



TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

GABRIELA MAIDANA DA CRUZ

**A RELAÇÃO ENTRE A FORMAÇÃO DE PREÇO E OS MÉTODOS DE
CUSTEIOS POR ABSORÇÃO E VARIÁVEL APLICADOS NOS
SERVIÇOS COM BENS TANGÍVEIS: O CASO DE UMA EMPRESA DO
RAMO DE MECÂNICA AUTOMOTIVA.**

CARAGUATATUBA 2022

TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

GABRIELA MAIDANA DA CRUZ

**A RELAÇÃO ENTRE A FORMAÇÃO DE PREÇO E OS MÉTODOS DE
CUSTEIOS POR ABSORÇÃO E VARIÁVEL APLICADOS NOS
SERVIÇOS COM BENS TANGÍVEIS: O CASO DE UMA EMPRESA DO
RAMO DE MECÂNICA AUTOMOTIVA.**

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

Orientador: Professor Mestre Ricardo Maroni
Neto.

CARAGUATATUBA 2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Serviço de Biblioteca e Documentação do IFSP Câmpus Caraguatatuba

C957r Cruz, Gabriela Maidana da
A relação entre a formação de preço e os métodos de custos por absorção e variável aplicados nos serviços com bens tangíveis: o caso de uma empresa do ramo de mecânica automotiva. / Gabriela Maidana da Cruz. -- Caraguatatuba, 2022.
48 f. : il.

Orientador: Prof. Me. Ricardo Maroni Neto.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Processos Gerenciais) -- Instituto Federal de São Paulo, Caraguatatuba, 2022.

1. Processos gerenciais. 2. Formação de preços. 3. Custo. 4. Serviços. I. Maroni Neto, Ricardo, orient. II. Instituto Federal de São Paulo. III. Título.

CDD: 658

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



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO
CÂMPUS CARAGUATATUBA
FUC COORD. CURSO SUP TECNOL PROC GERENC.

OFÍCIO N.º 8/2022 - CPG-CAR/DAE-CAR/DRG/CAR/IFSP
GABRIELA MAIDANA DA CRUZ

A relação entre a formação de preços e os métodos de custeio nos serviços com bens tangíveis: o caso de uma empresa do ramo de mecânica automotiva

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

Orientador: Mestre Ricardo Maroni Neto

BANCA EXAMINADORA

Prof.Esp. Ernesto Donizetti Aparecido da Silva
Prof. Mestre Ricardo Maroni Neto
Profa. Dr. Roberto Costa Moraes

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ricardo Maroni Neto**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 28/06/2022 11:49:57.
- **Ernesto Donizetti Aparecido da Silva**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 28/06/2022 12:21:56.
- **Roberto Costa Moraes**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 28/06/2022 16:49:43.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/06/2022. 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: 370546
Código de Autenticação: 597faf9f8f



OFÍCIO N.º 8/2022 - CPG-CAR/DAE-CAR/DRG/CAR/IFSP

AVENIDA BAHIA, 1739, INDAIÁ, CARAGUATATUBA / SP, CEP 11665-071

Dedico esta singela obra a toda minha família, amigos, colegas de classe e todos aqueles que me deram forças para continuar firme até o final e mostrando uma recompensa muito prazerosa, que é o conhecimento.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus, por ter me guiado neste caminho.

Em segundo lugar agradeço ao meu orientador Professor Mestre Ricardo Maroni Neto por aceitar conduzir o meu trabalho de pesquisa e a todos os meus professores do curso de Processos Gerenciais do Instituto Federal de Educação, ciência e tecnologia de São Paulo Campus Caraguatatuba pela excelência da qualidade técnica de cada um.

E por fim aos meus pais que sempre estiveram ao meu lado me apoiando ao longo de toda a minha trajetória e os meus colegas de trabalho por me aconselharem.

“Aqueles que se sentem satisfeitos sentam-se e nada fazem. Os insatisfeitos são os únicos benfeitores do mundo.”

— Walter S. Landor

RESUMO

O preço de venda é um dos fatores para a empresa criar vantagem competitiva em relação aos concorrentes em uma visão ampla do mercado. Por este motivo o tema desta pesquisa é a formação de preço através dos métodos de custeio especificamente em uma empresa de serviço com bens tangíveis. A pesquisa tem como objetivo caracterizar os métodos de custeio por absorção e o variável para identificar o impacto na precificação dos serviços. A metodologia empregada delinea a pesquisa como aplicada, com objetivos descritivos e com uma abordagem mista qualitativa e quantitativa. Os procedimentos adotados referem-se a uma análise de caso, com coleta de dados realizada mediante entrevista e análise documental. Como resultado, encontrou-se que o preço de venda se torna mais competitivo quando se emprega os métodos de custeio.

Palavras-chave: Formação de preço. custo. Serviços.

ABSTRACT

The selling price is one of the factors for the company to create a competitive advantage over competitors in a broad view of the market. For this reason, the theme of this research is price formation through costing methods specifically in a service company with tangible goods. The research aims to characterize the methods of absorption costing and the variable to identify the impact on the pricing of services. The methodology used outlines the research as applied, with descriptive objectives and with a mixed qualitative and quantitative approach. The procedures adopted refer to a case analysis, with data collection carried out through interviews and document analysis. As a result, it was found that the selling price becomes more competitive when using costing methods.

Keywords: Price formation. cost. Services.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	4
Figura 2	5
Figura 3	6
Figura 4	11
Figura 5	12
Figura 6	13
Figura 7	27
Figura 8	28

LISTA DE QUADROS

Quadro 1

17

LISTA DE TABELA

Tabela 1	25
Tabela 2	26
Tabela 3	29
Tabela 4	29
Tabela 5	29
Tabela 6	30
Tabela 7	31

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
2 REFERENCIAL TEÓRICO	3
2.1 Formação de Preços	3
2.1.1 Entendimento do bem ou serviço	4
2.1.2 Identificação das variáveis de análise	4
2.1.3 Análise das variáveis dos bens ou serviços	6
2.1.4 Formação de Preço do Preço de Venda	6
2.2 Terminologia Padrão	7
2.2.1 Despesas	7
2.2.2 Custos	7
2.3 Classificação dos Custos	8
2.3.1 Custo direto	8
2.3.2 Custo Indireto	9
2.3.3 Custo fixo	9
2.3.4 Custo variável	10
2.4 Métodos de Custeio	10
2.4.1 Custeio ABC	11
2.4.2 Custeio por absorção	11
2.4.3 Custeio variável	12
2.6. Serviços	15
2.6.1. Características do serviço	15
2.6.2. Tipos de serviço	16
2.7. Custos em Serviços	17
3 METODOLOGIA	19
3.1. Delineamento da Pesquisa	19
3.1.1. Quanto à Natureza	19
3.1.2. Quanto aos Objetivos	20
3.1.3. Quanto a abordagem	20
3.2 Objeto da Pesquisa	21

3.3. Coleta de Dados	22
3.3.1. Entrevista	22
3.4 Tratamento e Análise de Dados	23
3.5 Critério de Análise	24
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	25
4.1. Análise do DRE	25
4.3. Preço Com Base no Método de Custeio Variável	30
4.4. Preço Com Base no Método de Custeio por Absorção	31
4.5. Análise Comparativa	32
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	35

1 INTRODUÇÃO

As micros e pequenas empresas no Brasil, segundo o site do Governo Federal (www.gov.br, 2022) eram responsáveis, em 2020, por cerca de 30% do PIB no país e por 55% dos empregos gerados no país, com perspectiva de crescimento nos próximos anos.

Esse aumento no número de micro e pequenas empresas também faz com que o mercado se torne mais competitivo dentre as que atuam no mesmo segmento, desafiando até empresas de um porte maior.

Para essas empresas estarem à frente uma da outra, é necessário possuir um diferencial, sendo colocado em destaque o preço de venda. Ele é um dos mais importantes componentes do diferencial, porém a construção do preço de venda de produtos e serviços é uma das dificuldades enfrentadas pelas empresas. Segundo Crepaldi (1998) quando é estabelecido ou alterado o preço de venda, as organizações se preocupam com a reação de seus consumidores, este movimento pode fazer com que os clientes diminuam o consumo ou até deixem de consumir determinado produto.

O controle e as análises financeiras sobre a redução dos seus custos, pode auxiliar a empresa na formação de preço do seu produto ou serviço final, demonstrando assim que o mesmo poderá servir como um dado quantitativo fundamental para o levantamento das receitas a índices de lucratividade das empresas, pois estão diretamente ligados aos custos.

Diante disso, estuda-se neste trabalho o método de custeio aplicado no cálculo do preço unitário de venda. Os métodos estudados são, o custeio variável e o custeio por absorção. Assim, o problema desta pesquisa é: Qual o impacto dos métodos de custeio por absorção e variável na formação do preço unitário de serviços com bens tangíveis? Para responder à pergunta deste trabalho, fixa-se como objetivo geral caracterizar os métodos de custeio por absorção e variável para identificar o impacto na precificação dos serviços.

Os objetivos específicos são os seguintes:

- conhecer os conceitos de custos,
- conhecer os tipos de métodos de custeio,
- compreender a técnica desempenhada na formação de preço e
- Caracterizar os métodos de custo e a formação de preços em uma microempresa do ramo de mecânica automotiva.

O estudo possui uma grande relevância na área da gestão, principalmente quando se trata de competitividade, pois analisa o impacto na formação do preço de venda em função da alteração nos métodos de custeio.

A fim de atingir os objetivos estabelecidos, o trabalho tem como metodologia empregada quanto a natureza, a pesquisa aplicada com objetivo descritivo, as abordagens são uma junção dos métodos qualitativos e quantitativos, com o procedimento de análise de caso e os instrumentos de coleta de dados utilizados são a entrevista e análise documental.

Neste trabalho tem-se a introdução, a seguir o levantamento teórico, seguida da metodologia, apresentação dos resultados e as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os assuntos abordados neste capítulo são essenciais para o entendimento do trabalho, com foco no método prático e conceitual da formação de preço, a metodologia dos métodos de custeamento, visto que a contextualização dos custos e despesas, auxilia na forma de identificar os gastos, alocá-los ao que melhor se adequa, observando a relação direta ou não com os produtos ou serviços.

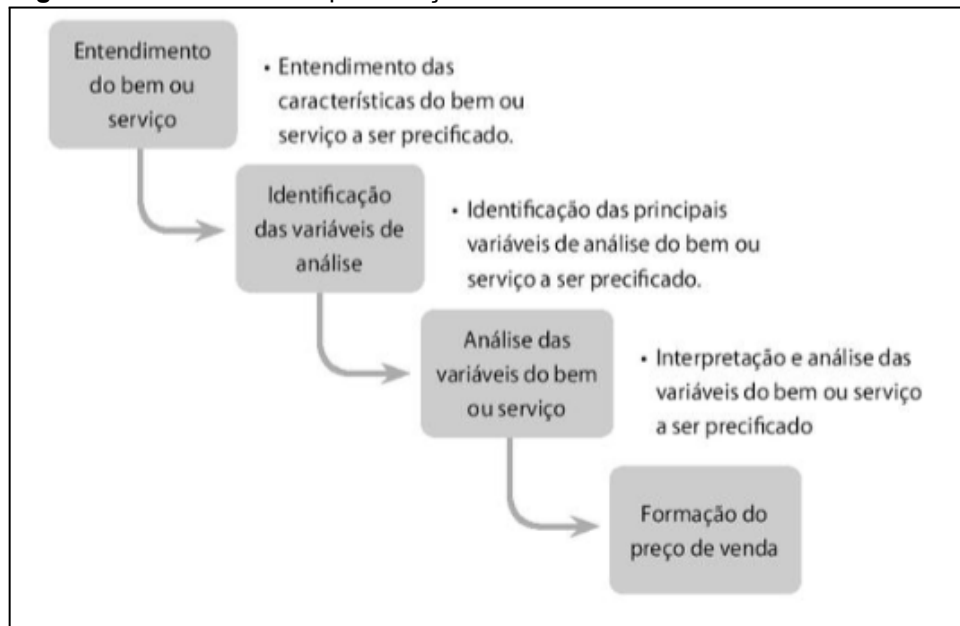
Este capítulo alcança um dos objetivos específicos apresentados na introdução, isto é, identificar os conceitos principais dados pelos autores em suas obras sobre os custos e os métodos de custeio, objetivando na apuração do método mais adequado na formação do preço unitário do produto ou serviço.

2.1 Formação de Preços

A formação de preço no contexto geral, nada mais é do que a precificação de um valor agregado aos produtos e serviços, de modo que possibilite a empresa a vender seus produtos tangíveis ou a prestação de algum serviço, julgando o valor mais apropriado e justo a todos os stakeholders envolvidos na venda e na compra, porém tendo em seu propósito a orientação dos gestores (CRUZ, 2012).

Além disso na formação de preço, não é suficientemente apenas conhecer o custo do produto, algumas estratégias que auxiliam a orientação do preço final, são as de marketing, é preciso ter ciência sobre a demanda do produto ou serviço, os preços dos concorrentes (MARTINS,2003), geralmente a concorrência acirrada e também a diminuição das margens de lucro obtidas exigem uma atenção maior em relação a precificação, entre outras estratégias de marketing (WERNKE, 2005).

Na figura 1, é possível visualizar o fluxo inicial da precificação, com a finalidade de identificar as etapas da formação de preço, além disso nos tópicos a seguir é comentado cada etapa do fluxo de precificação.

Figura 1 – Fluxo inicial da precificação

Fonte: (CRUZ et al.,2012, P.17).

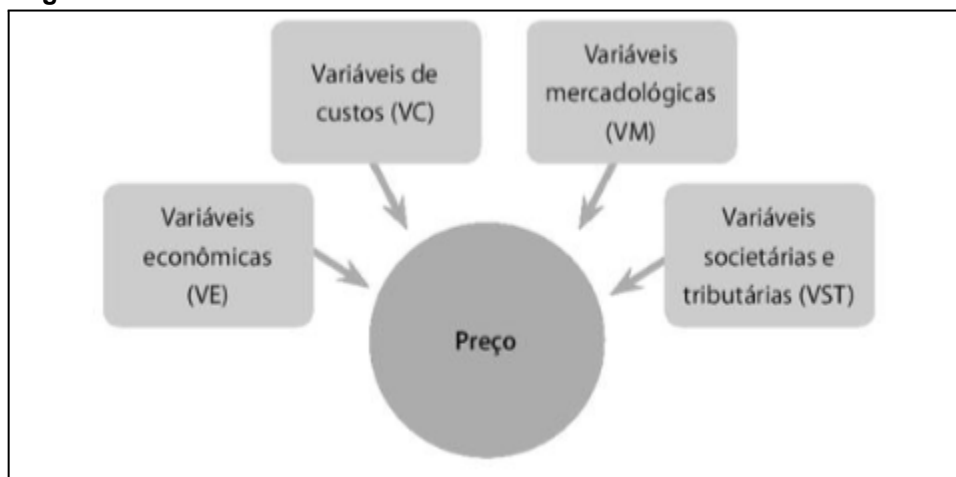
2.1.1 Entendimento do bem ou serviço

A primeira etapa corresponde ao entendimento das características do bem ou serviço.

Segundo Cruz (2012) algumas características mais amplas devem ser mapeadas como, ramo do negócio, o seu segmento, suas características técnicas, sua durabilidade, o público-alvo, o tempo em média de execução do serviço, as especificidades jurídicas do bem ou serviço, a necessidade a ser atendida, relação de oferta e demanda, entre outras características.

2.1.2 Identificação das variáveis de análise

As quatro variáveis, que fazem parte da segunda etapa do fluxo inicial de precificação (figura 1) são as que garantem o sucesso ou insucesso do processo da formação de preço, sendo elas: as variáveis econômicas, de custos, mercadológicas e as societárias e tributárias (CRUZ, 2012), que podem ser observadas na figura 2:

Figura 2 – Variáveis de análise

Fonte: (CRUZ et al.,2012, P.19).

- **Variáveis econômicas** - essa variável refere-se a um conjunto de características ligadas às perspectivas econômicas e financeiras dos produtos ou serviços, que ainda está no estágio do estabelecimento do preço (CRUZ, 2012)

Ainda é comentado, por Cruz (2012) que das principais variáveis econômicas aos bens e serviços precificados são, as relações de oferta e demanda, o câmbio, política de crédito, nível de atividade econômica, nível de emprego, renda e a taxa de juros de empréstimos.

- **Variáveis de custos** – Essa variável está relacionada à produção de bens ou serviços com a finalidade de serem comercializados em seus respectivos segmentos, sendo apurados gastos que se referem aos esforços operacionais. (CRUZ, 2012).

- **Variáveis mercadológicas** - Esta variável está bastante ligada ao marketing, segundo Cruz (2012) são perspectivas mercadológicas dos bens ou serviços na posição de empresa, como por exemplo a análise de concorrência, os clientes, os fornecedores, entre outros.

- **Variáveis societárias e tributárias** - As variáveis adequadas como societárias e tributárias estão diretamente ligadas aos processos de fornecimento, intermediação e compra levando, dentro destes posicionamentos a forma de regime varia, nos lucros presumidos, super simples e lucro real. O posicionamento e os regimes permitem que a empresa analise, de forma criteriosa créditos e débitos tributários obtidos através de transações de bens e serviços entre as organizações (CRUZ,2012).

2.1.3 Análise das variáveis dos bens ou serviços

Além de analisar somente os fatores externos da empresa, uma análise daquilo que é o maior gerador de receita das organizações é fundamental, por isso um levantamento de análises quantitativas ou qualitativas possibilita a identificação os fatores de cada uma das variáveis supracitadas acima, em seus produtos e seus indicadores de controle (CRUZ, 2012), podendo ser observado pela figura 3:

Figura 3 – Impactos das variáveis no produto ou serviço

Variável / Produto	Produto ou serviço
VE – Câmbio	Variação cambial.
VE – Oferta versus demanda	Quantidade ofertada e necessidade do mercado.
VC – Custo variável	Estrutura de custos e despesas variáveis.
VC – Margem de contribuição	Percentual de margem.
VM – Concorrência	Perfil e estratégia da concorrência.
VM – Capacidade de pagamento	Perfil e comportamento do consumidor.
VST – Regime tributário	Estrutura tributária dos fornecedores e dos clientes.
VST – Imposto de importação	Variação da taxa e da base de cálculo.

Fonte: (CRUZ et al.,2012, P.25).

2.1.4 Formação de Preço do Preço de Venda

A formação de preço, é o resultado da boa operacionalização das etapas supracitadas e expostas na figura 1 (CRUZ, 2012), porém vai muito além das etapas, para se desenvolver o preço de venda, geralmente vem dos custos e das despesas incorridos no período para se realizar um serviço ou produzir algum produto, para isso, existe um método chamado Mark-up, responsável por agregar uma margem aos custos (MEGLIORINI, 2012).

2.2 Terminologia Padrão

A contabilidade de custos surgiu da contabilidade financeira, partindo da necessidade básica de controlar os estoques de uma indústria, tarefa considerada fácil para o tipo de empresa da era do mercantilismo (MARTINS, 2010). As suas funções básicas devem atender três razões de primeiro momento, determinação do lucro, controle das operações e tomada de decisões (BRUNI; FAMÁ, 2004) para que forneça informações para a contabilidade de custos podendo ser medido e relatado informações financeiras ou não, por exemplo: o custo de aquisição ou a utilização de recursos em uma empresa (HORNGREN, 2004).

A apresentação dos tópicos a seguir, são conceitos considerados fundamentais para a composição da contabilidade de custos, é apresentado dois destes conceitos para a fundamentação e aplicação deste trabalho, são eles, despesas e custos (BRUNI; FAMÁ, 2004).

2.2.1 Despesas

Segundo Bruni, Famá (2010) e Izidoro (2016) as despesas correspondem a um gasto com bem ou serviço consumido de forma direta ou indiretamente para fins de obtenção de receitas, é importante ressaltar que essas despesas não estão inclusas no processo de produção de um produto ou serviço podem ser classificadas de acordo com a ocorrência, podendo ser operacionais e não operacionais, pode ser dado como exemplo, os gastos com salários da empresa, gastos administrativos, como despesa de água, luz, telefone, entre outros.

2.2.2 Custos

Para Horngren (2004) os custos são valores sacrificados ou renunciados para conseguir um atingir um objetivo específico, isto é, são valores monetários trocados para adquirir bens ou serviços.

Ainda Martins comenta que:

“O custo é também um gasto, só que reconhecido como tal, isto é, como custo, no momento da utilização dos fatores de produção (bens e serviços), para a fabricação de um produto ou execução de um serviço. Exemplos: a matéria-prima foi um gasto em sua aquisição que imediatamente se tornou investimento, e assim ficou durante o tempo de sua estocagem; no momento de sua utilização na fabricação de um bem, surge o custo da matéria-prima como parte integrante do bem elaborado. Este, por sua vez, é de novo um investimento, já que fica ativado até sua venda.” (2010, p.25)

2.3 Classificação dos Custos

A classificação dos custos, segundo Megliorini, (2002) e Bruni, Famá (2010) é feita de várias formas, visando identificar e atender as variadas finalidades para os quais eles são apurados e em função da forma de associação do custo ao produto. Portanto os custos podem ser classificados de duas maneiras, quanto ao produto fabricado, ou seja, há a alocação dos custos nos produtos sendo diretos e indiretos e quanto ao comportamento em diferentes níveis de produção, ou seja, se os custos variam ou se mantêm fixos conforme a produção de um respectivo produto.

2.3.1 Custo direto

Segundo Horngren (2004), Wernke (2005) e Leone (2010) o custo direto, é aquele que pode ser identificado com facilidade, objetivando a identificação do mesmo no produto, mas não se limitando aos itens agregados no produto final, como a mão-de-obra e o material de consumo, além disso os gastos incumbidos relatados ou controlados individualmente não tem a necessidade de recorrer a algum tipo de divisão ou rateio abstruso.

2.3.2 Custo Indireto

O custo indireto é o oposto ao apresentado no item 2.3.1, não se pode apropriar os respectivos custos nos produtos ou até no momento em que ele está sendo produzido, necessitando de uma certa forma de rateio. Estes custos são derivados genericamente de outros grupos de pessoas dentro da empresa que não participam diretamente da produção além de participar de todas ou várias funções simultâneas, sem a possibilidade da separação das funções da sua aplicação (DUTRA, 2003).

Ainda Megliorini comenta:

“Custos indiretos: são aqueles apropriados aos produtos em função de uma base de rateio ou algum critério de alocação. Essa base de rateio deve guardar uma relação próxima entre custo indireto e o objeto de custeio, evitando causar distorções no resultado final. São empregados como bases de rateios: horas apontadas de mão-de obra, horas de máquinas utilizadas na fabricação dos produtos, quilos de matéria prima consumida. Exemplo: custo da energia elétrica, o rateio pode ser feito proporcionalmente às horas de máquinas utilizadas, considerando que o consumo de energia tenha uma relação de causa e efeito muito próxima dessas horas.” (2002, p.11)

2.3.3 Custo fixo

Os custos fixos podem ser classificados como despesas que conforme a atividade da empresa é executada, esses custos não variam e permanecem praticamente iguais, mesmo que o volume de produção varie (LEONE,2010) ou quando não haja a produção. Os custos fixos podem ser classificados em dois grupos: custos fixos capacidade e custos fixos operacionais.

Os custos de capacidade dizem respeito às instalações da empresa, como a depreciação, amortização, exaustão, entre outros.

Os operacionais estão relacionados às operações da empresa, como seguros, impostos, etc. Um exemplo são os aluguéis e a depreciação pagos pela organização, independente do volume produzido, os valores registrados de ambos, permanecerão os mesmos, ainda é importante lembrar que os custos estão associados ao volume produzido e não ao tempo (BRUNI; FAMÁ, 2010).

2.3.4 Custo variável

Os custos variáveis, como rege o próprio nome, são aqueles que oscilam diante o volume de produção, ou seja, quanto maior a quantidade produzida, maior o consumo de matéria prima e afins, logo dentro da unidade de tempo, o mês por exemplo, o valor dos materiais envolvidos na produção aumenta proporcionalmente (MARTINS,2010).

Alguns exemplos desse custo são: a matéria prima, o custo com a energia elétrica, o custo com a água, todos esses variam conforme a produção (MEGLIORINI, 2002).

2.4 Métodos de Custeio

As informações introdutórias sobre os métodos de custeio segundo Wernke (2005), Dubois (2006) e Souza; Kaspczak (2011), que dizem que os métodos de custeio se originam do vocabulário grego, a palavra método significa um caminho para chegar aos resultados pretendidos e a palavra custeio são os valores a serem atribuídos ao produto ou serviço.

Os métodos em sua concepção apresentam um objetivo único que é a determinação dos custos sendo eles diretos e indiretos, como esses custos são manipulados variam de um método para o outro, sendo assim os mais importantes são: Custeio por absorção, Custeio variável e Custeio ABC, dando ênfase aos valores unitários de preço de venda.

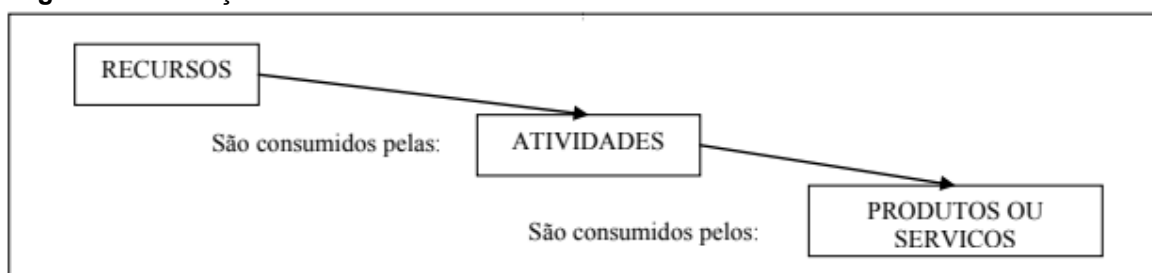
2.4.1 Custeio ABC

Sobre o método de custeio ABC Wernke (2005) caracteriza-o pela identificação de valores gastos nas atividades da empresa, independentes se sejam na parte de produção ou de setores administrativos ou vendas.

Após essa identificação, busca-se conhecer o montante disposto dos recursos consumidos durante um certo período, por exemplo um mês, como os salários pagos pela empresa, ao material de expediente, a energia elétrica, aluguel, depreciação, entre outros gastos envolvidos.

Esse método também permite avaliar o valor real das atividades desempenhadas da empresa, tanto da área fabril quanto da área da prestação de serviços, direcionando os gastos indiretos atribuíveis da forma mais realista ao produto ou serviço para atingir o objetivo de relacionar o CIF com as atividades da empresa (DUBOIS et al, 2006) este método é uma variante do método de custeio por absorção, pois os custos são alocados através de um mapeamento de atividades e essas funcionalidades se assemelham no método supracitado (CRUZ et al, 2012). Na figura 4 é possível ilustrar o custeio ABC.

Figura 4 – Ilustração método de custeio ABC



Fonte: (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2009, P.159).

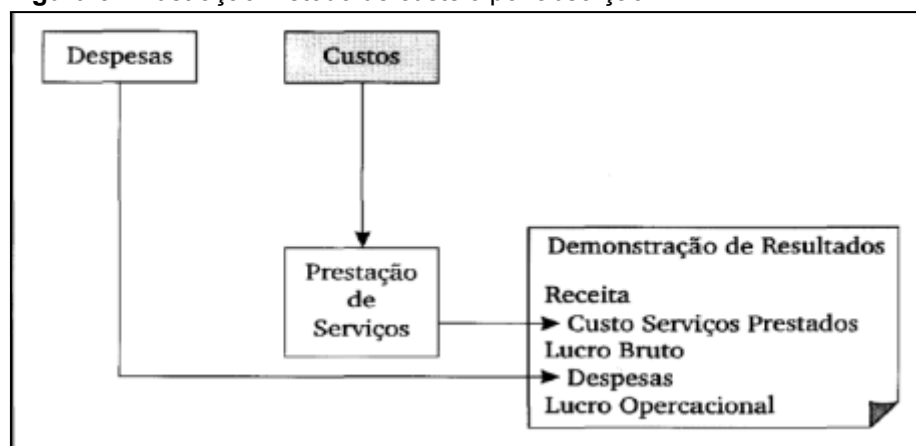
2.4.2 Custeio por absorção

O método de custeio por absorção para Cruz et al (2012) é legalmente aceito nas Normas Brasileiras com fins fiscais e de regularização, ele aborda um

procedimento de apuração dos custos da alocação direta, entre eles custos diretos e indiretos que se distinguem por estarem ou não ligados a execução do produto ou serviço, sendo as despesas separadas dos custos, dentre as suas principais funções, é possível mensurar o custo unitário de cada produto ou serviço e identificar o custo de cada departamento dentro da empresa.

Para Oliveira, Perez Jr. (2005) e Dubois et al (2006) o custeio por absorção separa a apropriação dos custos diretos e indiretos, por meio de atribuição de rateio, além de ter como base o custo total a formação do preço de venda de cada produto mediante aos seus custos que servirá como uma orientação de mercado para a empresa. Na imagem 5, é possível observar o método de custeio por absorção em empresas de serviços.

Figura 5 – Ilustração método de custeio por absorção



Fonte: (MARTINS, 2010, P.38).

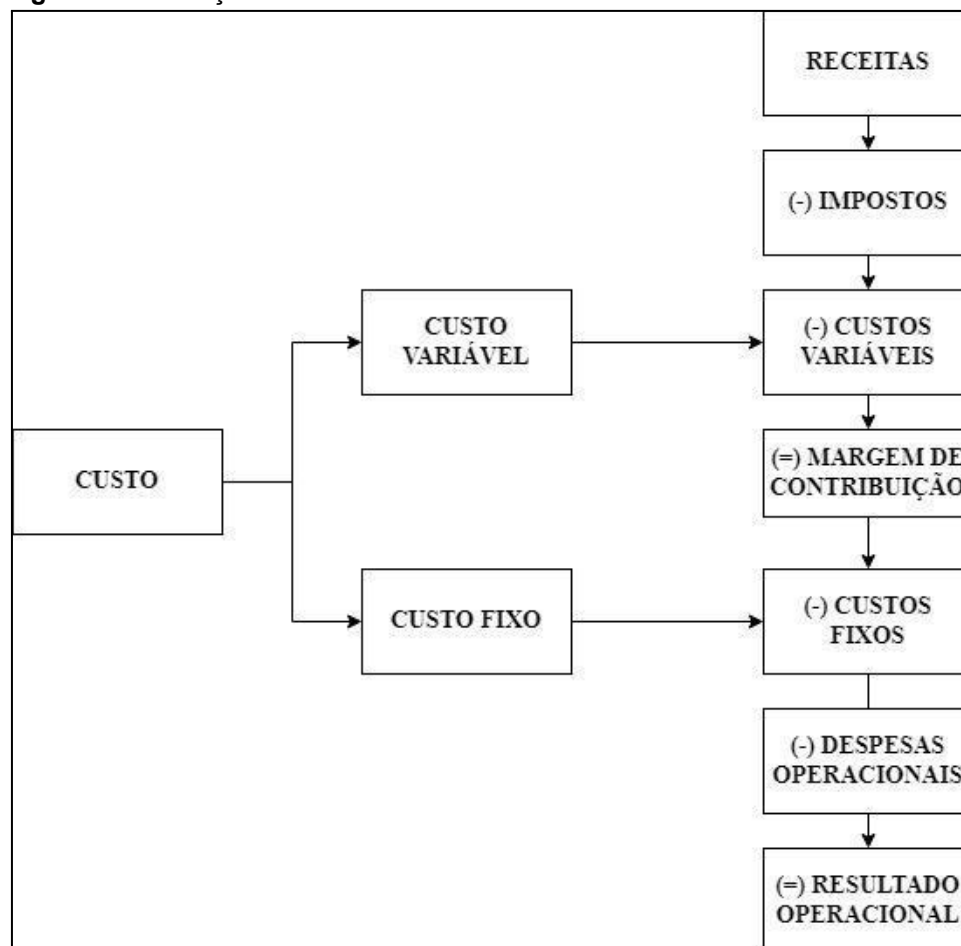
2.4.3 Custeio variável

Como abordado por Cruz et al (2012) o método de custeio variável busca separar os custos fixos dos custos variáveis, alocando esses custos aos produtos e serviços, pois são considerados os custos fixos podendo ser gerais ou específicos de departamentos ou das demais estruturas da empresa. Pelos custos direto os custos fixos e variáveis não tem distinção, são tratados da mesma forma. A principal

ferramenta deste método é a margem de contribuição, dado pelo cálculo “Receita - custos variáveis - despesas variáveis = margem de contribuição”, de cada unidade de produto ou serviço produzido, é considerado um dos principais métodos de apoio para a formação de preço unitário dos produtos ou serviços.

Segundo Corrêa (2019) este método de custeio se prende ao fato que os custos fixos de produção, é compreendido pelo período em que são executados e não pelos produtos produzidos, colocando em exemplo, se a fábrica decide entrar em férias coletivas, esses custos continuam sendo incorridos, podendo acontecer por qualquer outro motivo. Na figura 6 é possível observar a ilustração deste método de custeio.

Figura 6 – Ilustração método de variável



Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

2.5 Mark-up

O mark-up, geralmente expressa um índice ou percentual que é acrescido ao custo. Segundo Padoveze (2003) o mark-up, visto do ponto multiplicador sobre o custo do produto, mas ele não é obtido pelos custos e sim pelo percentual de venda.

A partir desses custos é possível visualizar e apresentar variações dependendo o método de custeio utilizado portanto a fórmula clássica para a formação do preço de venda, o mark-up possui duas bases o multiplicador e o divisor, uma vez que o custo é multiplicado pelo Mark-up ou o custo também pode ser dividido pelo mesmo (MEGLIORINI, 2012), porém, não se encontra obrigado a aplicado linearmente nos bens e serviços (BERNARDI, 2007).

Considerando o custo calculado pelo método de custeio por absorção, precisa-se determinar a composição do mark-up, os percentuais das despesas com vendas e as despesas administrativas, essas informações podem ser encontradas através do DRE (demonstrativo de resultado do exercício), do ano anterior, relacionando esses valores com a receita líquida. Já em relação ao percentual do lucro desejado é necessário considerar as alíquotas dos impostos dos produtos ou serviços a serem precificados (ISS, ICMS, IPI), também dos impostos ligados as receitas da empresa (PIS, COFINS), é importante ressaltar que esses impostos são definidos por legislação específica, leis municipais, federais ou estaduais (MEGLIORINI, 2012).

Considerando o custo calculado pelo método de custeio variável Migliorini descreve que:

“O custo do produto corresponde aos custos de fabricação do produto (matéria-prima, mão de obra direta, custos indiretos fixos e custos indiretos variáveis), acrescidos das despesas de vendas e administrativas. Os cálculos para determinar o mark-up divisor e o multiplicador seguem os mesmos critérios.” (2012, p. 251-252).

2.6. Serviços

Para o entendimento dos serviços foram pesquisados alguns conceitos em marketing, como Lovelock et al (2001) que definem serviços como atividades econômicas oferecidas de uma empresa para um consumidor, embasado no tempo, suprimindo a necessidade do consumidor alcançando os resultados desejados e objetos entre outros ativos que o consumidor assume uma responsabilidade sobre ele. A troca realizada do cliente para a empresa é o dinheiro, o tempo e conveniência da compra, no outro ponto de vista o que o cliente espera receber de um serviço é o valor de acesso a bens, a mão de obra, as aptidões profissionais dos funcionários, instalações, entre outros, porém não é com muita frequência conter propriedade de qualquer elemento físico envolvido.

O processo do serviço para Grönroos (2003) é construído através de uma série de operações em torno da intangibilidade, que ocorrem frequentemente, mas não sempre na relação do consumidor e dos funcionários que geram resoluções para os problemas do cliente. Deste modo é complexo definir um serviço puro ou um produto puro, segundo Bateson e Hoffman (2001) um produto puro pressupõem que o consumidor tenha benefícios exclusivamente do mesmo, não agregando valor ao serviço desempenhado, da mesma forma que um serviço puro, não está agregado nenhum produto no seu processo.

2.6.1. Características do serviço

Assim como os produtos, os serviços também possuem características específicas e que geralmente se aplicam em qualquer tipo de serviço, Arenales (2012), Bateson e Hoffman (2003) destacam algumas dessas características, como a intangibilidade e perecibilidade diferente do produto, essas características não permite que os serviços sejam estocados, tocado e até cheirados antes do processo de decisão de compra.

A inseparabilidade é uma característica do serviço que conta com uma conexão física da pessoa que presta o serviço e da pessoa que irá consumir o

serviço, é possível observar enquanto ele está sendo executado, o que não ocorre com os produtos.

A variabilidade é uma característica inerente dos serviços que retrata a variação da transação de um serviço para o outro, ou seja, a facilidade da troca de etapas de um processo para o outro dentro do serviço.

2.6.2. Tipos de serviço

Os tipos de serviços segundo Kotler (1994) se distinguem em duas classificações, os serviços baseados em pessoas e os serviços baseados em bens ou equipamentos, os dois conceitos são apresentados nos próximos tópicos, dando ênfase no serviço baseado em bens, pois é o objeto de estudo nesta pesquisa.

Os serviços baseados em bens ou também conhecido como serviços baseados em equipamentos, são serviços que o prestador manipula os bens ou equipamentos, Lovelock e Wrigth (2006) comentam que são procedimentos tangíveis sobre bens e outras posses físicas concernentes aos clientes, ilustrado no quadro 1 os exemplos de serviços.

Segundo Padoveze (2006) comenta que além da classificação supracitada, os serviços ainda possuem outra distinção, visto como exemplo o quadro 1, a maioria dos serviços executados por pessoas são controlados por funcionários experientes e habilitados ou não.

Na opinião de Megliorini (2007) os provedores oferecem diferentes serviços, alguns serviços fornecem informações aos seus consumidores, por exemplo os serviços contábeis que geram informações contábeis geralmente para empresas ou pessoas jurídicas, ou para pessoas físicas como a realização de receita tributária, um outro tipo de serviço é aquele que estimulam e incentivam a psicologia dos consumidores, que muitas vezes são apresentados em anúncios de marketing. Outros tipos de serviços são aqueles que lidam com bens ou pessoas, como serviços mecânicos e serviços de hotelaria, respectivamente.

Ainda Megliorini (2007) distingue as empresas prestadoras de serviços, como: empresas de serviços com processamento repetitivo, ou seja, operações que envolvem serviços são repetitivas, como funcionários trabalhando em uma linha de produção de automóveis. Por outro lado, empresas de serviços específicos são aquelas que dependem dos desejos do cliente, como serviços de camisetas personalizadas. É importante observar que os procedimentos empregados pela empresa podem ser aproximadamente os mesmos, porém, cada solicitação será diferente do que foi solicitado antes devido a caracterização e requisitos de entrega diferentes do pedido anterior.

Quadro 1 - exemplificação dos serviços

SERVIÇOS BASEADOS EM PESSOAS	Serviço de Jardinagem
	Serviço de Contabilidade
SERVIÇOS BASEADOS EM BENS	Serviço de Conserto de celular
	Serviços mecânicos
	Serviços de lava-rápidos de carro

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

2.7. Custos em Serviços

Megliorini (2012) comenta sobre os custos na prestação de serviços das empresas industriais e comerciais, para a realização das suas operações é despendido uma série de gastos, que podem ser classificados como custos diretos e indiretos, por exemplo a compra de matéria e prima e a mão de obra está diretamente ligada ao produto, portanto, é um custo direto, já os custos indiretos, são um exemplo o salário dos funcionários que não atuam no setor de produção ou a compra de materiais de escritório.

Ainda Megliorini (2012) comenta que nas empresas prestadoras de serviços, os custos têm a ver com os gastos relacionados à elaboração dos serviços e gastos relacionados aos setores administrativos caracterizam-se por despesas e são as fontes de geração de receitas implicadas durante o exercício.

Ainda que os serviços sejam classificados como intangíveis, ele recebe o mesmo tratamento que os produtos, para Hansen, Mowen (2001) e Leão (2008) para a execução dos serviços é utilizado recursos qualificados e quantificados, como

materiais, mão de obra e outros ativos pertencentes a empresa, deste modo é aplicado a mesma mensuração dos custos, aplicando a apuração do custo unitário.

3 METODOLOGIA

Segundo Ciribelli (2003) o método científico compreende um conjunto de etapas seguidas, a fim de alcançar o objetivo da pesquisa, utilizando técnicas que auxiliem a coleta, a avaliação e a análise dos dados.

Este capítulo busca utilizar as ferramentas metodológicas caracterizando as etapas da pesquisa a fim de atingir os objetivos propostos e definir de meios para o alcance dos resultados.

3.1. Delineamento da Pesquisa

O delineamento da pesquisa é classificado quanto aos objetivos, aos procedimentos, a abordagem, os procedimentos, a forma de coleta de dados, os instrumentos e os critérios de tratamento e análise de dados.

3.1.1. Quanto à Natureza

A natureza desta pesquisa é aplicada. Segundo Cozby (2003), Andrade (2010) e Margarida (2010) tem como objetivo buscar soluções significativas para problemas designados na mesma, a fim de examinar questões que envolvem problemas práticos, atendendo as exigências da vida moderna. Para Shaughnessy (2012) que esta pesquisa também é designada para que os psicólogos apliquem seus conhecimentos para a melhoria da vida das pessoas.

Diante disso, a pesquisa aplicada neste trabalho busca a resposta de qual o impacto dos métodos de custeio na formação do preço unitário em uma empresa de serviços automotivos.

3.1.2. Quanto aos Objetivos

Quanto aos objetivos, este estudo utiliza recursos descritivos. Segundo Malhotra (2010) e Mattar (2014) às pesquisas descritivas focam na apresentação de algo, como uma característica ou função de mercado que tem um propósito decisivo, respondendo a perguntas como: quando, quem, o quê, quando, onde e o principal "por quê?".

Estudo é descritivo por caracterizar o impacto da alteração nos critérios de custos sobre os preços de venda.

3.1.3. Quanto a abordagem

A abordagem deste estudo envolve os métodos quantitativos e qualitativos. Segundo Malhotra (2012) e Hair et al. (2014), os métodos quantitativos geralmente visam quantificar os dados para que a análise seja estatística, além de utilizar perguntas formais em questionários para uma ampla gama de respondentes. Por outro lado, a abordagem qualitativa segundo Hair et al (2014) Prodanov e Freitas (2013) a pesquisa qualitativa tem como objetivo a evidenciação de dados primários sobre o problema da pesquisa, logo, não visa a utilização de dados estatísticos. Trata de um ambiente natural com fontes de coleta de dados direta tornando o pesquisador uma parte importante, e é aplicado principalmente à pesquisa descritiva.

As abordagens, principalmente pela caracterização dos métodos de custeio, tornam uma parte deste estudo qualitativo, além do entendimento e a obtenção dos objetivos específicos. Agregando a participação da pesquisa quantitativa não foi realizada com uma gama de respondentes e sim com os dados financeiros que a empresa disponibilizou para estudo.

3.1.4. Quanto aos Procedimentos

O Procedimento adotado para esta pesquisa é a Análise de caso que segundo McDaniel, Gates (2003) e Malhotra (2012) é um método de apresentar pessoas ou teses de mercado a uma variável empírica ou temporária, para se obter uma variável dependente, a qual se julga o melhor procedimento adotado para esta pesquisa. Visto que o estudo realizado, analisa apenas uma particularidade da empresa, ou seja, a formação de preço de determinados serviços.

3.2 Objeto da Pesquisa

O objeto desta pesquisa é uma microempresa que presta serviço no município de Caraguatatuba há quinze anos, formalizada integralmente como uma pessoa jurídica possuindo, por conseguinte, CNPJ. Neste trabalho a organização é denominada de A EMPRESA para manter o sigilo dos dados solicitados pelos gestores da entidade.

A EMPRESA atua no ramo automotivo, com serviços relacionados apenas aos motores dos carros, sem operar com borracharia, funilaria, entre outros serviços. As operações de serviços são os processamentos de bens, que dispõem não apenas da mão de obra e sim dos bens materiais, como a troca de óleo, troca de embreagem, troca de amortecedores, entre outros serviços, ainda sim há vendas de produtos na empresa, como peças ou produtos como o próprio óleo.

A EMPRESA se destaca no mercado pela sua rapidez na execução dos serviços e também pelo valor pessoal agregado aos clientes, a honestidade, sem contar a qualidade da mão de obra e o prezar pelo ambiente cômodo e confortável oferecido aos seus clientes.

A EMPRESA tem como diferencial a rapidez e eficiência de como o serviço é realizado, ao se comparar com seus concorrentes a empresa se posiciona em resolver o problema automotivo em algumas horas, já os concorrentes em dois a três dias, segundo o dono da empresa.

Atualmente, A EMPRESA se localiza no Centro da cidade, o ambiente de trabalho é organizado, coberto e possui locais apropriados para guardar os

equipamentos e as ferramentas, além do espaço físico estar decorado com premiações e certificações, conquistas pela mesma.

A escolha da localização da empresa foi a princípio pelo surgimento de oportunidade, um espaço bom e, segundo o dono, barato, mas com algumas limitações pois há moradores como vizinhos da empresa, entretanto depois que a empresa foi tomando posicionamento no mercado, reconheceu-se que o ponto por mais que estivesse no centro da cidade não era onde havia o maior fluxo dos seus clientes.

3.3. Coleta de Dados

A coleta de dados é um processo de captação de informações e nesta pesquisa a coleta é realizada em dois momentos. No primeiro momento, são coletados dados através de uma entrevistas, a fim de obter informações iniciais da A EMPRESA. No segundo momento a fim de obter dados mais aprofundados é realizado uma análise documental através dos relatórios financeiros disponibilizados pela mesma.

3.3.1. Entrevista

Um dos métodos para a coleta de dados para essa pesquisa é a entrevista, que segundo Malhotra (2012) é uma entrevista estruturada, direta e pessoal, quando o entrevistado é pesquisado pelo entrevistador a fim de obter respostas qualificadas sobre um assunto estabelecido.

Para Prodanov e Freitas (2013) e Margarida (2010) as pesquisas que usam este método são consideradas eficazes e a coleta de dados confiável, desde que seja bem elaborada, analisada e interpretada.

A entrevista realizada neste trabalho para coletar dados da A EMPRESA, realizou-se com a proprietária da empresa. O objetivo é obter informações sobre o histórico, as atividades (produtos e serviços), estrutura produtiva, entre outras. Para tanto empregou-se um questionário estruturado com as seguintes perguntas:

1. Qual o nome fantasia da empresa?
2. Qual a razão social da empresa?
3. Qual o tempo de atuação no mercado?
4. Quantos funcionários trabalham na empresa?
5. Qual o endereço da empresa?
6. Quais os serviços da empresa?
7. Há venda de produtos na empresa?
8. Como é a relação com o fornecedor?
9. Há um controle dos custos/ despesas/ receitas?

3.3.2. Documental

Outro método de coleta de dados adotado nesta pesquisa foi de forma documental, que segundo Oliveira (2007) são documentos que concedem informações para o entendimento de determinado assunto, ao longo da história, pois transmitem fatos que antecederam o presente a fim de registrar os conhecimentos de um determinado grupo.

Além disso, a análise documental, segundo Moreira (2005) visa a apuração das informações documentadas em fontes originais, para a contextualização e a análise dos objetivos e problemas desenvolvidos para o estudo. A análise documental segundo Iglesias e Gomez (2004) pode ser entendida como um conjunto de operações intelectuais, o tratamento documental objetiva-se por descrever e representar os conteúdos de uma forma diferente do que a original.

A análise documental para esta pesquisa emprega os relatórios financeiros que A EMPRESA disponibilizou, como DREs e a relação dos custos dos serviços escolhidos.

3.4 Tratamento e Análise de Dados

O tratamento dos dados coletados considerou-se as informações de custos e despesas como reais e arbitrou-se uma receita que gerasse um lucro mínimo. Deste modo é possível estruturar o demonstrativo de resultado do exercício a partir dos

valores financeiros fornecidos. Atribuindo uma margem de lucro de 10% e proporcionando os valores dos custos e das despesas sobre a receita operacional líquida, obtida após a dedução dos impostos sobre a receita operacional bruta. Durante o período de dois meses, denominado como 1 ° mês e 2 ° mês, respectivamente.

Com base nos dados avaliados do DRE, é calculado o preço de vendas dos serviços escolhidos. O custo de cada serviço é apurado nos métodos estudados, no método variável é considerado o valor dos materiais, o estabelecimento do Mark-up e a aplicação da sua fórmula apura o preço de venda final, o mesmo ocorre com o custeio por absorção, mas ao invés de utilizar apenas o valor dos materiais é incluso também o valor da mão de obra. Posteriormente é realizada uma análise comparativa dos métodos e dos preços de venda.

3.5 Critério de Análise

Para os critérios de análise, são tomados como principais instrumentos utilizados os seguintes:

- Análise do DRE;
- Custos dos Serviços;
- Preço com base no custeio variável;
- Preço com base no custeio por absorção.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para analisar os resultados, as informações são tratadas em dois momentos, o primeiro momento é a análise e cálculos com base no DRE (demonstrativo de resultado do exercício) da empresa de dois meses e o segundo momento é analisado os custos unitários, os quais compõem os três serviços escolhidos Troca de óleo, Scanner Automotivo e Retificação de Motor finalizando com o cálculo do preço de venda com base nos dois métodos de custeio, variável e por absorção.

4.1. Análise do DRE

Tabela 1 - DRE 1º mês

DRE - 1º mês			
	R\$	R\$	%
Receita Bruta		R\$ 10.650,00	107,31%
Receitas	R\$ 10.650,00		
Deduções		R\$ 725,27	7,31%
Simples Nacional (imposto)	R\$ 725,27		
Receita Líquida		R\$ 9.924,74	100,00%
Custo dos serviços	R\$ 3.214,73	R\$ 3.214,73	32,39%
Margem de Contribuição		R\$ 6.710,01	67,61%
Despesas administrativas		R\$ 5.125,18	51,64%
Salários	R\$ 3.582,58		
Prolabore	R\$ 1.212,00		
Previdência Social	R\$ 44,00		
FGTS	R\$ 286,60		
Despesa de Terceiros		R\$ 520,96	5,25%
Serviços de terceiros	R\$ 520,96		
Lucro/Prejuízo		R\$ 1.063,87	10,72%

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

Tabela 2 - DRE 2º mês

DRE - 2º mês			
Receita Bruta	R\$	R\$	%
		R\$ 10.100,00	102,63%
Receitas	R\$ 10.100,00		
Deduções		R\$ 258,56	2,63%
Simplex Nacional (imposto)	R\$ 258,56		
Receita Líquida		R\$ 9.841,44	100,00%
Custo dos serviços	R\$ 3.214,73	R\$ 3.214,73	32,67%
Margem de Contribuição		R\$ 6.626,71	67,33%
Despesas administrativas		R\$ 5.125,88	52,08%
Salários	R\$ 3.582,68		
Prolabore	R\$ 1.212,00		
Previdência Social	R\$ 44,00		
FGTS	R\$ 287,20		
Despesa de Terceiros		R\$ 481,29	4,89%
Serviços de terceiros	R\$ 481,29		
Lucro/Prejuízo		R\$ 1.019,54	10,36%

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

Sobre a receita operacional bruta e a receita líquida, é necessário comentar que em função da incerteza dos dados, tornou-se verdadeiros os custos e despesas e arbitrou-se as receitas que gerassem um lucro mínimo para a empresa. A partir deste ponto identificou-se as participações relativas dos custos e despesas, como pode ser visto nas tabelas 1 e 2.

Como é possível observar no DRE é atribuída a proporção representada pela porcentagem, dos custos e despesas sobre a receita líquida, obtida após o desconto do Imposto Simples nacional de 6%, podendo ser visto na figura 7, da Receita Bruta.

Figura 7: Tabela Simples Nacional 2018 para serviços

Faixa	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)
1a Faixa	6,00%	-	Até 180.000,00
2a Faixa	11,20%	9.360,00	De 180.000,01 a 360.000,00
3a Faixa	13,50%	17.640,00	De 360.000,01 a 720.000,00
4a Faixa	16,00%	35.640,00	De 720.000,01 a 1.800.000,00
5a Faixa	21,00%	125.640,00	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00
6a Faixa	33,00%	648.000,00	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00

Fonte: site Contabilizei.blog

Sendo calculado a margem de contribuição e atestando que ambos representam um valor de receita líquida superior aos custos e despesas de cada exercício, demonstrando que a empresa tem montante suficiente para cobrir os seus débitos, restando em média, comprando os dois meses um lucro de 10,5%, a partir deste dado é estimada a margem de lucro em 10% para os cálculos apresentados posteriormente do preço de venda formulado com base nos métodos de custeio.

O DRE também exibe uma informação muito importante para o foco deste trabalho, ou seja, a demonstração das despesas administrativas e as despesas com serviços de terceiros. As despesas administrativas são atribuídas aos salários e encargos trabalhistas, e as despesas com serviços de terceiros são compostas por conta de água, luz, internet e telefone.

Com base nas informações sobre as despesas supracitadas, é identificado a proporção em forma de porcentagem das despesas administrativas e despesas com serviços de terceiros sobre a receita operacional bruta, porém para cada método e cada mês é realizado de forma diferente, como pode-se observar na figura 8:

Figura 8: Demonstrativo proporção sobre a receita bruta

Mês	1º		2º	
Método variável	Despesas Administrativas	R\$ 5.125,18	Despesas Administrativas	R\$ 5.125,88
	Serviços de Terceiros	R\$ 520,96	Serviços de Terceiros	R\$ 481,29
	Total	R\$ 5.646,14	Total	R\$ 5.607,17
	% sobre a Receita Bruta	53%	% sobre a Receita Bruta	56%
Método por absorção	Salários	R\$ 3.582,58	Salários	R\$ 3.582,68
	Despesas Administrativas e de terceiros	R\$ 2.063,56	Despesas Administrativas e de terceiros	R\$ 2.024,49
	% sobre a Receita Bruta	19%	% sobre a Receita Bruta	20%

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

No método variável no primeiro mês são considerados os valores de todas as despesas, que representam um total de 53% da Receita Bruta, 3% mais baixo que o segundo mês mesmo o valor dos serviços de terceiros ser mais baixo que o primeiro mês, isso ocorre em razão da Receita Bruta no primeiro mês ser mais alta em relação a Receita Bruta do segundo mês.

O método por absorção não engloba as despesas totais, pois os salários envolvidos nas despesas administrativas, são subtraídos e calculados posteriormente como mão de obra direta nos serviços, diante disso as despesas administrativas e os serviços de terceiros representam 19% da Receita Bruta no primeiro mês e no segundo mês representam 20%.

Em síntese, aplicou-se uma média das proporções das despesas dos dois meses e dos dois métodos, portanto no método variável a porcentagem sobre a receita bruta é de 54% e no método por absorção a porcentagem sobre a receita bruta é de 20%, esses dados são usados no cálculo dos métodos de custeio.

4.2. Custos dos Serviços

Os custos obtidos através da análise documental sobre os serviços da empresa, são listados no quadro 4, quadro 5 e quadro 6 se tornando dados principais para os cálculos dos dois métodos de custeio estudados nesta pesquisa.

Tabela 3 - Custo troca de óleo

Troca de óleo	
Material	Custo Unitário
Óleo de motor 5w30 - 4 litros	R\$ 9,47
Filtro de óleo	R\$ 16,57
Filtro combustível	R\$ 20,12
Filtro do ar	R\$ 21,30
Filtro cabine	R\$ 22,49
Mão de Obra Direta	R\$ 17,75
Total	R\$ 107,69

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

Tabela 4 - Retificação de Motor

Retificação de Motor	
Material	Custo Unitário
Correia dentada	R\$ 22,49
Tensor	R\$ 78,11
Óleo motor	R\$ 47,34
Filtro óleo	R\$ 13,02
Cavalete água	R\$ 18,93
Cano água	R\$ 7,10
Válvula termostática	R\$ 112,43
Cebolinha óleo	R\$ 58,58
Cabeçote novo	R\$ 1.065,09
Mão de Obra Direta	R\$ 887,57
Total	R\$ 2.310,65

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

Tabela 5 - Scanner Automotivo

Scanner Automotivo	
Material	Custo Unitário
Scanner	R\$ 47,34
Mão de Obra Direta	R\$ 11,49
Total	R\$ 58,83

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

4.3. Preço Com Base no Método de Custeio Variável

É desenvolvido neste tópico os cálculos do preço de venda para os três serviços: troca de óleo, luz de injeção acesa e produção do motor total, com base no método de custeio variável. Conforme Tabela 6.

Tabela 6 - Método Custeio variável

PREÇO PELO MÉTODO VARIÁVEL			
Produto:	Troca de óleo	Scanner Automotivo	Retificação de Motor
Custo Variável	R\$ 89,94	R\$ 47,34	R\$ 1.423,08
Custo Fixo e Despesa Operacional	54,00%	54,00%	54,00%
Margem de Lucro	10,00%	10,00%	10,00%
Impostos	6,00%	6,00%	6,00%
Mark-up	70,00%	70,00%	70,00%
Preço de venda	R\$ 299,80	R\$ 157,79	R\$ 4.743,59

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

Como é possível observar nas tabelas 3.4 e 5 e na primeira linha do quadro 7, o valor do custo variável está diferente. Isso ocorre pois o valor da mão de obra está atribuído aos custos fixos e as despesas operacionais, que são derivativos da média supracitada no tópico anterior, juntamente com a margem de lucro estimada e os cálculos de 6% dos impostos do Simples Nacional.

O Mark-up auxilia ao estabelecimento do preço de venda, nesta tabela ocorre a soma das despesas citadas no parágrafo acima, totalizando em 70%, ou seja, o valor do índice multiplicador, aplicando a sua fórmula é possível chegar ao preço de venda dos serviços.

Neste método o valor de venda da troca de óleo é de R\$ 299,80 (duzentos e noventa e nove reais e oitenta centavos), do scanner automotivo é de R\$ 157,79 (cento e cinquenta e sete reais e setenta e nove centavos) e de retificação de motor é de R\$ 4.743,59 (quatro mil, setecentos e quarenta e três reais e setenta e nove centavos).

4.4. Preço Com Base no Método de Custeio por Absorção

Nesta seção é desenvolvido os cálculos do preço de venda para os três serviços: troca de óleo, luz de injeção acesa e produção do motor total, com base no método de custeio por absorção. Conforme Tabela 7.

Tabela 7 - Método Custeio por absorção

PREÇO PELO MÉTODO ABSORÇÃO			
Produto:	Troca de óleo	Scanner Automotivo	Retificação de Motor
Custo Por absorção	R\$ 107,69	R\$ 58,83	R\$ 2.310,65
Custo Fixo e Despesa Operacional	20,00%	20,00%	20,00%
Margem de Lucro	10,00%	10,00%	10,00%
Impostos	6,00%	6,00%	6,00%
Mark-up	36,00%	36,00%	36,00%
Preço de venda	168,27	91,92	3.610,39

Fonte: Elaborado pela autora em 2022.

Como é possível observar nas tabelas 3, 4 e 5 e na primeira linha do quadro 8, o custo por absorção são iguais, isso ocorre pois dentro deste cálculo a mão de obra não está atribuída nos custos fixos e despesas operacionais e sim no custo dos materiais de cada serviço, portanto como já comentado no tópico anterior a porcentagem dos custos fixos e das despesas operacionais estão ligados à média supracitada.

O Mark-up auxilia no estabelecimento do preço de venda, nesta tabela ocorre a soma das despesas citadas no parágrafo acima, totalizando em 36%, ou seja, o valor do índice multiplicador, 34% a menos do que o mark-up do custeio variável, sendo assim aplicado a sua fórmula, é obtido o preço de venda dos serviços.

Portanto neste método o valor de venda da troca de óleo é de R\$ 168,27 (cento e sessenta e oito reais e vinte e sete centavos), do scanner automotivo é de R\$ 91,92 (noventa e um reais e noventa e dois centavos) e de retificação de motor é de R\$ 3.610,39 (três mil, seiscentos e dez reais e trinta e nove centavos).

4.5. Análise Comparativa

Ao comparar os preços gerados a partir dos métodos de custeio, pode-se observar que o custeio por absorção apresenta um preço mais competitivo.

Quando comparados os custos que compõem o preço de venda, é possível observar que os custos com base no método de custeio variável está abaixo do que os custos com base no método de custeio por absorção, esse fator ocorre, pois, o custo da mão de obra está englobado junto aos materiais no método por absorção e no método variável é contemplado apenas o material. Os custos do método de custeio variável representam 30% do preço de venda e os custos do custeio por absorção representam 64% do preço de venda.

Com relação ao mark-up ocorre ao contrário. O mark-up contempla os outros itens formadores do preço além do custo. O preço de venda com base no custeio variável tem um mark-up de 70%, enquanto o mark-up empregado com o custeio por absorção é de 36%. Esta diferença se deve ao custo da mão de obra englobada apenas nos custos do método variável.

As comparações supracitadas ocorrem pois os preços calculados pelo método de custeio por absorção engloba os custos mais detalhados, então é possível ter uma maior precisão na formulação do preço de venda.

Sobre os preços de venda calculados para os produtos observados, nota-se que os preços de venda orientados pelo método de custeio variável referido ao serviço de troca de óleo o valor é 72,5% maior em relação ao método por absorção. Os outros dois serviços mantêm um aumento em relação ao preço orientado pelo custeio por absorção, o scanner automotivo é 65,7% e o preço da retificação de motor é 27,1% maior.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em resposta ao problema proposto é possível observar que a formulação do preço de venda a partir dos métodos de custeio variável e por absorção, apresentam valores distintos. Isso ocorre porque há composições diferentes na formação dos custos pelos modelos. No primeiro caso a mão de obra não está presente no custo do produto, pois considera apenas os materiais. No segundo o custo é direto e envolve materiais e mão de obra. No método de custeio variável o Mark-up carrega os custos com a mão de obra, enquanto no custeio por absorção não há este carregamento.

Comparando os custeios utilizados, infere-se que há uma melhor definição dos custos unitários pelo método de absorção, logo, em relação a mudança no método, o custeio por absorção torna o preço mais competitivo no mercado. Com isso atinge-se o objetivo amplo desta pesquisa, qual seja estudar os métodos de custeio para saber o impacto no preço praticado.

Em relação aos objetivos específicos desta pesquisa, todos foram atingidos, a finalidade de conhecer os conceitos de custos e os tipos de métodos de custeio é suprida pelo referencial teórico com embasamento bibliográfico, para compreender a técnica desempenhada na formação de preço e estudar os métodos de custeio aplicados para a formação de preço no objeto de pesquisa, é realizado a pesquisa junto a empresa.

Deve-se ressaltar que esta pesquisa encontrou como limitação a incerteza dos dados coletados junto aos relatórios da empresa. Para contornar esta situação tomou-se por verdadeiros apenas os custos e as despesas e estimou-se receitas que gerassem um lucro mínimo para a empresa.

Após a utilização dos métodos de custeio percebeu-se uma informação muito importante sobre como os dados dos custos impactam na formulação do preço de venda, quanto mais precisos forem os custos maior a confiabilidade e a certeza no preço de venda.

Uma continuação para este trabalho seria aplicar um estudo utilizando o método de custeio ABC, mantendo a designação de empresas de serviço. Outra forma para a continuação é aplicar os mesmos métodos de custeio para serviços diferentes ou similares aos que são apresentados.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. D. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 10. ed. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2010.

ARENALES, M. et al. **Pesquisa operacional para cursos de engenharia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

BERNARDI, LUIZ ANTÔNIO. **Manual de formação de preços: política, estratégia e fundamentos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BRUNI, A. L. FAMÁ, R. **Gestão de custos e formação de preço: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CABELO, J. F.; BUSH, R. P.; ORTINAU, D. J. **Pesquisa de marketing**. Austrália: McGraw-Hill Education, 2014.

CIRIBELLI, **Marilda Corrêa**. **Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica**. Letras, 2003.

CORRÊA, M. D. **Contabilidade de custos**. Curitiba: Intersaberes, 2019. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/176297>>. Acesso em: 20 set. 2021.

COZBY, P. C. **Métodos de pesquisa em ciências do comportamento**. São Paulo, Atlas, 2003.

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

CRESWELL, J. W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. 3. ed. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

CHURCHILL, G. A. **Pesquisa Básica de Marketing**. 7. ed. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

CRUZ, JUNE ALISSON et al. **Formação de preços: mercado e estrutura de custos**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

DUBOIS, A.; KULPA, L.; SOUZA, L. E. de. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade.** São Paulo: Atlas, 2006.

DUTRA, R. G. **Custos: uma abordagem prática.** 5ª. ed. – São Paulo: Atlas, 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

GRÖNROOS, C. Marketing: **Gerenciamento e serviços.** 2ªedição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HANSEN, D. R.; MOWEN, Maryanne M. **Gestão de custos.** South-Western College Publications, 2001.

HOFFMAN, K. D. BATESON, J. E. G. **Princípios de Marketing de Serviços – Conceitos, Estratégias e Casos.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

HORNGREN, C.T. DATAR, S.M.; FOSTER, G. **Contabilidade de Custos: uma abordagem gerencial.** V. 1. 11. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

IGLESIAS, M. E. D.; GÓMEZ, Ana María Molina. **Análises documental e de informação: dos componentes de um mesmo processo.** ACIMED, Ciudad de La Habana, 2004.

IZIDORO, CLEYTON, (Org.). **Gestão de tecnologia e informação em logística.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016.

LEÃO, N. S. **Formação de preços de serviços e produtos.** São Paulo: Nobel, 2008.

LEONE, G. S G; LEONE, R. J. G. **Curso de Contabilidade de Custo.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão.** São Paulo: Saraiva, 2006.

LOVELOCK. C. **Serviço, marketing e gestão.** Tradução Cid Knipel Moreira. Revisão Técnica Mauro Neves Garcia. São Paulo: Saraiva, 2001.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: foco na decisão**. 3. ed. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Bookman, 2012.

MARTINS, ELISEU. **Contabilidade de custos**. 10 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

MARTINS, ELISEU. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATTAR, FN. **Pesquisa de marketing, metodologia, planejamento, execução e análise**. 7. ed. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2014.

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

MEGLIORINI, EVANDIR. **Custos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2002.

MEGLIORINI, EVANDIR. **Custos: análise e gestão**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MEGLIORINI, EVANDIR. **Custos: análise e gestão**. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 3. ed. 2012.

MOREIRA, S. V. **Análise documental como método e como técnica**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, A. A. P. de. **Análise documental do processo de capacitação dos multiplicadores do projeto “Nossas crianças: Janelas de oportunidades” no município de São Paulo à luz da Promoção da Saúde**. 2007. 210 f. Dissertação (Mestrado em Enfermagem em Saúde Coletiva) – Escola de Enfermagem, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

PADOVEZE, CLÓVIS LUÍS. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informações contábil**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PADOVEZE, CLÓVIS LUÍS. **Introdução a contabilidade com abordagem para não contadores**. 1 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, Luís Martins de; COSTA, R. G.. **Gestão Estratégica de Custos**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SAMARA, B. S.; BARROS, J. C. D. **Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia**. 4. ed. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SAMARA, B. S.; BARROS, J. C. D. **Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia**. 4. ed. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

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

SOUZA, A. R. De; KASPCZAK, M. C. de M. **Princípios e Métodos de Custeio Técnicas de Alocação dos Custos: Um Estudo de Caso em uma Empresa de Transporte Coletivo**. I CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. Ponta Grossa, PR, Brasil. 2011.

WERNKE, R. **Análise de custos e preços de venda: (ênfase em aplicações e casos nacionais)**. São Paulo: Saraiva, 2005.