

Análise de custos e ajuste de preço dos cursos de uma empresa de Pós-Graduação

Cost analysis and price adjustment of a company's graduate courses

FERNANDO AUGUSTO ANDREASSA

GILBERTO CLOVIS ANTONELLI

Resumo

A sobrevivência de uma empresa depende excepcionalmente das decisões estratégicas que seus gestores tomam. Estes buscam formas para que suas empresas se tornem cada vez mais competitivas e rentáveis. Uma das bases fundamentais para suas decisões estratégicas são as informações referentes à parte financeira na empresa como; o custo do produto e a sua receita, do qual a base sólida consegue realizar análises reais sobre a rentabilidade do produto e da empresa. Este trabalho tem como objetivo abordar a importância da utilização de um método de custeio já verificado para realizar a gestão de custos de uma empresa. Aborda-se como foi desenvolvido a escolha do método que irá ser utilizado. Pode-se verificar também, que com a utilização de um método mais tradicional como o custeio por absorção, foi possível encontrar custos muito próximos do real. Portanto, observa-se a necessidade e o papel fundamental de conhecer os custos de seus produtos, do qual, a partir deles, foi possível propor três melhorias para a sua redução; além de encontrar um novo preço de venda para se tornar o produto cada vez mais competitivos no mercado.

Palavras-chave: *método de custeio, gestão de custos, rentabilidade, custeio por absorção, mercado.*

Abstract

The survival of a company exceptionally depends of the decisions that the managers take. These search forms for what their company turn increasingly more competitives and rentables. One of the fundamental basis for their strategic decisions is the refeccing informations the financial part in the company how; the costs of the product and your recipe, whereof the solid basis can realize real analysis about the rentability of the product and the company. This work has as objective approach the importance of to use a costing method already verified, for realize the costs management to a company. It approach how has developed the method that will be use.

It can be verified too, that with a utilization of most traditional method like the costing for absorption, it was possible to find costs too close to the real. So, it is observed the necessity of the fundamental paper to know the costs of their products, and which, from them, it was possible to propose three improvements for your reduction; besides to find a new sale price for turn the product get more competitive in the market.

Key-words: *Costing method; Costs Management; Rentability; Costing for Production; Market.*

1. Introdução

Com a facilidade do acesso as informações nos dias atuais e com o mercado de trabalho necessitando de pessoas cada vez mais capacitadas, cursos e especializações estão sendo cada vez mais requisitados. Hoje em dia apenas o diploma de graduação não garante um bom emprego, sendo necessário estar em constante evolução.

Os cursos de pós-graduação trazem , alem de uma gama de conteudo sobre uma determinada area da sua profissão, o convívio com pessoas já ingressadas no mercado e com uma visão diferente da graduação. São excelentes alternativas para adquirir experiencias, especializar – se levando a um grande crescimento profissionalmente.

No interior do estado de São Paulo, para o ramo de educação, existe uma disputa muito acirrada para conquistar o mercado de clientes. Para serem um diferencial, as empresas precisam apresentar um curso de qualidade, mas que ao mesmo tempo se enquadre dentro da capacidade financeira dos consumidores. Visando ganhar mercado e tornar seus preços cada vez mais competitivos a empresa realizou um estudo procurando encontrar os seus custos e reduzi-los conseguindo assim um equilíbrio entre a gestão do preço de venda com a gestão de custo. Foram analisados diversos metododos de custeio onde o que melhor se equadra na gestão de custos da empresa é o metodo de custeio por abosorção, com isso identificou e quantificou todos os custos da empresa e seus possiveis consumidores, encontraram maneiras para reduçao de custos elaborando assim, uma alternativa que seja mais rentavel para empresa e viavel para os clientes.

2. Revisão Teórica

2.1 O ramo de Pós-graduação

Segundo a TOKARNIA (2017). Os cursos de especialização, que incluem aqueles designados como MBA (Master Business Administration), são cada vez mais procurados por profissionais e valorizados pelo mercado de trabalho hoje em dia, claramente envolvido pelo processo de formação continuada. Atualmente, independem de autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento e devem atender ao disposto na Resolução CNE/CES nº 1, de 8 de junho de 2007.

Os cursos devem ter duração mínima de 360 horas de aulas, mas os preços cobrados variam muito dependendo do curso e da instituição ofertante. Uma pós-graduação *lato sensu* oferecida por instituições brasileiras pode custar desde R\$ 3 mil a mais de R\$ 20 mil. (Vellini,2014).

“A especialização sempre existiu, os profissionais se dedicavam a um determinado setor e ficavam experts, mas o mundo profissional está exigindo cada vez mais que se seja especialista”, diz Flávio Vellini, vice-presidente da Associação Brasileira das Instituições de Pós-Graduação (ABIPG). Os cursos contam pontos na hora de procurar emprego e chegar até a ser exigência para atuar em determinadas áreas. Em concursos públicos, inclusive para professores do ensino básico, possuir alguma certificação aumenta a pontuação dos candidatos.

Vellini (2014) afirma, no entanto, que houve uma explosão de cursos de pós-graduação nos últimos anos e que há uma falta de regulamentação por parte do MEC. Ele diz que a maior parte dos cursos é ofertada por instituições privadas, que acompanham mais prontamente as necessidades do mercado.

2.2 Gestão do Preço de Venda

Segundo o SEBRAE (2016) o preço de venda é um dos principais fatores que influenciam o cliente em suas decisões de compra, pois, em mercados com um grande número de concorrentes, as empresas precisam ter certeza de que estão oferecendo a melhor oferta sem perder a lucratividade.

De acordo com Sardinha (1995) podemos definir o preço como a quantidade de capital que o consumidor desembolsa para adquirir um novo produto. Pode-se dizer ainda que o preço é o valor monetário pago pelo consumidor visando satisfazer suas necessidades, enquanto que o fornecedor recebe na expectativa de obter lucro com a transação.

As empresas que não conseguem determinar com precisão, seus preços de venda correm o risco de perder espaço no mercado para o preço da concorrência ou ainda sofrer prejuízos

pela venda de seus produtos, mercadorias e serviços. Porém, estipular esse preço não é uma tarefa fácil, não podemos simplesmente utilizar a fórmula:

$$\blacktriangleright \text{Preço de venda} = \text{custo} + \text{Margem de lucro.}$$

Pois este deve estar de acordo com mercado e seus concorrentes, cabendo as empresas realizar uma boa gestão de custos para não perder lucratividade.

De acordo com o SEBRAE (2016) no aspecto mercadológico, o preço de venda não pode estar longe do praticado pelos concorrentes diretos da mesma categoria de produto e qualidade. Conhecimento da marca, volume de vendas já conquistado, agressividade da concorrência, e tempo de mercado são alguns fatores que também exercem influência direta sobre o valor do produto.

Equilibrando todos os pontos já levantados, se o preço estipulado pelo mercado for menor que o preço da empresa, o empresário deve refazer os cálculos financeiros para avaliar a viabilidade deste produto.

2.3 Gestão dos Custos

2.3.1 Classificação dos Custos

Custo é a expressão monetária do consumo, da utilização ou da transformação de bens ou serviços no processo de produção de outros bens ou serviços. (MARTINS e ROCHA 2010, P.9)

No levantamento de custos, o objetivo geral é a apuração do custo unitário do produto. O conhecimento desse custo, separadamente em termos unitários, é imprescindível para fins gerenciais e comerciais. A necessidade dessa informação provém, fundamentalmente, da necessidade de se estabelecer e parametrizar o preço de venda a ser oferecido ao cliente. Ou seja, a apuração do custo unitário de uma unidade do produto é necessária, primeiramente, para constituir o preço (valor) de venda unitário (PADOVEZE, 2011)

2.3.1.1 Custos Diretos

Os custos diretos são aqueles que podem ser identificados ou medidos para um segmento particular, são os gastos que estão diretamente ligados aos produtos, podem ser fixos ou variáveis (PADOVEZE, 2011).

De acordo com Campoe (2010) os custos diretos são perfeitamente mensuráveis de maneira objetiva e são diretamente alocados aos produtos, sendo necessário a utilização de

cálculos para mensurar com exatidão quanto de um recurso é consumido por um determinado produto.

2.3.1.2 Custos Indiretos

Custos indiretos são aqueles que não podem ser relacionados de forma direta ao produto, e para serem atribuídos aos produtos, esses gastos o serão por meio de distribuição. Esses custos possuem caráter genérico e não específicos aos produtos acabados. Podem ser fixos ou variáveis (PADOVEZE, 2011).

Estes custos são aqueles que dependem de cálculos, rateios ou estimativas para serem apropriados aos diferentes produtos, portanto, são custos apropriados indiretamente aos produtos. (NEVES e VICECONTI 2013 P. 18)

Oliveira e Perez Junior (2012 p.75) complementam dizendo que o custo indireto é aquele que, por não ser perfeitamente identificado nos produtos ou serviços, não pode ser apropriado de forma direta para as unidades específicas, ordens de serviço ou produto, serviços executados etc. Necessita da utilização de algum critério para rateio para sua alocação. Como por exemplo: mão de obra indireta, materiais indiretos e outros custos indiretos.

2.3.1.3 Custos Variáveis

Os custos variáveis são aqueles que seu valor varia diretamente proporcional ao volume produzido ou vendido (PADOVEZE, 2011). São valores que se modificam em relação direta com o valor vendido. E numa análise unitária esses custos costumam ser constantes por unidade vendida (BERTÓ e BEULKE, 2013).

Os custos variáveis podem ser linearmente proporcionais ou não linearmente proporcionais em relação ao volume de produção. No primeiro tipo, encontram-se os recursos cuja utilização é diretamente proporcional ao volume de produção, como é o caso, por exemplo, das matérias primas e embalagens em geral. O segundo tipo abrange as situações em que determinado material é utilizado em proporção maior ou menor em relação ao volume de produção. (MARTINS e ROCHA 2010 p. 26).

2.3.1.4 Custos Fixos

Os custos e despesas fixos são aqueles que seus valores se mantêm inalterados, dentro de certos limites, independentemente das variações da atividade, do volume produzido ou

vendido de produtos acabados (MARTINS, 2010; PADOVEZE, 2011). Numa análise unitária, os custos fixos costumam variar inversamente em razão do volume, ou seja, quanto maior é o montante físico, menor é a parcela de custo fixo em relação a cada unidade, e vice e versa (BERTÓ e BEULKE, 2013).

De acordo com Martins (2010), os custos fixos podem ser subclassificados em custos fixos repetitivos e não-repetitivos em valor, isto é, custos que se repetem em vários períodos seguintes na mesma importância (caso do pessoal da chefia da fábrica, das depreciações) e custos que são diferentes em cada período (manutenção e energia, por exemplo).

2.3.2 Métodos de Custeio

Inicialmente, vale enfatizar que, de acordo Bacic e Costa (1995), um sistema de custeio, elaborado sobre bases claras, é um elemento importante para a geração de informações absolutamente necessárias para um processo de negociação entre partes que assumam explicitamente a continuidade das relações entre empresa compradora e fornecedora no longo prazo.

Um dos objetivos do custeamento é apurar o custo unitário do produto, elemento que influencia o lucro de uma organização. Um aspecto importante na obtenção do lucro e na sobrevivência da empresa tem muito a ver com a capacidade de transferir, por meio dos preços e das quantidades vendidas, o total de custos aos clientes. A determinação dos custos unitários de forma a recuperar na medida exata o total de custos orçados de um certo período, dado um nível estimado da utilização da capacidade produtiva, é informação relevante na definição da política de preços da empresa (BACIC e COSTA, 1995).

Padoveze (2011) afirma que o método de mensuração de custos está ligado fundamentalmente a três questões:

- I. Os gastos (custos e despesas) que devem fazer parte da apuração do custo dos recursos, produtos, atividades ou departamentos, e por consequência,
- II. Os custos de um recurso, bom como do produto final,
- III. A identificação da metodologia de cálculo e apuração dos custos unitários dos produtos.

Na formação do custo unitário dos produtos, os elementos de custo são, segundo Padoveze (2011), representados por quatro grandes tipos de necessidades de recursos: materiais consumidos para o produto e o processo industrial, mão de obra industrial, gastos gerais de fabricação e depreciação das instalações e equipamentos industriais.

Tradicionalmente, os custos são classificados de duas formas gerais:

- 1) Métodos de custeio direto e variável e

2) Método de custeio por absorção.

2.3.2.1 Custeio direto

Esse método utiliza, para custeamento de produtos, apenas os gastos diretos a cada produto de uma empresa, sejam eles custos (gastos área industrial) ou despesas (gastos da área comercial). Assim, nesse método, são utilizados para cálculo de custo unitário dos produtos apenas os custos diretos variáveis e fixos. Sendo que o custo direto variável é incorporado o custo direto específico, enquanto que o custo fixo é o custo médio em função da quantidade produzida (PADOVEZE, 2011).

2.3.2.2 Custeio variável

Nessa metodologia, na apuração de custo unitário dos produtos são considerados apenas e tão somente os custos e despesas variáveis de cada produto, sejam eles diretos ou indiretos. Esse método, que significa apropriação de todos os custos variáveis, sem nenhuma dúvida, busca o custo do produto em termos de mensuração, já que utiliza apenas dados que são variáveis a cada produto, sem usar qualquer conceito de cálculo médio. No custeio variável, os custos fixos ficam separados e são considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado, ao passo que os custos variáveis vão para os estoques (MARTINS, 2010; PADOVEZE, 2011).

2.3.2.3 Custeio por absorção

Custeio de absorção é o gênero de custeio que atribui custos fixos aos produtos, uma de suas espécies atribui, também, despesas fixas de administração e de vendas. É denominado Custeio por Absorção porque, sob a sua ótica, o custo dos bens e serviços produzidos deve absorver, além dos custos variáveis, também os fixos, e até no limite, os gastos fixos de administração geral.

O custeio por absorção bastante aplicável na área industrial. Segundo PADOVEZE (2011), para formar o custo unitário dos produtos e serviços, esse método utiliza apenas os gastos da área industrial. São, portanto, características desse método:

- Utilizar os custos diretos industriais e os custos indiretos industriais (por meio de critérios de apropriação ou rateio);
- Não utilizar os gastos administrativos e os gastos comerciais (diretos ou indiretos);

- O somatório do custo dos produtos vendidos no período é que dá origem à rubrica custos dos produtos, na demonstração de resultados do período, e
- O somatório do custo dos produtos ainda não vendidos dá origem ao valor dos estoques industriais no balanço patrimonial do fim do período.

3. Metodologia

Segundo Silva e Menezes (2005) quanto à natureza da pesquisa, ela é considerada como uma pesquisa aplicada, ou seja, gera conhecimentos para aplicação prática para a solução de problemas, envolvendo interesses reais. Quanto à abordagem, a pesquisa é quantitativa, ou seja, consegue traduzir as informações em números opiniões e informações que podem ser classificadas e analisadas.

O estudo é realizado através de uma coleta de dados do preço de mercado dos concorrentes e uma identificação e classificação de todos os custos da empresa. Com todos as informações escolhe – se o método de custeio. Os custos e os consumidores são os focos principais.

O trabalho foi desenvolvido a partir dos seguintes passos:

1. Revisão de literatura dos conceitos relacionados a pesquisa. A revisão foi realizada a partir de pesquisa em livros e artigos publicados em revistas e em congressos, com o intuito de adquirir conhecimento sobre o que a literatura apresenta sobre o tema abordado.
2. Determinação do método de custeio que será aplicado. Como todos os cursos ofertados seguem o mesmo modelo de custo e de processo desenvolveu – se um método de custeio que será genérico servindo para todos os cursos.
3. Caracterizar e entender todo o processo para o estudo.
4. Levantar informações dos gastos da empresa. Para a determinação do custo é necessário levantar os gastos da empresa, classificá-los e então apropriá-los ao produto. Foi levantado junto com o departamento financeiro todos materiais comprados e demais gastos da empresa.
5. Calcular e analisar o custo encontrado. Realizar a apropriação de todos custos incorridos no produto e então analisá-lo, comparando com o custo que a empresa utiliza atualmente.
6. Comparar o custo obtido com cada curso e então formular um novo preço de venda analisando com o preço antigo e o preço que o mercado suporta.
7. Analisar os resultados e Propostas de melhoria.

4. Contextualização

4.1 Caracterização da Empresa

A empresa foi fundada por dois irmãos, em março de 2004, com a finalidade de prestar consultoria para Instituições de Ensino Superior na implantação de cursos de pós-graduação lato sensu.

Após 4 anos de trabalho, a empresa sofreu uma transformação e iniciou a assessoria logística pedagógica para implementação de cursos de pós-graduação Lato Sensu, em diversas áreas.

O trabalho consiste em gerenciar principalmente a parte logística e financeira dos cursos, ficando a parte pedagógica sob a supervisão da IES.

O primeiro convênio foi feito em 2009 com uma instituição de ensino do interior paulista, em 2011 foi firmado mais um convênio com outra instituição do mesmo grupo.

Todo o trabalho é realizado respeitando os princípios de qualidade e respeitabilidade tanto no atendimento de alunos como de professores.

A empresa tem hoje 230 alunos em sete cursos diferentes sendo quatro deles em Araçatuba e 3 deles em Lins, com grande possibilidade nos próximos anos.

4.2 Caracterização dos custos

Como a empresa está situada dentro da faculdade cuja qual é parceira, não existem alguns gastos como: Água, Luz, Aluguel, Limpeza.

Os outros custos serão identificados e explicados abaixo:

- Professores: os custos relacionados aos professores que ministram as aulas são compostos por seis variáveis:
 - O valor da hora aula depende do nível de especialização do profissional onde especialista ganha R\$70,00/hora aula, mestre ganha R\$80,00/hora aula e doutor ganha R\$90,00/hora aula.
 - Os transportes, pois, normalmente são contratados professores de outras cidade. Onde é calculado R\$0,46 por quilometro (1 litro de gasolina com o preço de R\$3,50 dividido pela média que o carro faz normalmente 8,75 km/L mais R\$0,06 centavos para a depreciação do carro) mais pedágios.

- A hospedagem, onde já temos um valor contratual de R\$ 146,00 a diária.
 - O seguro no valor de 10 reais por professor por final de semana.
 - Alimentação, onde é estipulado um valor de 35 reais por refeição.
 - INSS que corresponde a 20% do salário do professor.
-
- O coffe-break é servido duas vezes por final de semana e seu custo foi calculado através da soma de todos os produtos servidos totalizando R\$ 70,00.
 - Coordenadores: estipulado segundo contrato correspondendo a 6% do total bruto do curso.
 - Repasse para a faculdade: estipulado segundo contrato correspondendo a 20% do total bruto do curso.
 - As tarifas bancárias: são os gastos com boleto bancário mais outros tributos totalizando R\$ 10,00 por aluno.
 - Impostos: totalizando todos os impostos pagos temos um valor de um 18% em cima do bruto, porém alguns meses esse valor é ultrapassado devido aos impostos trimestrais, tirando uma média disso temos um total de 20% de imposto.
 - Funcionários: A empresa conta com 3 funcionários sendo um no período integral, e dois de meio período recebendo R\$1300,00 e R\$500,00 respectivamente. Também tem um funcionário da faculdade que auxilia na parte pedagógica que ganha um auxílio de custo de R\$350,00.
 - Divulgação: O real custo da divulgação vem no começo do ano onde é realizado as compras dos folders, banners, anúncios nos meios de comunicação e dos divulgadores. No início desse ano foram gastos 36 mil reais com a divulgação, divididos para pagamento em 12 meses.
 - Material de escritório: são realizados levantamentos mensais de qual material necessita e o valor médio é R\$ 100,00.
 - O Site da empresa: é pago um valor de R\$100,00 para um profissional realizar a manutenção e alteração no site e para a hospedagem.
 - Monografia a empresa paga R\$ 200,00 reais por aluno para o professor referentes a orientação e correção do trabalho de conclusão de curso.

5. Resultados e conclusões

5.1 Custos da empresa

Os custos indiretos serão rateados pelos 4 cursos que a empresa tem em andamento onde o valor será de acordo com a porcentagem da quantidade de horas do curso pela quantidade de horas totais (de todos os cursos somados).

A carga horaria de todos os cursos juntas correspondem a 2310 horas e a base de rateio de cada curso é:

- Gerencia Contábil, Financeira e Auditoria é 21,6% (500 horas).
- Psicopedagogia Clínica e Institucional é 22,6% (520 horas).
- Urgência e Emergência em UTI é 24,6% (570 horas).
- Engenharia e Segurança do Trabalho é 31,2% (720 horas).

Como todos os cursos partilham dos mesmos gastos eles foram colocados em uma tabela onde são usados como base de cálculo.

Imformações Gerais		VALOR	UNIDADE
Funcionarios	1 periodo integral	R\$ 1.300,00	funcionarios
	1 Funcionario da faculdade que auxilia na parte pedagogica	R\$ 350,00	
	2 meio periodo com salario	R\$ 500,00	
Carga horaria	570 (430 Horas de aula + 120 Monografia + 20 Visita Técnica)	570,0	horas
Preço por km	consideramos 10km por litro e o preço da gasolina a R\$4,60	R\$ 0,46	km
Preço da hospedagem	R\$ 110,00 a diaria do hotel que se tem parceria	R\$ 146,00	diaria
Preço da hora/aula	Doutor	R\$ 90,00	hora aula
	Especialista	R\$ 70,00	hora aula
	Mestre	R\$ 80,00	hora aula
Tarifas bancarias		R\$ 10,00	aluno
Faculdade	20% da arrecadação Bruta	20,0%	aluno
Coordenador	6% da arrecadação de cada curso	6,0%	aluno
Impostos	20% da arrecadação Bruta	20,0%	aluno
Divulgação	R\$ 3.000,00 para todos os cursos	R\$ 3.000,00	mensal
Cofe-break	R\$ 70 reais por encontro	R\$ 70,00	encontro
Alimentação	R\$ 35 reais por refeição	R\$ 35,00	refeição
INSS	Corresponde a 20% do salario do professor	20%	salario professor
Minimo de alunos para inico da turma (previsão)	O numero minimo de alunos para inicia a turma é de 25 pois temos uma taxa de desistencia de 8%	23	alunos
Base de rateamento	26,4% (corresponde a x% da carga horaria de todos os cursos somados).	24,6%	
Mensalidade atual do curso	valor mensal	R\$ 348,50	mensal
Aulas	quantidade de horas por Final de semana (encontro)	12	horas/encontro
Parcelas	Numero de parcelas do curso	25	
Diretoria	Alem destes funcioriaios temos o dono da empresa que tem um pro-labore de 80% do lucro	R\$ 0,80	lucro
Monografia	A instituição paga R\$ 200,00 reais para a orientação da monografia por alur	R\$ 200,00	aluno
Desistencia	A taxa de desisntecia de alunos é de 8%	8%	aluno

Tabela 1 - Custos Gerais dos Cursos

Foi criado uma tabela onde sabendo quais são os professores que ministram nossas aulas e usando as informações da tabela 1 calculou-se e o custo de cada professor por encontro.

DISCIPLINAS	Encontros	Professor	Custo Professor	Custo Coffe Break
	29		R\$ 49.955,40	R\$ 2.030,00
Topico especial	1	Professor 8	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistencia ao politraumatizado(Pré Hospitalar)	2	Professor 1	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Sist . da assistência Urg. e emergência e UTI	2	Professor 11	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Metodologia do Ensino	1	Professor 3	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência Em Trauma Torácico e Abdominal	2	Professor 2	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Epidemiologia	1	Professor 5	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência intensiva em Pneumologia	2	Professor 9	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Cuidados na terapia intensiva	2	Professor 1	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Cuidados intensivos em acessos vasculares	1	Professor 11	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência intensiva em hemodinâmica e cardiovascular em PS e UTI	3	Professor 9	R\$ 5.167,80	R\$ 210,00
Cuidados em Emergencia Clínicas	2	Professor 7	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Assistência Em Traumas Obstétricos e Neonatal no P S e UTI	2	Professor 8	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Metodologia de Pesquisa	1	Professor 10	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência e Cuidados Intensivos em Neurologia	2	Professor 8	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Ética, Humanização No Atendimento e Relações Humanas	1	Professor 4	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Infectologia em Cuidados Intensivos	1	Professor 6	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência Em Trauma das Extremidades	1	Professor 2	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Metodologia de Pesquisa	1	Professor 10	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Tópico especial-HUMANIZAÇÃO NO ATENDIMENTO	1	Professor 7	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00

Tabela 2 - Custo Professores do Curso de UTI

Para exemplificar, o método de custeio foi aplicada no curso de Urgência e Emergência UTI pois é um curso em comum com os nossos concorrentes e isso facilita na análise de mercado.

Foi levantada toda a grade disciplinar do curso e os professores que a ministrariam, com isso foi calculado quanto é o gasto total do curso referente aos encontros.

DISCIPLINAS	Encontros	Professor	Custo Profess	Custo Coffe Brea
	29		R\$49.955,40	R\$ 2.030,00
Topico especial	1	Professor 8	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistencia ao politraumatizado(Pré Hospitalar)	2	Professor 1	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Sist . da assistência Urg. e emergência e UTI	2	Professor 11	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Metodologia do Ensino	1	Professor 3	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência Em Trauma Torácico e Abdominal	2	Professor 2	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Epidemiologia	1	Professor 5	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência intensiva em Pneumologia	2	Professor 9	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Cuidados na terapia intensiva	2	Professor 1	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Cuidados intensivos em acessos vasculares	1	Professor 11	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência intensiva em hemodinâmica e cardiovascular em PS	3	Professor 9	R\$ 5.167,80	R\$ 210,00
Cuidados em Emergencia Clinicas	2	Professor 7	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Assistência Em Traumas Obstétricos e Neonatal no P S e UTI	2	Professor 8	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Metodologia de Pesquisa	1	Professor 10	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência e Cuidados Intensivos em Neurologia	2	Professor 8	R\$ 3.445,20	R\$ 140,00
Ética, Humanização No Atendimento e Relações Humanas	1	Professor 4	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Infectologia em Cuidados Intensivos	1	Professor 6	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Assistência Em Trauma das Extremidades	1	Professor 2	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Metodologia de Pesquisa	1	Professor 10	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00
Tópico especial-HUMANIZAÇÃO NO ATENDIMENTO	1	Professor 7	R\$ 1.722,60	R\$ 70,00

Tabela 3 - Custo total da Grade do Curso de UTI

Usando a tabela 1 Foi calculado os custos fixos rateados para o curso de Urgencia e emergencia UTI (24,6%) por mês e colocados em uma planilha para também serem usados como base de cálculo do custo total da empresa.

Custo fixos	Rateados pela carga horaria do curs
Total	R\$ 1.439,10
funcionarios	R\$ 651,90
Divulgação	R\$ 738,00
Manutenção do site	R\$ 24,60
Material de Escritorio	R\$ 24,60

Tabela 4 - Custos fixos mensais rateados para o curso de UTI

Por fim construímos uma tabela que, usando as informações de todas as tabelas anteriores, encontrará o custo total do curso para 23 alunos.

	Preço (R\$)
Custo Parcial do curso	R\$ 82.482,80
Custo mensal do curso	R\$ 3.299,31
Custo mensal por aluno	R\$ 143,45
Preço final com 20% de lucro	R\$ 421,91
Preço final com 30% de lucro	R\$ 597,70
Preço final com 40% de lucro	R\$ 1.024,63

Tabela 5 - Custo total do curso de UTI

O custo total do curso é R\$ 83.482,80 porem ainda falta computar nele a parte da faculdade dos cornenadores, os impostos e o pró-labore, que são porcentagens sobre a arrecadação bruta e o lucro.

Para encontrar esses custos primeiro encontrou – se qual seria o preço de venda do produto utilizando da seguinte equação:

Preço de venda

$$= \frac{\text{custo mensal por aluno}}{1 - \% \text{ dos cordenadores} - \% \text{ da faculdade} - \text{impostos} - \text{Margem de lucro}}$$

Utilizamos uma margem de lucro de 20% e de 30% e os resultados obtidos foram

	Preço (R\$)
Preço final com 20% de lucro	R\$ 421,91
Preço final com 30% de lucro	R\$ 597,70

Tabela 6 - Preço Final do Curso de UTI

Com o preço estipulado foi possível calcular a receita total e assim achar o custo cada fornecedoros tem.

Arrecadação total	Arrecadação (R\$)	Custo dos Cordenadores	Custo da Faculdade	Imposto
Com 20% de lucro	R\$ 263.691,82	R\$ 15.821,51	R\$ 52.738,36	R\$ 52.738,36
Com 30% de lucro	R\$ 373.563,41	R\$ 22.413,80	R\$ 74.712,68	R\$ 74.712,68

Tabela 7 – Custo dos Fornecedores para o Curso de UTI

Com isso conseguimos encontrar o custo final que o curso com 23 alunos tem para a empresa.

	Custo total (R\$)
Com 20% de lucro	R\$ 203.781,04
Com 30% de lucro	R\$ 254.321,97

Tabela 8 - Custo final para 23 alunos

Tambem foi possível encontrar o lucro da empresa.

	Lucro Total	Lucro Mensal	Lucro mensal/aluno
Com 20% de lucro	R\$ 45.656,24	R\$ 1.826,25	R\$ 73,05
Com 30% de lucro	R\$ 97.019,50	R\$ 3.880,78	R\$ 155,23

Tabela 9 - Lucro da empresa

Apos isso encontrou-se o Pro-Labore do dono da empresa e o restante para o caixa.

	Custo total (R\$)	Lucro Mensal	Pro-labore	Caixa da Empresa
Com 20% de lucro	R\$ 203.781,04	R\$ 2.396,43	R\$ 1.917,14	R\$ 479,29
Com 30% de lucro	R\$ 254.321,97	R\$ 4.769,66	R\$ 3.815,73	R\$ 953,93

Tabela 10 - Pró-Labore do Curso de UTI

5.2 Concorrentes

A empresa conta com dois concorrentes diretos na cidade porem apenas alguns cursos por eles oferecidos que são iguais aos nossos.

O Concorrente A apresenta 4 cursos e o Concorrente B apresenta 3 cursos que competem com os da empresa.

Foi realizada uma análise do curso de Urgência e Emergência em UTI pois se trata de um produto que é comum para os 3.

Universidade	Curso	Carga horaria	Preço	Relação P/H	Mensalidade
Concorrente A	ASSISTÊNCIA NA URGÊNCIA E EMERGÊNCIA E UTI	360	R\$ 9.360,00	R\$ 26,00	R\$ 374,40
Concorrente B	ASSISTÊNCIA NA URGÊNCIA E EMERGÊNCIA E UTI	360	R\$ 9.511,65	R\$ 26,42	R\$ 380,47
Empresa com 20% de lucro	ASSISTÊNCIA NA URGÊNCIA E EMERGÊNCIA E UTI	450	R\$ 10.547,67	R\$ 23,44	R\$ 421,91
Empresa com 30% de lucro	ASSISTÊNCIA NA URGÊNCIA E EMERGÊNCIA E UTI	450	R\$ 12.623,00	R\$ 28,05	R\$ 597,70

Tabela 11 – Empresas concorrentes que possuem o curso de UTI

Foram levados em conta 2 itens para essa análise.

O primeiro item é a mensalidade, onde pegamos o custo total do curso e dividimos em 25 parcelas.

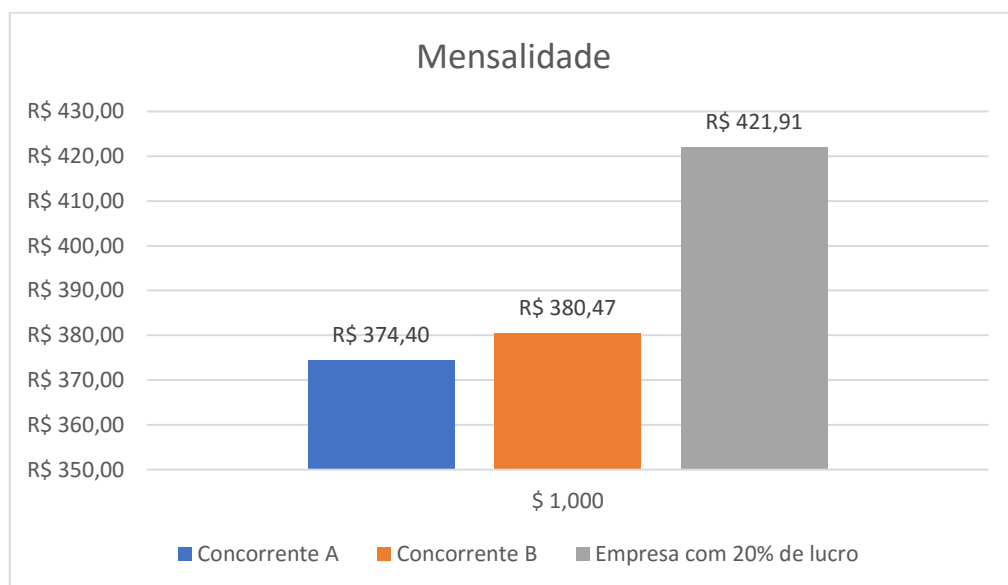


Figura 12 - Análise concorrentes (Mensalidade do Curso de UTI)

Podemos observar que utilizando uma margem de lucro de 20% a diferença entre os preços dos concorrentes é em torno de 10% mais caro.

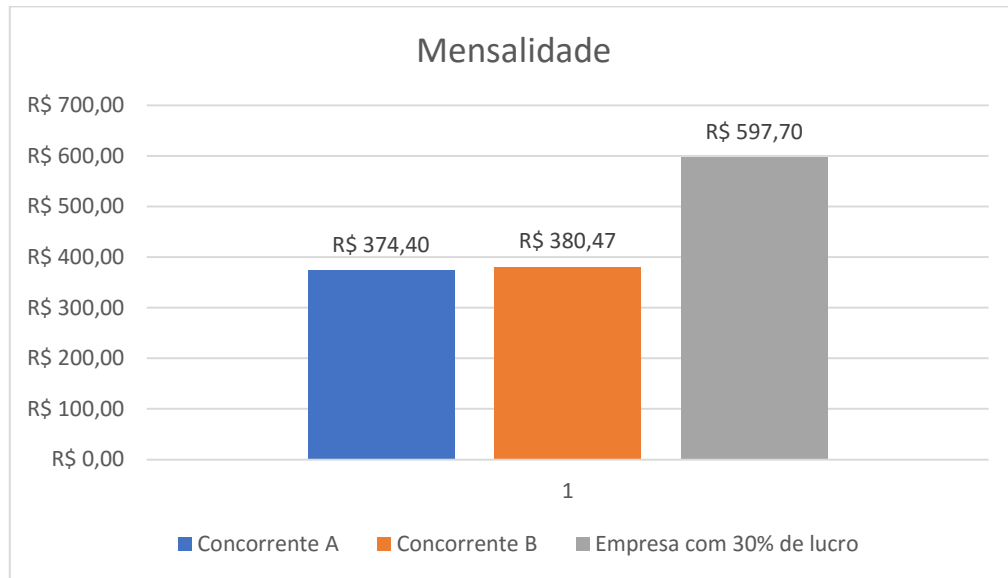


Figura 213 - Analise Concorrentes (Mensalidade)

Porem quando elevamos essa margem para 30% nos tornamos mias de 50% mais caros que os concorrentes, tornando essa margem muito complicada de ser atingida.

O outro item analisado foi qual é preço pago em cada hora do curso (relação P/H), o nosso curso apresenta 570 horas porem destas horas 120 são destinadas a monografia, levando isso em conta para chegar mais próximo do valor real de cada hora aula paga utilizamos o valor de 450 horas.

Os concorrentes apresentam uma carga horaria de 360 horas mais a monografia.

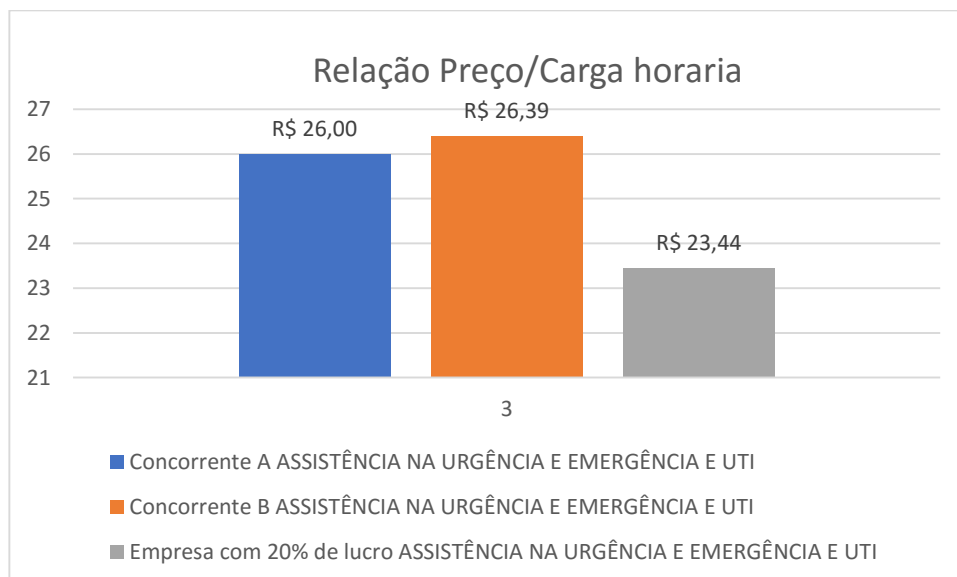


Figura 14 - Analise Concorrentes (Preço por hora)

Com 20% de lucro conseguimos obter um preço de R\$ 23,44 por hora aula, ficando em média R\$ 3,00 a baixo dos concorrentes

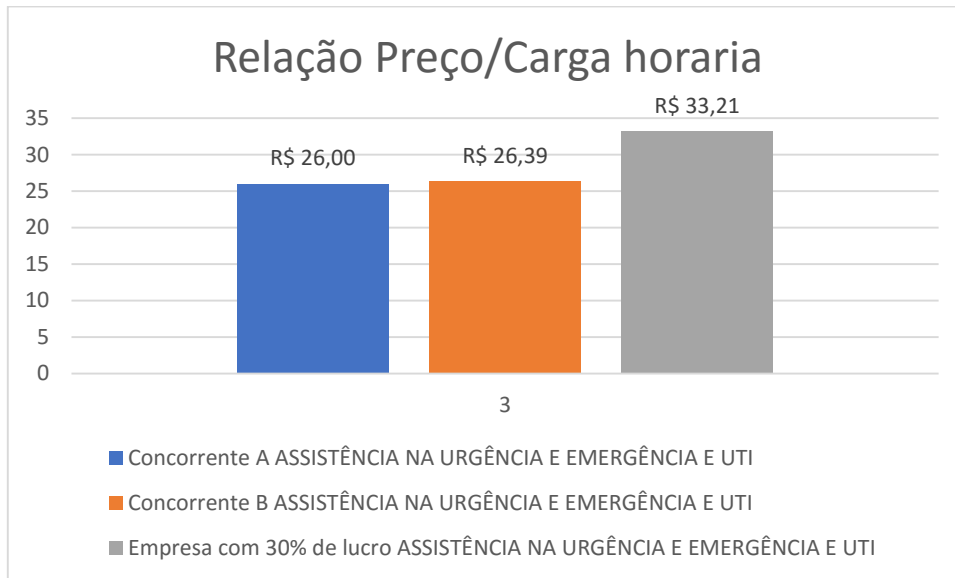


Figura 4 - Analise Concorrentes (Carga horaria pelo Preço)

Já quando utilizamos 30% de lucro o preço da hora sobe para R\$ 33,00 reais ficando em média R\$ 7,00 mais caro que as outras empresas.

5.3 Propostas de Melhoria

A gerencia acredita que o preço de venda atual necessita de um reajuste para o proximo ano e que 20% é uma boa margem de lucro, porem uma mensalidade de R\$421,90 possa fazer a empresa perde clientes para as outras universidades, com isso foram elaboradas algumas proposta de melhorias para reduzir os custo tornando possivel chegar a essa margem de lucro sem uma mensalidade tão elevada.

Para formular essas propostas foram analisados todos os custos.

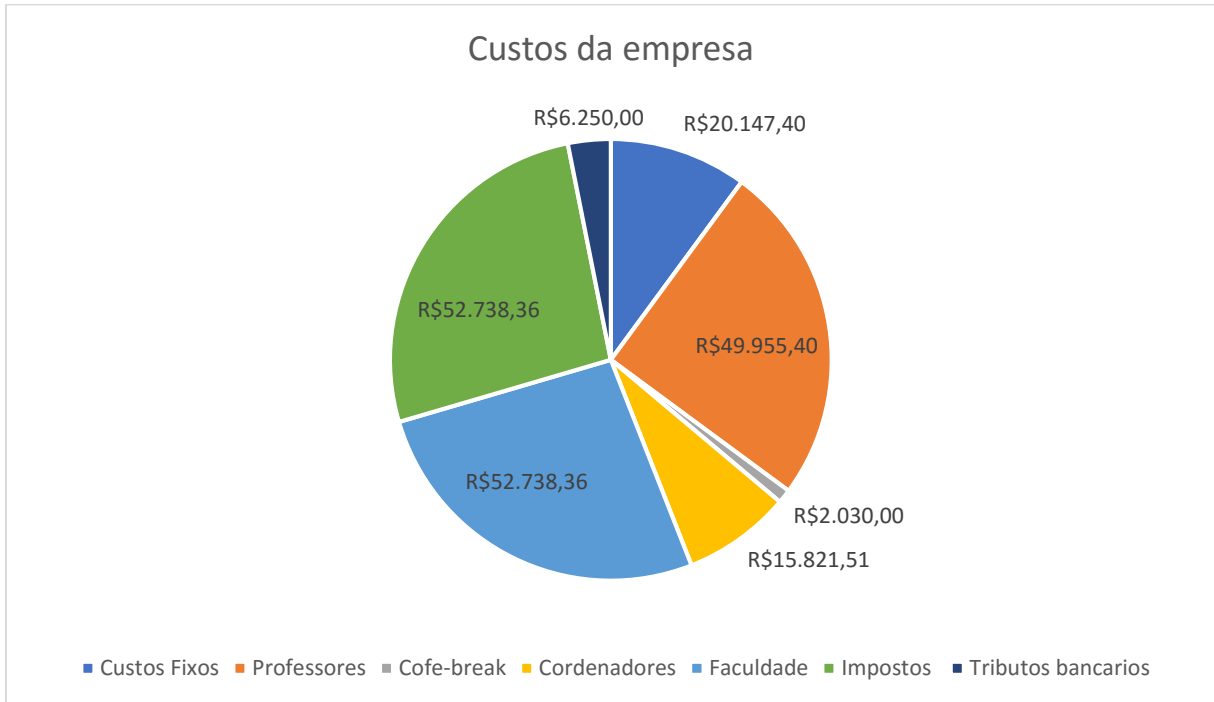


Figura 5- Analise dos custos

A primeira proposta seria a busca de professores de regiões mais próximas. Como se pode ver no grafico os professores representam 20% dos custos totais, desses 20%, 29% correspondem a despesas referentes a viagem.

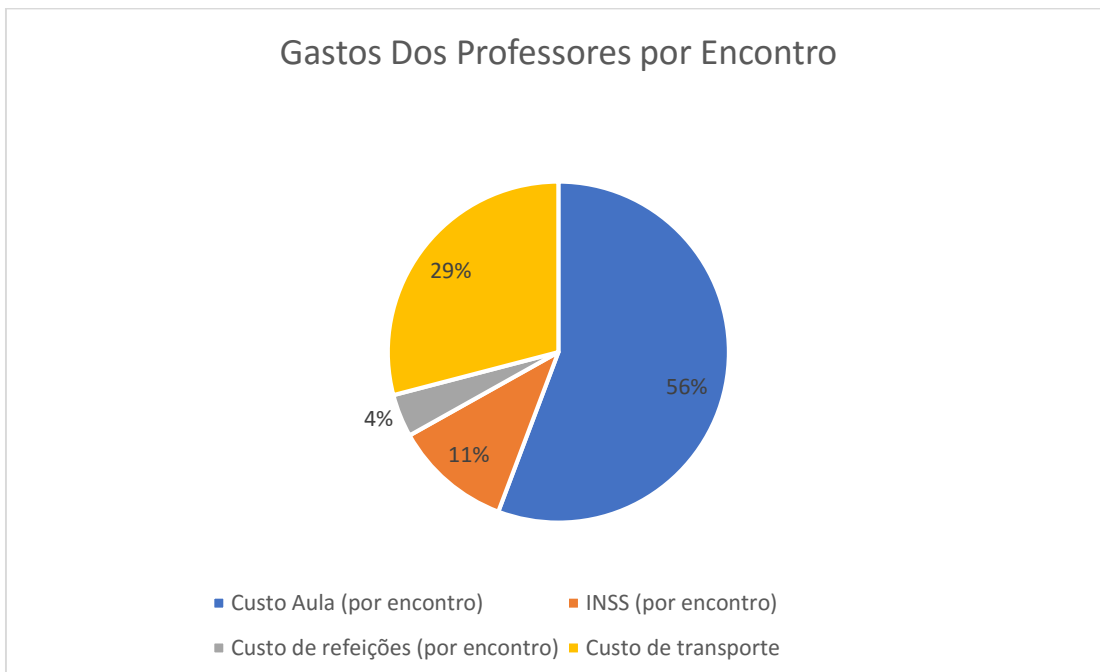


Figura 6 - Analise dos custos de Professores por encontro

A segunda proposta seria iniciar uma turma intermediaria. Como o curso é cíclico e as disciplinas não estão ligadas entre si existe a possibilidade de utilizar uma turma em andamento

e iniciar uma nova turma com menos alunos dentro dela aumentando assim o número de alunos totais e diluindo mais os custos que não são referentes aos alunos.

A terceira proposta seria a contratação de um funcionário para a parte de divulgação, gastando assim apenas com as impressões dos banners e folders e não gastando mais com o desenvolvimento das artes.

A quarta proposta é a busca de novos convênios, tanto com empresas para aumentar o número de alunos, como com outras universidades propondo assim um percentual menor pago as universidades.

6. Referências

- BACIC, Miguel Juan; COSTA, Edílson Alexandre. **Sistema de custeio para uma pequena empresa de usinagem de peças: um caso prático**. In: CONGRSSO INTERNACIONAL DE CUSTOS, IV, 1995: Campinas – SP. Anais... São Paulo: UNICAMP. 1995
- BERTÓ, Dalvio José; BEULKE, Rolando. **Gestão de custos**. 03. Ed. São Paulo: Saraiva, 2013
- CAMPOE, Juliane. **A importância da Contabilidade de Custos para Tomada de Decisão Empresarial**- Um estudo de caso. (2010)
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARTINS, Eliseu E ROCHA, Welington **Métodos de custeio comparados: custos e margens analisados sob diferentes perspectivas /**, São Paulo: Atlas, 2010.
- NEVES, Silvério das, VICECONTI, Paulo E. V., **Contabilidades de custos: um enfoque direto e objetivo**. – 11 Ed. Ver. E amp. – São Paulo: Frase Editora, 2013.

- NACIONAL, Sebrae. **Como definir o preço de venda de um produto ou serviço**. 2016. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-definir-o-preco-de-venda-de-um-produto-ou-servico,cc9836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. 2016, acessado em 19 de maio. 2017.
- OLIVEIRA, Luís Martins de, JUNIOR PEREZ, José Hernandes, **Contabilidade de custos para não controladores** - 5. Ed. – São Paulo: Atlas, 2012
- PADOVEZE, Clóvis Luiz. **CURSO BÁSICO GERENCIAL DE CUSTOS**. 2. ed. São Paulo: Cengage, 2011.
- RIBEIRO, R. R. M., Sistemas Contábeis: **Procedimentos Contábeis e Noções de Custos**. Universidade Estadual de Maringá, Apostila, 2009.
- SARDINHA, J. C. (1995). **Formação de preço: a arte do negócio**. São Paulo: Makron Books.
- TOKARNIA, Mariana. **Será o Fim da pós-graduação. Sindicato dos Mantedoras de Ensino Superior**. São Paulo. 2014 disponível em: <http://www.semesp.org.br/site/sera-o-fim-da-pos-graduacao/> acessado em 19 de maio. 2017.
- VELLINI, Flávio. **Será o Fim da pós graduação. Sindicato dos Mantedoras de Ensino Superior**. 2014. disponível em: <http://www.semesp.org.br/site/sera-o-fim-da-pos-graduacao/> acessado em 19 de maio.