais utilizado e se possuem semelhanças, mesmo não fornecendo o mesmo produto/serviço.

Em relação à seleção das empresas a serem estudadas, busca-se uma para cada modalidade de serviço, ou seja, a primeira empresa será relacionada a serviços com pessoas, como por exemplo, salão de beleza, dentista, bares e restaurantes.

A segunda é relacionada a bens, como comércio varejista, assistência técnica, a terceira será relacionada aos estímulos mentais, por exemplo, educação, religião, telecomunicações e por último, será selecionada a empresa que forneça informações, como escritório de contabilidade, serviços jurídicos, consultorias.

3.3 A Coleta de dados

Segundo Dencker (2002), coleta de dados é a fase onde tem por objetivo obter informações acerca da realidade e, portanto, o instrumento utilizado nesta coleta é a entrevista.

Para Stake (2011), as entrevistas possuem alguns propósitos, dentre eles a obtenção de informações únicas ou interpretações sustentadas pela pessoa entrevistada. Para coleta dos dados utilizou-se como instrumento de pesquisa entrevistas semiestruturadas a fim de ser mais flexível nas respostas e extrair o mais honesto conhecimento do indivíduo, pois se acredita que com questionário, mesmo que abertos, não haja tanta flexibilidade para compreensão da informação que o indivíduo poderia fornecer.

As entrevistas são feitas com responsáveis técnicos pela gestão administrativa da empresa, com o objetivo de obter maiores informações sobre o negócio e, estima-se que os mesmos possuam maior domínio técnico sobre os assuntos discutidos. Caso não haja como realizar a entrevista com o Gerente, então o questionário será respondido pelo funcionário indicado pelo gestor. Toda entrevista

será gravada a fim de captar toda resposta dita pelo entrevistado, sendo possível ser revisar e extrair com clareza as informações.

3.4 Instrumento de coleta de dados

A entrevista divide-se em duas etapas, sendo a primeira para caracterização da empresa e do respondente. A segunda etapa é direcionada aos objetivos do trabalho, buscando obter informações sobre qual o procedimento em que a empresa se chega ao custo unitário do serviço prestado.

3.4.1 Entrevista Semiestruturada

Primeira etapa

1. Qual o nome da empresa?
2. Quanto tempo a empresa está no mercado?
3. Um resumo breve dos serviços que a empresa presta, dos produtos, das instalações e/ou ferramentas que utiliza para realizar estes serviços
4. Qual o seu nome?
5. Qual o seu cargo na empresa?
6. Quanto tempo está neste cargo?
7. Possui graduação? Se sim qual ou quais?
8. Você é o responsável pelos custos da empresa?
9. Como obteve capacitação o profissional responsável pelos custos da empresa?

Segunda etapa

10. Quais os serviços principais da empresa?
11. Como é mensurado / medido o serviço prestado? Horas, nº de clientes, etc
12. Como é apurado o custo de cada serviço prestado?
13. A empresa embasou-se em algum fundamento teórico ao aplicar este método?

14. A empresa emprega: Custeio variável ou direto / custeio por absorção / abc / outro
15. Como são coletados os dados do custo: por ordem / por processo?
16. A empresa busca ou já buscou realizar testes e análises de outros métodos?
17. A empresa busca atualizar-se em relação aos métodos? Se sim, de que maneira costuma fazer isso?
18. Quais os itens principais considerados no cálculo do custo do seu serviço?

3.4.2 Critérios de Análise

- 1 Caracterização da empresa (questões: 1; 2 e 3)
- 2 Caracterização do respondente (questões: 4; 5; 6 e 7)
- 3 Capacitação do profissional responsável pelos custos (questões: 8 e 9)
- 4 Estrutura de Custos (questões: 10; 11, 12 e 18)
- 5 Método adotado (questões: 13; 14 e 15)
- 6 Gestão do processo de custeio (questões: 16 e 17)

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS¹

Foram realizados quatro entrevistas seguindo um roteiro semi-estruturado com a possibilidade de realizar outras perguntas direcionadas ao assunto a fim de obter melhor compreensão do serviço prestado. As empresas entrevistadas não serão citadas, entretanto é necessário informar quais são seus serviços e qual ramo que atua.

No quadro 2 tem-se na coluna **A** o ramo em que a empresa entrevistada e na coluna **B** o serviço que oferece aos clientes. As empresas são identificadas com a numeração atribuída abaixo.

Quadro 2: empresas entrevistadas.

EMPRESAS	A	B
1	Mercado Digital	Cursos on-line de idioma
2	Desenho Artístico	Customização e Personalização de objetos e estruturas
3	Segurança e Zeladoria	Serviço de monitoramento remoto 24h
4	Contabilidade	Serviço de assessoria contábil

Fonte: autor (2020).

4.1 Caracterização da empresa

Esta seção tem como objetivo descrever os principais serviços prestados relatados pelas empresas.

¹ Por uma questão operacional as entrevistas não foram transcritas, mas os áudios das entrevistas estão em posse do pesquisador.

4.1.1 Empresa do mercado digital

A **Empresa 1** está associada a uma empresa do Mercado Digital, sediada em São Paulo. Hoje, a **Empresa 1**, oferece curso on-line de idioma Japonês através de vídeo-aulas gravadas e disponibilizadas em uma plataforma do mercado digital. Para melhor entendimento foi feita uma entrevista com o fundador deste curso, que hoje possui cargo de coordenador de projetos desta empresa sede em São Paulo.

O curso é separado por níveis de aprendizagem. O usuário pode optar por apenas usufruir do curso básico, ou então adquirir mais conteúdo e obter níveis mais avançados. Atualmente está sendo produzindo o segundo módulo deste curso, no qual permanecerá com um número de aulas entre 12 a 14.

As aulas são gravadas e editadas pela equipe técnica, composta atualmente por dois funcionários. Os mesmos auxiliam na gravação de vídeo, captação de áudio e mixagem e masterização de todo conteúdo produzido. As aulas são disponibilizadas na plataforma digital, e a mesma serve como meio de distribuição e comercialização do curso, além de disponibilizar o acesso ao material. O aluno pode comprar nesta plataforma e acessar o todo conteúdo de forma vitalícia. A empresa utiliza-se de um prédio para realizar suas atividades e divide seus gastos com outro produtor de conteúdo digital.

4.1.2 Empresa de desenhos artísticos

A **Empresa 2** realiza serviços de customização e personalização de objetos, acessórios e estruturas locais. Os principais serviços prestados são a customização de cadernos e agendas, decoração artística em paredes, quadros com desenhos e frases e chaveiros personalizados com o nome ou algum desenho.

Segundo o entrevistado o serviço possui alto grau de personalização visto que o cliente pode escolher as cores que serão utilizadas e o conteúdo da arte que será feita. Primeiro é feita uma abordagem do cliente para entender se há algo pré-definido, ou se ele está desenvolvendo uma ideia sobre a personalização do objeto que deseja. Após isto é feito um esboço a mão e apresentado ao cliente. Ciente disto é realizado o serviço.

O serviço é de personalização em objetos como: agendas, cadernos, materiais de escritórios, ou então é feita confecção de quadros para decoração de ambiente. Também são feitas a personalização de ambiente através de desenhos em paredes e lousas, utilizando o formato de escrita em *Lettering* (forma de escrita personalizada utilizada por artistas em customização e confecção de quadros ou objetos).

O entrevistado utiliza-se das redes sociais para comunicação e captação de novos clientes e um aplicativo de mensagem para realizar orçamentos. Faz uso de alguns equipamentos básicos: canetas, tesouras, lápis de colorir, giz de lousa, tinta diversas, entre outros. Não utiliza estoque de quadros, cadernos ou outros objetos, pois são comprados sob demanda a medida que são feitos os pedidos.

4.1.3 Empresa de Segurança e Zeladoria

A **Empresa 3** é uma prestadora de serviço que fornece mão de obra terceirizada na área de limpeza, segurança e zeladoria. Atuam na cidade de Caraguatatuba e nas cidades vizinhas há cerca de 20 anos. Hoje possuem um prédio em Caraguatatuba onde se concentra a parte administrativa da empresa, e a parte de monitoria remota, a qual foi objeto desta entrevista.

O serviço em questão está relacionado a monitoria remota de estabelecimentos comerciais, condomínios e residências. Para execução são instaladas câmeras nos locais solicitados e todo controle de vigilância é feito remotamente através de um espaço disponibilizado no prédio da empresa. Esta sala é equipada com computadores e outros equipamentos de eletrônicos como: monitores, telefone, fones de ouvido, etc...

Para garantir o monitoramento e controle de acesso a estes locais por 24h, é feito uma escala honorária dos funcionários. Todos os funcionários recebem treinamento e instruções de como operar os equipamentos e quais são os procedimentos para execução do serviço de portaria remota.

4.1.4 Empresa de contabilidade

A **Empresa 4** realiza serviços contábeis das Pequenas e Médias Empresas da região de Caraguatatuba. Há dois anos no mercado, a empresa exerce a função contábil de forma terceirizada, realizando emissões notas fiscais, emissões de balanço contábeis, documentação referente recolhimento de impostos, serviços relacionados a abertura de empresa, abertura e fechamento do Livro Diário da empresa, escrituração dos fatos, emissão de índices contábeis, entre outros serviços. Possui uma equipe com quatro funcionários e um gestor, e hoje está instalada em um prédio alugado na região central da cidade de Caraguatatuba.

Na entrevista realizada o entrevistado relatou que grande parte dos serviços que o escritório presta é relacionado a emissão das notas fiscais para as empresas, cálculo dos honorários dos empregados e junção de documentos diversos para abertura de empresa.

Atualmente todos os funcionários possuem computadores e cada um deles presta serviços para diferentes empresas, sendo possível um funcionário gerenciar as atividades de até 20 empresas diferentes. Utilizam alguns softwares que possibilitam a otimização dos serviços e isto justificaria o alto número de empresas a serem gerenciadas por cada funcionário.

4.2 Caracterização do respondente

Neste critério de análise buscou identificar qual o cargo de cada respondente e qual a sua respectiva graduação. As características da empresa já foram apresentadas anteriormente, assim como o seu ramo de atuação, seus serviços principais e seu tempo de mercado.

4.2.1 Empresa 1

O entrevistado é o atual coordenador de projetos da empresa, além de ser o fundador do curso de idioma e da metodologia adotada empregada. Atualmente não possui nenhuma graduação, mas na entrevista realizada disse considera-se uma pessoa de negócios e sempre buscando conhecimentos para futuros

aprimoramentos dos serviços ofertados. O entrevistado está há dois anos na empresa e aproximadamente há um ano realiza o projeto de curso de idioma.

4.2.2 Empresa 2

O entrevistado é o atual proprietário do negócio e possui graduação em Análise e Desenvolvimento de Sistemas e nenhum outro curso relacionado à administração ou gestão de negócios.

4.2.3 Empresa 3

O entrevistado atua como gerente da empresa há cerca de três anos, mas trabalhou em outros cargos totalizando dez anos de empresa. O gerente não possui graduação.

4.2.4 Empresa 4

Apenas o entrevistado desta empresa de contabilidade possuía graduação. O entrevistado possui formação em Técnico Contábil e atualmente está cursando o bacharelado em Ciências Contábeis.

4.3 Responsáveis pelos custos

Todos os entrevistados responderam como sendo os responsáveis por estabelecer os custos da empresa. Todos colaboram para elaboração de planilhas para controle de gastos e o gerenciamento dos custos.

4.4 Estrutura de custos

Buscou-se compreender como a empresa mede seus serviços, como apura os custos e quais itens principais considerados no cálculo dos custos dos serviços.

4.4.1 Empresa 1

Esta empresa mede seu serviço por cada pacote-aula vendido, ou seja, comercializam o pacote de aulas completo e não a aula avulsa. Assim como os demais respondentes, o coordenador de projetos considera todos os gastos que tem como sendo custos, sem a separação do que de fato é cada item e se está relacionado ou não ao serviço, ou seja, tanto a depreciação dos materiais utilizados, quanto as despesas com outros funcionários são mantidas com gastos gerais.

4.4.2 Empresa 2

Esta empresa mede seus serviços por metros personalizados e apura seus custos com base nos materiais gastos com os serviços. Considera como item principal o custo da sua mão de obra e o custo dos seus materiais e algumas despesas, como por exemplo, o deslocamento até o cliente.

4.4.3 Empresa 3

Esta empresa não soube responder ao certo como seus serviços são medidos, porém existem fortes indicadores de que utilizam como base a hora dos serviços prestados, visto que os principais serviços são de segurança, zeladoria, monitoramento e limpeza. A empresa não respondeu quais itens especificamente colaboram para o cálculo do custo, porém mencionou a tabela com gastos sobre cada funcionário em seu setor de atuação.

4.4.4 Empresa 4

Esta empresa mensura seu serviço por número de notas emitidas para empresa, ou pela emissão e geração de outros documentos. A empresa considera seus e custos e gastos como sendo apenas um e, portanto, não faz a separação dos devida dos tipos de gastos da organização. A empresa considera tudo como gastos e gerencia seus gastos por planilhas já estabelecidas.

4.5 Método adotado

Para Dubois et. al. (2009) custo pode ser confundido com gasto devido sua utilização diária as atividades que não estão atreladas ao âmbito empresarial. Por isso há necessidade de verificar se há entendimento prévio dos respondentes relacionados a custos e aos gastos da sua empresa, visto que nenhum dos entrevistados possuía graduação financeira ou administrativa.

4.5.1 Empresa 1

Não possui uma estruturação dos custos, apenas planilhas de controle referente aos gastos que possui por mês. Assim como os demais respondentes, este não detém nenhum método específico para o gerenciamento dos seus custos. O entrevistado reconhece que possui gastos com funcionários para edição das aulas gravadas, busca por novos alunos e arte visual do projeto. Subentende-se que estes gastos na verdade são custos indiretos à produção do conteúdo. O respondente não possui nenhuma metodologia adotada para apuração dos custos, e, portanto, não busca atualizar-se especificamente a essa abordagem dos custos.

4.5.2 Empresa 2

O entrevistado tem ciência de alguns itens referente à sua prestação de serviço, como: hora trabalhada, metragem do serviço, quantidade dos materiais a serem utilizados. Foi questionado como são estabelecidos os valores de cada serviço prestado, e qual a maneira utilizada para chegar ao valor informado. Em resposta a isto, o respondente informou que teve como referência alguns outros empreendedores deste ramo que instruíram a definir um valor de forma abstrata e sem nenhum critério prévio, apenas acrescentar a porcentagem da sua margem de lucratividade desejada acima dos gastos com os materiais.

O respondente não soube informar sobre a utilização de algum método específico para custeio e conseqüentemente não é feita nenhuma atualização.

4.5.3 Empresa 3

Ao realizar a entrevista o respondente informou que a estruturação dos custos dos serviços da empresa está embasada em planilhas gerenciais, somando os gastos com cada funcionário em seu respectivo posto de serviço.

Evidente que o serviço de monitoria gere custos com sistemas de operação das máquinas, a mão de obra e depreciação dos equipamentos utilizados, entretanto nenhum deles foi mencionado na entrevista pelo respondente. O entrevistado afirmou não utilizar nenhum método de custeio visto neste mesmo trabalho.

4.5.4 Empresa 4

O respondente não informou sobre a utilização de alguma estrutura para os custos, porém mencionou sobre o auxílio de planilhas sobre honorários dos funcionários e gastos administrativos, como água e luz. Quando perguntado sobre quais itens considerar para composição dos custos, o entrevistado mencionou apenas a mão de obra e o aluguel do prédio, sendo este um custo fixo e indireto.

O entrevistado não utiliza metodologia para o custeio dos serviços, pois considera as planilhas serem suficientes para gestão do negócio. O respondente procura atualizar-se de alguns métodos para gerenciamento do seu negócio, mas nada específico para os custos.

4.6 Gestão do processo de custeio

Foram questionadas as empresas se realizam alguma atualização do método adotado, porém a maioria dos respondentes não utiliza nenhum método específico e, portanto, apenas realizam atualizações quanto às outras áreas de gestão.

4.7 Análise Geral

Os custos podem ser caracterizados como instrumentos importantes no controle, planejamento e avaliação de desempenho organizacional da empresa. Para Martins (2000, p. 323), “a empresa tem controle dos seus custos e despesas quando conhece os que estão sendo incorridos, verifica se estão dentro do que era esperado, analisa as divergências e toma medidas para correção de tais desvios”.

Segundo os critérios de análise, observa-se que as empresas entrevistadas não possuem estruturação evidente dos seus custos e possuem dificuldades em discernir o que são cada um dos seus gastos. Observou-se que não há uma estrutura definitiva, ou algum embasamento teórico para gerir os custos. De forma geral as empresas utilizam ferramentas para suporte ao controle dos seus gastos, a fim de saber suas despesas.

As empresas reconhecem que informações de quanto gasta para efetuar seus serviços é de importância gerencial e possui impacto na saúde financeira da empresa, entretanto ao realizar as entrevista pode-se observar que negligência em alguns aspectos teóricos que poderiam trazer mais suporte ao gerir seus negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em resposta ao problema proposto tem-se que as empresas utilizam-se de métodos alternativos para abordar os seus custos. Os métodos não possuem embasamento teórico, entretanto, a escassez de informações bibliográficas pode contribuir para tal fato. Outro aspecto contribuinte para não adoção dos métodos revisados neste trabalho é a negligência dos gestores em discernir os seus tipos de gastos decorrentes das suas atividades empresariais. Observou-se que os gestores não compreendem o conceito de gastos e suas derivações, sendo uma delas o custo. Ao decorrer das entrevistas conclui-se que as empresas utilizam ferramentas de suporte à gestão, como softwares e planilhas, mas nenhuma direcionada aos custos ou a identificação deles. Consideram todos os gastos como sendo um custo geral para os serviços prestados.

Embora as empresas entrevistadas não possuam um método específico, ou procedimento referente a como chegam ao custo unitário dos seus serviços, as ferramentas de suporte, como planilhas em Excel, auxiliam na mensuração destes gastos, o que sustentam os preços exercidos em cada um dos segmentos vistos (serviços baseados em pessoas e serviços baseados em equipamentos).

Uma continuação para o presente trabalho seria replicar a pesquisa direcionada a grandes empresas e não a pequenas e médias para compreender se estas utilizam algum dos métodos para chegar ao custo unitário dos serviços. Outra forma para continuação é investigar junto a empresas de um mesmo segmento na área de serviços e verificar se utilizam abordagens similares

6 REFERÊNCIAS

ATKINSON, A. A. et al. **Contabilidade gerencial**. São Paulo: Atlas, 2008.

N , . . M NS.

12c e excel. São Paulo: Atlas, 2008.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. Como elaborar uma dissertação de Mestrado através da pesquisa científica. Marilda Ciribelli Corrêa, Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003.

COZBY, P. C. **Métodos de Pesquisa em Ciências do Comportamento**. 1. ed. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2014.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. Pesquisa e interdisciplinaridade no ensino superior: uma experiência no curso de turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

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

DUBOIS, A.; KULPA, L.; SOUZA, L. E. D. E.

: conceitos, modelos e instrumentos, abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. São Paulo: Atlas, 2009.

FERNANDES L. A.; Gomes, J. M. M. Relatório de pesquisa nas Ciências Sociais: Características e modalidades de investigação. ConTexto, Porto Alegre, v. 3, n. 4, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

N ND P N S . contadores. São Paulo: Atlas, 2009

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1994.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Pearson Prentice Hall. São Paulo; 2011.

MARTINS, E. Contabilidade de custos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, E. Contabilidade de Custo. V. 7, São Paulo: Atlas, 2000.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: edição compacta. São Paulo: Atlas S.A, 2007.

MCDANIEL, C. J.; GATES, R. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

PADOVEZE, C. L.

. São Paulo: Atlas, 2010.

PADOVEVEZE, C. L. **Curso básico gerencial de custos**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

RIBEIRO, O. M. **Contabilidade de custos fácil**. São Paulo: Saraiva, 2009.

SANTOS, Joel José dos. **Análise de Custos**. São Paulo: Atlas, 2000.

SHAUGHNESSY, J. J.; ZECHMENISTER, E. B.; ZECHMEISTER, J. S. **Metodologia de Pesquisa em Psicologia**. 9. ed. ed. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda., 2012.

STAKE, R. E. **Pesquisa Qualitativa: estudando como as coisas funcionam**. [S.l.]: [s.n.].

VARTANIAN, GrigorHaig; NASCIMENTO, Diogo Toledo do. O método de custeio pleno: uma abordagem conceitual. *Revista de Contabilidade do CRC-SP*, São Paulo, v. 3, n. 9, p. 34-41, 1999.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente**. AMGH Editora, 2014.

[https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/09/12/setor-de-servicos-cresce-](https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/09/12/setor-de-servicos-cresce-08percent-em-julho-diz-ibge.ghtml)

[08percent-em-julho-diz-ibge.ghtml](https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/09/12/setor-de-servicos-cresce-08percent-em-julho-diz-ibge.ghtml) - acessado em 19/11/2019 - às 19h

<https://brasilensintese.ibge.gov.br/servicos.html> - acessado em 19/11/2019 - às 18h30min