

**FACULDADE PATOS DE MINAS  
DEPARTAMENTO GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
CURSO BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**CÁSSIA LORRANE MESQUITA BRAGA  
RENATA RIBEIRO VARGAS**

**PRECIFICAÇÃO: Táxi dog em empresa Action Dog**

**PATOS DE MINAS  
2023**

**CÁSSIA LORRANE MESQUITA BRAGA  
RENATA RIBEIRO VARGAS**

**PRECIFICAÇÃO: Táxi dog em empresa Action Dog**

Artigo apresentado à Faculdade Patos de Minas como requisito para conclusão do Curso de Graduação em Ciências Contábeis para finalidade de obtenção do título de Bacharel, podendo gozar dos direitos de Contador.

Orientador: Prof. Me. Unilson Gomes Soares

**PATOS DE MINAS  
2023**

FACULDADE PATOS DE MINAS  
DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
Curso Bacharelado em Ciências Contábeis

**CÁSSIA LORRANE MESQUITA BRAGA  
RENATA RIBEIRO VARGAS**

**ESTUDO DE CASO: ABORGAGEM DE PRECIFICAÇÃO PET SHOP TÁXI DOG**

Banca Examinadora do Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis, composta em  
27 de novembro de 2023.

Orientador(a): Prof. Me. Unilson Gomes Soares  
Faculdade Patos de Minas

Examinador(a) 1: Prof<sup>a</sup>. Me Dinamar Vidallas Rodrigues  
Faculdade Patos de Minas

Examinador(a) 2: Prof. Me. Carlos André Rodriguês  
Faculdade Patos de Minas



**ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO, APRESENTADO POR  
CÁSSIA LORRANE MESQUITA BRAGA  
COMO PARTE DOS REQUISITOS PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE BACHAREL EM CIÊNCIAS  
CONTÁBEIS DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.**

Aos dias do mês e ano abaixo datado, reuniu-se, na Semana Acadêmica da ESUN, a Comissão Examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Graduação em Ciências Contábeis da Faculdade Patos de Minas, constituída pelos professores abaixo assinados, na prova de defesa de seu trabalho de curso intitulado:

**PRECIFICAÇÃO: TÁXI DOG EM EMPRESA ACTION DOG**

Concluída a exposição, os examinadores arguiram alternadamente o graduando(a) sobre diversos aspectos da pesquisa e do trabalho, como REQUISITO PARCIAL DE CONCLUSÃO DE CURSO. Após a arguição, a comissão reuniu-se para avaliar o desempenho do(a) graduando(a), tendo chegado ao resultado, o(a) graduando(a)

**CÁSSIA LORRANE MESQUITA BRAGA**

foi considerado(a) (aprovada). Sendo verdade eu, Profa. Doutora Luciana de Araújo Mendes e Silva, Docente Chefe do Núcleo Científico do Curso de Ciências Contábeis, confirmo e lavro a presente ata, que assino juntamente com o Coordenador da Escola e os Membros da Banca Examinadora.

Patos de Minas - Defesa ocorrida em segunda-feira, 27 de novembro de 2023

*Unilson Gomes Soares*

Prof. Me. Unilson Gomes Soares

Orientador

*Dinamar Vidalas Rodrigues*

Profª. Ma. Dinamar Vidalas Rodrigues

Examinador 1

*Carlos André Rodrigues*

Prof. Me. Carlos André Rodrigues

Examinador 2

*Unilson Gomes Soares*

Prof. Me. Unilson Gomes Soares

Coordenador da Escola Superior de Negócios

*Luciana de Araújo Mendes Silva*

Profª. Dra. Luciana de Araújo Mendes Silva

Chefe do Núcleo Científico da Escola Superior de Negócios

**ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO, APRESENTADO POR  
RENATA RIBEIRO VARGAS  
COMO PARTE DOS REQUISITOS PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE BACHAREL EM CIÊNCIAS  
CONTÁBEIS DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.**

Aos dias do mês e ano abaixo datado, reuniu-se, na Semana Acadêmica da ESUN, a Comissão Examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Graduação em Ciências Contábeis da Faculdade Patos de Minas, constituída pelos professores abaixo assinados, na prova de defesa de seu trabalho de curso intitulado:

**PRECIFICAÇÃO: TÁXI DOG EM EMPRESA ACTION DOG**

Concluída a exposição, os examinadores arguiram alternadamente o graduando(a) sobre diversos aspectos da pesquisa e do trabalho, como REQUISITO PARCIAL DE CONCLUSÃO DE CURSO. Após a arguição, a comissão reuniu-se para avaliar o desempenho do(a) graduando(a), tendo chegado ao resultado, o(a) graduando(a)

**RENATA RIBEIRO VARGAS**

foi considerado(a) aprovada. Sendo verdade eu, Profa. Doutora Luciana de Araújo Mendes e Silva, Docente Chefe do Núcleo Científico do Curso de Ciências Contábeis, confirmo e lavro a presente ata, que assino juntamente com o Coordenador da Escola e os Membros da Banca Examinadora.

Patos de Minas - Defesa ocorrida em segunda-feira, 27 de novembro de 2023

*Unilson Gomes Soares*

Prof. Me. Unilson Gomes Soares

Orientador

*Dinamar Vidallas Rodrigues*

Prof. Ma. Dinamar Vidallas Rodrigues

Examinador 1

*Carlos André Rodrigues*

Prof. Me. Carlos André Rodrigues

Examinador 2

*Unilson Gomes Soares*

Prof. Me. Unilson Gomes Soares

Coordenador da Escola Superior de Negócios

*Luciana de Araújo Mendes Silva*

Profa. Dra. Luciana de Araújo Mendes Silva

Chefe do Núcleo Científico da Escola Superior de Negócios

**DEDICAMOS** este trabalho a Deus, aos nossos familiares que sempre nos apoiaram e ajudaram a enfrentar essa parte da vida, aos nossos amigos e professores.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos em primeiro lugar a Deus, pois Ele é a base de tudo; pelo dom da vida, por estar guiando-nos para os melhores caminhos.

Aos nossos pais, Dalmi Pérpetua Mesquita Braga, Antônio Rodrigues Braga, Rosimeire de Fátima Ribeiro Gonçalves e Renato dos Reis Vargas, por sempre acreditarem e incentivarem nossos passos. Gratidão por nos mostrarem o caminho desde a mais tenra idade, para que possamos caminhar através das alamedas vivenciais como pessoas boas, perseverantes, honestas, que nunca desistem, mas prosseguem na jornada existencial, revestidas de força e coragem para conquistarmos o que queremos.

À minha avó Gasparina Ribeiro Gonçalves, por ser minha base aqui em Patos de Minas. Ao meu irmão Rafael dos Reis Vargas, que me faz querer ser uma pessoa melhor a cada dia, para que eu possa ser o exemplo que ele queira seguir e ao Lucas Gabriel Rodrigues, que me auxiliou em todos os momentos necessários.

Agradeço à minha irmã Kátia Mesquita Braga, por cada puxão de orelha, por me incentivar quando eu pensava em desistir.

Ao nosso orientador, Professor Me. Unilson Gomes Soares, por aceitar nos orientar e direcionar na conclusão do presente trabalho, para a conclusão do curso.

À professora Luciana de Araújo Mendes Silva que, com o seu talento, transformou a matéria mais assombradora de todos os cursos, fazendo com que se tornasse mais leve e tranquila.

*Deus nunca disse que a jornada seria fácil, mas Ele disse que a chegada valeria à pena.*

Max Lucado

## ESTUDO DE CASO: Abordagem de precificação Pet Shop - Táxi Dog

### CASE STUDY: Pricing approach - Pet Shop - Táxi dog

Cássia Lorrane Mesquita Braga <sup>1</sup>

Renata Ribeiro Vargas <sup>2</sup>

Unilson Gomes Soares <sup>3</sup>

### RESUMO

O conhecimento do custo para se manter um serviço é fundamental, para que o gestor saiba qual valor cobrar e qual será o retorno do investimento. Nesse sentido, para uma empresa manter-se estável no mercado, é indispensável o controle de seus custos para saber precificar seus produtos. No entanto, muitas empresas surgem sem nenhuma base de custeio para regerem ou flexibilizarem seus preços, precificando puramente através do mercado ou por meio de dados dos seus concorrentes, sem avaliarem os custos. Este estudo aborda a importância do controle de custos na estabilidade de empresas e destaca a falta de uma estratégia de precificação eficaz em algumas situações. O presente estudo concentra-se na gestão financeira de uma empresa de Pet Shop, com ênfase na precificação do serviço de transporte de animais de estimação (táxi dog) em uma cidade de médio porte, denominada Patos de Minas, situada no interior de Minas Gerais. O problema central é a inadequação da precificação dos serviços pela empresa. O objetivo principal é analisar os custos associados à manutenção do serviço de transporte de animais de estimação e propor uma estratégia de precificação que evite prejuízos. Para conduzir o estudo de caso, foram realizadas pesquisas bibliográficas em livros online e sites, utilizando o Google Acadêmico. Além disso, foi realizada uma pesquisa documental na empresa em questão, com fornecimento de dados reais em planilhas Excel, relacionadas às despesas fixas e variáveis do serviço de transporte de animais de estimação. Com base no estudo de caso, conclui-se que a empresa necessita de um conhecimento adequado de sua estrutura de custos. A análise de precificação revelou que os valores usados para determinar os preços do serviço de táxi dog são superiores aos preços praticados pela empresa. Como resultado, a empresa enfrenta prejuízos devido à inadequação dos preços estabelecidos pelo proprietário. É essencial que a empresa reavalie sua estratégia de precificação e ajuste seus preços, para garantir assim a sustentabilidade financeira do serviço de transporte de animais de estimação.

**Palavras-chave:** custos, precificação, táxi dog.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Patos de Minas (FPM).  
cassia.17481@alunofpm.com.br

<sup>2</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Patos de Minas (FPM).  
renata.24267@alunofpm.com.br

<sup>3</sup> Mestrado em educação pela Universidade Del Salvador (USAL).  
unilson.soares@faculdadepatosdeminas.edu.br

## ABSTRACT

Knowledge of the cost to maintain a service is essential for a manager to know how much to charge for it and how much return they will have. In this sense, for a company to remain stable in the market, it is indispensable to control its costs in order to price its products. However, many companies emerge without any cost basis to govern or flexibilize their prices, pricing purely through the market or through data from their competitors, without considering their costs. This study addresses the importance of cost control in the stability of companies and highlights the lack of an effective pricing strategy in some situations. This study focuses on the financial management of a Pet Shop company, with an emphasis on pricing the pet transportation service (taxi pet) in a medium-sized city in the interior of Minas Gerais. The central problem is the inadequacy of the company's service pricing. The main objective is to analyze the costs associated with maintaining the pet transportation service and propose a pricing strategy that avoids losses. To conduct this case study, bibliographic research was carried out in online books and websites, using Google Scholar. In addition, a documentary research was carried out in the company in question, in which the owner provided real data in Excel spreadsheets related to the fixed and variable expenses of the pet transportation service. Based on the case study, it is concluded that the company needs adequate knowledge of its cost structure. The pricing analysis revealed that the values used to determine the prices of the taxi pet service are higher than the prices practiced by the company. As a result, the company faces losses due to the inadequacy of the prices set by the owner. It is essential for the company to reassess its pricing strategy and adjust its prices to ensure the financial sustainability of the pet transportation service.

**Keywords:** costs, pricing, taxi dog.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como tema gestão financeira e seu objeto de estudo é uma empresa de Pet Shop, com ênfase na Precificação do táxi dog. A empresa está situada em uma cidade de médio porte, denominada Patos de Minas, situada no interior de Minas Gerais.

Existem variadas formas de comércio, sendo que se define comércio como:

O comércio retalhista constitui a pedra angular da economia de muitas áreas urbanas. Desde as feiras medievais até os modernos centros comerciais do findar do século XX, o comércio tem sido e continua a ser uma das principais formas de uso da terra das cidades. Podem aparecer e desaparecer outras funções, mas o comércio é o sangue que alimenta a vida das cidades. Sem comércio não há atracção para a vinda de grande número de pessoas à cidade, e não afluindo pessoas, as atividades entram em decadência e acabam, e nessas condições as cidades tornam-se o não lugar, ninguém quer ir para lá e aí permanecer. Acresce que o comércio é, possivelmente, a função urbana mais passível de mudanças. Conta com

essa capacidade de mudança como força impulsionadora, ao procurar oferecer novos produtos, de formas diferentes, em novos ambientes, a antigos e novos clientes. (PARKER, 1998, p. 51 apud ORTIGOZA, 2010, p. 25).

Diante da iniciaiva de formação dos comércios, surgiu os pet shops:

O termo pet é uma expressão da língua inglesa comumente utilizada pelas áreas de vendas, marketing e mídia, para se referir aos animais de estimação, que são todos aqueles criados para convívio com os seres humanos, fazendo parte da rotina nos domicílios, inseridos no ambiente familiar, e que geram benefícios através das relações afetivas estabelecidas com eles. (ELIZEIRE, 2013, p. 92).

As dúvidas surgem a partir dos desafios de se montar uma empresa. Faz-se necessário um levantamento geral sobre investimento, despesas, sobre o preço cobrado na execução. Diante disso, surge definir uma precificação do serviço. Segundo Lessak (2009), utilizar técnicas simples de precificação como apenas seguir, acompanhar os preços praticados no mercado e/ou usar um fator de multiplicação sobre os custos para se alcançar os lucros desejados não gera necessariamente maior rentabilidade. De acordo com Lorandi e Borges (2017), precificar de forma estratégica é muito mais do que apenas decidir quais preços praticar. É preciso analisar o segmento de clientes, embasar os preços aplicados e fazer o acompanhamento dos preços, conforme o valor percebido pelos clientes.

Conforme a Dog Life (2021), o táxi dog é um serviço que foi criado para auxiliar os animais na locomoção, já que muitos táxis comuns não permitem o transporte de animais em seus veículos. O táxi dog é um transporte muito similar ao Uber, porém ele é um serviço especializado para transportar os animais com toda segurança possível. Existem carros amplos (furgões), com motoristas treinados e capacitados para lidarem com animais, veículos com ar-condicionado, para se garantir comodidade, tanto ao pet quanto aos seus tutores.

A justificativa proposta para a escolha do tema precificação deve-se ao fato de que se vivenciam constantes transformações no mundo atual e o mercado pet mostra-se em constante crescimento. O setor pet vem ganhando empreendedores que devem atender as necessidades de consumidores cada vez mais exigentes.

Mudanças socioeconômicas têm sido grandes influenciadoras nesse modelo de expansão, pois os animais estão substituindo os filhos em uma família, por serem mais práticos de se cuidar e manusear, ocupando uma grande importância na vida das famílias.

Nesse contexto, surge a justificativa da importância de um táxi dog para um conforto melhor para os animais.

O artigo traz o problema, partindo do estudo de caso de um Pet Shop específico. O proprietário não consegue fazer a precificação corretamente, gerando assim prejuízos.

Foram levantadas algumas hipóteses para o estudo de caso do Pet Shop, como a falta de conhecimento do táxi dog, que ocorre porque os tutores não confiam que o transporte seja adequado e seguro para seu animal.

Acredita-se que a referida empresa não esteja lucrando, pois não tem feito a precificação corretamente.

A relevância Pessoal do Estudo tem por objetivo precificar junto à empresa seu serviço táxi dog. Observa-se que o comércio de pet shop na cidade de Patos de Minas - MG é muito disputado, através da existência de muitos estabelecimentos comerciais especializados nessa área. Apesar da demasiada quantidade de comércios no setor, a busca por empreendimentos diferenciados é muito grande. Porém, ainda há empresas que não se especializam em determinadas áreas. Através desse projeto, busca-se precificar de forma adequada, sem que haja prejuízos no ramo do táxi dog, com um nicho de mercado especializado de Pet Shop na cidade, favorecendo assim o proprietário da empresa específica.

Para o acadêmico, um estudo independente da área em que se atua tem grande importância. No caso do presente estudo do pet shop, é comum nas residências em geral ter pelo menos algum animal de estimação. Por isso torna-se relevante para o meio acadêmico conhecer os benefícios, os custos e como o animal é tratado, para possivelmente se aderir ao serviço para seus animais.

Para o meio social, uma sociedade bem-informada é tudo. Por isso, quanto mais marketing uma empresa tiver, maior número de clientes ela terá. No ramo do pet shop não seria diferente. Um estudo de caso em que muitos teriam possibilidades de leitura, seria de grande importância para o ramo. Através de informações claras e precisas sobre os serviços, a forma como estes são prestados, o negócio seria alavancado, conquistando cada vez mais clientes.

O mercado animal/pet merece destaque no cenário econômico atual devido à sua grande expansão, gerando lucro em diversos setores do mercado. De acordo com dados divulgados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o ramo vem crescendo 20% a cada ano, desde o ano de 1990. O mercado de pet shop

corresponde a 12% do faturamento das indústrias de produtos voltados para os animais (SEBRAE, 2010).

Os animais, que antes eram vistos somente como predadores para os humanos na pré-história, hoje se tornaram os melhores amigos do homem. Diante disso, a procura por tratamentos melhores para os animalzinhos têm surgido uma maior procura por pet shops mais especializados, com produtos qualificados e com pessoas realmente capacitadas.

Diante do aumento das empresas e as evoluções desde seu surgimento, Araújo (2008) destaca que a consagração do tema empresa deu-se na Itália, no ano de 1942, onde foi desenvolvida uma nova forma de sistema de implementar atividades econômicas e não somente mercantis, uma nova sociedade capitalista deu início à criação da figura empresário (*apud* EUGÊNIO; BORGES; JUNIOR, 2017, p. 45). As empresa do ramo pet vêm se especializando cada vez mais e abrangendo vários setores, como: banhos, hidratação, tosa na máquina, tosa na tesoura, tosa higiênica, desembaraçamento, tingimento dos pêlos, escovação de dentes, limpeza de ouvido, corte de unhas, vendas de acessórios, alimentação personalizada e também o Táxi Pet, um tipo de transporte especializado para pets, que é um setor primordial para o pet shop, já que se trata de um serviço totalmente cômodo para os donos dos pets.

O serviço é voltado para que o dono do pet-shop busque o animal, realize todos os procedimentos que o cliente solicitou e entregue-o de volta em casa, sem a necessidade do dono do animal gastar tempo e deslocamento, facilitando o dia a dia corrido deles.

Mas em contrapartida, o setor do táxi dog é complexo. Qualquer pessoa com uma habilitação para dirigir e um carro adequado ou uma motocicleta poderá fazê-lo. Porém, esse tipo de serviço tem uma grande responsabilidade. Se acontecer qualquer dano ao animal durante o trajeto, o motorista da empresa pode ter sérios problemas e também é fundamental ter alguns cuidados, especialmente em relação à devida higienização do veículo, para se evitar a transmissão de bactérias, vírus e parasitas. Assim, é fundamental a higienização correta de cada transporte. Esse novo modelo de transporte de pets em veículos automotores é tema desconhecido por parte de muitas pessoas, por vários motivos, como a falta de divulgação dos pets shops que exercem a atividade, desconfiança por parte dos donos, por medo de que talvez machuquem seu animal no caminho, falta de informação de preços para se realizar o transporte sem perdas, dentre outros.

Para Kotler e Armstrong (2007), preço é a soma em dinheiro que os clientes estão dispostos a pagar por algum produto. Para as empresas, esse setor de se dar preço é

árduo, pois quando não são levantadas todas as despesas de combustíveis, mão de obra, documentos do veículo e depreciação do veículo, corre-se risco de prejuízos para o empreendedor. Também nesse contexto, o presente trabalho torna-se relevante, pois será realizada a precificação do táxi dog da empresa Action Dog, possibilitando uma retomada de ações e melhorias no lucro.

Torejani e Panosso (2009) citam que é de muita importância que o empresário tenha controle sobre seus custos para se ter preços competitivos no mercado. Para se destacar, no mercado a empresa em estudo deverá ter preços que possam competir com grandes empresas do ramo. No entanto, não adianta possuir preços e não oferecer qualidade; cabe a ambos andarem lado a lado para que assim se conquiste mais clientes e se torne referência no mercado de pet shops.

A ideia de precificação surge com o objetivo de incorporar o preço a fatores que surgem, com a necessidade de manter o negócio prosperando rumo ao sucesso.

A empresa deve atentar-se a ter uma estratégia própria, para que não ocorram prejuízos. Existem várias formas de se tarifar esse serviço, podendo ser com uma taxa única para buscar e levar os pets ou calculando uma margem de lucro obtido em cada serviço e ou de acordo com a quantidade de quilômetros até o destino.

O objetivo geral do trabalho do Pet-Shop com o táxi dog é precificar o valor do transporte de acordo com as despesas gastas para manter o serviço ativo, sem prejuízos.

O presente trabalho também apresenta alguns objetivos específicos:

- Verificar se a empresa está habilitada para executar a atividade com Táxi dog.
- Verificar como o proprietário da Action Dog define o preço do serviço táxi dog.
- Levantar as despesas com veículos, combustível, mão de obra, tempo de trabalho.
- Atribuir um preço de serviço de forma a evitar prejuízos, perdas.

## **2 METODOLOGIA**

Trata-se de um estudo de caso realizado no pet shop Action Adestramento. A empresa está localizada na cidade de Patos de Minas, no Estado de Minas Gerais, na região Sudeste do Brasil. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

(IBGE, 2020), o município está localizado na latitude -18.5699 e longitude -46.5013 e possui uma área total aproximada de 3.190,19 quilômetros quadrados (km<sup>2</sup>), divididos em 80 bairros e, de acordo com dados de 2021, possui 154.641 habitantes. Estima-se que em 2020 o salário médio mensal era de 2.1 salários mínimos e a maioria dos habitantes, de 6 a 14 anos de idade e corresponde a 98,6% que estudam (IBGE, 2010).

O município é voltado para a área de produção agrícola, por ser um solo rico em tufito (cinérito ou tufo vulcânico), altamente fértil, o que favoreceu a agricultura como uma das atividades econômicas mais tradicionais do município, onde predominam as pequenas propriedades rurais familiares. As principais culturas agrícolas são milho, soja, café, mandioca e feijão. Segundo os dados de Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o número de empregados cadastrados na cidade de Patos de Minas em 2021 foi 45.506. Os setores econômicos que mais reuniram trabalhadores nesse mesmo ano foram comércio varejista (7.212), agricultura, pecuária e serviços relacionados (4.803) e fabricação de produtos alimentícios (4.723) (SEBRAE, 2023).

Em relação ao setor de serviços de pet shop, o município possui atualmente 32 empresas. A empresa em foco nesse estudo de caso fica situada em uma residência adquirida, passando a ser moradia e trabalho dos dois proprietários do estabelecimento, fazendo a área do pet separada, para melhor atender os clientes. A empresa, fundada em 05 de outubro de 2020, que tem como principal atividade o comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação, já teve uma boa evolução desde sua inauguração. Os proprietários buscam ampliar seus trabalhos na área do pet shop, aumentando assim sua clientela muito rápido, devido à diversificação de serviços prestados. Com o crescimento da empresa, surge também a necessidade de uma gestão mais adequada, incluindo-se nesse contexto a importância da precificação dos diversos serviços.

A presente pesquisa foi realizada com o objetivo de buscar as informações reais da precificação do táxi dog e se existia algum método para atribuir preços às suas corridas. Inicialmente aconteceram reuniões com os proprietários da empresa, que apresentaram sua história empresarial e dados em planilhas do excel sobre o preço adequado para cada serviço.

Em seguida foram feitas análises das precificações da empresa para se verificar se estas ocorrem de forma satisfatória e, em seguida, feitas sugestões para melhorar esse processo. Ficaram definidos que os trabalhos serão fundamentados através de cálculos no Excel, de custos fixos e custos variáveis gastos para a execução de suas atividades.

Para Martins (2003), custos diretos são aqueles que estão diretamente ligados à produção, havendo medida de consumo. São custos mensuráveis os que podem ser ligados aos produtos. Martins (2003) cita que custos indiretos são aqueles alocados à produção, por meio de rateios. Ainda segundo ele, alguns custos que são de difícil medição ou irrelevância são tratados como custos indiretos.

Tais custos serão avaliados para sugestão de melhoria e, caso necessário, para ser observado se a empresa vem obtendo lucro ou prejuízo em seus processos de gestão das corridas com o táxi dog.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

A realização do estudo da precificação do pet shop é muito importante para identificar possíveis perdas que podem estar ocorrendo. Para amplificar diferentes aspectos sobre esse tema, é necessário predefinir conceitos por meio de uma abordagem de assuntos que abrangem o processo da precificação, para a empresa em análise.

#### 3.1 Pet Shop

O mercado pet é denominado como sendo um setor que envolve produtos e serviços voltados para os animais domésticos (MARICHALAR, 2006 apud DALMAS, 2019). O setor abrange serviços como banho e tosa, hotelaria, creche, táxi dog, alimentação e lazer, para satisfazer as necessidades e o bem-estar do animal.

O mercado de pet shop está em alta no mercado mundial. De acordo com dados apresentados por Miranda (2020), o Brasil, em 2019, teve como classificação sendo o segundo maior mercado pet do mundo, com um faturamento total de R\$ 35,4 bilhões, isso até o terceiro trimestre do mesmo ano. A maioria das pessoas zelam pela qualidade de vida dos seus animais, desde uma ração de qualidade a um simples brinquedo que o pet usará no dia a dia.

Segundo LIMA *et al.* (2013, p. 20),

[...] consumidores do mercado de Pet Shops são extremamente exigentes e precisam ser estimulados à aquisição de novos serviços constantemente. Para tanto, esses estabelecimentos devem estar atentos a seus hábitos de consumo, procurando trazer novidades que tragam primordialmente bem-estar de seus animais de estimação.

### **3.2 Serviço**

Há uma grande variedade de definições de serviços, sugeridas por muitos autores. Essas definições mostram o que é e incluem, em maior ou menor extensão apenas aqueles prestados pelas chamadas organizações tomadoras de serviços. De modo geral, ele está atrelado aos quatro P's que compõe o marketing (ponto, praça, preço e promoção) visando a um aumento de vendas, onde esses serviços contribuem para a imagem da empresa como um todo, através de suas características físicas e comodidades que atraem os clientes e satisfazem suas necessidades de compra (KOTLER; ARMSTRONG, 2007).

Peinado e Fernandes (2012) afirmam que o pet shop é um ramo em que se predomina a prestação de serviços e se diferencia pelas competências das empresas. O setor impõe pouco investimento, porém, é um segmento pouco explorado, onde quase não existe análise, com reduzidas investigações a fundo.

Desse ponto de partida, o contexto de serviços está atraindo a atenção de empresários e de muitas organizações, para unificar mercado, usuário, produto e organização. A utilização do conceito de serviços coloca os proprietários a se questionarem sobre alguns hábitos de se pensar, premissas e crenças mais praticadas pelas organizações. Para que a utilização dos conceitos de serviços funcione, os proprietários precisam reinventar suas visões do novo mundo e encararem coisas antigas de novas maneiras.

### **3.3 Canais de distribuição táxi dog**

Segundo Novaes (2007), canais de distribuição representam o percurso de comercialização até que o produto chegue ao consumidor final. Antigamente a venda acontecia apenas de forma direta, ou seja, a empresa era a única responsável pela venda e distribuição dos produtos. Hoje, ela pode ser realizada através de diversos intermediários, chegando a lugares onde antes não era possível.

Para Boone e Kurtz (1998), os canais de distribuição desempenham um papel muito importante em qualquer organização, motivo pelo qual proporcionam os meios pelos quais

os produtos e serviços são deslocados até o consumidor. Pensando nesse raciocínio de comodidade para seus clientes, há o táxi dog, que pode ser considerado um canal de distribuição, já que o dono do animal não vai precisar se deslocar para levá-lo, por exemplo, para tomar banho. O próprio pet shop se encarregará de fazer todo o trabalho, deixando assim o dono do animal satisfeito.

### 3.4 Precificação

Preço é o valor pago pelos clientes por um produto ou serviço, sendo que se esse valor for inferior ao valor estabelecido, o cliente não adquirirá o bem predestinado (KOTLER; ARMSTRONG, 2007).

Existem alguns fatores que são determinantes na formação do preço: clientes, concorrentes e os custos (SOUZA *et al.*, 2008). Existe toda uma classificação dos clientes, onde o preço será um forte determinante. Se o valor for muito alto, os clientes não pagarão. Concorrentes com preços abaixo terão uma rentabilidade maior, dependendo dos custos gastos por eles para manterem o produto ou serviço.

Precificação surge-se então com o objetivo de incorporar preço, atrelado a custos e à necessidade do negócio (HOGAN; NAGLE, 2005 *apud* NASCIMENTO *et al.*, 2019). Oliveira (2015) *apud* NASCIMENTO *et al.* (2019) cita que precificação se resume na conciliação de custos e despesas na empresa, sendo custos diretamente ligados à produção e despesas não ligados diretamente ao produto/serviço.

**Figura 1** – Estratégias de precificação: análise de práticas empresariais



**Fonte:** Hogan e Nagle (2005).

A figura acima trata das estratégias de precificação criadas por Hogan e Nagle (2005) apud NASCIMENTO *et al.*, (2019). Os autores expressam que para se chegar a uma definição de preço, primeiro deve-se criar valor, pois são premissas que estruturam os preços, que levam a comunicação desse preço aos clientes.

### 3.5 Depreciação

A palavra depreciação surgiu do latim *pretium*, que significa preço ou valor, do qual *depretium* significa redução de preço ou valor. Dentro da contabilidade, depreciação diz respeito ao processo de alocação do valor de entrada, nos vários períodos em que se obteve benefícios sobre sua aquisição e seu uso (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999).

No artigo 310 do Regulamento do Imposto de Renda (RIR), as taxas de depreciação são apresentadas a seguir, de forma genérica.

**Tabela 1**– Taxas de Depreciação

Item	% a.a.
------	--------

Bens Móveis em Geral	10
Edifícios e Construções	4
Biblioteca	10
Ferramentas	20
Máquinas e Instalações Industriais	10
Veículos em Geral	20
Tratores	15

Fonte: MARION (2009, p. 222)

Para Favero *et al.* (1997, p. 45), o desgaste de um bem imobilizado é reconhecido como uma perda ou diminuição da sua capacidade de uso. Os motivos para esse desgaste podem ser causas físicas, funcionais ou excepcionais.

#### 4 DISCUSSÃO

Segundo Padoveze e Takakura (2013), na precificação deve-se evidenciar a diferença entre preço e valor, conceituando preço como o número determinado para que o cliente adquira tal serviço ou produto, e valor como a visão geral do cliente, percebendo os benefícios adquiridos ao se ter as utilidades do produto ou serviço ao seu dispor. Com isso, os autores consideram que o intuito da precificação é obter o maior preço de venda do que se está disponibilizando, com a clareza para o cliente do valor que este item possui.

Considerando o exposto anteriormente, será apresentada à empresa o modelo de precificação, com base em custos (Markup). Ele é uma ferramenta que auxilia na formação do preço de venda, índice que é acrescentado ao custo da mercadoria vendida para se determinar o preço de venda, podendo ser aplicado sobre os gastos totais, os gastos variáveis ou os custos variáveis unitários (CREPALDI, 2010).

Durante o estudo, foi observado que a empresa tem uma demanda de sua prestação de serviço com o táxi dog, assim como descrito na tabela a seguir:

**Tabela 2 – Serviços prestados Táxi Dog**

CORRIDAS REALIZADAS TÁXI DOG		
MESES	CARRO	MOTO

<b>MARÇO</b>	19	19
<b>ABRIL</b>	9	12
<b>MAIO</b>	16	6
<b>JUNHO</b>	17	4
<b>JULHO</b>	23	8
<b>AGOSTO</b>	11	2

Fonte: Os autores (2023)

Observando-se os dados da tabela, nota-se que as viagens com a moto, de maio a agosto tiveram uma queda, enquanto as viagens de carro nesse mesmo período aumentaram, referenciando que o serviço continuou a ser prestado continuamente, totalizando 146 corridas no período analisado.

Serviços prestados em veículos maiores, assim como o carro, são sempre mais apropriados para esse trabalho. Assim, pode-se notar uma quantidade maior de viagens feitas no automóvel que na moto, por vários motivos: espaço de carga, conforto, acessibilidade e segurança. Mesmo sendo um veículo que consome mais e demanda mais tempo para se chegar ao destino, o carro continua sendo o veículo mais apropriado para esse tipo de serviço.

#### 4.1 Custos Diretos

De acordo com Crepaldi (2010), custos diretos são os que podem ser diretamente apropriados aos produtos, bastando existir uma medida de consumo. A empresa estudada tem o custo direto com o transporte dos pets, tendo como principal gasto o combustível. Para cada corrida do táxi dog, é preciso analisar o gasto para formar o preço.

Uma análise simples e prática de se saber a média que o veículo faz é através da verificação da quilometragem percorrida e a quantidade de gasolina gasta, e dividir uma pela outra, assim como na fórmula:

$$\frac{\text{Média de km/l:}}{\text{Quilômetros rodados / litros}}$$

Lançando na fórmula os valores dispostos nas tabelas a seguir, encontram-se os seguintes valores para cada veículo em estudo:

**Tabela 3 – Dados Abastecimento Moto**

MOTO						
DATA	ABASTECIMENTO	LITROS	PREÇO	KM RODADOS	KM/L	
14/mar	R\$ 63,82	12,180	5,24	327,1	26,86	
22/março	R\$ 48,15	9,102	5,29	312	34,28	
20/abril	R\$ 56,01	10,792	5,19	366	33,91	
04/maio	R\$ 38,51	7,420	5,19	273	36,79	
23/maio	R\$ 42,15	8,620	4,89	287	33,29	
07/junho	R\$ 54,20	10,245	5,29	251	24,50	
01/julho	R\$ 47,91	8,57	5,59	255	29,75	
19/julho	R\$ 48,95	8,757	5,59	304	34,72	
Média KM/L					31,76	

Fonte: Os autores (2023)

De acordo com a Tabela 3, nota-se que a média correspondente ao consumo foi de 31,76 de km rodados por litro de gasolina, de acordo com o cálculo da fórmula.

**Tabela 4 – Dados Abastecimento Carro**

CARRO						
DATA	ABASTECIMENTO	LITROS	PREÇO	KM RODADOS	KM/L	
16/março	R\$ 234,05	42,632	5,49	457	10,72	
30/março	R\$ 209,85	39,67	5,29	392	9,88	
12/abril	R\$ 215,04	39,896	5,39	381	9,55	
02/maio	R\$ 206,45	37,605	5,49	386	10,26	
14/maio	R\$ 216,07	40,087	5,39	372	9,28	
01/junho	R\$ 201,61	39,609	5,09	385	9,72	
17/junho	R\$ 203,81	38,527	5,29	405	10,51	
01/julho	R\$ 201,34	36,017	5,59	325	9,02	
14/julho	R\$ 206,41	39,391	5,24	406	10,31	
Média KM/L					9,91	

Fonte: Os autores (2023)

De acordo com a Tabela 4, nota-se que a média correspondente ao consumo foi de 9,91 de km rodados por litro de gasolina, de acordo com o cálculo da fórmula.

Exemplos dos cálculos de média KM/L da moto e carro:

**Moto:** quilômetros rodados/litros abastecidos

$$312/9,10 = 34,28 \text{ km/l}$$

**Carro:** quilômetros rodados/litros abastecidos

$$392/39,67 = 9,88 \text{ km/l}$$

Vgkm: valor gasto por km rodado
---------------------------------

Para se calcular quanto de gasolina gasta-se por cada quilometro rodado, deve-se jogar na fórmula:

$F \times \text{preço do litro} / E - D$
--

Sabendo se que:

F= Litros abastecidos para completar o tanque

E= Quilometragem quando for completar o tanque

D= Quilometragem indicada no odômetro

#### **CARRO:**

$VGKM = F \times PL / E - D$

$VGKM = 42,63 \times 5,49 / 210171 - 209714$

$VGKM = 234,03 / 457$

$VGKM = R\$ 0,51 \text{ KM}$

#### **MOTO:**

$VGKM = F \times PL / E - D$

$VGKM = 12,18 \times 5,49 / 804,10 - 470$

$VGKM = 66,86 / 334,10$

$VGKM = R\$ 0,20 \text{ KM}$

Esse cálculo de valor gasto por km rodado é de extrema importância para a empresa que está sendo estudada, porque assim o proprietário saberá o gasto de combustível que está sendo utilizado nas corridas, facilitará o cálculo de quantos litros de combustível serão necessários para corridas mais longas e até mesmo para saber se o carro está sendo econômico ou não.

Todo e qualquer serviço tem custos fixos, que são aqueles que se mantêm constantes, independente das corridas no táxi dog e custos variáveis, que são os que variam proporcionalmente ao volume de corridas (CREPALDI, 2010). Esses custos são

determinantes na hora de precificação dos serviços ou de vendas; para isso, um estudo de caso está sendo trabalhado para achar os índices de consumo. Dessa forma, deve-se fazer os seguintes cálculos:

<p>ICC: índice de consumo de combustível          Valor da gasolina / Valor rodado por 1 l de gasolina</p>
--

**CARRO:**

$$ICC = VG / VRG$$

$$ICC = 5,49 / 9,88 = R\$ 0,55KM$$

Portanto, se a média de KM/l do carro é de R\$9,88 e a gasolina custa R\$5,49, o ICC (Índice de Consumo de Combustível) corresponde a R\$ 0,55 KM considerando litros e KM.

**MOTO:**

$$ICC = VG / VRG$$

$$ICC = 5,49 / 34,28 = R\$ 0,16KM$$

Se a média de KM/l da moto é de R\$34,28 e a gasolina custa R\$5,49, tem-se o Índice de Consumo de Combustível (ICC) correspondente a R\$ 0,16 KM, considerando litros e KM.

Nota-se com esses dois indicadores que na moto sai mais em conta para o proprietário do táxi dog, porém ele não oferece uma boa comodidade para o animal.

## 4.2 Depreciação

A verificação dos preços de serviço de táxi dog trabalha com dois tipos de veículos para executar seus trabalhos, de forma a melhor satisfazer seus clientes.

A empresa possui uma moto Honda Star 160 2022, comprada no mês de fevereiro de 2023, por um valor aquisitivo de R\$ 16.500,00. Consultando a tabela FIPE 2023 do veículo atualmente, em agosto ela se encontra com valor de R\$ 14.111,00 notando que de fevereiro até agosto do mesmo ano, a motocicleta teve seu valor reduzido em R\$ 2.389,00.

Possui também um carro Fiat Uno Mille Filler 2006, comprado em outubro de 2022, por um valor aquisitivo de R\$ 15.000,00. Consultando a tabela FIPE 2023 do veículo, em agosto ele se encontra com valor de R\$ 13.330,00 notando que de outubro de 2022 até agosto de 2023 o veículo teve seu valor reduzido em R\$ 1.670,00.

Fórmula de índice de desvalorização:  

$$\frac{\text{Valor ano anterior} - \text{valor ano seguinte}}{\text{ano anterior}} \times 100$$

**MOTO:**

$$16.500 - 14.111 / 16.500 \times 100$$

$$2.389 / 16.500 \times 100$$

$$0,14478 \times 100 = 14,47\%$$

**CARRO:**

$$15.000 - 13.330 / 15.000 \times 100$$

$$1.670 / 15.000 \times 100$$

$$0,11133 \times 100 = 11,13\%$$

Pode-se notar que a desvalorização de uma moto é maior que a desvalorização de um carro, pois vários fatores influenciam nisso, como: quilometragem, cor, quantidade de donos já existentes, marca, modelo, origem, eficiência energética, desgaste e revisões, histórico de acidentes ou itens de série são alguns fatores.

Para saber quanto de combustível foi gasto pela empresa no primeiro semestre de 2023, que é o período estudado, com base na tabela tem-se:

**Tabela 5 – Quilometragem rodada no período**

KM RODADO NO 1º SEMESTRE DE 2023		
KM/MÊS		
MESES	MOTO	CARRO
MARÇO	240	490
ABRIL	267	206

MAIO	174	492
JUNHO	266	569
JULHO	281	418
<b>TOTAL</b>	<b>1228</b>	<b>2175</b>

**Fonte:** Os autores (2023)

Combustível gasto no período: $CGP = \text{total de km} \times ICC$
---

**MOTO=**  $1228 \times 0,16 = R\$ 196,48$

**CARRO=**  $2175 \times 0,55 = R\$ 1196,25$

Ao se multiplicar a quilometragem percorrida no período com corridas pelo táxi dog, pelo índice do ICC encontrado anteriormente, encontra-se o valor gasto com combustível para realizá-las. Mais adiante será apresentada a precificação do serviço.

### 4.3 Custos fixos

**Tabela 6 – Custos Fixos no Período**

CUSTOS FIXOS	
IPVA = Taxa de licenciamento moto 2023	R\$314,56
IPVA moto 2022	R\$206,75
IPVA carro	R\$476,04
Manutenção mensal veículos	R\$81,37
<b>TOTAL</b>	<b>R\$1.078,72</b>

**Fonte:** Os autores (2023)

### 4.4 Custo total

Custo total é a soma de todos os custos fixos e variáveis que a empresa teve, no decorrer do período:

**Tabela 7 – Custo Total**

<b>CUSTO DE COLETA- PERÍODO 01/2023 A 07/2023</b>	
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR</b>
COMBUSTIVEL	R\$ 1.392,73
DEPRECIÇÃO	R\$3743,00
TAXA VEICULARES	R\$682,79
MANUTENÇÃO DOS VEÍCULOS	R\$569,59
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>R\$6.388,11</b>

**Fonte:** Os autores (2023)

Identificando-se o valor do custo total do serviço táxi dog dentro da empresa do pet shop, pode-se notar que é um valor alto, visto que o serviço usa veículos e a depreciação é muito alta.

Sousa (2004) define que depreciação é o reconhecimento da deterioração física gerada pelo uso ou pelo passar do tempo do ativo imobilizado. Os veículos vão perdendo seu valor com o passar dos anos. Quanto mais tempo de fabricação, menor o valor.

#### **4.5 Precificando o serviço moto**

Os custos variáveis são o que vai atrelar o preço ao serviço. Estão detalhados na tabela 8, a seguir, a média de custos mensais do serviço do táxi dog, usando a moto.

**Tabela 8 – Custos Variáveis**

<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	
DESLOCAMENTO	38,40
ÓLEO	35,00
<b>TOTAL</b>	<b>73,40</b>

**Fonte:** Os autores (2023)

Para precificar o serviço deve-se considerar também o custo fixo, de acordo com a tabela 9:

**Tabela 9 – Custos Fixos**

<b>CUSTOS FIXOS NO PERÍODO MOTO</b>	
IPVA+TAXA DE LICENCIAMENTO	R\$ 26,21
MANUTENÇÃO DA MOTO	R\$ 107,00
DEPRECIÇÃO DA MOTO	R\$ 341,28

CUSTO FIXO ATRELADO AO SERVIÇO	R\$ 474,49
--------------------------------	------------

**Fonte:** Os autores (2023)

Conforme todos os dados expostos anteriormente, a tabela 9 apresenta os custos associados ao táxi dog. Nela existem dois tipos de custos: os custos fixos no período, que são custos que não mudam com a quantidade de serviços prestados e que permanecem constantes. No período em questão, os custos fixos são de R\$474,49. Isso significa que, independentemente de quantos serviços sejam realizados, essa quantia deve ser gasta. Existem também os custos variáveis. São os que variam de acordo com a quantidade de serviços prestados. No período mencionado, os custos variáveis do serviço totalizam R\$73,40. Isso indica que à medida que mais serviços são realizados, esses custos aumentarão proporcionalmente.

Juntos, os custos fixos e variáveis somam os Custos Totais Atrelados ao Serviço, que são de R\$547,89. Portanto, a empresa Action Dog, que presta o serviço, precisa considerar esses custos ao determinar o preço a ser cobrado e gerenciar suas finanças para garantir que o serviço seja lucrativo.

**Tabela 10 – Custos do Serviço**

CUSTO DO SERVIÇO	
Custos fixos no período	R\$474,49
Custos variáveis do serviço	R\$ 73,40
<b>CUSTOS TOTAIS ATRELADOS AO SERVIÇO</b>	<b>R\$547,89</b>

**Fonte:** Os autores (2023)

Os custos do serviço correspondem à soma dos custos fixos (IPVA = Taxa de licenciamento moto 2023, IPVA moto 2022, IPVA carro e Manutenção Mensal veículo) e variáveis (deslocamento e óleo) desse período de 01 a 07/2023, totalizando em 1.152,12 reais.

Com dados apresentados, é possível definir uma margem de lucro esperada pelo proprietário após a apuração de todos os custos. Será considerado que a margem de lucro da empresa Action Dog seja de 20%, com base nos dados amostrados anteriormente.

Na tabela 10 são mostrados elementos importantes da precificação, como:

- **Mark-up Unitário:** é uma margem de lucro adicionada ao custo do serviço, para determinar o preço de venda. Neste caso, o mark-up unitário é de 20%.

Isso significa que a empresa trabalhada deseja obter um lucro de 20% em cima do custo total do serviço, para cada unidade vendida.

- Preço Mínimo de Venda Mensal: Este valor, R\$547,89 representa o mínimo que a empresa precisa cobrar mensalmente para cobrir todos os custos associados ao serviço, incluindo custos fixos e variáveis, e garantir que não esteja operando com prejuízo.
- Preço de Venda do Serviço Mensal: O preço de venda do serviço mensal é calculado, levando em consideração o mark-up unitário. Para se obter esse valor, deve-se somar o mark-up (20% do custo total) ao custo total do serviço:  $R\$547,89 \text{ (Custo Total)} + (20\% * R\$547,89) = R\$657,47$

Portanto, o preço de venda do serviço mensal é de R\$657,47. Esse é o preço que a empresa cobra por cada unidade do serviço, considerando a margem de lucro desejada de 20%.

Essa abordagem permite que a empresa cubra seus custos e gere um lucro desejado por unidade de serviço vendida. É importante monitorar regularmente os custos e os preços de venda para garantir a viabilidade financeira do negócio.

**Tabela 11 – Preço de Venda por mês**

PREÇO DE VENDA	
Mark-up Unitário	20%
Preço Mínimo de Venda Mensal	R\$547,89
Preço de Venda do Serviço Mensal	R\$657,47

**Fonte:** Os autores (2023)

**Tabela 12 - Preço de Venda por Corrida**

PREÇO DE VENDA	
Preço de Venda do Serviço Mensal	R\$657,47
Corridas no Período	19
Preço de Venda do serviço	R\$ 34,60

**Fonte:** Os autores (2023)

De acordo com os dados da tabela 12 apresentada acima, o preço de venda do Serviço mensal é R\$657,47. Aponta-se assim o que a empresa cobra de seus clientes em um mês, pelo serviço que oferece. Foram consideradas uma média de 19 corridas no mesmo período de um mês, chegando-se a um preço de venda do serviço por corrida,

indicando que, quando se divide o preço de venda mensal correspondente a R\$657,47 pelo número de corridas, que são 19, o preço médio que se cobra por cada corrida é de R\$34,60.

Isso ajuda a entender o valor que a empresa está cobrando de seus clientes por cada serviço individual.

#### 4.6 Precificando o serviço carro

**Tabela 13 - Custos Fixos no Período Carro**

CUSTOS FIXOS NO PERÍODO CARRO	
Ipva + taxa de licenciamento	R\$ 39,67
Manutenção do carro	R\$ 122,32
Depreciação do carro	R\$ 238,57
<b>CUSTO FIXO ATRELADO AO SERVIÇO</b>	<b>R\$ 400,56</b>

**Fonte:** Os autores (2023)

A Tabela 13 apresenta os custos fixos associados ao período de fevereiro a agosto, do uso do Fiat da empresa Action Dog. Esses custos são gastos que ocorrem, independentemente da quilometragem percorrida ou do uso específico do veículo durante esse período.

A tabela 14 apresenta os custos variáveis associados ao serviço do táxi dog, prestado aos clientes. Custos variáveis são aqueles que oscilam de acordo com a quantidade de serviço prestado ou com a produção realizada.

**Tabela 14 - Custos Variáveis do Serviço Prestado**

CUSTOS VARIÁVEIS DO SERVIÇO PRESTADO	
Deslocamento	R\$ 132,00
Óleo	R\$ 150,00
<b>CUSTOS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO</b>	<b>R\$ 282,00</b>

**Fonte:** Os autores (2023)

Portanto, somando os custos de deslocamento correspondentes a R\$ 132,00 e óleo, R\$ 150,00 obtém-se um total de R\$ 282,00, que é o custo total dos elementos variáveis necessárias para se realizar o serviço trabalhado. É importante monitorar esses custos variáveis para calcular o custo total de prestação de serviço e determinar o preço

adequado a ser cobrado dos clientes, levando em consideração a margem de lucro desejada.

**Tabela 15 – Custo do Serviço**

CUSTOS DO SERVIÇO	
Custos fixos no período	R\$ 400,56
Custos variáveis do serviço	R\$ 282,00
<b>CUSTOS TOTAIS ATRELADOS AO SERVIÇO PRESTADO</b>	<b>R\$ 682,56</b>

Fonte: Os autores (2023)

**Tabela 16 – Preço de Venda por mês**

PREÇO DE VENDA	
Mark-up Unitário	20%
Preço Mínimo de Venda	R\$ 682,56
<b>Preço de venda do serviço mensal</b>	<b>R\$ 819,07</b>

Fonte: Os autores (2023)

**Tabela 17 – Preço de Venda por corrida**

PREÇO DE VENDA	
Preço de venda do serviço mensal	R\$ 819,07
Corridas no período	19
<b>Preço de venda do serviço</b>	<b>R\$ 43,11</b>

Fonte: Os autores (2023)

Como mostram os dados da tabela 17 apresentada acima, o preço de venda do Serviço mensal é R\$ 819,07. Significa o que a empresa cobra de seus clientes em um mês, pelo serviço que oferece. Foram consideradas uma média de 19 corridas no mesmo período de um mês.

Chegando a um preço de venda do serviço por corrida, indica-se que quando se divide o preço de venda mensal, correspondente a R\$819,07 pelo número de corridas, que foram 19, o preço médio cobrado por cada corrida é de R\$43,11.

## 5 CONCLUSÃO

A análise detalhada dos custos e da precificação dos serviços de táxi-pet da empresa Action Dog nos veículos moto e carro permitiu entender como a empresa deve

determinar os preços de seus serviços para garantir que sejam lucrativos e sustentáveis. Vários elementos são cruciais nesse processo de precificação, incluindo custos fixos, custos variáveis, depreciação dos veículos e a margem de lucro desejada.

Primeiramente ficou claro que a empresa precisa considerar todos os custos associados à prestação de seus serviços, incluindo custos fixos (como IPVA, manutenção e depreciação dos veículos) e custos variáveis (como combustível e óleo). Esses custos variam com base na quantidade de serviços prestados, enquanto os custos fixos permanecem constantes.

A margem de lucro desejada desempenha um papel fundamental na definição do preço de venda. A empresa Action Dog estabeleceu uma margem de lucro de 20%, o que significa que deseja obter um lucro de 20% sobre o custo total do serviço para cada unidade vendida. Essa margem de lucro é aplicada ao custo total, para determinar o preço de venda do serviço mensal.

Além disso, foi calculado o preço de venda por corrida, dividindo-se o preço de venda mensal pelo número de corridas realizadas no período. Isso permite que a empresa entenda quanto está cobrando de seus clientes por cada serviço, individualmente.

É importante destacar que essa análise e precificação são fundamentais para garantir que a empresa cubra todos os seus custos e ainda gere lucro. A gestão financeira adequada e o monitoramento constante dos custos e preços de venda são essenciais para a sustentabilidade do negócio.

Em resumo, a empresa Action Dog deve considerar todos os custos associados à prestação de seus serviços, aplicar uma margem de lucro desejada e calcular preços de venda adequados para garantir a rentabilidade de seus serviços de táxi dog, seja usando moto ou carro. Isso permitirá que a empresa continue a oferecer um serviço de qualidade aos seus clientes, enquanto mantém suas finanças saudáveis.

## REFERÊNCIAS

BOONE, Louis E, KURTZ, David L. **Marketing Contemporâneo**. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

CREPALDI, S. A. **Curso básico de Contabilidade de Custos**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010

DALMAS, E. G. **O comportamento do consumidor de produtos e serviços do mercado pet quanto aos cuidados com os animais de estimação**. 2019. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade de Caxias do Sul, Bento Gonçalves,

2019. Disponível em:  
[https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/6117/TCC%20Elen%20Goicoa%20Dalmas.pdf?sequence=1#:~:text=Para%20Marichalar%20\(2006\)%2C%20%20C3%A9,ben%20C3%A9fica%20s%20C3%A3o%20animais%20de%20estima%20C3%A7%20C3%A3o.](https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/6117/TCC%20Elen%20Goicoa%20Dalmas.pdf?sequence=1#:~:text=Para%20Marichalar%20(2006)%2C%20%20C3%A9,ben%20C3%A9fica%20s%20C3%A3o%20animais%20de%20estima%20C3%A7%20C3%A3o.)  
 Acesso em: 14 ago. 2023.

DOG LIFE. **Como funciona o táxi dog?** Comportamento Pet, 2021. Disponível em:  
<https://www.doglife.com.br/blog/taxi-dog-60634cdd9b901904c4f20b91/>. Acesso em: 12 abr. 2023.

ELIZEIRE, Mariane Brascher. **Expansão do mercado pet e a importância do marketing na medicina veterinária.** 2013. 51 f. TCC (Graduação) - Curso de Medicina Veterinária, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em:  
<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/80759/000902205.pdf?sequence.>  
 Acesso em: 12 abr. 2023.

EUGENIO, A. H.; BORGES, E. M. F.; OLIVEIRA JUNIOR, G. Empresas: breve contextualização histórica e tipologia. **Revista Científica Facmais**, Inhumas, v. IX, n. 3, p. 44-62, set. 2017. Disponível em: <https://revistacientifica.facmais.com.br/wp-content/uploads/2017/09/3.-EMPRESAS-BREVE-CONTEXTUALIZA%C3%87%C3%83O-HIST%C3%93RICA-E-TIPOLOGIA.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2023.

FAVERO, Hamilton Luiz; LONARDONI, Mario; SOUZA, Clovis de; TAKAKURA, Massakazu. **Contabilidade: teoria e prática.** Volume 2. São Paulo: Atlas, 1997.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS – FIPE. **Honda CG 160 START 2022.** Tabela FIPE, 2023. Disponível em:  
<https://www.tabelafipebrasil.com/motos/HONDA/CG-160-START/2022>. Acesso em: 11 set. 2023.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS – FIPE. **Carro Fiat Uno Mille Filler 2006.** Tabela FIPE, 2023. Disponível em: <https://www.icarros.com.br/tabela-fipe/fiat/uno-mille/2006/uno-mille-fire-1.0-flex>. Acesso em: 11 set. 2023.

GUIA MAPA. **Mapa da cidade Patos de Minas.** 2023. Disponível em:  
<https://guiamapa.com/mg/patos-de-minas>. Acesso em: 12 abr. 2023.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **IBGE cidades: Patos de Minas.** Rio de Janeiro, 2023. Disponível em:  
<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/patos-de-minas/panorama>. Acesso em: 12 abr. 2023.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing.** Rio de Janeiro Prentice-Hall do Brasil, 2007.

LESSAK, Dinley Mei. **Precificação:** formação de preço de venda no comércio varejista. 2009. 45 f. Monografia (Especialização) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Curso de Especialização em Controladoria. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/66174/DINLEY%20MEI%20LESSAK.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 05 abr. 2023.

LIMA, Bruna Rodrigues; LIMA, Fernanda Rodrigues; BARBIERI, Gabriel; TOLEDO, Luciano Augusto. Inovação no mercado de pet shops. **Rai – Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 1, n. 10, p. 06-26, mar. 2013. Disponível em: <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=9e6b2628d85595b3JmItdHM9MTY5ODAxOTIwMCZpZ3VpZD0zMjM5MDQ2Yi0wZjczLTY5ODktMzg5OS0xN2U3MGUwYTY4OWImaW5zaWQ9NTIxNg&ptn=3&hsh=3&fclid=3239046b-0f73-6989-3899-17e70e0a689b&psq=inova%c3%a7%c3%a3o+no+mercado+de+pet+shop+bruna+rodrigues&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cucmV2aXN0YXMudXNwLmJyL3JhaS9hcnRpY2xlL2Rvd25sb2FkLzc5MzAwLzgzMzcx&ntb=1>. Acesso em: 14 ago. 2023.

LORANDI, Joisse Antonio; BORGES, Thaianie Flor. **Processo de precificação estratégica em indústria de roupas de acessórios de neoprene**. In: Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, 4., 2011, Florianópolis. Anais do 4º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças. Florianópolis: UFSC, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/120763/283352.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 05 abr. 2023.

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

MIRANDA, Luciene. **Brasil torna-se o segundo maior mercado de produtos PET**. São Paulo: Forbes, 01 ago. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/08/brasil-torna-se-o-segundo-maior-mercado-de-produtos-pet/#:~:text=O%20faturamento%20total%20do%20segmento,segundo%20o%20Instituto%20Pet%20Brasil>. Acesso em: 17 maio 2023.

NASCIMENTO, Alan Junior do; PICCOLI, Marcella Soares; DIEHL, Carlos Alberto. Estratégias de precificação: análise de práticas empresariais. In: IX CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2019, Ponta Grossa. **Estratégias de precificação: análise de práticas empresariais**. Ponta Grossa: Aprepro, 2019. p. 1-11. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/338355836\\_Estrategias\\_de\\_precificacao\\_analise\\_de\\_praticas\\_empresariais](https://www.researchgate.net/publication/338355836_Estrategias_de_precificacao_analise_de_praticas_empresariais). Acesso em: 22 ago. 2023.

NOVAES, Antonio G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarnieri. **As formas do comércio e a generalização da mercadoria**. São Paulo: Unesp; São Paulo: Cultura Acadêmica. 2010. p. 20-33. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/wg88m/pdf/ortigoza-9788579831287-03.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2023.

PADOVEZE, C. L.; TAKAKURA, F. T. Jr. **Custo e preço de serviços:** logística, hospitais, transporte, hotelaria, mão de obra e serviços em geral. São Paulo: Atlas, 2013

PEINADO, Jurandir; FERNANDES, Bruno Henrique Rocha. Estratégia, competências e desempenho em empresas de pet shop: evidências de um levantamento em Curitiba. **Revista de Administração Contemporânea**, São Paulo, v. 8, n. 47, p. 609-623, dez. 2012. Disponível em: [https://www.bing.com/ck/a?!&&p=25a04d0a1bb643dcJmltdHM9MTY5MjU3NjAwMCZpZ3VpZD0zMjY5ZTNmYS0xZDVILTzkN2EtMDdhMC1mMmE0MWMzNTZjY2UmaW5zaWQ9NTE4NQ&ptn=3&hsh=3&fclid=3269e3fa-1d5e-6d7a-07a0-f2a41c356cce&psq=Peinado+e+Henrique+\(2012\)+afirmam+que+o+pet+shop+%c3%a9+um+ramo+que+se+predomina+a+presta%c3%a7%c3%a3o+de+servi%c3%a7os+e+se+diferencia+pelas+compet%c3%aancias+das+empresas&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuc2NpZWxvLmJyL2ovcmF1c3AvYS9IUU5IY1hEN3pUdm5HbUpYY3RwZnZnTi8\\_Zm9ybWF0PXBkZg&ntb=1](https://www.bing.com/ck/a?!&&p=25a04d0a1bb643dcJmltdHM9MTY5MjU3NjAwMCZpZ3VpZD0zMjY5ZTNmYS0xZDVILTzkN2EtMDdhMC1mMmE0MWMzNTZjY2UmaW5zaWQ9NTE4NQ&ptn=3&hsh=3&fclid=3269e3fa-1d5e-6d7a-07a0-f2a41c356cce&psq=Peinado+e+Henrique+(2012)+afirmam+que+o+pet+shop+%c3%a9+um+ramo+que+se+predomina+a+presta%c3%a7%c3%a3o+de+servi%c3%a7os+e+se+diferencia+pelas+compet%c3%aancias+das+empresas&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuc2NpZWxvLmJyL2ovcmF1c3AvYS9IUU5IY1hEN3pUdm5HbUpYY3RwZnZnTi8_Zm9ybWF0PXBkZg&ntb=1). Acesso em: 21 ago. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS -SEBRAE. Data MPE Brasil. **Município Patos de Minas**. Patos de Minas, 2023. Disponível em: <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/patos-de-minas>. Acesso em: 12 abr. 2023.

SOUSA, A. C. **Análise dos procedimentos de controle do ativo imobilizado em uma instituição financeira**. 2004. 44p. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

SOUZA, A. A.; AVELAR, E. A.; BOINA, T. M. Gestão De Custos E Formação De Preços Em Empresas De Produção Por Encomenda: Estudos De Casos Cost Management and Pricing in Make-To- Order Companies: Case Studies 1. RIC - **Revista de Informação Contábil**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 56–75, 2008. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/281976857\\_GESTAO\\_DE\\_CUSTOS\\_E\\_FORMACAO\\_DE\\_PRECOS\\_EM\\_EMPRESAS\\_DE\\_PRODUCAO\\_POR\\_ENCOMENDA\\_ESTUDOS\\_DE\\_CASOS\\_COST\\_MANAGEMENT\\_AND\\_PRICING\\_IN\\_MAKE-TO-ORDER\\_COMPANIES\\_CASE\\_STUDIES\\_1](https://www.researchgate.net/publication/281976857_GESTAO_DE_CUSTOS_E_FORMACAO_DE_PRECOS_EM_EMPRESAS_DE_PRODUCAO_POR_ENCOMENDA_ESTUDOS_DE_CASOS_COST_MANAGEMENT_AND_PRICING_IN_MAKE-TO-ORDER_COMPANIES_CASE_STUDIES_1). Acesso em: 22 ago. 2023.

TOREJANI, H. N.; PANOSSO, A. **Apuração dos custos em um pet shop pelo método de custeio baseado em atividades**. Enfoque: Reflexão Contábil, Paraná, v. 27, n. 2, p. 21-38, maio/ago. 2009. Disponível em: <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=2fb9582692e2909cJmltdHM9MTY5ODAxOTIwMCZpZ3VpZD0zMjY5ZTNmYS0xZDVILTzkN2U3MGUwYTY4OWImaW5zaWQ9NTE4NQ&ptn=3&hsh=3&fclid=3239046b-0f73-6989-3899-17e70e0a689b&psq=Apura%c3%a7%c3%a3o+dos+custos+em+um+pet+shop+pelo+m%c3%a9todo+de+custeio+baseado+em+atividades&u=a1aHR0cHM6Ly9wZXJpb2RyY29zLnVlbS5ici9vanMvaW5kZXgucGhwL0Vuzm9xdWUvYXJ0aWNsZS92aWV3LzcyNzk&ntb=1>. Acesso em: 14 ago. 2023.

**Autor Orientando:**

Nome completo: Cassia Lorrane Mesquita Braga

Endereço: Rua Prof. Zilma dos Reis Xavier, 356. Coração Eucarístico, Patos de Minas – MG.

Telefone de contato: (34) 9 9801-2186

Email: cassia.17481@alunofpm.com.br

**Autor Orientando:**

Nome completo: Renata Ribeiro Vargas

Endereço: Rua Jacarandás, 50. Morada do Sol, Patos de Minas - MG

Telefone de contato: (34) 9 9937-3985

E-mail: renata.24267@alunofpm.com.br

**Autor Orientador:**

Nome completo: Unilson Gomes Soares

Endereço: Rua Florentino Machado Pacheco, 390

Telefone de contato: (34) 9 9688-1498

E-mail: [unilson.soares@faculdadepatosdeminas.edu.br](mailto:unilson.soares@faculdadepatosdeminas.edu.br)

### DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO

Autorizamos a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Patos de Minas, 27 de novembro de 2023.

Cássia Lorrane Mesquita Braga  
Cássia Lorrane Mesquita Braga

Renata Ribeiro Vargas  
Renata Ribeiro Vargas

Unilson Gomes Soares  
Unilson Gomes Soares



**DECLARAÇÃO DAS DEVIDAS MODIFICAÇÕES EXPOSTAS EM DEFESA  
PÚBLICA**

Nós, **CÁSSIA LORRANE MESQUITA BRAGA** e **RENATA RIBEIRO VARGAS**, matriculadas sob os números **17481** e **24267** da FPM, DECLARAMOS que efetuamos as correções propostas pelos membros da Banca Examinadora de Defesa Pública do nosso TCC, intitulado: **PRECIFICAÇÃO: Táxi dog em empresa Action Dog.**

E ainda, declaramos que o TCC contém os elementos obrigatórios exigidos nas Normas de Elaboração de TCC e que foi realizada a revisão gramatical exigida no Curso de Graduação em Ciências Contábeis da Faculdade Patos de Minas.



**Cassia Lorrane Mesquita Braga**

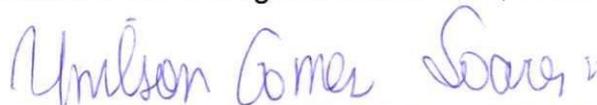
**Graduando Concluinte do Curso Ciências Contábeis**



**Renata Ribeiro Vargas**

**Graduando Concluinte do Curso Ciências Contábeis**

**DECLARO**, na qualidade de Orientador (a) que o presente trabalho está **AUTORIZADO** a ser entregue na Biblioteca, como versão final.



**Unilson Gomes Soares**

**Professor(a) Orientador(a)**