

LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE  
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO  
NORTE

**LUCINEIDE CAVALCANTI BARBOSA**

**A DIFERENCIAÇÃO ENTRE OS TERMOS “CUSTO OU DESPESA”: uma  
investigação nas empresas prestadoras de serviços da cidade do Natal/RN**

**NATAL  
2007**

LUCINEIDE CAVALCANTI BARBOSA

**A DIFERENCIAÇÃO ENTRE OS TERMOS “CUSTO OU DESPESA”: uma  
investigação nas empresas prestadoras de serviços da cidade do Natal/RN**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis, da Faculdade Natalense para o desenvolvimento do Rio Grande do Norte, como requisito obrigatório para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Adriana Isabel Backes  
Steppan, M. S.

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN  
Setor de Processos Técnicos

Barbosa, Lucineide Cavalcanti.

A diferenciação entre os termos custo ou despesa: uma investigação nas empresas prestadoras de serviços da cidade do Natal/RN / Lucineide Cavalcanti Barbosa. – Natal: FARN, 2007.

33f.

Orientador: Adriana Isabel Backes Steppan (M. Sc.)

Monografia (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Empresas Prestadoras de Serviços – Objeto de Custo – Monografia.
2. Custos – Prestação de Serviços – Monografia. I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 657.47



657 47  
B1992  
2007  
61.01

LUCINEIDE CAVALCANTI BARBOSA

A DIFERENCIAÇÃO ENTRE OS TERMOS "CUSTO OU DESPESA": uma  
investigação nas empresas prestadoras de serviços da cidade do Natal/RN

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Natalense  
para o desenvolvimento do Rio Grande do Norte, e aprovada em \_\_\_\_ de  
\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, pela banca examinadora composta pelos seguintes  
membros.

---

Adriana Isabel Backes Steppan, M.S  
(Orientadora)

---

Thereza Angélica Bezerra de Souza Santos Esp.  
(Membro Examinador)

---

Cíntia de Almeida Esp.  
(Membro Examinador)

Dedico este trabalho aos meus pais, Genilda e Agustinho, que me ensinaram a agir com dignidade, honestidade e, acima de tudo com respeito pelos próximos. Confiaram em mim e abriram os caminhos para que eu pudesse realizar os meus sonhos, também dedico ao meu esposo Edivaldo, em especial aos meus filhos, Emanuell e Edivaldo Júnior, que em muitos momentos sem nenhuma paciência me esperaram chegar em casa tarde da noite.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, por sempre ter estado presente na minha vida, orientando-me todos os passos, protegendo-me e, principalmente sendo o meu refúgio nas horas difíceis. Fazendo-me esquecer do cansaço que às vezes batia impedindo-me a conclusão deste trabalho.

Aos meus amados pais, Genilda e Agustinho, que através de seus exemplos me mostraram que nesta vida precisamos lutar para crescer, obrigada pelo apoio, incentivo e colaboração nos momentos difíceis de minha vida.

As minhas irmãs, Lucinete, Lucinalva, Luceni, Eliete e Etelvanda, em especial a Lourdes (Malú) pela paciência e ajuda para que esse sonho fosse realizado.

A minha querida orientadora Adriana, que teve muita paciência e humildade para que eu concluísse este trabalho.

## LISTA DE TABELAS

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Lista de Tabela 01– Cargos dos respondentes.....                            | 25 |
| Lista de Tabela 02– Escolaridade.....                                       | 26 |
| Lista de Tabela 03– Ramo de atividade da empresa.....                       | 26 |
| Lista de Tabela 04– Conceito do objeto de custo.....                        | 27 |
| Lista de Tabela 05– A empresa faz apuração seus custos.....                 | 28 |
| Lista de Tabela 06– Método de custeio utilizado.....                        | 28 |
| Lista de Tabela 07– Importância de se definir objeto de custo.....          | 29 |
| Lista de Tabela 08– Qual a dificuldade de separação de custo e despesa..    | 29 |
| Lista de Tabela 09– Quais os critérios utiliz. na formação preço do serviço | 30 |

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo investigar se os gestores das empresas prestadoras de serviços sabem diferenciar o termo "custo" de "despesa". Tendo em vista as características peculiares dessas empresas, buscando de onde e como os custos ocorrem. Sendo assim, o conhecimento dos custos nas empresas de serviços tem sido uma das preocupações das organizações no que tange à eficiência nos seus controles. Para a realização da pesquisa utilizou-se como instrumento metodológico um questionário com perguntas abertas e fechadas. Os resultados do estudo afirmam que 25,9% das empresas conseguiram definir seus objetos de custo; 92,6% dos respondentes apuram o custo por objeto, sendo o método de custeio por absorção o mais utilizado pelas organizações estudadas. Com relação à dificuldade de separação de custo e despesa, 70,4% afirmaram ter muita ou alguma dificuldade, enquanto 7,4% alegam não ter nenhuma dificuldade. Por fim, para a definição de preços, 77% das empresas pesquisadas declaram tomar por base o preço dos concorrentes e custo no segmento.

**Palavras-Chave:** Empresas Prestadoras de Serviços. Objeto de Custo.

## ABSTRACT

The present work aims to investigate if the managers of the service providers companies know how to distinguish the term 'cost' from 'expense' considering the particular characteristics of these companies, searching where and how the costs occur. Thus, the knowledge of the costs in service enterprises has been one of the concerns of the business organizations in which relates to the efficiency of their controls. A questionnaire with open and closed questions has been used as a methodological instrument to the realization of the research. The results of the study show that 25,9% of the companies could define their cost objects; 92,6% of the answerers define the cost by its object, being the absorption costing method the most utilized by the studied business organizations. In relation to the difficulty of separation of cost and expense, 70,4% of the answerers state they have a lot or some difficulty, while 7,4% say that they have none. Hence, for the price definition, 77% of the researched companies state they base on the competitors price and the segment cost.

**Key-words:** Service providers companies. cost object.

## SUMÁRIO

|                                                          |                                 |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b>                                      | 10                              |
| 1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS                               | 10                              |
| <b>1.2 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA</b>              | 11                              |
| <b>1.3 OBJETIVOS</b>                                     | 14                              |
| 1.3.1 Geral                                              | Erro! Indicador não definido.14 |
| 1.3.2 Específicos                                        | 14                              |
| <b>1.4 JUSTIFICATIVAS</b>                                | Erro! Indicador não definido.15 |
| <b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>                             | 16                              |
| 2.1 DEFINIÇÃO DE CUSTO                                   | 16                              |
| 2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS                             | 17                              |
| 2.3 ALGUNS CONCEITOS RELACIONADOS À PRESTAÇÃO DE SERVIÇO | 18                              |
| <b>3 METODOLOGIA</b>                                     | 21                              |
| 3.1 TIPO DE PESQUISA                                     | 21                              |
| 3.2 UNIVERSO E AMOSTRA                                   | 21                              |
| 3.3 COLETA DE DADOS                                      | 22                              |
| <b>4 ANÁLISE DE DADOS</b>                                | 23                              |
| 4.1 RESULTADOS DESCRITIVOS                               | 23                              |
| 4.1.2 Caracterização dos pesquisados                     | 23                              |
| 4.1.3 Dados relacionados à caracterização das empresas   | 24                              |
| <b>5 CONCLUSÕES</b>                                      | 29                              |
| 5.1 Considerações                                        | 29                              |
| 5.2 Recomendações                                        | 29                              |
| <b>REFERÊNCIAS</b>                                       | 30                              |
| <b>APÊNDICE</b>                                          | 32                              |

## 1 INTRODUÇÃO

### 1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Uma das preocupações das organizações refere-se à eficiência no controle de seus custos. Elas buscam identificar onde e como os custos ocorrem. Este fato pode ser evidenciado pela literatura. Constatase que a demanda pela informação gerencial contábil nas tecelagens relaciona-se aos estágios iniciais da revolução industrial, como também, nas fábricas de armas e em outras operações industriais.

Os registros das tecelagens no início do século XIX mostram que os seus administradores recebiam a informação sobre o custo por hora de conversão de matéria-prima (algodão) em produtos intermediários (fio e linha de costura) e em produtos acabados (tecidos), bem como, o custo por libra de produtos por departamento e por funcionário. Os proprietários usavam tal informação gerencial contábil para dois propósitos diferentes: a) para controlar e melhorar a eficiência e b) para decisões de preço e de mix de produtos (CHIAVENATO, 2002).

Riccio; Robles Júnior; Gouveia (1997) afirmam que na maioria dos países, as empresas de serviço representam a maior parcela do PIB. Na opinião destes autores, a área de serviços é a que mais cresce e que é esta tendência para os próximos anos. Além disso, esse setor pode ser considerado como uma forma de viabilizar as atividades dos outros setores. Por esse motivo, até mesmo dentro da indústria, o setor de serviços torna-se peça-chave ampliando a sua participação na economia.

No que tange as características das empresas de serviços, as mesmas diferem-se das indústrias em vários aspectos. As primeiras não possuem estoques, por exemplo: seus produtos são compostos na maioria dos casos intangíveis, sendo que os tangíveis podem agregar algo aquele serviço. Além disso, nas empresas de serviços a relação com o cliente é diferente, é ele quem determina o sentido e a direção para os quais os processos devem se orientar. Logo, essas organizações devem buscar uma estrutura que lhes possibilite atender com máxima precisão a seus clientes. (RICCIO; ROBLES JÚNIOR; GOUVEIA, 1997).

Ainda os mesmos autores (1997, p.3) comentam que,

Cada organização de serviços é diferente da mais próxima em atuação no mesmo mercado, não podendo ser dita semelhante para determinar comparações setoriais. Pertencem ao mesmo setor, porém o escopo é diferente o que as torna concorrentes por clientes diferentes e não só pelos semelhantes.

Gonçalves (1994, apud PAMPLONA; MAUAD, 2003), considera como parte integrante do setor de serviços todas aquelas empresas que possuem atividades econômicas não voltadas para um produto físico. Para Kotler (2002, apud PAMPLONA; MAUAD, 2003) serviço é alguma atividade ou benefício que se pode oferecer de forma essencialmente intangível; sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico.

No âmbito da Contabilidade de Custos percebe-se que a própria definição o torna relevante para o processo de atingir determinados objetivos. Para Martins (2001), o termo “custo” é conceituado como sendo “os gastos utilizados na produção de bens e serviços”. O mesmo autor, com a preocupação de não haver teoricamente conflito entre esse e a despesa, caracteriza a última como o consumo de bens ou serviços, de forma direta ou indireta, para a geração de receita. Isso implica dizer que ambos são gastos, entretanto, a sua utilização e o seu objetivo é que os diferem.

Em se tratando da dificuldade de separá-los, por sua vez, não é idéia exclusiva de Martins. Dutra (1995), por exemplo, defende a difícil separação prática destes dois fatores. Nesse sentido, é necessário que seja inicialmente identificado o objeto, para à partir daí estabelecer suas relações com a atividade da empresa.

Desta forma, parece oportuno investigar junto às empresas prestadoras de serviço da cidade do Natal se as mesmas sabem fazer essa diferenciação.

## 1.2 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

O mercado, atualmente, encontra-se cada vez mais competitivo, com consumidores cada vez mais exigentes e conhecedores de seus direitos. Dentro desse contexto cabe destacar o papel fundamental do código do consumidor. Sendo

assim, constata-se para este cenário, a necessidade informações sobre qualidade e custos que possibilitem os gestores a tomarem decisões cada vez mais acertadas.

Em se tratando de mudanças, pode-se afirmar que nas duas últimas décadas, as mesmas tornaram-se mais evidentes para a realidade dos negócios. Neste sentido, do ponto de vista empresarial, observa-se uma maior necessidade da Contabilidade Gerencial na gestão das organizações. Para Atkinson et. al. (2000), a informação gerencial é uma das fontes de informações mais importante para a tomada de decisão e controle nas empresas.

Os custos podem ser estudados com vários objetivos diferentes, que dependem unicamente do que a empresa esteja necessitando. Neste sentido, a literatura estabelece três principais objetivos: avaliação de estoques, controle e tomada de decisão.

No que diz respeito aos métodos de custeio, Dutra (1995), com o intuito de auxiliar a administração na tomada de decisão, comenta que são utilizados alguns métodos tais como, o custeio por atividades e variável. Acerca do custeio por absorção, Garrison ; Noreen (2001) afirmam que todos os custos de fabricação, sejam eles fixos ou variáveis, são apropriados às unidades dos produtos ou serviços.

Martins (2001) declara que o Custeio por Absorção é o método derivado dos princípios de contabilidade geralmente aceitos, mas não é um princípio contábil propriamente dito, e sim uma metodologia decorrente deles. Ainda, de acordo com esse autor, a auditoria externa o utiliza como base, pois embora muitas vezes seja falho para fins gerenciais, é obrigatório quando da avaliação de estoques.

Na avaliação de estoques a receita só será reconhecida futuramente, os valores agregados de gastos, relativos a fatores utilizados no processo de fabricação, vão sendo acumulados na forma de estoques. Só serão considerados como despesas também futuramente (MARTINS, 2001).

Para o atendimento aos objetivos relacionados ao controle e tomada de decisão. Horngren; Foster; Datar (2000) afirmam que o custeio baseado por atividade (ABC) é uma das melhores ferramentas de utilização para o sistema de custeio. Essa metodologia de custeio considera atividades individuais como objetos de custos fundamentais, cada tarefa é um evento específico. Os autores comentam que esse sistema calcula os custos das atividades e atribui custos para os objetos de

custo, como os produtos ou serviços, como bases nas atividades necessárias para produzir cada produto ou serviço. Ou seja, as atividades apresentam-se como objetos de custos fundamentais, numa definição mais ampla. Desse modo, verifica-se seu custo e esse é atribuído aos outros objetos de custo, de forma menos ampla, como serviços, produtos e clientes.

Martins (2001) comenta que o Custeio por Atividades surgiu com o intuito de reduzir as distorções provocadas pelos critérios de rateio dos custos indiretos. Além disso, sua utilização não se limita apenas ao custeio de produtos, trata-se, pois, de um mecanismo eficaz na gestão de custos.

No Custeio Variável, Garrison ; Noreen (2001) frisam que somente os custos que variam de acordo com a produção de determinado bem são a ele alocados. Portanto, os custos fixos não são considerados custos do produto e sim custos do período, e, da mesma forma as despesas, que são confrontados com a receita do período.

No que tange à eficiência dos sistemas de custeio, os mesmos tornam-se uma ferramenta administrativa de alta importância para qualquer empresa. No entanto, a troca de um modelo de custeamento por outro, exige muitas vezes um investimento mais alto, e nem sempre o retorno sobre este investimento é garantido no curto prazo.

No que diz respeito ao processo de tomada de decisão nas empresas prestadoras de serviços, Pamplona (2003) afirma que, diante da realidade de uma empresa deste ramo, a identificação do objeto de custos é difícil, pois os serviços são abstratos e às vezes se confundem com atividades.

No processo de controle de custos na empresa, Martins (2001) conclui que nenhum Sistema de Custos, por mais completo e sofisticado que seja, é suficiente para determinar que uma empresa tenha controle deles. Principalmente porque a fase mais importante do ciclo para essa finalidade é tomada de decisões com respeito à correção dos desvios. Esse mesmo autor diz ainda que, pode ser de grande importância para que se consiga obter controle, desde que devidamente completado por essa fase de correção.

Em se tratando de serviços bancários, Datolli (2004, apud ROSA; MORGAN, 2006) no seu estudo sobre a implementação de um sistema de custos no Banco Central afirmou que existem quatro níveis de objetos de custos dentro da instituição. De forma sucinta, no nível 1 ele enquadra os produtos finais da ação do Banco

Central, sendo então desmembrados em níveis 2, 3 e 4, que são aqueles processos e operações que o compõem.

Rosa; Morgan (2003, apud ROSA; MORGAN, 2006), ao descrever sobre custos tendo como estudo um hospital universitário afirmam que os mesmos podem possuir diversos objetos de custo, entre eles: um paciente um departamento, o ensino, a residência médica e projetos de investimento em novas tecnologias. Sendo assim, percebe-se que as informações de custos, o conhecimento dos objetos de custos, como também, o comportamento dos mesmos são aspectos importantes para o gerenciamento das organizações.

Diante do exposto anteriormente, formula-se o seguinte problema de pesquisa: **As empresas prestadoras de serviços sabem diferenciar “custo” de “despesa”?**

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 Geral

O objetivo geral da pesquisa é investigar se os gestores das empresas prestadoras de serviços da cidade do Natal sabem diferenciar o termo “custo” de “despesa”.

#### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Buscar na literatura especializada fundamentos teóricos relacionados aos termos ‘custo’ e ‘despesa’, bem como suas classificações;
- Identificar a existência de controles de custos nas empresas investigadas;
- Analisar, nas empresas participantes da pesquisa, os critérios observados na formação do preço do serviço.

## 1.4 JUSTIFICATIVA

Este estudo justifica-se no fato de que as empresas prestadoras de serviços precisam ter melhores controles de seus custos.

É de suma importância que as organizações tenham um bom conhecimento e gerenciamento de seus custos e despesas, no intuito de melhorar o planejamento, como também, analisar os retornos e a lucratividade na prestação de serviços.

As atividades classificadas como serviços têm crescido de forma fenomenal em todo o mundo, sendo responsáveis por 76% do Produto Interno Bruto (PIB) dos Estados Unidos e 73% dos empregos formais. (IBGE).

No Brasil, o setor de prestação de serviços também confirma o crescimento, superando a indústria na geração de empregos e na participação do produto interno bruto (PIB). De acordo com dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2003, o setor já representava uma importante fonte de renda e empregos diretos para a sociedade (6.757.581 postos de trabalho), com a geração de uma receita operacional líquida de 3 bilhões de reais (IBGE).

Dentro do cenário exposto anteriormente, este trabalho ganha relevância à medida que tem por objetivo verificar os objetos de custo no ramo de prestação de serviços, como também, investigar se as empresas deste setor sabem diferenciar o custo de uma despesa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 DEFINIÇÃO DE CUSTO

Os termos gastos, custos, despesas, desembolso, investimento, perda e prejuízo costumam confundir-se quanto ao seu uso no dia-dia nas empresas. Martins (2001) conceitua essas palavras, da seguinte forma:

- Custo – gasto na aquisição de bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços, ou seja, estão sempre relacionados com os gastos na indústria.
- Despesa – todo consumo de bem ou serviço de forma direta ou indireta para obtenção de receita, está sempre relacionado às áreas administrativas e comerciais.
- Gasto – É um sacrifício financeiro com que a entidade arca para a obtenção de um produto ou serviço qualquer, ou seja, sacrifício esse representado por entrega ou promessa de entrega de ativos.

Padoveze (1997, p. 214), também corrobora com o autor quanto aos conceitos dos termos citados anteriormente de forma semelhante que Martins (2001). E ainda diz o que vem a ser prejuízo: sendo o resultado negativo da soma das receitas menos as despesas no período.

De acordo com Atkinson et. al (2000, p. 125-126)

Custo é definido como o valor monetário de bens e serviços gastos para se obter benefícios reais ou futuros. Custos não necessariamente o mesmo que despesas. As despesas são relatadas na demonstração de resultados.

Esse mesmo autor conceitua, ainda, despesa como “bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para a obtenção de receita”. Dutra (1995) acredita que essa explicação de despesa como gastos consumidos em função das receitas obtidas, mas não ligada à produção, é muito seletiva, ou seja, o conceito de custos está excluído, de certa forma, por eliminação. Isso representa a não abrangência de custo em todo o seu potencial; a relação desse tipo de gasto com a produção passa a

ser tipicamente industrial e na execução do serviço, especificamente. Entretanto, pode-se apurar o custo comercial, custo de transporte, custo de seguro, custo bancário e demais atividades.

## 2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS

Os custos sempre estão relacionados com a produção e são classificados como direto e indiretos fixos e Variáveis.

Padoveze (1997) refere-se aos custos diretos como sendo aqueles que podem ser alocados de forma direta e objetivamente aos produtos. Já os custos indiretos, também denominados de custos comuns, não podem ser alocados de forma direta e objetiva, necessitam de critérios de distribuição ou alocação. Martins (2001), Garrison ; Noreen (2001), também apresentam conformidade quanto aos conceitos de custos diretos e indiretos em relação ao que foi expresso anteriormente.

Quanto ao seu comportamento os custos podem ser classificados como fixos e variáveis, levando em consideração, de acordo com Martins (2001, p. 54) “a unidade de tempo, o valor total de custos com um item nessa unidade de tempo e o volume de atividade”. Para os autores Padoveze (1997), Garrison; Noreen (2001) e Martins (2001), afirmam que o custo variável ocorre na proporção direta das variações do nível de atividades, ou seja, varia de acordo com o volume de produção.

Em se tratando de conceito sobre os custos fixos, ocorre o mesmo em relação à unanimidade do seu conceito pelos autores já citados, ao fazerem referências a este custo como sendo constante em meio às alterações de produção, ou seja, independe do aumento ou diminuição do volume de atividades. Martins (2001), ao tratar da subclassificação dos custos fixos em Repetitivos e Não-Repetitivos descreve que alguns custos permanecem com o mesmo valor em vários períodos seguintes (chefia da fábrica, depreciação etc.), enquanto outros sempre apresentam variações a cada período (manutenção, energia etc.).

No que tange as dificuldades de se estabelecer separação entre os termos, Martins (2001, p. 43) afirma que, teoricamente seria necessário apenas identificar quais gastos seriam da produção e quais seriam da administração. No entanto, na prática essa separação enfrenta diversos problemas por não se apresentar de

maneira transparente e objetiva. É comum encontrar, por exemplo, empresas que possuem uma única administração, que não separam escritório de fábrica.

A separação de custo e despesa permite que seja apurado o custo de um objeto. Segundo Horngren; Foster; Datar (2000, p. 19):

Para guiar suas decisões, os gestores sempre desejam saber quanto custa determinada coisa (como um produto, uma máquina, um serviço ou um processo) custa. Chamamos essa "coisa" de objeto de custo, que é qualquer coisa para a qual uma medida de custos é desejada.

De acordo com Zimmerman (1997 apud ROSA, MORGAN, 2006) o custo do objeto pode ser definido como sendo "aquilo" que os gerentes normalmente desejam saber para tomar as decisões e ou controlar o comportamento das pessoas dentro da organização. Esse autor acredita que a alocação de custos deve ser a questão principal dentro do sistema de contabilidade de uma empresa. Seguindo esse raciocínio, a questão central é saber quanto e quão indireto é um custo em relação a um determinado serviço.

## 2.3 ALGUNS CONCEITOS RELACIONADOS À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Segundo Riccio; Robles Júnior ; Gouveia (1997 apud ROSA, MORGAN, 2006) determinado "serviço" pode ser entendido como sendo alguma atividade ou benefício que se pode oferecer de forma essencialmente intangível; sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico. Para Gonçalves (1994 apud PAMPLONA; MAUAD, 2003), o setor de serviços engloba todas aquelas empresas que possuem atividades econômicas não voltadas para um produto físico.

Pamplona ; Mauad (2003) dizem que gerir serviços é algo bem diferente de gerir uma produção de bens. Porém, é mais importante conhecer o que caracteriza serviços do que entender essa diferença, num primeiro momento.

Para Giancesi ; Corrêa (1994 apud PAMPLONA; MAUAD, 2003), as características dos serviços, de forma genérica podem ser elencadas da seguinte forma:

- Intangibilidade: acreditam que, enquanto um produto é algo que um cliente possui, um serviço é algo que ele vivencia.

Já para Fitzsimmons (2000 ROSA, MORGAN, 2006) os produtos são objetos concretos, enquanto serviços são abstratos. Além disso, serviços são mais difíceis de serem padronizados, e por isso sua gestão é mais complexa;

- Necessidade da presença do cliente: É o cliente que inicia o processo através de sua solicitação. Por esta razão, frequentemente nesse tipo de empresa a mão-de-obra é o recurso determinante para a eficácia da organização;
- Produção e consumo simultâneo dos serviços: Os serviços são criados e consumidos ao mesmo tempo, e por esse motivo, não podem ser estocados. Em razão disso, a capacidade produtiva que for colocada disponível e não for utilizada será desperdiçada.

O setor de prestação de serviços é uma atividade econômica que não resulta produto tangível, em contraste com a produção de mercadorias. Desta forma, Chiavenato (2002, p.44-45), defende que “são empresas que oferecem trabalhos especializados, como transporte, educação, saúde, comunicação, lazer, serviço de manutenção, entre outras coisas”. Não produzem mercadorias, mas ofertam o próprio trabalho ao consumidor (ver quadro 01).

|                                                       |                                                      |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Bancos e Financeira                                   | Contabilistas, Auditores e Consultores.              |
| Escolas e Universidades                               | Professores, Instrutores, Educadores.                |
| Hospitais e Clínicas Médicas                          | Médicos e Dentistas                                  |
| Laboratórios Médicos                                  | Psicólogos, Sociólogos                               |
| Advocacia e Consultoria Legal                         | Eletricista, Encanadores e Estilo.                   |
| Agências de Propaganda                                | Decoração, Promoção, Propaganda.                     |
| Comunicações (rádio e televisão)                      | Seguradoras em geral                                 |
| Transporte urbano e interurbano                       | Postos de gasolina e lubrificação                    |
| Transporte rodoviário, marítimo, aéreo e ferroviário. | Consultoria Organizacional                           |
| Consultoria Tributária                                | Consultoria em recrutamento                          |
| Corretagem de imóveis                                 | Seleção, Treinamento e Desenvolvimento profissional. |

Quadro 01: Empresas prestadoras de serviços

**Fonte:** Chiavenato (2002, p. 44-45).

Conforme Atkinson et. al (2000), durante o último quarto do século XX, o ambiente competitivo, tanto para as empresas de serviços como para as empresas industriais, tornou-se mais desafiante e exigente.

O movimento pela desregulamentação na América do Norte e Europa, desde 1970, tem mudado completamente as regras básicas sob as quais muitas empresas de serviços operavam. Na indústria financeira de serviços, têm sido virtualmente eliminadas as restrições geográfica e competitiva, a determinação de preço e o mix de produtos. As empresas de transporte podem, agora, entrar e sair dos mercados e determinar os preços pelos quais eles oferecem serviços aos clientes. As empresas de telecomunicações competem agressivamente em preço, qualidade, e serviço. Os reembolsos de assistência médica estão saindo dos esquemas de pura cobertura de custos. (ATKINSON et. al 2000).

E o que diferenciam uma das outras, é a maneira como o serviço é prestado, como ele é projetado e entregue, cobrado e acondicionado, explicado e instalado, reparado e renovado. Uma empresa só poderá sobreviver e prosperar se os seus custos, sua qualidade e a capacidade de seus produtos forem tão bons quanto àqueles melhores do mundo.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1 TIPO DE PESQUISA

De acordo com Gil (1996), o objetivo principal da ciência é chegar à verdade dos fatos, para tanto se torna necessário à utilização de critérios de verificabilidade.

Esta pesquisa parte de um estudo teórico-empírico., tendo como base o estudo realizado por Rosa ; Morgan em 2006.

O estudo foi desenvolvido a partir da pesquisa bibliográfica, artigos de periódicos, congressos, bem como, complementado com o estudo de campo. De acordo com Lakatos (1999) a pesquisa, é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais.

No que diz respeito aos serviços oferecidos pelas empresas estudadas, foram verificados os seguintes:

- Orientação às obras sociais (assistente social)
- Atendimento individualizado (assistente social)
- Advocacia, assessoria e consultoria (advogado)
- Todos os serviços oferecidos por um banco (bancos e caixa econômica)
- Hospedagem e diárias (hotéis)
- Consertos em geral de eletrodomésticos (assistência técnica)
- Todos os serviços oferecidos por uma clínica de saúde (planos de saúde)
- Todos os serviços oferecidos pelas empresas de ônibus (transporte rodoviário)
- Do jardim de infância ao pré-vestibular (ensino fundamental)

### 3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

Delimita-se como universo as empresas prestadoras de serviços da cidade do Natal. Sendo assim, de acordo com informações obtidas através da Secretaria Municipal de Tributação (SMT), o mesmo compõe-se de 15.959 empresas prestadoras de serviços (posição em 31/12/2006).

Com relação à amostra, Gil (1996, p. 97) a define como sendo “uma pequena parte dos elementos que compõe o universo”. De acordo com o autor, quando essa amostra é rigorosamente selecionada, os resultados obtidos no levantamento tendem a aproximar-se bastante daqueles que seriam obtidos caso fosse possível pesquisar todos os elementos do universo.

Para os fins desta pesquisa, a amostra foi estabelecida da seguinte forma:

- a) Foram selecionadas as atividades classificadas entre 1º e 9º lugar no Ranking de Faturamento, exercício 2006, apurados pela SMT;
- b) Destas atividades, foram escolhidas 03 (três) empresas representando cada uma delas, no intuito de formar a amostra. Totalizando, desta forma, uma amostra de 27 empresas.

### 3.3 COLETA DE DADOS

Utilizou-se como instrumento de pesquisa, um questionário, não identificado, com perguntas abertas e fechadas, que visam responder o problema de pesquisa. Gil (1996, p.129), ao tratar sobre o assunto afirma que “construir um questionário consiste em traduzir os objetivos da pesquisa em questões específicas”. Sendo assim, a essência da pesquisa está no questionário, pois as respostas às questões formuladas esclarecerão o problema da pesquisa.

Após a coleta dos dados, os mesmos foram organizados e analisados. Para tanto, utilizou-se a estatística descritiva.

## 4 ANÁLISES DE DADOS

Este capítulo evidencia os resultados obtidos na pesquisa, bem como a análise dos mesmos.

### 4.1 RESULTADOS DESCRITIVOS

Nesta parte do trabalho são apresentados os resultados obtidos na pesquisa, realizada com 27(vinte e sete) empresas prestadoras de serviços, de acordo com os grupos de questão estabelecidos no questionário.

#### 4.1.1 Dados relacionados aos entrevistados

Com relação aos respondentes, foram investigadas algumas características referentes ao cargo e a formação profissional.

Do total entrevistados, 55,6% exercem o cargo de gerente, 11,1% de diretor da empresa e igualmente assistente social. Na categoria “outros” (22,2%), encontram-se advogados, auxiliar administrativo, de escritório, como também, assistente administrativo (Tabela1).

Tabela 1: Cargo dos respondentes

| <b>Cargo</b>       | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>% Acumulado</b> |
|--------------------|-------------------|--------------|--------------------|
| Diretor-Presidente | 03                | 11,1         | 11,1               |
| Gerente            | 15                | 55,6         | 55,6               |
| Assistente social  | 03                | 11,1         | 11,1               |
| Outros             | 06                | 22,2         | 100,0              |
| <b>Total</b>       | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                    |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

Com relação à formação dos pesquisados, a investigação revela que 51,9% possuem nível superior completo; 18,5% são graduados com especialização, enquanto 29,6% encontram-se no nível médio (Tabela 2).

Tabela 2: Escolaridade

| <b>Escolariade</b>       | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>% Acumulado</b> |
|--------------------------|-------------------|--------------|--------------------|
| Superior c/pós-graduação | 5                 | 18,5         | 18,5               |
| Superior                 | 14                | 51,9         | 70,4               |
| Nível médio              | 8                 | 29,6         | 100,0              |
| <b>Total</b>             | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                    |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

#### 4.1.2 Dados relacionados à caracterização das empresas

De acordo com a metodologia proposta, todas as empresas representaram o mesmo percentual de participação na pesquisa (11,1%). Os setores estudados são os seguintes: hoteleiro, transporte coletivo, banco social, instituição financeira, ensino fundamental, assistência técnica em eletrodomésticos, assistente social, assessoria jurídica e planos de saúde.

Quanto ao conceito de objeto de custo, 25,9% das empresas entrevistadas responderam corretamente ou com conceitos aproximados. Das respostas consideradas incorretas 18,5% conceituaram como sendo gastos relacionados à obtenção de receitas, 14,8% definiram custo como algo que se gasta com alguma coisa. 33,3% responderam que não há diferença entre custo e despesa. Apenas 7,4% dos respondentes não souberam definir (Tabela 4).

Tabela 4: Conceito de objeto de custo

| <b>Conceito</b>                                                | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>% Acumulado</b> |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|--------------------|
| São gastos relacionados ao processo de fabricação de produtos. | 7                 | 25,9         | 25,9               |
| São gastos relacionados à obtenção de receitas.                | 5                 | 18,5         | 44,4               |
| Não há diferença entre custo e despesa.                        | 9                 | 33,3         | 77,8               |
| Não soube definir.                                             | 2                 | 7,4          | 85,2               |
| Outros.                                                        | 4                 | 14,8         | 100,0              |
| <b>Total</b>                                                   | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                    |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

Quanto à apuração de custos, 92,6% das empresas entrevistadas apuram seus custos, enquanto 7,4% não fazem a apuração. As organizações que afirmam a apuração consideram todos os serviços prestados como sendo objeto de custo (Tabela 5).

Tabela 5: A empresa faz apuração de seus custos

| <b>Apuração</b> | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>% Acumulado</b> |
|-----------------|-------------------|--------------|--------------------|
| Sim             | 25                | 92,6         | 92,6               |
| Não             | 2                 | 7,4          | 100,0              |
| <b>Total</b>    | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                    |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

Tomando como base as empresas que apuram os custos por objeto, foi questionado qual o método de custeio utilizado. A pesquisa mostra que 44,4% dos respondentes utilizam-se do custeio por absorção, seguido de 11,10% do uso do custeio variável e 3,7% do custeio ABC. Ao estabelecermos uma relação entre este questionamento e o anterior pode ser percebida a incongruência nas respostas. Constata-se que 92,6% das empresas apuram seus custos, mas 40,7% delas afirmam não fazer utilização de nenhum método de custeio. (Tabela 6).

Tabela 6: Método de custeio utilizado

| <b>Método</b>                       | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>% Acumulado</b> |
|-------------------------------------|-------------------|--------------|--------------------|
| Custeio por absorção                | 12                | 44,4         | 44,4               |
| Custeio Direto/Variável             | 3                 | 11,1         | 55,6               |
| Outros                              | 1                 | 3,7          | 59,3               |
| Não se utiliza de método de custeio | 11                | 40,7         | 100,0              |
| <b>Total</b>                        | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                    |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

Com relação ao grau de importância relacionada à definição do objeto de custo, 96,3% dos entrevistados reconhecem como sendo de muita importância, enquanto apenas uma empresa afirma ser mediana. Porém, percebe-se uma certa incongruência entre as questões, pois as empresas que não sabem ou têm uma visão distorcida de objeto de custo, responderam em sua maioria, ser de muita importância. A constatação que pode ser feita em relação a essa variável é que as empresas reconhecem ser de muita importância à definição do objeto de custo, embora não saibam exatamente do que se trata (Tabela 7).

Tabela 7: Importância de se definir o objeto de custo

| <b>Importância</b> | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>% Acumulado</b> |
|--------------------|-------------------|--------------|--------------------|
| muita              | 26                | 96,3         | 96,3               |
| mediana            | 1                 | 3,7          | 100,0              |
| <b>Total</b>       | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                    |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

Visualizando a tabela 8, nota-se que 70,4% dos respondentes reconheceram ter muita dificuldade de separar custo de despesa, enquanto 22,2% sentem pouca dificuldade e apenas 7,4% dos entrevistados não sentem nenhuma dificuldade. Com relação às dificuldades, o estudo evidencia resultados que estão de acordo com o exposto na literatura. Martins (2001) explicava que essa separação era difícil na prática.

Ao estabelecer uma relação entre esse questionamento e a definição do objeto de custo, constata-se que uma empresa declarou ser incapaz de definir objeto

de custo, mas afirma não ter nenhum grau de dificuldade na separação de custo e despesa. Pode-se concluir que essa empresa apresenta fortes indícios de não saber definir um ou outro (custo e despesa).

Tabela 8: Qual a dificuldade de separação de custo e despesa

| <b>Dificuldade</b> | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>% Acumulado</b> |
|--------------------|-------------------|--------------|--------------------|
| Muita              | 19                | 70,4         | 70,4               |
| Pouca              | 6                 | 22,2         | 92,6               |
| Nenhuma            | 2                 | 7,4          | 100,0              |
| <b>Total</b>       | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                    |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

Do total dos entrevistados, 77,8% formam o seu preço com base no concorrente e custos, 11,1% apenas nos custos e 7,4% apenas nos concorrentes (Tabela 9).

Em se tratando dos critérios utilizados na formação do preço do serviço, também pode ser observada a incongruência entre as respostas. Uma empresa além de ter respondido de forma inadequada ao conceito de objeto de custo, não apura custo por objeto e não utiliza nenhum método de custeio, porém, admite ter outros mecanismos para a formação do preço. Já outra empresa respondeu de forma correta a todas as questões anteriores, e sendo assim, afirma definir o preço com base no custo, ou concorrente, podemos verificar que o benchmarking pode auxiliar na determinação do preço. Isso é importante porque ele vai analisar se está calculando corretamente o seu custo, adaptar o seu preço de venda ao mercado ou não confiar 100% no seu cálculo. Há a possibilidade dessa empresa utilizar suas informações de custo para o cálculo do preço do serviço.

Ao voltarmos para a tabela anterior podemos verificar que muitos (19) alegam não ter facilidade para distinguir custo de despesa, o que pode acarretar calcular o custo incorretamente.

Tabela 9: Quais os critérios utilizados na formação do preço do serviço

| <b>Formação de preço</b> | <b>Frequência</b> | <b>%</b>     | <b>%Acumulado</b> |
|--------------------------|-------------------|--------------|-------------------|
| Concorrente e os custos  | 21                | 77,8         | 77,8              |
| Apenas o concorrente     | 2                 | 7,4          | 85,2              |
| Apenas os custos         | 3                 | 11,1         | 96,3              |
| Outros                   | 1                 | 3,7          | 100,0             |
| <b>Total</b>             | <b>27</b>         | <b>100,0</b> |                   |

Fonte: Dados da pesquisa (2007)

## 5. CONCLUSÕES

### 5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo principal verificar se os gestores das empresas prestadoras de serviço sabem diferenciar o termo “custo” de “despesa”. Os resultados da pesquisa afirmam que 25,9% das empresas respondentes conseguiram definir seus objetos de custos. Com relação ao grau de importância relacionada à definição do objeto de custo, 96,3% dos entrevistados reconhecem como sendo de muita importância, enquanto apenas uma empresa afirma ser mediana. Com relação à definição dificuldade de separação de custo e despesa, 70,4% afirmaram ter muita ou alguma dificuldade enquanto 7,4% alegam não ter nenhuma dificuldade.

No que diz respeito à apuração dos custos, a pesquisa revela que 92,6% dos entrevistados apuram o custo por objeto, sendo o método de custeio por absorção o mais utilizado (44,4%) e o custeio ABC o menos empregado (3,7%) pelas organizações estudadas. E, por fim, para a definição de preços, 77,8% das empresas pesquisadas declaram tomar por base o preço dos concorrentes e custo.

### 5.2 RECOMENDAÇÕES

Como sugestão de pesquisa, é recomendável ampliar o tamanho da amostra e replicar este estudo em outras regiões do país, no intuito de verificar se os resultados acima expostos revelam-se comuns a outros segmentos.

## REFERÊNCIAS

ATKINSON, A. et. al. **Contabilidade gerencial**.. São Paulo: Atlas, 2000.

CHIAVENATO, IDALBERTO, **Administração de empresas: Uma abordagem Contingencial**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2002.

DUTRA, R. G. **Custos: uma abordagem prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W. **Contabilidade Gerencial**. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo. Atlas, 1996.

HORNGREN, C. T.; FOSTER, G.; DATAR, S. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.V.1.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. **Pesquisa anual de serviços - PAS**. V. 4. 2002. Disponível em:  
<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioeservico/pas2002/pás/2002.pdf>>. Acesso em: 29 maio2007

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. DE A. **Técnicas de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para Elaboração de Monografias e Dissertações**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MAUAD, L. G.; PAMPLONA, E. O. ABC/ABM e BSC: Como essas ferramentas podem se tornar poderosas aliadas dos tomadores de decisão das empresas, In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COSTOS, 8., 2003, Punta Del Este. **Anais...** Punta Del Este: Congresso internacional de costos, 2003. Disponível em:

<<http://www.iem.efei.br/edson/download/Artguilaconginter03.pdf>>. Acesso em: 29 maio 2007.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial**: Um enfoque em sistema de informação contábil. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

RICCIO, E. L.; ROBLES JÚNIOR, A.; GOUVEIA, F. A. O sistema de custos Baseados em atividades nas empresas de Serviços. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COSTOS, 5., 1997, Acapulco. **Anais...** Acapulco: Congresso Internacional de Costos, 1997. Disponível em:  
<[http://www.tecsi.fea.usp.br/riccio/artigos/pdf/abc\\_servicos.pdf](http://www.tecsi.fea.usp.br/riccio/artigos/pdf/abc_servicos.pdf)>. Acesso em: 02 jun. 2007.

ROSA; Mariana de Souza, MORGAN; Beatriz Fátima. Custos em empresas prestadoras de serviços: o conceito de objeto de custo e a realidade das empresas. In. CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 2006, São Paulo. **Anais...** Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos32006/384.pdf>>. Acesso em: mar 2007.

## APÊNDICE

### FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO NORTE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**TÍTULO DA PESQUISA: A DIFERENCIAÇÃO ENTRE OS TERMOS “CUSTO OU DESPESA”: uma investigação nas empresas prestadoras de serviços da cidade do Natal/RN**

Senhor (a) Diretor (a),

Esta pesquisa tem por objetivo subsidiar a elaboração da Monografia de Graduação em Ciências Contábeis de Lucineide Cavalcanti Barbosa, RG nº. 001.596.429, CPF nº 365.083.814-15, sob a orientação da Profª. MS. Adriana Isabel Backes Steppan.

Por oportuno, agradecemos a vossa preciosa colaboração e nos colocamos a disposição para outros esclarecimentos que se façam necessários.

Lucineide Cavalcanti Barbosa – [cineide5@hotmail.com](mailto:cineide5@hotmail.com)- 9982-3052

Adriana Isabel Backes Steppan – [adristeppean@hotmail.com](mailto:adristeppean@hotmail.com)-

### QUESTIONÁRIO

1 – Ramo de atividade da Empresa

\_\_\_\_\_

2 – Cargo do respondente

\_\_\_\_\_

3 – Serviços oferecidos

\_\_\_\_\_

4 – Qual o seu conceito de objeto de custo?

\_\_\_\_\_

5 – Escolaridade

\_\_\_\_\_

6 – A empresa apura seus custos?

( ) Sim    ( ) Não

7 – Quais os objetos de custos da empresa?

\_\_\_\_\_

8 – Qual o método de custeio?

( ) Custeio por Absorção

( ) Custeio Direto/Variável

( ) ABC

( ) Outros: especifique \_\_\_\_\_

( ) Não se utiliza de método de custeio

\_\_\_\_\_

9 – Qual a importância de se definir objeto de custo?

- ☐ Muita
  - ☐ Mediana
  - ☐ Pouca
  - ☐ Nenhuma
  - ☐ Indiferente
- 

10 – Qual a dificuldade separação de custo e despesa?

- ☐ Muita
- ☐ Mediana
- ☐ Pouca
- ☐ Nenhuma
- ☐ Indiferente

11 – Quais os critérios utilizados na formação do preço do serviço?

- ☐ Concorrente
  - ☐ Custos
  - ☐ Aleatório
  - ☐ outros: especifique \_\_\_\_\_
-