

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
COCTB – COORDENAÇÃO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

CAMILA BALBINOT

**PERCEPÇÃO DOS GESTORES DAS INDÚSTRIAS DE MÓVEIS DA
REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ ACERCA DA CONTABILIDADE E
ANÁLISE DE CUSTOS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**PATO BANCO
2015**

CAMILA BALBINOT

**PERCEPÇÃO DOS GESTORES DAS INDÚSTRIAS DE MÓVEIS DA
REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ ACERCA DA CONTABILIDADE E
ANÁLISE DE CUSTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Ciências Contábeis, da Coordenação de
Ciências Contábeis, da Universidade
Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Sandro C. Bortoluzzi

**PATO BRANCO
2015**



Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Pato Branco
Curso de Ciências Contábeis
Coordenação de Trabalho de Conclusão de Curso



TERMO DE APROVAÇÃO

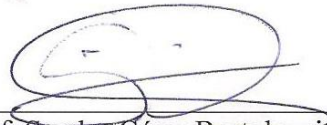
Titulo do Trabalho de Conclusão de Curso

**Percepção dos Gestores das Indústrias de Móveis da Região Sudoeste do Paraná
Acerca da Contabilidade e Análise de Custos**

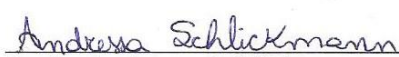
Nome do Aluno: **Camila Balbinot**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado às 20 horas e trinta minutos, no dia 06 de outubro de 2015 como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis, do Departamento de Ciências Contábeis - DACON, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora, composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho APROVADO.

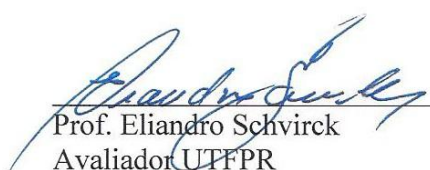
(aprovado, aprovado com restrições, ou reprovado).



Prof. Sandro César Bortoluzzi
Orientador



Profa. Andressa Schlickmann
Avaliador - UTFPR



Prof. Eliandro Schvirck
Avaliador UTFPR

Dedico este trabalho a minha querida mãe, Maria Salete Bueno Balbinot, a quem eu amo e sempre estive ao meu lado me apoiando, incentivando, dando amor e me fazendo acreditar que meus sonhos e objetivos poderiam e podem ser realizados. Sem dúvidas é o meu maior e melhor exemplo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, autor do meu destino e agente responsável por manter minha perseverança e me dar forças para superar as dificuldades encontradas ao longo desta jornada.

Agradeço a esta Universidade e a todo o corpo docente que participou de minha formação acadêmica. Sem os conhecimentos e experiências que a mim foram transmitidos ao longo destes quatro anos, nada seria possível.

Agradeço em especial ao meu orientador Prof. Dr. Sandro César Bortoluzzi, que dedicou a mim seu tempo, paciência, confiança e compreensão. Obrigada por ter sido meu suporte e por ter exigido de mim muito mais do que eu suponha ser capaz de fazer. Seus conselhos e incentivos foram fundamentais para o sucesso de meu trabalho, e é por isso que credito todos os méritos conquistados a este mestre.

Aos meus pais, Elói e Maria, agradeço por todo o apoio, estímulo e amor incondicional. Pai, apesar de alguns momentos e algumas palavras ditas, você sempre foi meu sinônimo de segurança e a certeza de que não estou sozinha nesta caminhada. Mãe, seu carinho, zelo, cuidado e dedicação, foram os agentes responsáveis por não me deixar desistir e seguir em frente.

Ao meu namorado Guilherme, por ter me acompanhado desde o início da faculdade, ter acreditado sempre em mim e me encorajado nos momentos em que estava descrente e desmotivada. Obrigada também por entender a minha ausência em certas ocasiões, tenho certeza que os desencontros foram determinantes para nos unir ainda mais.

As minhas colegas e amigas da faculdade, Carolina, Larissa e Samara, por terem me proporcionado realmente saber o significado do ditado “um por todos e todos por um”. Meninas: levarei vocês em minha vida e meu coração.

Por fim, agradeço a todos que de uma forma ou outra fizeram parte de minha formação, seja por uma palavra dita ou por um sorriso impulsionador que me auxilia-se em tornar este sonho em realidade.

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.”
(SCHOPENHAUER, Arthur)

RESUMO

BALBINOT, Camila. **Percepção dos gestores das indústrias de móveis da região sudoeste do Paraná acerca contabilidade e análise de custos.** 2015. 73 f. Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, 2015.

Esta pesquisa tem por objetivo identificar qual é a percepção dos gestores das indústrias de móveis da região sudoeste do Paraná acerca da contabilidade e análise de custos. A bibliografia selecionada aborda conceitos relacionados à temática custos, os classifica de acordo com suas peculiaridades e apresenta os três principais métodos mais utilizados pelas empresas. Trata-se de uma pesquisa *survey*, classifica-se como descritiva e possui abordagem quantitativa. Os dados coletados são primários e sucederam-se através de um questionário reproduzido por meio de uma ferramenta *online*, encaminhada a todas as indústrias de móveis da região sudoeste do Paraná vinculadas às associações comerciais de cada município. Os resultados obtidos apontaram que os gestores reconhecem a importância da contabilidade e análise de custos, mas que a temática em questão ainda é pouco difundida. Em grande maioria, constata-se que os conhecimentos agregados pelos gestores são superficiais e que os mesmos não investem em qualificação para uma melhor gestão. Isto posto, os resultados desta pesquisa quando agregados possibilitaram formar um atual perfil dos gestores das indústrias de móveis da região sudoeste do Paraná, estabelecer de forma sintética qual é a percepção predominante dos mesmos acerca da contabilidade e análise de custos e como esta influência no processo decisório dentro das empresas.

Palavras-chave: Contabilidade e Análise de Custos. Indústrias de Móveis. Percepção dos Gestores.

ABSTRACT

BALBINOT, Camila. **Perception of managers of furniture industries in southwestern Paraná about accounting and cost analysis.** 2015. 73 f. Work of Course Conclusion in Accounting – Federal Technological University of Paraná. Pato Branco, 2015.

This research aims to identify what is the perception of managers of furniture industries in southwestern Paraná about accounting and cost analysis. The selected bibliography brings concepts related to the costs issue, classifies them according to their peculiarities and presents the three main methods used by companies. This is a survey research; it is classified as descriptive and has a quantitative approach. The data collected are primary and followed up by a questionnaire reproduced by an online tool, sent to all furniture industries in southwestern Paraná which were linked to the commercial associations in each town. The results showed that managers recognize the importance of accounting and cost analysis, but that this issue is not well widespread yet. In most of them, it appears that the knowledge aggregated by managers is superficial and that they do not invest in training. That said, this search, when aggregated, enabled to form a current profile of managers of furniture industries in southwestern Paraná, synthetically established which is their predominant perception about accounting and cost analysis and how this influences in the decision-making process inside the companies.

Keywords: Accounting and Cost Analysis. Furniture Industries. Perception of Managers.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Conceitos diretamente relacionados à Contabilidade de Custos	20
Quadro 2 – Métodos de Custeio e suas Características	21
Quadro 3 – Estudos precedentes: autores, objetivos e principais resultados	31
Quadro 4 – Divisões e atribuições dos blocos.....	37

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos Respondentes	40
Gráfico 2 – Cargo ocupado pelos Respondentes	40
Gráfico 3 – Idade dos Respondentes	41
Gráfico 4 – Formação Acadêmica dos Respondentes	41
Gráfico 5 – Principais Cidades dos Respondentes	42
Gráfico 6 – Ano de Início das Atividades das Empresas	43
Gráfico 7 – Porte das Empresas	43
Gráfico 8 – Comando da Empresa	44
Gráfico 9 – Utilização de algum Método ou Sistema de Custos pelas Empresas	45
Gráfico 10 – Grau de Relevância quanto à utilização de algum Método ou Sistema de Custos pelas Empresas.....	45
Gráfico 11 – Utilização de Informações de Custos para Formação de Preço de Venda.....	46
Gráfico 12 – Grau de Relevância quanto à Utilização de Informações de Custos para Formação de Preço de Venda.....	46
Gráfico 13 – Capacidade de apuração das Margens por Produto pelos Gestores....	47
Gráfico 14 – Grau de Relevância quanto à apuração de Margens.....	47
Gráfico 15 – Capacidade de apuração de Ponto de Equilíbrio e Margem de Segurança	48
Gráfico 16 – Grau de Relevância na apuração de Ponto de Equilíbrio e Margem de Segurança	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estatística descritiva da pesquisa.....	49
Tabela 2 – Análise do conhecimento por meio de média e desvio padrão	52
Tabela 3 – Análise do conhecimento com a variável gênero	57
Tabela 4 – Análise do conhecimento com a variável idade.....	58
Tabela 5 – Análise do conhecimento com a variável formação acadêmica	58
Tabela 6 – Análise do conhecimento com a variável cargo ocupante na empresa ...	59

LISTA DE SIGLAS

ABC	<i>Activity-Based Costing</i>
CP	Concordo Parcialmente
CT	Concordo Totalmente
D	Discordo
DE	Desconheço
DT	Discordo Totalmente
EPE	Empresa de Pequeno Porte
PB	Preço Básico
PC	Preço do Concorrente
PR	Paraná
PV	Preço de Venda Definitivo
Q	Questão
SP	São Paulo

LISTA DE ABREVIATURAS

EX	Exemplo
Form.	Formação
Nº	Número
Resp.	Responsáveis

LISTA DE ACRÔNIMOS

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	15
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA.....	17
1.3 OBJETIVOS.....	17
1.3.1 Objetivo Geral.....	17
1.3.2 Objetivos Específicos.....	17
1.4 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA.....	18
1.5 DELIMITAÇÃO.....	19
1.6 ESTRUTURA.....	19
2 REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS SOBRE A CONTABILIDADE DE CUSTOS ...	20
2.2 ESTUDOS PRECEDENTES SOBRE A PERCEPÇÃO DOS GESTORES ACERCA DA CONTABILIDADE E ANÁLISE DE CUSTOS	31
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	34
3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO	34
3.2 PROCEDIMENTO PARA COLETA E ANÁLISE DOS DADOS.....	36
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	40
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DOS RESPONDENTES.....	40
4.2 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DAS EMPRESAS DOS RESPONDENTES.....	42
4.3 INFORMAÇÕES SOBRE A GESTÃO DE CUSTOS NAS EMPRESAS	45
4.4 CONHECIMENTO DOS GESTORES ACERCA DA CONTABILIDADE E ANÁLISE DE CUSTOS	48
4.4.1 Análise dos Resultados por meio da Estatística Descritiva	49
4.4.2 Análise dos Resultados por meio de Média e Desvio Padrão	52
4.5 ANÁLISE DAS RESPOSTAS COM O PERFIL DOS RESPONDENTES E DAS EMPRESAS	55
4.5.1 Relação das Informações dos Blocos I (Perfil dos Respondentes) e II (Perfil das empresas) com às do Bloco IV (Questões de conhecimento específico a Contabilidade e Análise de Custos)	55
4.5.2 Relação das Informações do Bloco II (Perfil das empresas) com às do Bloco III (Informações sobre a Gestão de Custos na Empresa)	56
4.6 PERFIS PREDONDERANTES	57
4.7 COMPARAÇÕES DO ATUAL TRABALHO COM O ESTUDO DESENVOLVIDO NA CIDADE DE LONDRINA/PR	59
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS.....	63
APÊNDICE A – REQUERIMENTO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS	67
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA	69

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo serão abordados, de modo a orientar a compreensão do trabalho científico, os seguintes tópicos introdutórios: i) contextualização, ii) problema de pesquisa, iii) objetivos geral e específicos, iv) relevância e justificativa, v) delimitação e estrutura do trabalho.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Em um contexto global movido pela competitividade e a ânsia de expandir o mercado de negócios, o desejo de alavancar operações e resultados dissemina-se gradativamente (SOUZA; FONTANA; BOFF, 2010).

As progressivas transformações que as empresas vêm passando no decorrer dos dois últimos séculos, estão exigindo que as mesmas fiquem sob guarda perene do ambiente que estão inseridas. Os choques no setor interno das organizações foram tão expressivos que se tornaram imprescindíveis mudanças nas posturas dos administradores e em seus estilos de gestão (NUNES, 1998).

Segundo Maciel, Rocha e Almeida (2005), “as empresas tem buscado novas formas de produzir (com custos mais baixos e maior produtividade) e, principalmente, de administrar seus negócios”.

Para que este objetivo possa ser atingido, alguns conceitos devem ser trabalhados corretamente. Citam-se como exemplo os termos “custos e despesas”, que são muitas vezes utilizados pelos empresários ou gestores como sinônimos, devido ao fato de tratarem-se de valores de saída. Porém, cumpre esclarecer que a Contabilidade aborda estas expressões com diferenciações, os apresentando em contas separadas, de modo que possam ser evidenciados os elementos impactantes no resultado e que desta forma possam dar origem a melhores tomadas de decisão (SOUZA, et al., 2014).

Deste modo, é válido acrescentar que a inexistência da contabilidade de custos nas empresas não é apenas um problema contábil, e sim, um problema administrativo. É necessário que as entidades tenham controles adequados e

definições coerentes, pois, sem estes, as consequências podem ser avessas quanto as políticas de preço ou de avaliação de projetos, que uma vez destituídos de tais informações podem acarretar no bom desempenho financeiro do empreendimento (CALLADO; ALMEIDA e CALLADO, 2005).

Logo, têm-se a contabilidade de custos como uma ferramenta importante para todas as empresas, independentemente de seu porte, pois, mesmo que as pequenas e médias empresas façam uso de sistemas mais simplificados, estas também necessitam entender como são realizados os gastos e o que esta sendo revertido em lucro (CALLADO; ALMEIDA e CALLADO, 2005).

Isto posto, enfatiza-se que o principal objetivo de toda a empresa é o de produzir valor para seus clientes e que este valor seja revertido de forma lucrativa para a empresa. Deste modo, admite-se que para os clientes, este montante é composto de três fatores: custo, qualidade e prazo. Declarando que lucros se correlacionam com custos, para que uma empresa tenha a amplificação de sua lucratividade, esta necessita compreender o comportamento de seus custos (MORAIS, et al., 2000).

Desta forma, para que uma empresa otimize seu resultado e atenda as principais necessidades de seus clientes, torna-se necessário que estas tenham estrutura, planejamento e conhecimento voltados para a gestão como um todo e também de uma gestão que torne-se estratégica quanto a eliminação de custos para melhores resultados.

Assim, para que se possa atingir a eficiência e a eficácia empresarial, é importante que as empresas administrem dados e informações organizacionais de forma correta. Logo, é fundamental que as empresas adotem ferramentas não só persuasivas, mas, relevantes e tempestivas que venham a fundamentar as tomadas de decisão (BEUREN; RAUPP; SOUSA, 2004).

Deste modo, subentende-se que a administração se desenvolve na medida em que decisões são tomadas. Portanto, o desenvolvimento e a continuidade do negócio decorrem de todas as decisões realizadas dentro de uma organização (STROEHER e FREITAS, 2008).

Contudo, para Costa (2004), um dos maiores problemas encontrados nas empresas é a falta de conhecimento dos usuários sobre o real objetivo da contabilidade. Este desconhecimento, afeta diretamente nas decisões e no resultado das empresas.

Deste modo, é pertinente que empresários e administradores enfoquem na busca constante de conhecimentos de contabilidade e gestão para melhores e sustentadas decisões, visando sempre o bom desenvolvimento de suas empresas.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Nesse contexto, emerge a pergunta que orienta a construção deste trabalho científico: *Qual a percepção dos gestores de indústrias acerca da contabilidade e análise de custos?*

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

A fim de responder à problemática deste trabalho, tem-se como objetivo geral: *identificar qual é a percepção dos gestores das indústrias de móveis da região sudoeste do Paraná acerca da contabilidade e análise de custos.*

1.3.2 Objetivos Específicos

Para atender o propósito do objetivo geral, constituem-se os objetivos específicos:

- I. Identificar o perfil das empresas e dos gestores das indústrias de móveis da região sudoeste do Paraná;
- II. Identificar informações da gestão de custos nas empresas;
- III. Analisar o conhecimento dos gestores sobre a contabilidade e análise de custos.

1.4 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA

O presente trabalho busca contribuir com questões teóricas e práticas sobre a contabilidade e análise de custos. Em relação à contribuição teórica, pode-se elencar:

- I. Perfil dos atuais gestores das industriais da região sudoeste do Paraná;
- II. Perfil das indústrias da região sudoeste do Paraná;
- III. Grau de conhecimento dos gestores industriais da região sudoeste do Paraná.

Conforme citado acima, este trabalho possibilitará identificar características comuns entre gestores, bem como das indústrias, de modo que estas quando agrupadas, resultem em um perfil predominante no setor industrial. Logo, tendo identificado estes perfis, é possível relacioná-los ao grau de conhecimento destes gestores, de maneira que viabilize eventuais medidas de aperfeiçoamento de gestão.

Isto posto, partindo para a contribuição prática deste trabalho, cabe ressaltar que segundo Beuren, Raupp e Sousa (2004), na medida em que as novas realidades, provindas de transformações no cenário mundial, exigiram das empresas uma gestão com ferramentas capazes de proporcionar informações tempestivas e condizentes com o cenário em que estão inseridas, torna-se importante que as empresas possuam e tenham por conhecimento:

- I. Tempestividade das informações;
- II. Média e nível de segurança das decisões tomadas dentro das organizações;
- III. Influências do conhecimento e da visão dos gestores no funcionamento da empresa.

Tendo por contribuição prática os três pontos citados, segundo Costa (2004), atualmente um dos principais problemas enfrentados pelas empresas é a má gerência e má administração. Estas, provindas da falta de conhecimento sobre os elementos e objetivos da contabilidade, bem como por falta de informações concisas em tempo hábil.

Ao relacionar todos estes fatores, torna-se possível identificar como o conhecimento dos fundamentos da contabilidade e análise de custos influenciam na visão dos gestores e como as decisões estão sendo tomadas. Deste modo, torna-se possível sugerir algumas melhorias no processo organizacional de maneira que as decisões sejam mais bem fundamentadas dentro das organizações.

1.5 DELIMITAÇÃO

Cumprido esclarecer que o presente trabalho científico se delimita a identificar a percepção dos gestores das indústrias de móveis vinculadas às associações comerciais das cidades de: Barracão/PR, Boa Esperança do Iguaçu/PR, Bom Jesus do Sul/PR, Bom Sucesso do Sul/PR, Chopinzinho/PR, Clevelândia/PR, Coronel Domingos Soares/PR, Coronel Vivida/PR, Cruzeiro do Iguaçu/PR, Dois Vizinhos/PR, Enéas Marques/PR, Flor da Serra do Sul/PR, Francisco Beltrão/PR, Honório Serpa/PR, Itapejara D'Oeste/PR, Manfrinópolis/PR, Manguaçu/PR, Mariópolis/PR, Marmeleiro/PR, Nova Esperança do Sudoeste/PR, Nova Prata do Iguaçu/PR, Palmas/PR, Pato Branco/PR, Pinhal de São Bento/PR, Renascença/PR, Salgado Filho/PR, Salto do Lontra/PR, Santo Antonio do Sudoeste/PR, São João/PR, São Jorge D'Oeste/PR, Saudade do Iguaçu/PR, Sulina/PR, Verê/PR e Vitorino/PR.

1.6 ESTRUTURA

Além da seção introdutória apresentada, sequencialmente este trabalho trará as seguintes subdivisões estruturais: o referencial teórico (capítulo 2); a metodologia de pesquisa utilizada (capítulo 3); a apresentação e discussão dos resultados (capítulo 4) e as considerações finais (capítulo 5).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordadas as fundamentações da atual pesquisa. As mesmas estão divididas nos seguintes tópicos: i) conceitos iniciais sobre a contabilidade de custos, ii) estudos precedentes sobre a percepção dos gestores acerca da contabilidade e análise de custos.

2.1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS SOBRE A CONTABILIDADE DE CUSTOS

Inicialmente, a fim de auxiliar a compreensão deste trabalho, cabe definir os principais termos utilizados pela Contabilidade de Custos que muitas vezes são confundidos entre si, conforme Quadro 1:

Termo	Conceituação
Custo	Valores pagos de insumos sejam de bens ou serviços, no processamento de outros bens e serviços;
Despesa	Valores gastos necessários para a obtenção de receitas. Estes não competem à produção e sim à competência dos exercícios;
Gasto	Sacrifício financeiro que uma entidade deve arcar para a obtenção de um produto ou serviço, exercido por conceder ou pelo compromisso de vir a conceder ativos (normalmente dinheiro);
Perda	Bem ou serviço absorvidos de forma irregular e involuntária.

Quadro 1 – Conceitos diretamente relacionados à Contabilidade de Custos
Fonte: Adaptado de (NUNES, 1998).

Definidos os termos, segundo Nunes (1998), “cumprir classificar os custos em quatro segmentos”, descritos abaixo:

- **Custos Diretos:** são os custos de fácil identificação e que podem ser prontamente alocados a bens e serviços sem a necessidade de utilizar critérios peculiares de atribuição. Estão ligados diretamente aos produtos e serviços. Exemplos: matéria-prima, materiais secundários, mão de obra direta, etc;

- Custos Indiretos: Não estão ligados diretamente ao produto ou serviço, mas ao todo da empresa. Existem independentemente de haver ou não produto ou serviço. Exemplo: materiais indiretos, salários de chefes, energia elétrica, seguros, etc.;
- Custos Fixos: Custos que independem do volume de produção ou de vendas e que dentro de determinado limite de produção, se mantêm inalterado. São conhecidos também por serem custos não controláveis. Exemplo: aluguel, honorários da diretoria, comunicações, etc.;
- Custos Variáveis: Custos que variam direta e proporcionalmente em função do volume de produção. Conhecidos também por custos controláveis. Exemplos: matéria-prima, embalagem, mão de obra direta, impostos sobre vendas, etc.

Todavia, pode-se acrescentar ainda a esta relação os custos logísticos. Para Faria e Bio (2004) definir custos logísticos não é uma tarefa fácil, visto que este encontra-se em constante evolução. De forma geral, os autores definem custos logísticos como aqueles que estão associados ao transporte, armazenagem, suprimentos, processo de produção, *marketing* e atendimento ao cliente.

Assim, após definidos conceitos preponderantes bem como a classificação de custos, faz-se indispensável citar os três principais métodos de custeio utilizados pelas empresas de acordo com Alves, Rocha e Almeida (2005):

MÉTODO	CARACTERÍSTICAS
Custeio Variável	Alocam-se aos produtos todos os custos variáveis. Os custos fixos são considerados como despesas, impactando diretamente no resultado do período.
Custeio por Absorção	Apropria somente os custos de produção aos produtos os serviços, sejam fixos ou variáveis, diretos ou indiretos.
Custeio ABC	Trata os custos indiretos de forma diferente. Estes ao invés de aplicados aos produtos ou serviços, são alocados as atividades desenvolvidas para elaborar os mesmos, ai então transferidos a cada produto.

Quadro 2 – Métodos de Custeio e suas Características
Fonte: Adaptado de (ALVES; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Desta forma, tendo por base as principais características dos métodos de custeio, acrescenta-se que o único método de custeio aceito para fins fiscais é o custeio por absorção. Porém, o modelo sugerido pelo custeio de absorção não é útil

para fins de tomada de decisão, visto que trata custos indiretos fixos como custos variáveis, tornando difícil o trabalho de definir os custos exatos de cada produto (CARVALHO et al., 2008).

Neste âmbito, é importante salientar que o custeio variável é voltado à tomada de decisão, pois com a aplicação deste método, é possível visualizar qual produto é mais lucrativo e verificar quais as principais alterações em preços, custos, despesas e quantidades produzidas e vendidas (COLAUTO; BEUREN e ROCHA, 2004). Ainda, segundo Colauto, Beuren e Rocha (2004), o custeio variável é o método mais simples e fácil para que gestores industriais compreendam o custeamento de seus produtos, pois é mais adjunto a fábrica e possibilita avaliar com maior clareza o desempenho setorial. Desta maneira, entende-se que o custeio variável é mais utilizado quando focado a decisões gerenciais.

Já no custeio ABC (*Activity-Based Costing*), os gastos da empresa são relacionados com as atividades e em seguida os produtos com as atividades que tiveram contribuição para sua elaboração. Desta forma é possível concluir quais as atividades que estão agregando valor ao produto (BLEICHER e FORCELLINI, 2007).

Para Alves, Rocha e Almeida (2005), a principal característica e importância do custeio ABC é a forma com são tratados os custos indiretos. Essa adequação permite evitar distorções quanto ao processo de distribuição destes custos a todas as atividades e produtos bem como proporcionar mais informações para as tomadas de decisão seja no operacional como no estratégico. No mesmo âmbito, Maciel, Rocha e Almeida (2005) evidenciam que a utilização do método ABC proporciona a empresa eliminar atividades que não estejam agregando valor, otimizar processos, priorizar formas de relacionamento e de clientes, e possível surgimento de novas diretrizes e políticas futuras.

Portanto, o custeio baseado em atividades (ABC), possibilita à empresa valorar a importância de cada atividade, qual o seu real aproveitamento à empresa e permite identificar os custos unitários dos produtos ou serviços de forma que haja uma minimização de erros no processo de continuação ou troca de processos produtivos, ou seja, ocasiona um melhor gerenciamento de seus custos e um melhor aproveitamento de seus recursos visando à lucratividade (MORAIS, et al., 2000).

Tendo conceituado os três principais métodos utilizados pela empresa, cabe acrescentar que independentemente do método ou sistema utilizado, o principal

objetivo de toda empresa é, sem dúvida, produzir valor para seus clientes, de maneira lucrativa a própria empresa.

Segundo Aguirre, et al. (2000), “para os clientes, esse valor é constituído de três fatores: custo, qualidade e prazo”. Levando em consideração que os lucros estão condicionados aos custos, em um contexto de extrema competitividade, as empresas necessitam entender o desempenho de seus custos (AGUIRRE et al., 2000).

A importância da análise gerencial dos custos para qualquer tipo de empresa se justifica na medida em que este tipo de análise é capaz de fornecer informações das reais condições da empresa. As informações obtidas com a análise dos custos são fundamentais que os gestores possam tomar qualquer tipo de decisão, sejam estas de curto, médio ou longo prazo (BLEICHER e FORCELLINI, 2007).

Ainda, diante de diversos outros problemas encontrados pelas pequenas e médias empresas, como a falta de capital de giro, a dificuldade para se adquirir linhas de crédito, além das inadimplências de fornecedores e clientes e da própria concorrência, é de extrema valia que façam uso de controles gerenciais, dentre eles o de custos. Deste modo, obterão uma administração mais estruturada e capaz de solucionar problemas, bem como propor situações que façam com que a empresa apresente diferencial competitivo (BLEICHER e FORCELLINI, 2007).

Assim, é possível dizer que as empresas a fim de alcançar a lucratividade e bem atender seus clientes, necessitam de ferramentas auxiliares para tomadas de decisão. Estas devem fornecer informações reais e consistentes de seu negócio. Desta forma, as ferramentas de custeio são indicadas para auxílio deste processo por apresentarem estruturas capazes de assessorar não só nos processos de produção ou comercialização, mas também em áreas pertinentes a atividade.

Deste modo, citam-se algumas ferramentas viabilizadas pela contabilidade de custos que se fazem importantes para auxiliar no processo de gestão, são elas: margem de contribuição, margem de segurança, formação de preços, formação de preço básico (ponto de equilíbrio), *mark-up*.

Segundo Colauto, Beuren e Rocha (2004), margem de contribuição é “a diferença entre o preço de venda unitário e os custos variáveis unitários”. A margem de contribuição também pode ser interpretada como “a quantia disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro”. Deste modo, conhecer a margem de contribuição se

torna importante, pois permite avaliar a parcela dos produtos para cobrir os custos fixos.

Neste âmbito, para um melhor aproveitamento de dados e informações, diz-se que a margem de contribuição pode ser dividida em margem de contribuição unitária e margem de contribuição total. Para a primeira, diz-se que é o aumento líquido no lucro, pois se aumentando em uma unidade a produção, há um custo maior; conseqüentemente aumenta-se também em uma unidade o valor da venda, acrescentando a receita. Deste modo, é possível constatar o montante que cada unidade produzida e vendida colabora para cobrir os custos fixos e conquistar o lucro. Para a margem de contribuição total, diz-se como o que efetivamente sobra para a empresa ao final da produção e da venda dos produtos para pagar o total de custos fixos de forma a determinar o lucro total da empresa (COLAUTO; BEUREN e ROCHA, 2004).

Assim, cabe acrescentar que em situações onde os custos variáveis unitários não são suscetíveis a redução, as decisões podem ser tomadas com base na margem de contribuição, pois, através desta, é possível analisar a rentabilidade dos produtos produzidos e verificar se os retornos obtidos com os investimentos estão atendendo as expectativas dos sócios (COLAUTO; BEUREN e ROCHA, 2004).

Desta forma, diante do atual contexto global, as empresas necessitam cada vez mais formar preços com vistas a melhorar a competitividade. Na maioria das vezes, as empresas sustentam-se em estratégias voltadas para a precificação, onde é levado em conta o mercado no qual a empresa esta inserida (CARVALHO; et al., 2008).

Entretanto, segundo LAMB, et al. (2003, *apud* CARVALHO, et al., 2008), “formar preços com base somente em informações do mercado e apoiar-se em métodos não formais e limitados é perigoso para a continuidade das empresas”. Por isso, é necessário que as empresas saibam o preço de venda orientativo, ou seja, o preço mínimo pelo qual deverá vender seus produtos ou serviços (WERKNE e BORNIA, 2000).

Assim, formar preços tem se tornado cada vez mais importante, pois, atender as necessidades da empresa e dos clientes que estão cada vez mais criteriosos quanto à escolha de produtos e serviços, é uma tarefa que exige bases consistentes

e precisas. Assim, o processo de formação de preços não pode ser de forma empírica, visto que, acarretará diretamente na rentabilidade da empresa, podendo ser ameaça ao crescimento e estabilidade econômico-financeira (MACIEL; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Deste modo, para que a empresa não se prejudique e atenda as expectativas de seus clientes, é necessário primeiramente proporcionar aos mesmos produtos e serviços de qualidade e com preços que estes estejam propensos a pagar. Isto leva as empresas a reduzir custos e a estreitar seu relacionamento com fornecedores de maneira a eliminar gastos desnecessários (ALVES; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Sequencialmente, segundo Maciel, Rocha e Almeida (2005), além das imposições do mercado, considerar os custos no processo de formação de preços torna-se importante, pois, é através destas informações que será possível a empresa tomar decisões que viabilizem a continuidade ou exclusão de produtos. Logo, se adotadas estas medidas, será possível chegar a um preço compatível com o mercado e que traga benefícios às empresas.

É muito habitual deparar-se com empresas que não possuem nenhum conhecimento da lucratividade provinda de seus produtos ou serviços. Desta maneira, é relevante que se formem preços de forma correta, de modo a proporcionar as mesmas informações necessárias à gestão, independentemente de seu porte (WERKNE e BORNIA, 2000).

Segundo Carvalho, et al. (2008), “O processo de formação de preços em empresas de pequeno porte não é algo simples. Influências internas e externas afetam a estimação de custos impactando diretamente nos preços finais”. Esta situação torna-se ainda mais difícil quando as empresas dependem de produções sob encomenda, pois apresentam dificuldades até em estimar custos. Isso se dá pelo fato de cada produto ou serviço apresentar particularidades e das especialidades no processo de produção ou execução destes.

Desta forma, mesmo com as dificuldades encontradas, determinar preços ou decidir sobre os mesmos é tarefa fundamental para que as EPE's se mantenham ativas, visto que apresentam um preço para cada cliente com o objetivo de ganhar o cliente (CARVALHO, et al., 2008).

Segundo Santos (1995, *apud* WERKNE e BORNIA, 2000), as empresas se utilizam de quatro métodos para a formação de preços: o método baseado no custo

das mercadorias; o método baseado nas decisões dos concorrentes; o método baseado nas características de mercado e o método misto.

Para o primeiro método, considera-se o mais utilizado e consiste em adicionar um *mark-up*, ou seja uma margem fixa a um custo-base. O segundo método consiste em utilizar por base preços correntes, imitação de preços, preços agressivos e de preços promocionais. Já o terceiro método faz uso do conhecimento intenso de mercado por parte da empresa. Logo, o quarto e último método, observa harmonização dos custos com as medidas tomadas pela concorrência (WERNE e BORNIA, 2000).

Explanados os métodos, é importante destacar que a utilização de qualquer um destes métodos de forma individual será capaz de determinar os melhores preços, pois isto depende das necessidades de cada empresa. Apesar desta particularidade, formar preços é determinante para que as empresas mantenham sua longevidade no mercado (CARVALHO, et al., 2008).

Para isso, faz-se importante que as empresas saibam qual é o seu ponto de equilíbrio, também conhecido como preço básico.

Segundo Alves, Rocha e Almeida (2005), ponto de equilíbrio ou preço básico define-se como “o que mantém as empresas em equilíbrio, ou seja, se adotado este tipo de preço a empresa poderá não vir a ter lucros, mas não terá prejuízos”.

A importância da prática do preço básico se dá porque este pode ser usado como referência para a empresa tomar decisões mais coerentes em relação aos preços impostos pelo mercado e para formar os preços de venda definitivos da empresa (ALVES; ROCHA e ALMEIDA, 2005). Porém, é importante ressaltar que o preço básico não é bastante para que se definam preços permanentes, fazem-se necessárias também, informações econômicas e de mercado (MACIEL; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Neste sentido, constata-se que na maioria das vezes, as empresas definem preços com base no mercado e não com base nos custos e despesas para produzir determinado produto ou serviço. É neste ponto que o preço básico torna-se importante nas tomadas de decisão, pois, não basta atender aos preços de mercado, é necessário que os produtos ou serviços produzidos e vendidos, estejam cobrindo os custos e as despesas incorridas a produzi-los e que esta produção esteja trazendo consigo ao menos uma margem de lucro satisfatória (ALVES, ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Deste modo, formar os preços básicos dos produtos e serviços submetem a um levantamento histórico da relação de todos os custos e despesas utilizados na produção dos mesmos. Enfatizando o caso individual da indústria, cita-se o custo pessoal direto, que é alcançado através do tempo de fabricação relacionado aos encargos sociais e salários dos funcionários em relação a cada papel no trabalho de produção. Ainda, adicionam-se os tributos cobrados e repassados aos órgãos públicos (ALVES, ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Segundo Maciel, Rocha e Almeida (2005), o preço básico pode ser definido por uma inequação. Esta, definida da seguinte maneira: $PB \leq PV \leq PC$, onde:

- Preço de venda definitivo (PV): deve ser menor ou igual ao preço do concorrente (respeitando os fatores de qualidade);
- Preço básico (PB): deve ser sempre menor ou igual a esse preço de venda definitivo. Ou seja, pode não estar contido aqui um lucro, mas deve conter um índice/valor referente à remuneração do capital social e lucros ao longo da vida útil da empresa.

Desta maneira, para Alves, Rocha e Almeida (2005), o preço básico pode ser definido como Preço básico de venda = $CUSTO \times (1/(1-(\%despesas \text{ e tributos}/100)))$. No qual, o $(1/(1-(\%despesas/100)))$ condiz ao *mark-up* multiplicador, pois ao ser multiplicado pelo custo, dá origem ao preço básico de venda.

Dessa forma, é possível dizer que o preço básico é imprescindível no campo empresarial, pois, o empresário pode até vir a ter prejuízos, mas estes, bem controlados a luz dos custos e preços básicos dos produtos (MACIEL, ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Do mesmo modo, acrescentando a margem de contribuição, têm-se a margem de segurança. Segundo Maciel, Rocha e Almeida (2005), a margem de segurança é aquela que esta acima do valor do ponto de equilíbrio. Deste modo, é possível saber qual a real lucratividade da empresa.

Tendo bem definidos e esclarecidos estes termos, é possível estabelecer uma margem de lucro, também chamada de *mark-up*.

Segundo Carvalho, et al. (2008), “a margem ou *markup* consiste no valor pelo qual o preço supera os custos, gerando um retorno-alvo sobre os investimentos. O tamanho da margem depende do lucro operacional desejado”.

Para Bernardi (1996, *apud*, WERNKE e BORNIA, 2000), “*mark-up* é um valor originalmente adicionado ao custo, usualmente expresso como um percentual

do preço de venda”. Têm por objetivo cobrir elementos de tributação, taxas sobre preço de venda, despesas administrativas e de vendas fixas, os custos indiretos de produção fixos e lucro. Com isso, vem a auxiliar no processo de venda e nas tomadas de decisão dos gestores e empresários (WERNKE e BORNIA, 2000).

Cumprido esclarecer ainda, que diversas empresas confundem na prática o lucro sobre as vendas com o *mark-up*. Para Alves, Rocha e Almeida (2005), “*mark-up* é um indicador que é somado aos custos e despesas das entidades que dão origem ao preço de venda”. Quanto a qual margem de lucro a estipular e ser usada no *mark-up*, dependerá exclusivamente do gestor e das particularidades da empresa, onde, independentemente da forma de cálculo utilizada (divisor ou multiplicador), o valor do preço de venda será o mesmo (WERNKE e BORNIA, 2000).

Cabe acrescentar ainda que para Wernke e Bornia (2000) e Carvalho, et al. (2008), determinar o *mark-up* não é mais imposição de mercado, e sim uma ferramenta de análise capaz de destacar as empresas e alavanca-las no mercado.

Deste modo, depois da explanação de todos os conceitos citados anteriormente, cumpre esclarecer a contabilidade de custos como um todo.

Para Leone (1997, p. 19-20, *apud*, MACIEL; ROCHA e ALMEIDA, 2005), “a Contabilidade de Custos é um ramo da Contabilidade que se destina a produzir informações para os outros níveis gerenciais de uma entidade”. Estas informações serviram como apoio para funções de indicação de desempenho, planejamento e controle de operações, bem como de tomadas de decisão (MACIEL; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Desta maneira, o agrupamento de normas e princípios que viabilizam o registro e controle de todas as atividades do processo produtivo somados ao conjunto de todos os artefatos que formam valor aos bens produzidos ou em processo de produção, determina-se Contabilidade de Custos (MACIEL; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

De acordo com Martins (2000, p. 20-21, *apud*, ALVES, ROCHA e ALMEIDA, 2005), “a Contabilidade de custos teve sua origem a partir da Contabilidade financeira da era mercantilista.” Nesta época, os contadores se norteavam através dos cálculos por diferença, onde: estoque inicial + compras - estoques finais davam origem ao custo das mercadorias vendidas. Para as receitas, ao confrontar o valor dos custos com as receitas obtidas no período obtinha-se o lucro bruto. Deste lucro

bruto, reduziam-se ainda as despesas que se faziam fundamentais para a conservação da entidade resultando assim o lucro operacional (ALVES; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Assim, compreende-se que a contabilidade de custos da época não foi projetada para ser utilizada como ferramenta de administração, e sim, para suprir problemas de mensuração de estoques e de resultado (ALVES; ROCHA e ALMEIDA, 2005).

Dado estes conceitos, têm-se como ideia mais abrangente de custos a seguinte opinião:

A compreensão do que vem a ser custo, não basta para que a gerência de uma empresa possa tomar decisões sobre o futuro da entidade. A acumulação e a análise informativa dos custos servirão de base para o atendimento dos objetivos empresariais. Essas informações são prestadas a partir de uma análise dos custos, de forma a categorizá-los prontamente a fim de proporcionar um sistema de informações ágil, preciso e que atenda à finalidade almejada. Para isso foi feita toda uma divisão dos custos a partir de critérios estabelecidos para o suprimento à gerência do objetivo idealizado. (FILHO et al., 1997).

À vista disso, pode-se dizer que a Contabilidade de Custos visa três propósitos: inicialmente a lucratividade, posteriormente o auxílio às tomadas de decisão e finalmente o controle de processos.

Tendo como base estes três objetivos principais, cumpre esclarecer de forma mais clara os dois últimos, visto que estes agem diretamente para que se possa atingir o primeiro deles: lucratividade.

Segundo Martins (1996, *apud* Motta, 2000), quando se direciona a decisão, entende-se que, é ser base de informações expressivas que interferem a curto e longo prazo no corte de produtos, na consolidação de preços de venda ou na opção de compra e fabricação. Referindo-se ao controle, o que prevalece é o comprometimento de proporcionar dados que, em conjunto, determinem padrões com vistas ao futuro de modo que os próximos estágios consigam acompanhar de forma eficaz os reais valores anteriormente projetados.

Para cobrir estes três objetivos, segundo Motta (2000), a contabilidade de custos é constituída do chamado métodos de custeio, já definidos anteriormente.

Os métodos de custeio tornam possíveis as gestões estratégicas de custos, que segundo Carareto et al. (2006), tratam-se de “análise de custo vista sob o contexto mais amplo, em que os elementos estratégicos tornam-se mais conscientes, explícitos e formais”.

Em sucessão a este fato, pode-se dizer que as empresas que fazem uso da gestão estratégica de seus custos possuem informações mais relevantes e concisas que dão suporte as suas tomadas de decisão. A consequência desta prática reflete em vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes. Explica-se este fato na medida em que na visão estratégica de custos não se atém ao produto como principal gerador de custos na empresa, e sim, outros membros potenciais, como os clientes e fornecedores, diga-se como elementos primordiais nas análises de custos (DIENG; ARAUJO e DINIZ, 2005).

Desta maneira, para Santos (1987, *apud* CARARETO, et al., 2006), a gestão de custos permite que as empresas maximizem seus lucros de forma a conseguir avaliar seu desempenho para tomar decisões necessárias a organização. Com isso, conseguirá ter os custos por produto, resultados de vendas dos produtos, custos fixos, definir níveis mínimos de vendas, formar seus preços, planejar e controlar as operações.

Assim, pode-se dizer que a gestão estratégica de custos associada à contabilidade de custos de forma efetiva pode ser chave de sucesso a um empreendimento. Segundo Callado, Almeida e Callado (2005), estas ferramentas de auxílio são determinantes para o gestor que almeje melhorar suas decisões e aumentar a competitividade da empresa. Logo, estes gestores devem objetivar tomar decisões baseadas em: analisar a rentabilidade das atividades da empresa; determinar o custo dos produtos como um dos critérios da fixação de preços; determinar a estrutura de custos dos produtos para compará-las à concorrência, avaliar estoques e empregar seus recursos de modo a produzir melhores resultados.

Por fim, é possível dizer que a Contabilidade de Custos é de fundamental importância visto que esta é capaz de organizar dados e produzir informações úteis e relevantes para o bom gerenciamento das empresas, pois pode ser utilizada como ferramenta ao subsídio a tomadas de decisão.

2.2 ESTUDOS PRECEDENTES SOBRE A PERCEPÇÃO DOS GESTORES ACERCA DA CONTABILIDADE E ANÁLISE DE CUSTOS

A temática percepção organizacional voltada para os gestores era algo não discutido e abordado por pesquisas. Porém, ao longo das últimas décadas, devido as constantes exigências de mercado, este assunto tem mostrado ser um fator importante para o sucesso das organizações e despertou o interesse de alguns pesquisadores.

Neste aspecto, a presente pesquisa buscou na literatura alguns estudos mais recentes que se voltaram a identificar as percepções dos empresários e/ou gestores sobre a contabilidade em si bem como de alguns processos de administração. Deste modo, o Quadro 3 evidencia os dois estudos precedentes selecionados, seus objetivos e seus resultados, de modo que venham a sustentar e contribuir para a atual pesquisa:

TÍTULO	AUTORES / ANO	PRINCIPAL OBJETIVO	PRINCIPAIS RESULTADOS
Estudo sobre a percepção dos empresários de Cajati/SP, acerca da utilização das informações contábeis como ferramenta para tomada de decisão.	FERREIRA, Ana Nubia V.; FERREIRA, Dalsiele A. dos S.; DUARTE, Maiara; CUNHA, Francisco Sérgio; CARMO, Carlos Roberto S.; LIMA, Igor Gabriel (2013).	Identificar a percepção dos empresários de Cajati/SP sobre a utilização de informações contábeis como ferramenta pra tomada de decisão.	<p>*Os empresários reconhecerem que a contabilidade pode ajudar no processo decisório, mas acreditam que seu principal papel é o de servir apenas para fins legais e fiscais.</p> <p>*As decisões realizadas são intuitivas desconsideram os relatórios contábeis porém, recebem demonstrações como Balanço Patrimonial e Fluxo de Caixa.</p> <p>*Os empresários relatam a necessidade de demonstrativos capazes de auxiliar no processo estratégico. A segunda área que mais preocupa os empresários é a financeira.</p>
A percepção dos empresários de micro e pequenas empresas acerca da contabilidade de custos.	SOUZA, Luciane Regina B. de; VOESE, Simone B.; TEIXEIRA, Guilherme B.; BEZERRA, Cicero Aparecido.	Investigar a percepção dos empresários de micro e pequenas empresas acerca das informações relacionadas à contabilidade de custos.	<p>*Os empresários apresentam conhecimentos superficiais a custos, desconhecem sobre métodos de custeio e ferramentas auxiliares à tomada de decisão.</p> <p>*Os empresários não investem em qualificação profissional, mas, reconhecem a importância da contabilidade de custos para as tomadas de decisão.</p> <p>*Quando há assessorias contábeis, estas apresentam deficiências de compreensibilidade.</p>

Quadro 3 – Estudos precedentes: autores, objetivos e principais resultados
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Tendo por base os elementos do Quadro 3, cumpre esclarecer que percepções são formadas a partir de um conjunto de dados que se transformam em informações. Deste modo, no trabalho de Ferreira et al. (2013), os autores definem informação como “o resultado do processamento, manipulação e organização dos dados, de uma maneira que represente uma contribuição ao conhecimento da pessoa que recebe tal informação”, ou seja, uma informação não pode custar mais do que vale.

Neste raciocínio, Ferreira et al. (2013) caracterizam informação contábil como aquela que “tem como objetivo prover informações financeiras aos usuários e contribuir no sistema de informação gerencial da empresa, sendo ferramenta de apoio à gestão”.

Neste cenário é que surge a necessidade de uma contabilidade ampla e dinâmica, na qual, segundo Ferreira et al. (2013), tenham a função de gerar informações determinantes para que os gestores possam tomar decisões. Ferreira et al. (2013) classificam-se as informações contábeis como essenciais para o atual contexto empresarial, onde manter a continuidade da empresa tem se tornado um desafio constante.

Porém, a maioria dos empresários e gestores desconhecem de ferramentas gerenciais como de controle de custos e que, por conta da falta de conhecimento, ainda possuem a percepção de que a função da contabilidade é apenas de cumprir as exigências do fisco. Entretanto, estes mesmos desconhecedores da amplitude contábil admitem receber alguns relatórios contábeis classificados por estes como “diferentes” do habitual, e que podem estar voltados ao gerenciamento da empresa. Mesmo assim, constata-se que cerca de 82% das decisões tomadas na empresa pelos gestores e empresários tem por base suas intuições. Fato este totalmente errôneo e que enfatiza o fracasso empresarial, uma vez que as diversas ferramentas gerenciais oferecidas pela contabilidade possibilitam melhores tomadas de decisão e são determinantes para o bom desempenho econômico e financeiro das empresas (FERREIRA, et al., 2013).

Em contrapartida, outra parte dos gestores e empresários valoram a contabilidade e suas ferramentas. Todavia, estes relatam que muitas vezes os relatórios e as ferramentas contábeis não chegam até suas mãos e quando chegam são extensos e de difícil compreensão. Desta maneira, verifica-se que não só o processo de transferência, mas também os de interpretação são importantes para a

maximização de resultados. Faz-se necessário que as informações sejam claras, objetivas, concisas, desejadas e úteis a seus usuários (FERREIRA, et al., 2013).

Deste modo, verifica-se que de todas as ferramentas que a contabilidade dispõe, poucas são utilizadas pelas empresas e não há possibilidade de que estas planejem corretamente ou tracem estratégias gerenciais precisas (FERREIRA, et al., 2013).

Neste mesmo âmbito, Souza et al. (2014), verifica em sua pesquisa que os gestores até reconhecem a importância de uma boa gestão, baseada em ferramentas como a de gestão de custos, porém, admitem não ter um nível de conhecimento satisfatório para que possam usá-las. Por conseguinte, direcionando a temática custos, constatam-se que apesar da congruência da importância dada a esta ferramenta, por vez ainda não é difundida profundamente (SOUZA, et al. 2014).

Em sua pesquisa, Souza et al. (2014) verificam que quando os empresários foram questionados sobre conceitos básicos de custos, como o de custos variáveis, logísticos, indiretos e diretos, os respondentes foram em grande parte conhecedores do assunto, porém ao questionar com relação aos métodos ou sistemas utilizados, estes são leigos. Desta maneira, verifica-se que não há qualificação para que sejam tomadas decisões precisas e determinantes a lucratividade da empresa (SOUZA, et al., 2014).

Assim, diante de todos estes fatos, torna-se impossível exigir uma percepção diferente dos gestores e empresários se estes não possuem conhecimento suficiente e hábil para nortear o novo estilo de gestão arrojada e decisória imposta pelo mercado (FERREIRA, et al., 2013).

Isto posto, vê-se a importância que uma boa gestão de custos tem na eficácia das empresas. Esta contribui não só em boas decisões, mas também na possibilidade da análise de rentabilidade e lucratividade das empresas (CALLADO; ALMEIDA e CALLADO, 2005).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Neste capítulo será abordada a metodologia de pesquisa. O mesmo está dividido nos seguintes tópicos: i) enquadramento metodológico e ii) procedimento para a coleta e análise dos dados.

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Seguindo os aspectos metodológicos desta pesquisa, tem-se como pesquisa descritiva as que possuem o objetivo descrever características e frequências de determinada população ou fenômeno ou ainda definir as relações entre variáveis (GIL, 2002).

Este tipo de pesquisa busca primordialmente aprimorar ideias ou descobrir intuições e é peculiar quanto à utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados (GIL, 2008).

Desta maneira, quanto à natureza do objetivo, o trabalho enquadra-se como descritivo por ter como finalidade identificar, registrar e analisar dentro da realidade empresarial do setor fabril de móveis, a forma com que a percepção e o conhecimento dos gestores influenciam na gestão das empresas.

Sequencialmente, esclarece-se que pesquisas *survey* definem-se como aquelas que buscam as informações de forma direta com a categoria ou grupo de interesse e que estejam relacionadas com os dados que se desejam atingir (SANTOS, 1999).

Do mesmo modo, Fonseca (2002) referencia a pesquisa *survey* como aquela que obtém dados acerca das características ou opiniões de determinado grupo de pessoas com vistas a atingir o objetivo principal de determinada pesquisa. Do mesmo modo, nas pesquisas *survey*, os respondentes não são identificados para que se possa garantir o sigilo da fonte de informações (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Assim sendo, este trabalho classifica-se como *survey* por se tratar de uma pesquisa direta com os gestores de uma amostra de empresas não identificadas no trabalho, mas, pertencentes às microrregiões estabelecidas, de forma que seja possível identificar qual é a percepção destes membros acerca da contabilidade e análise de custos, bem como sua aplicação nas respectivas empresas.

Sucessivamente, a abordagem do problema foca-se para a pesquisa quantitativa, definida por Fonseca (2002) como “pesquisas que se centram na objetividade”.

Segundo Gerhardt e Silveira (2009) as pesquisas quantitativas caracterizam-se por: i) apresentarem uma pequena quantidade de conceitos, ii) partirem de ideias já programadas, iii) fazerem uso de procedimentos estruturados, iv) utilizarem de instrumentos formais de coleta de dados de modo que estes possuam condições de controle e, v) analisarem os dados de forma objetiva através de métodos estatísticos.

Neste mesmo âmbito, Silva e Menezes (2005), definem as pesquisas quantitativas como aquelas que “consideram que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números as opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. Assim, para que este tipo de pesquisa se materialize, faz-se necessário o uso de ferramentas e técnicas estatísticas, como a percentagem, média, desvio padrão, variância, entre outras (SILVA; MENEZES, 2005).

Isto posto, a abordagem desta pesquisa dar-se-á de forma quantitativa, julgando-se atingir o objetivo de ter conhecimento não só de qual é a percepção dos gestores das indústrias de móveis quanto a temática custos, mas também de reunir informações individuais e informações de suas respectivas empresas. Assim, através do auxílio de conceitos estatísticos e sobre custos, as informações coletadas poderão ser revertidas em dados numéricos para uma melhor visualização, comparação e análise.

Neste curso, devido às particularidades objetivadas nesta pesquisa, para que esta se legitime, a coleta de dados se dará de forma primária, ou seja, quando os dados são extraídos da realidade pelo próprio pesquisador. Esta denominação chamada de primária deve-se ao fato das informações serem receptadas em primeira instância, ou seja, não se encontram registrados em qualquer outro documento (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Desta forma, relacionando as opções de instrumento de pesquisa existentes aos objetivos propostos por esta pesquisa, Gerhardt e Silveira (2009), conceituam os questionários como ferramentas que podem ser utilizadas para coletar dados e que são constituídos por uma ordenação de perguntas que deverão ser respondidas por escrito pelo respondente, sem que haja a presença do pesquisador.

Este tipo de ferramenta se limita a levantar opiniões, interesses, sentimentos, crenças, expectativas e situações vivenciadas (GEHARDT e SILVEIRA, 2009).

Complementarmente, para Silva e Menezes (2005), os questionários devem ser “objetivos, limitados em extensão e devem estar acompanhados de instruções”. Estas instruções devem explicar qual é o objetivo da aplicação desta ferramenta, evidenciar qual é importância da cooperação do respondente e deve ser de fácil preenchimento. Para as perguntas, estas podem ser abertas, fechadas ou de múltipla escolha. Porém, deverão estar agrupadas de acordo com temáticas, serem de fácil compreensão e estarem relacionadas com os objetivos da pesquisa (SILVA e MENEZES, 2005).

Assim, tendo em vista que esta pesquisa se direciona a uma amostra representativa de respondentes do setor fabril de móveis, estes distribuídos em diferentes cidades e em número considerável, onde todos possuem informações comuns ao problema de pesquisa, o instrumento a ser utilizado dar-se-á por meio de um questionário.

3.2 PROCEDIMENTO PARA COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Seguindo os padrões de pesquisa existentes, este questionário será elaborado na planilha de formulários disponibilizados pelo *Google Forms*, e terá essencialmente por base um estudo anterior, realizado na cidade de Londrina/PR, por Souza et al. (2014), onde foram encaminhados questionários a trinta e sete pequenas e médias empresas dos mais variados setores.

Nesta pesquisa, a amostra selecionada dar-se-á por todas as empresas vinculadas as associações comerciais de todos os municípios pertencentes às

microrregiões de Pato Branco/PR, Palmas/PR e Francisco Beltrão/PR. Tratam-se de 33 cidades e 43 empresas. Para que se possa ter acesso à lista de empresas, bem como seus respectivos contatos para envio do *link* do instrumento desta pesquisa, foi encaminhado um requerimento de solicitação as associações comerciais pertencentes às microrregiões citadas anteriormente, explicando a origem e o objetivo deste trabalho. Deste modo, obteve-se 33 respostas.

Para a elaboração do questionário, este terá por base essencialmente o que foi utilizado no estudo anterior, porém com algumas alterações que se fizerem necessárias. Deste modo, o instrumento de pesquisa se dará em quatro blocos, sendo estes:

BLOCO	DESIGNAÇÃO
Bloco I	Perfil dos Respondentes
Bloco II	Perfil das Empresas
Bloco III	Informações sobre a Gestão de Custos na Empresa
Bloco IV	Questões de conhecimento específico a Contabilidade e Análise de Custos

Quadro 4 – Divisões e atribuições dos blocos

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

De forma geral, para o Bloco I, o qual se direciona ao perfil dos respondentes, tem por objetivo identificar gênero, idade, formação acadêmica e ao cargo que ocupam nas empresas.

Para o Bloco II, direcionado a esclarecer as principais características das empresas, este abordou a cidade onde a empresa esta localizada, o ano de início das atividades, determinação do porte da empresa (micro, pequena, média ou grande) e também a quem pertence à gerência ou às tomadas de decisões (comando da empresa).

Neste sentido, esclarece-se que de acordo com os critérios de classificação de empresas adotados pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas), as empresas podem ser classificadas de acordo com a Receita Bruta Anual ou pelo Número de Funcionários. Desta maneira, o método de classificação do porte da empresa deste trabalho seguirá os preceitos da segunda opção respectivamente. Pela amostra tratar-se apenas de indústrias, esta classifica-se como Micro empresa quando tiver até 19 funcionários; Pequena empresa quando

tiver de 20 à 99 funcionários; Média empresa quando tiver de 100 à 499 funcionários e Grande empresa quando tiver mais de 500 empregados.

Já no Bloco III, de forma a complementar a pesquisa, foram abordadas informações adicionais sobre a gestão de custos na empresa que são consideradas pertinentes a análise de conhecimento específico dos respondentes, ou seja, este bloco tem por objetivo identificar qual é a forma com que se é feita a gestão de custos na empresa e qual o grau de importância dado pelo respondente para cada especificação. Nesta ordem, serão perguntadas se as empresas utilizam algum método ou sistema de custos, se estas utilizam informações de custos para formar preço de venda e se o sistema utilizado pela empresa é capaz de apurar os custos, margens dos produtos, ponto de equilíbrio e margem de segurança. Estas questões têm por objetivo afunilar a real utilidade do suposto método ou ferramentas utilizadas pela empresa para sua administração. Para que esta contribuição torne-se válida, será realizada a validação destas oito questões com um conhecedor do assunto da própria Universidade a qual este trabalho está direcionado.

Posteriormente, o Bloco IV abordou todas as questões específicas à contabilidade e análise de custos utilizadas pelo trabalho de Souza et al. (2014). Isto se justifica na medida em que proporcionará uma comparação das duas pesquisas devido ao objetivo comum de identificar o conhecimento e a percepção dos gestores acerca de custos. Assim, para que seja possível identificar este conhecimento, será aplicado uma escala *Likert* de 5 pontos, onde o respondente informará de forma particular a cada questão o seu grau de concordância, sendo Desconheço (1 ponto), Discordo Totalmente (2 pontos), Discordo (3 pontos), Concordo Parcialmente (4 pontos) e Concordo Totalmente (5 pontos).

Assim, com o instrumento de pesquisa elaborado e com a amostra definida, para que fossem minimizados erros e dúvidas, foi realizado um pré-teste na cidade de Coronel Vivida/PR (cidade escolhida devido a melhor acessibilidade) no dia 06 de julho de 2015. Posteriormente foi encaminhado o questionário as demais empresas da amostra, tendo como prazo máximo de recebimento o dia 28 de julho de 2015.

Após finalizada a coleta de dados, estes foram organizados planilhas para que se tornasse possível uma melhor visualização das respostas.

Feito este procedimento, foram realizadas a identificação do perfil dos respondentes e do perfil da empresa através de gráficos que determinem a percentagem exata de cada particularidade solicitada nestes dois blocos.

Para o terceiro bloco, foram elaborados gráficos que esclareçam quais são as práticas mais utilizadas pelas empresas bem como as que menos são utilizadas. Neste mesmo âmbito, será exposto o devido grau de importância que o respondente julga ser válido para estas mesmas práticas.

Já no quarto bloco, foram realizados cálculos estatísticos individuais a cada questão como média e desvio padrão. Desta maneira, tornou-se possível visualizar qual o nível de conhecimento e qual a percepção de cada gestor sobre a temática em questão.

Tendo esta análise inicial finalizada, serão confrontadas as respostas do Bloco III (Informações sobre a Gestão de Custos na Empresa) com as respostas do Bloco II (Perfil das Empresas) e as do Bloco IV (Questões de conhecimento específico a Contabilidade e Análise de Custos) com os Blocos I (Perfil dos Respondentes) e Bloco II (Perfil das Empresas). Logo, foi apresentado em um tópico sequencial, os perfis primordiais constatados depois de todas as análises realizadas.

Por fim, foi procedida uma comparação com o trabalho de Souza et al. (2014) de forma abrangente, de todos os blocos, por critério de relevância. Esta análise se sustentará nos dados de média e percentagem contida nos dois trabalhos.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo será abordado a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa. O mesmo está dividido nos seguintes tópicos: i) caracterização do perfil dos respondentes, ii) caracterização do perfil das empresas dos representantes, iii) informações sobre a gestão de custos nas empresas, iv) conhecimento dos gestores acerca da contabilidade e análise de custos, v) análise das respostas com o perfil dos respondentes e das empresas, vi) perfis dominantes e vii) comparações do atual trabalho com o estudo anterior desenvolvido na cidade de Londrina/Pr.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DOS RESPONDENTES

Este tópico abordará a caracterização dos respondentes desta pesquisa. Inicialmente foi verificado o gênero e o cargo ocupado pelos respondentes, conforme Gráfico 1 e 2.

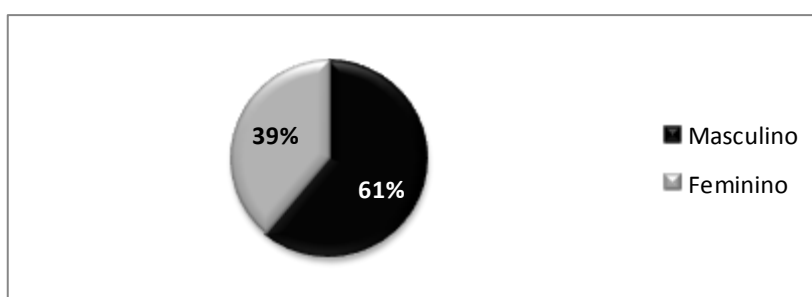


Gráfico 1 – Gênero dos Respondentes
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

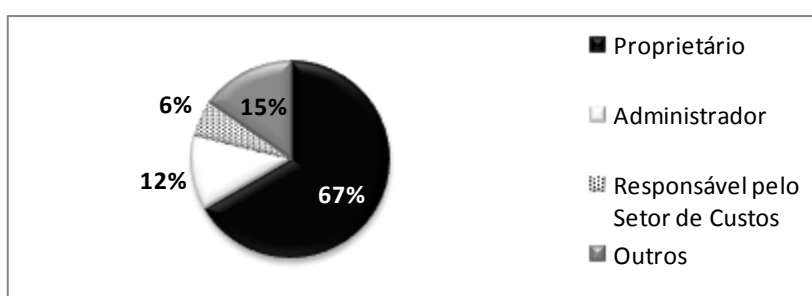


Gráfico 2 – Cargo ocupado pelos Respondentes
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Conforme o Gráfico 1, verifica-se que mais da metade dos respondentes tratou-se de público masculino, cerca de 61%. Fato que ao ser confrontado com o cargo de ocupação na empresa, conforme Gráfico 2, onde 67% dos respondentes são proprietários das indústrias, possibilita dizer que os números obtidos são congruentes com o estudo do SEBRAE (2014), onde é destacado que apesar da crescente imersão das mulheres empregadoras ou que trabalham por conta própria no atual mercado, estas ocupam apenas 18% neste contexto, enquanto os homens chegam a 29,2%.

Para os demais cargos ocupados pelos respondentes, é notável que o percentual de ocupantes do cargo de responsável pelo setor de custos é baixo. Realidade compatível com o estudo de Souza et al. (2014), onde foi constatado que as empresas não possuíam profissionais capacitados ou que desempenhem papéis específicos as necessidades da empresa.

Adicionalmente, foram apuradas as idades e formações acadêmicas dos respondentes, conforme gráfico 3 e 4.

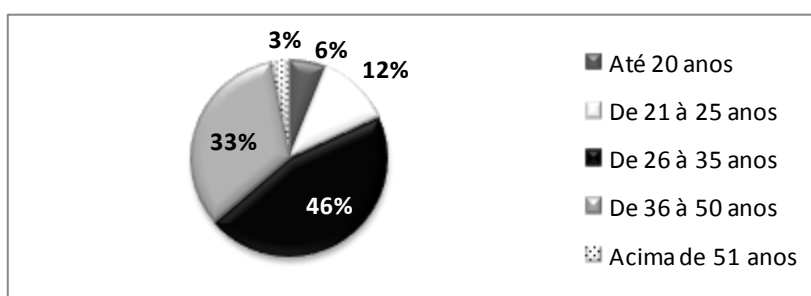


Gráfico 3 – Idade dos Respondentes

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

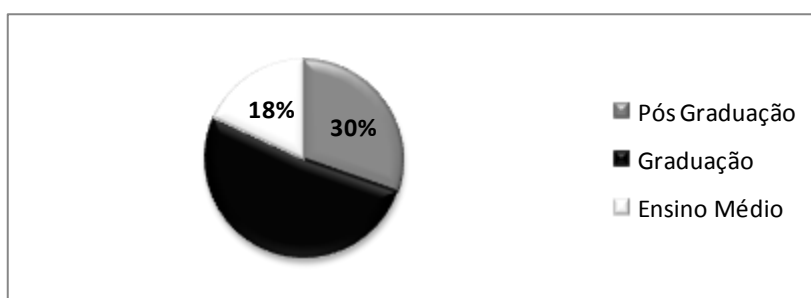


Gráfico 4 – Formação Acadêmica dos Respondentes

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados da pesquisa

Nestes dois gráficos é possível identificar que cerca de 52% dos respondentes possui alguma graduação e cerca de 30% com pós graduação. Este fato se relacionado com a faixa etária dos respondentes onde a maioria dos respondentes esta entre 26 e 51 anos é harmônico com o estudo realizado pelo SEBRAE entre 2002 e 2014, onde foi verificado que cerca de 90,8% dos empregadores enquadram-se na faixa etária de 25 a 64 anos.

Pode-se dizer também que uma vez os respondentes tratarem-se de proprietários(as), conforme Gráfico 2, estes possuem um nível de escolaridade muito bom, o que sugere a uma concepção maior quanto à conhecimentos específicos, sejam os mais diversos possíveis e uma provável busca por qualificação.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DAS EMPRESAS DOS RESPONDENTES

Tendo definido o perfil dos respondentes, apresenta-se as principais características encontradas nas empresas.

Em primeira instância, esclarece-se que das três microrregiões do sudoeste abordadas neste trabalho, houve maior participação da microrregião de Pato Branco, onde o número de respostas foi quase que total ao da amostra encaminhada, conforme se constata no Gráfico 5.

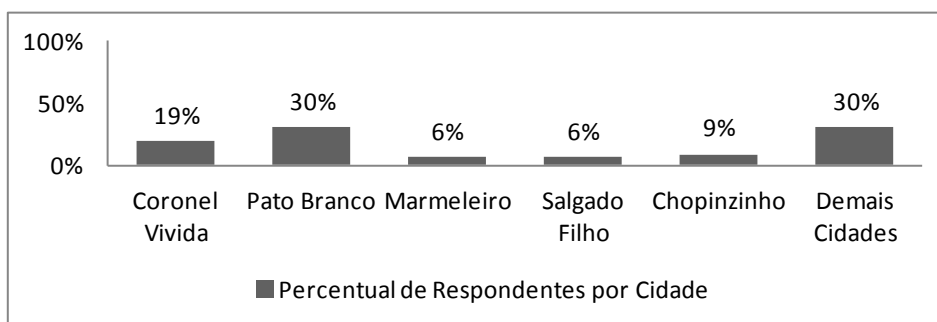


Gráfico 5 – Principais Cidades dos Respondentes
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Ainda, no Gráfico 5, esclarece-se ainda que foi definido para o percentual de “demais cidades” todas aquelas onde foi obtido apenas uma resposta, desta maneira encontram-se agrupadas dez cidades.

Sequencialmente, foi verificado o ano de início das atividades das empresas, conforme Gráfico 6.

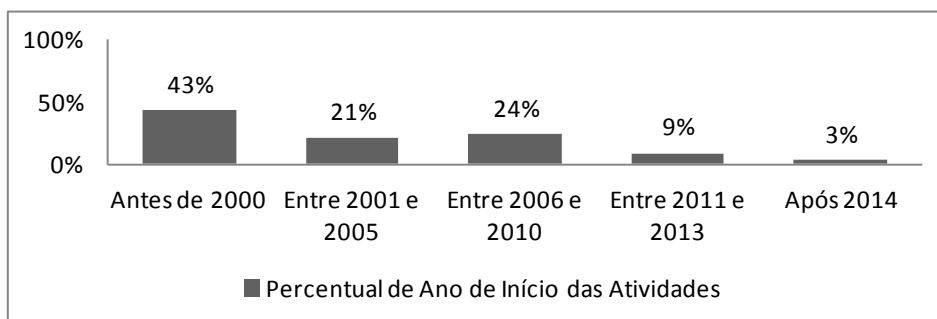


Gráfico 6 – Ano de Início das Atividades das Empresas
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

No Gráfico 6 é possível identificar certa dispersão quanto ao ingresso das mesmas no mercado. Porém observa-se que a maioria das empresas está no mercado antes do ano 2000 ou entre 2001 e 2005, ou seja, conforme Souza et al. (2014), estas já se consolidaram no contexto empresarial. Para as demais empresas, pela concepção mais superficial de Souza et al. (2014), estas ainda estão buscando seu espaço, o que afeta diretamente no sistema de gestão da empresa, em contrapartida, precisa-se saber qual o porte destas empresas para então se obter uma opinião mais coerente.

Deste modo, é necessário identificar o porte destas empresas, conforme explanado no Gráfico 7.

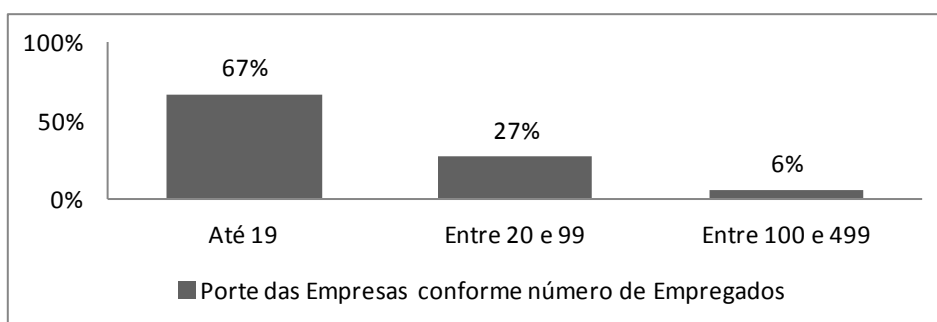


Gráfico 7 – Porte das Empresas
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Complementando a interpretação do Gráfico 6, pode-se dizer que quase 70% dos respondentes possuem microempresas, ou seja, contrapondo com o tempo de mercado, confirma-se o fato de que mais da metade destas empresas já

conquistaram seu espaço, visto que pelo estudo do SEBRAE (2013), as microempresas possuem falência de 24% nos dois primeiros anos de existência.

Pode-se verificar também que dentro das três microrregiões do sudoeste analisadas, nenhuma é de grande porte e que o percentual de pequeno e médio porte se somados chegam a apenas 33%. Dados condizentes com o estudo realizado pelo SEBRAE (2005), onde é possível identificar que a variação percentual das micro e pequenas indústrias da região Sul comparada à variação percentual das médias e grandes indústrias da uma diferença de cerca de 68%.

Sucessivo a este evento, é interessante contrastar estes dados com o comando da empresa, conforme explicito no Gráfico 8.

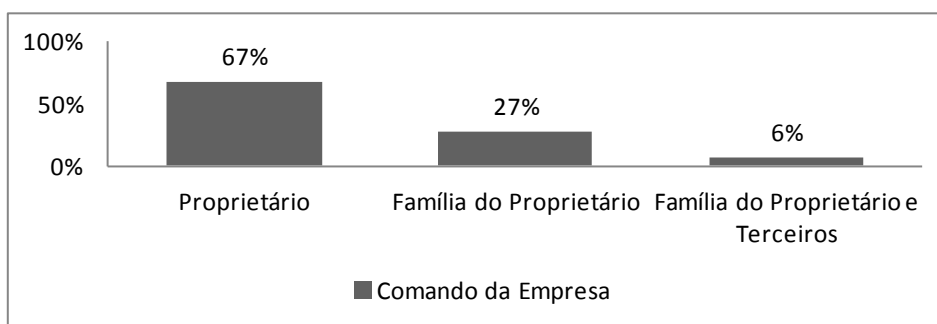


Gráfico 8 – Comando da Empresa
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Observa-se que a maior parte das empresas é comandada apenas pelo proprietário ou por ele e sua família. Deste modo, ao confrontar os dados do Gráfico 8 com as do Gráfico 7, é possível identificar um estilo de gestão familiar. Observa-se também este modelo de gestão pode interferir no quadro de perguntas específicas a custos, uma vez que por serem em grande maioria microempresas, os proprietários podem não possuir conhecimentos suficientes para a interpretação de todos os dados singulares bem como não possuir funcionários capacitados a função de controle e gerenciamento de custos (conforme abordado no capítulo 2.2 e no constatado no Gráfico 2).

4.3 INFORMAÇÕES SOBRE A GESTÃO DE CUSTOS NAS EMPRESAS

Evidenciados os perfis dos respondentes, bem como o perfil das empresas, apresenta-se a análise obtida através do instrumento de pesquisa sobre a forma com que a gestão dos custos é tratada na empresa bem como qual a importância dada pelos respondentes aos atributos que a ferramenta de custos proporciona para as empresas.

Deste modo, primeiramente identificou-se qual o percentual de utilização dos métodos ou sistemas de custos utilizados pelas empresas e qual o grau de relevância dada pelo respondente quanto a se possuir ou não um método ou sistema de custos nas mesmas. Estes dados estão elucidados nos Gráficos 9 e 10.

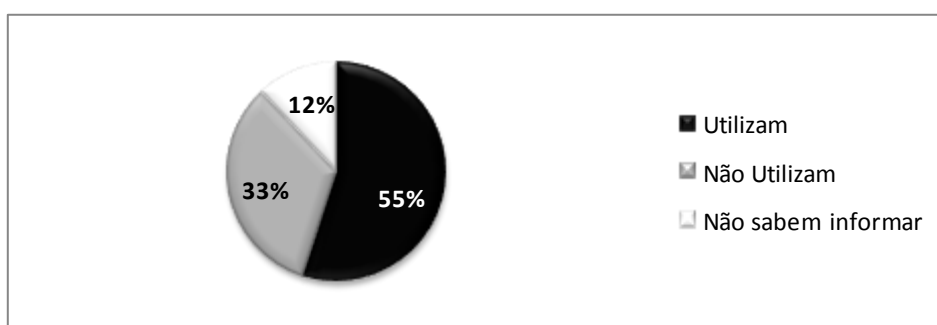


Gráfico 9 – Utilização de algum Método ou Sistema de Custos pelas Empresas
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

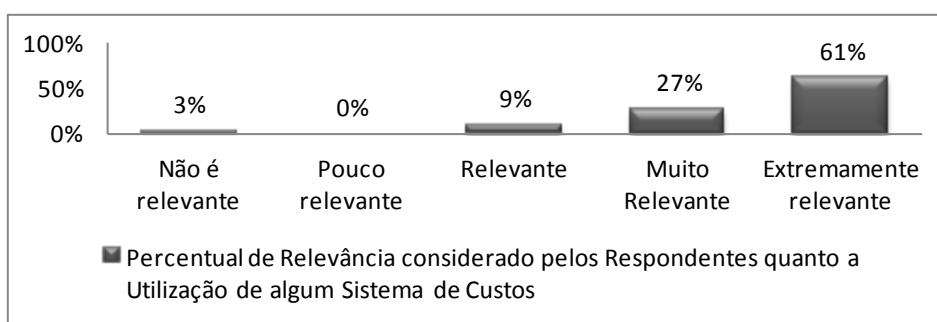


Gráfico 10 – Grau de Relevância quanto à utilização de algum Método ou Sistema de Custos pelas Empresas
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

A partir da análise dos dados, é possível dizer que 55% das empresas possuem um método ou sistema de custos. Porém, os 33% representados por aquelas que não possuem nenhum tipo de método ou sistema de custos é preocupante, visto que independentemente do porte da empresa, tratando-se de

uma indústria, é importante fazer uso de uma ferramenta que seja capaz de determinar pelo menos qual o custo de produção. Em contrapartida, cerca de 97% dos respondentes consideram que ter um método ou sistema de custos é relevante para a empresa.

Posteriormente foi solicitado aos respondentes que informassem se utilizavam informações de custo para formar o preço de venda e que determinassem qual o grau de importância atribuíam a utilizar este tipo de informação ao formar preços aos seus produtos (conforme Gráfico 11 e 12).

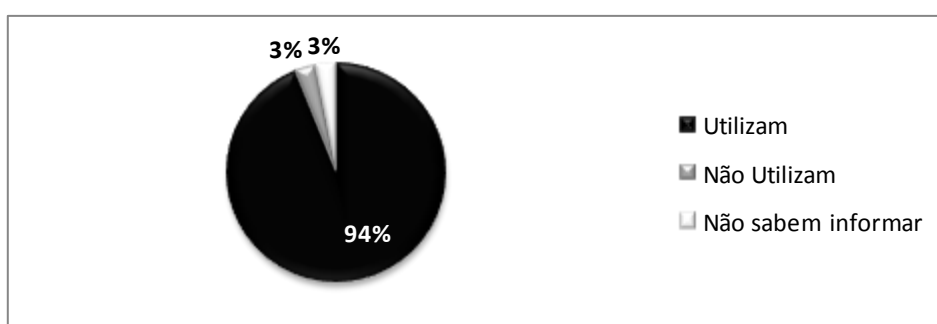


Gráfico 11 – Utilização de Informações de Custos para Formação de Preço de Venda
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

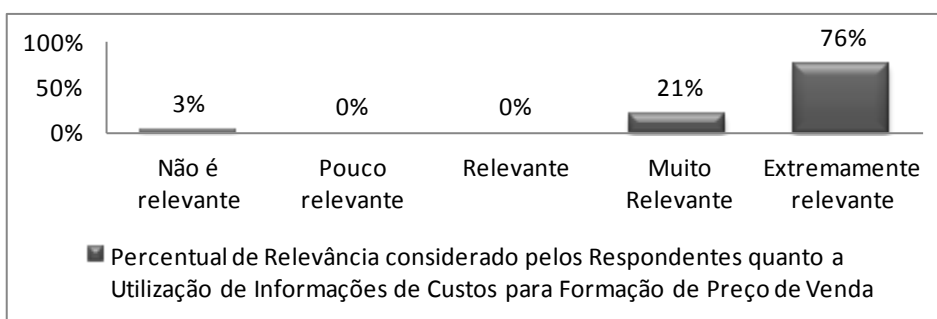


Gráfico 12 – Grau de Relevância quanto à Utilização de Informações de Custos para Formação de Preço de Venda
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Nesta pergunta foi possível identificar que mesmo com um percentual relativo para as empresas que não possuem nenhum tipo de método ou sistema de custos, cerca de 94% informaram que fazem uso de informações de custos para formar o preço de venda. Esta análise confirma o estudo de Ferreira et al. (2013), onde foi constatado que as empresas tomam decisões não fundamentadas e desta forma, intuitivas. Quanto ao grau de relevância, como visto no Gráfico 12, o percentual de relevância foi de 97%, ou seja, considerado importante pelos respondentes.

Dando ordem a obter dados a gestão de custos das empresas, foram perguntados aos respondentes sobre as margens dos produtos. Dados explícitos no Gráfico 13 e 14.

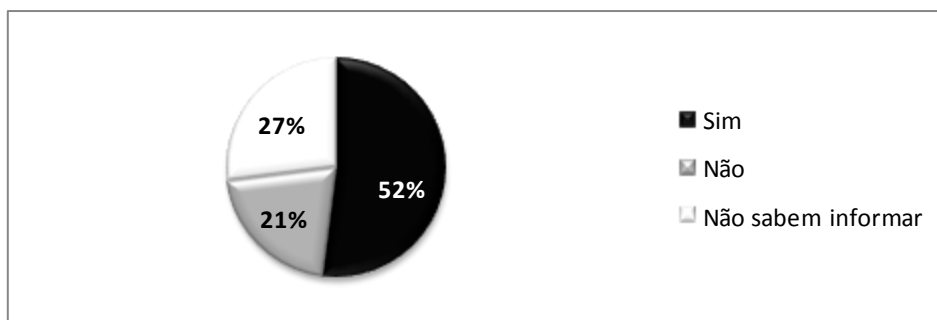


Gráfico 13 – Capacidade de apuração das Margens por Produto pelos Gestores
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

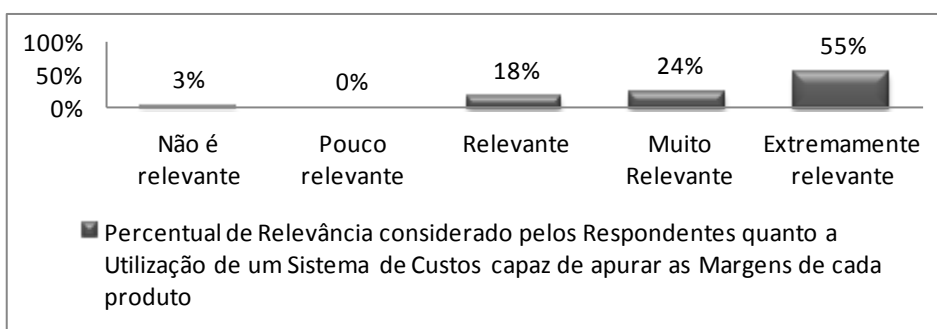


Gráfico 14 – Grau de Relevância quanto à apuração de Margens
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Conforme os dados analisados é possível observar que a maioria das empresas possuem um método ou sistema capaz de apurar as margens por produto. Porém observa-se que o percentual dos respondentes que não sabem informar, somados aos que possuem um método não é capaz de apurar as margens dos produtos, formam o valor de 48%, aproximando-se dos que afirmam conseguir este tipo de informação através da ferramenta utilizada. Desta maneira, vê-se que esta pergunta afunilou o conhecimento e as funcionalidades dos métodos e sistemas de custos utilizados. Tanto que apesar de também 97% dos respondentes considerarem importante saber as margens dos produtos, identifica-se a maior dispersão de concordância entre as perguntas deste bloco.

Estreitando ainda mais a busca de informações foram perguntados aos respondentes sobre a informação de Ponto de Equilíbrio de Margem de Segurança (conforme Gráfico 15 e 16).

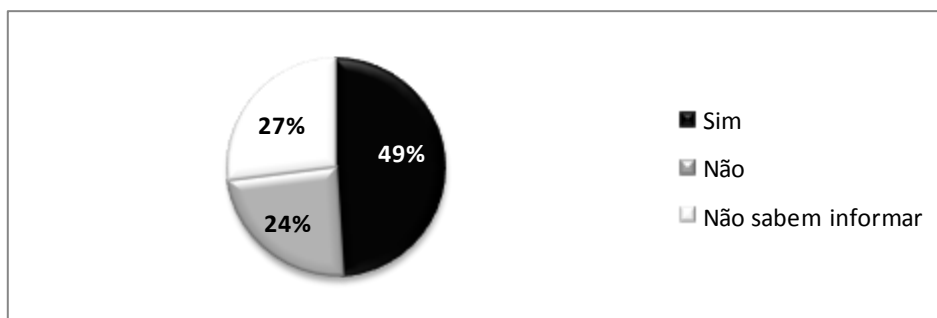


Gráfico 15 – Capacidade de apuração de Ponto de Equilíbrio e Margem de Segurança
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

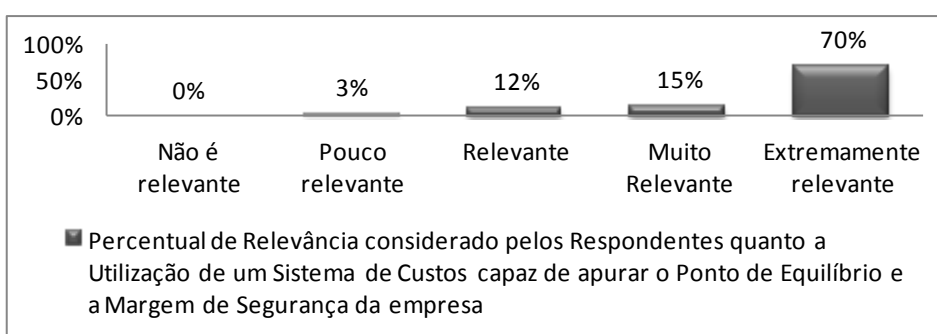


Gráfico 16 – Grau de Relevância na apuração de Ponto de Equilíbrio e Margem de Segurança
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Nesta indagação se repete o ocorrido na pergunta anterior. Observa-se que apesar de 49% dos respondentes informarem que conseguem apurar seu ponto de equilíbrio e sua margem de segurança, o percentual de empresas que não conseguem ou não sabem informar, chega a 51%, ou seja, há um déficit das empresas quanto ao saber estes significativos dados.

Assim, de forma geral, pode-se dizer que a gestão de custos das empresas esta ponderada, pois apesar de 55% das empresas possuírem algum método ou sistema de custos (conforme Gráfico 9), estes não estão atendendo a necessidades que deveriam ser consideradas primordiais para a continuidade destas empresas.

4.4 CONHECIMENTO DOS GESTORES ACERCA DA CONTABILIDADE E ANÁLISE DE CUSTOS

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos pela pesquisa. Os dados das 33 empresas serão tratados de forma estatística, possibilitando verificar

quais os conhecimentos dos gestores acerca da contabilidade e análise de custos. Inicialmente, foi feita uma descrição dos dados alcançados e na sequência uma análise através das médias e desvios padrões mais expressivos.

4.4.1 Análise dos Resultados por meio da Estatística Descritiva

Na primeira etapa da análise dos resultados, a Tabela 1 apresenta o total de respostas por questão (Q) de acordo com a escala *Likert* adotada neste trabalho sendo CT para Concordo Totalmente, CP para Concordo Parcialmente, D para Discordo, DT para Discordo Totalmente e DE para Desconheço.

Tabela 1 – Estatística descritiva da pesquisa

Questões	CT		CP		D		DT		DE	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Q1	20	61%	13	39%	0	0%	0	0%	0	0%
Q2	26	79%	6	18%	0	0%	0	0%	1	3%
Q3	8	25%	12	36%	0	0%	1	3%	12	36%
Q4	25	76%	5	15%	1	3%	0	0%	2	6%
Q5	16	49%	10	30%	2	6%	1	3%	4	12%
Q6	17	52%	5	15%	3	9%	1	3%	7	21%
Q7	26	79%	5	15%	0	0%	1	3%	1	3%
Q8	14	43%	10	30%	3	9%	1	3%	5	15%
Q9	12	36%	7	21%	0	0%	0	0%	14	43%
Q10	4	12%	3	9%	6	18%	15	46%	5	15%
Q11	11	34%	9	27%	6	18%	4	12%	3	9%
Q12	31	94%	1	3%	1	3%	0	0%	0	0%

Fonte: Elaboração com base em Souza et al. (2014) e aos dados da atual pesquisa

Na análise descritiva, para a Q1 (Custos são todos os gastos relativos a um bem utilizado na produção de outros bens ou serviços) e a Q2 (Custos variáveis são os custos que alteram de acordo com a produção ou a quantidade de trabalho), foram dadas afirmativas verdadeiras, onde se conceituou custos como um todo e custos variáveis respectivamente. Nestas perguntas as opções de concordo totalmente e concordo parcialmente somaram para a Q1 um índice de 100% e para

a Q2 um índice de 99%, onde para esta última foi observado que um dos respondentes desconhecia sobre o assunto. Desta forma, isto possibilita dizer que a maioria dos gestores possui uma ideia geral sobre a temática custos bem como sobre custos variáveis.

Já na Q3 (O método de Custeio Baseado em Atividades (ABC) aborda os custos diretos e indiretos de serviços prestados), foi dada uma afirmativa falsa, onde abordou-se o custeio ABC como aquele que aborda custos diretos e indiretos nos serviços prestados. A maioria dos respondentes concordou com esta afirmativa, e novamente apenas um detalhou desconhecer sobre o assunto. Estes resultados proporcionam dizer que o conhecimento com relação a este tipo de método é nulo, ou seja, os gestores não possuem percepções congruentes com os conceitos.

Para a Q4 (Custos logísticos são todos os custos relacionados com a logística da minha empresa, ex.: armazenagem, transporte, etc), Q5 (Custos indiretos são todos os recursos consumidos pela empresa que não estão diretamente relacionados com o produto/serviço) e Q6 (A margem de contribuição e o resultado do preço de venda de um produto/serviço após diminuir os custos e despesas variáveis), foram colocadas afirmativas verdadeiras, onde abordou-se conceitos de custos logísticos, custos indiretos e margem de contribuição respectivamente.

Logo, na Q4, observa-se que os respondentes condizem, pois ou concordam totalmente ou concordam parcialmente, ficando com um percentual de apenas 9% para os que discordam ou que desconhecem sobre o assunto. Todavia, na Q5 os respondentes possuem opiniões mais distanciadas, onde 49% concordam totalmente e 30% concordam parcialmente. Deste modo, os respondentes que discordam, discordam totalmente e desconhecem somam 21%, o que possibilita dizer que o conhecimento tido sobre custos indiretos esta dividido. O que acontece na Q5 se repete na Q6, porém é possível visualizar que em grande maioria, os respondentes conhecem sobre margem de contribuição. Desta forma, é possível dizer que no geral, os respondentes possuem certo conhecimento sobre os determinados assuntos abordados nestas três questões.

Na Q7 (Custos fixos são todos os custos relacionados diretamente com a atividade da empresa), abordou-se uma afirmativa falsa quanto ao conceito de custos fixos. Nesta questão observou-se que cerca de 94% dos gestores concordaram com a afirmativa e que são desconhecedores sobre este conceito.

Nas questões Q8 (Ponto de equilíbrio é quando o total da receita é igual ao total dos custos e despesas) e Q9 (O método custeio por absorção envolve todos os custos, sejam eles fixos ou variáveis envolvidas na produção dos bens/serviços), as afirmativas verdadeiras sobre ponto de equilíbrio e custeio por absorção foram bastante dispersas. Apesar de possuírem um índice de concordo totalmente e concordo parcialmente maiores que as demais opções, foi constatado o maior índice de desconhecimento sobre o assunto do sistema de custos por absorção. Isto remete que como na Q3 (O método de Custeio Baseado em Atividades (ABC) aborda os custos diretos e indiretos de serviços prestados), os sistemas ABC e absorção não possuem informações acessíveis e fidedignas para os usuários.

Entretanto, na Q10 (Custeio variável é um método que consiste somente na apuração de custos fixos excluindo os custos variáveis) quando dado um conceito errôneo sobre o custeio variável, observou-se que os respondentes possuem um certo conhecimento sobre este método, uma vez que foi somado um índice de 64% que discordaram ou discordaram totalmente da afirmativa.

Já na Q11 (Custos diretos são todos os custos que não alteram independente da quantidade produzida), onde foi abordado um conceito de custos diretos incorreto, é possível observar que os respondentes possuem opiniões diversas e não dominam assuntos relacionados a este termo.

Assim sendo, para a última questão abordada neste bloco, a Q12 (Conhecer sobre custos colabora com o desenvolvimento da empresa, pois auxilia nas tomadas de decisões gerenciais) colocou uma afirmativa dizendo que ter conhecimento sobre custos ajuda no desenvolvimento da empresa e auxilia a mesma em suas tomadas de decisão. O resultado obtido foi o maior do nível de escala *Likert*. Este resultado possibilita dizer que a temática custos é considerada importante pelos respondentes.

Acrescentando a análise desta pesquisa, foram utilizadas ferramentas como a média obtida na escala *Likert* e desvio padrão das respostas. Estes instrumentos contribuirão para de um modo geral observar qual é a percepção concebida pela maioria dos gestores.

Por fim, após a análise do conjunto de perguntas, pode-se dizer que os respondentes possuem conhecimentos superficiais quando a temática é contabilidade e análise de custos, pois, quando questionados sobre conceitos mais simples, as respostas são positivas à veracidade das informações, quando

questionados sobre conceitos mais complexos e específicos há maior índice de incoerência e divergência de respostas.

4.4.2 Análise dos Resultados por meio de Média e Desvio Padrão

Os dados obtidos com as respostas do bloco específico a temática custos foram convertidos em valores que deram origem a média e ao desvio padrão por questão da escala *Likert* utilizada. Estes dois mecanismos foram utilizados com o objetivo principal de identificar qual o nível de predominância e qual a variabilidade das respostas de forma individual. Isto possibilitará dizer qual é a harmonização dos diferentes gestores sob a informação disponibilizada.

Tabela 2 – Análise do conhecimento por meio de média e desvio padrão

Nº Questão	Questões sobre Custos - Instrumento de Pesquisa	Média	Desvio Padrão
1	Custos são todos os gastos relativos a um bem utilizado na produção de outros bens ou serviços.	4,61	0,50
2	Custos variáveis são os custos que alteram de acordo com a produção ou a quantidade de trabalho.	4,70	0,77
3	O método de Custeio Baseado em Atividades (ABC) aborda os custos diretos e indiretos de serviços prestados.	3,09	1,70
4	Custos logísticos são todos os custos relacionados com a logística da minha empresa, ex.: armazenagem, transporte, etc.	4,67	0,82
5	Custos indiretos são todos os recursos consumidos pela empresa que não estão diretamente relacionados com o produto/serviço.	4,00	1,35
6	A margem de contribuição é o resultado do preço de venda de um produto/serviço ap[os diminuir os custos e despesas variáveis	3,73	1,63
7	Custos fixos são todos os custos relacionados diretamente com a atividade da empresa.	4,64	0,90
8	Ponto de equilíbrio é quando o total da receita é igual ao total dos custos e despesas.	3,82	1,42
9	O método custeio por absorção envolve todos os custos, sejam eles fixos ou variáveis envolvidas na produção dos bens/serviços.	3,09	1,86
10	Custeio variável é um método que consiste somente na apuração de custos fixos excluindo os custos variáveis.	2,70	1,26
11	Custos diretos são todos os custos que não alteram independente da quantidade produzida.	3,64	1,32
12	Conhecer sobre custos colabora com o desenvolvimento da empresa pois auxilia nas tomadas de decisões gerenciais.	4,91	0,38
Total		3,97	1,16

Fonte: Elaboração com base em Souza et al. (2014) e aos dados da atual pesquisa

Logo, ao analisar a Tabela 2, é possível verificar que a média geral das 12 perguntas abordadas no bloco IV foi de 3,97, ou seja, variando entre a escala 3 (Discordo) e a escala 4 (Concordo Parcialmente). Se arredondarmos o índice, vemos que a maioria das respostas está na escala *Likert* de 4 pontos, onde os respondentes concordam parcialmente com as afirmativas que lhes foram expostas.

A afirmativa que conseguiu a maior média de respondentes condizentes com o conteúdo na questão mas que também pode ser entendida como senso comum ou de opinião, foi a Q12 (Conhecer sobre custos colabora com o desenvolvimento da empresa, pois auxilia nas tomadas de decisões gerenciais). Esta chegou a cerca de 4,91, ou seja, próximo a escala *Likert* de 5 pontos (concordo totalmente) e fechou com a menor variabilidade de respostas, pois apresentou um desvio padrão de 0,38. O mesmo acontece com a Q1 (Custos são todos os gastos relativos a um bem utilizado na produção de outros bens ou serviços), onde é possível verificar 4,61 de média e apenas 0,50 de desvio padrão. Estes dados remetem a um conhecimento mais homogêneo entre os respondentes.

Em contrapartida, ao analisarmos a Q3 (O método de Custeio Baseado em Atividades (ABC) aborda os custos diretos e indiretos de serviços prestados) e Q9 (O método custeio por absorção envolve todos os custos, sejam eles fixos ou variáveis envolvidas na produção dos bens/serviços), onde as afirmativas eram verdadeira e falsa respectivamente, visualiza-se que estas apresentaram médias iguais, onde na escala *Likert* de 3 pontos, há maior discordância das afirmativas. Ainda, observa-se que estas questões apresentaram o maior índice de variabilidade, chegando a quase 2,00.

Deste modo, é possível dizer que os respondentes possuem um conhecimento disperso quando a temática e método ou sistema de custeio ABC e absorção, o que não acontece na Q10 (Custeio variável é um método que consiste somente na apuração de custos fixos excluindo os custos variáveis), onde verifica-se um antagonismo ao que superficialmente se concluía. Apesar da objetividade exposta na afirmativa falsa, é possível verificar o conhecimento dos respondentes quanto ao método ou sistema variável, onde a média atingida foi de 2,70 e o desvio padrão de 1,26. Estes valores possibilitam a compreensão de que a maioria dos respondentes verificou que a questão apresentava dados errôneos, e das 4 questões falsas expostas no Bloco IV, a Q10 foi a que melhor apontou média condizente com o que foi relatado.

Sequencialmente se comparadas a Q10 (Custeio variável é um método que consiste somente na apuração de custos fixos excluindo os custos variáveis) com a Q2 (Custos variáveis são os custos que alteram de acordo com a produção ou a quantidade de trabalho), onde foi exibida uma informação correta sobre custos variáveis, denota-se que a Q2 é congruente com a Q10. Observa-se que a Q2 obteve a segunda melhor média e fica em terceiro quanto à variabilidade de respostas.

Quando expressos as informações sobre custo indireto e custo direto, afirmativa verdadeira e falsa respectivamente, a Q5 (Custos indiretos são todos os recursos consumidos pela empresa que não estão diretamente relacionados com o produto/serviço) e Q11 (Custos diretos são todos os custos que não alteram independente da quantidade produzida), mostram média 4,00 e 3,64 e desvios padrões relativamente altos e parecidos, sendo 1,35 e 1,32 respectivamente. Deste modo é possível verificar que o conhecimento compreendido pelos respondentes é em média compatível, porém que há muita dúvida quanto ao conceito destes termos.

Isto ocorre também na Q7 (Custos fixos são todos os custos relacionados diretamente com a atividade da empresa), afirmativa falsa que obteve um índice próximo a escala *Likert* de 5 pontos, ou seja, os respondentes não dominam a temática custos fixos.

Na Q4 (Custos logísticos são todos os custos relacionados com a logística da minha empresa, ex.: armazenagem, transporte, etc), observa-se que em grande maioria os respondentes possuem conhecimento sobre o assunto, pois apresentam cerca de 4,70 de média.

Já na Q6 (A margem de contribuição é o resultado do preço de venda de um produto/serviço após diminuir os custos e despesas variáveis) e na Q8 (Ponto de equilíbrio e quando o total da receita é igual ao total dos custos e despesas), quando abordados conceitos verdadeiros de margem de contribuição e ponto de equilíbrio, sugere-se que os respondentes não possuam conhecimento sobre estes termos. Vê-se que a média ficou em 3,73 e 3,82 respectivamente, ou seja, a um nível de escala *Likert* discordante das afirmativas.

A partir desta análise sugere-se que de forma geral, os respondentes possuem níveis de concordância parciais com as afirmativas, podendo esta ser correta ou incorreta.

4.5 ANÁLISE DAS RESPOSTAS COM O PERFIL DOS RESPONDENTES E DAS EMPRESAS

Nesta seção serão relacionado inicialmente os Blocos I e II de perfil dos respondentes e perfil das empresas, respectivamente, com o Bloco IV, das questões de conhecimento específico a Contabilidade e Análise de Custos e na sequência, serão confrontadas as informações do bloco III com as do bloco II, ou seja, da gestão de custos na empresa com o perfil destas. Esta relação de dados busca fornecer algumas informações de forma coletiva que proporcionem uma análise mais estruturada e abrangente.

4.5.1 Relação das Informações dos Blocos I (Perfil dos Respondentes) e II (Perfil das empresas) com às do Bloco IV (Questões de conhecimento específico a Contabilidade e Análise de Custos)

Ao analisar as médias obtidas por questão, observa-se que grande parte dos respondentes possuem conhecimentos similares e que o percentual de concordantes e discordantes por afirmativa é equilibrado. De forma mais simples, ou são conhecedores do assunto ou são leigos.

Adicionalmente constata-se que este público é geralmente masculino, com idades entre 26 e 35 anos, graduados e proprietários das empresas. Quando estas informações são complementadas pelas características das empresas, vê-se que tratam-se de microempresas já consolidadas no mercado.

Estes dados remetem a dedução de que o público feminino é a principal determinante nas dispersões encontradas, pois a uniformidade de respostas obtidas vem da maioria, ou seja, público masculino. Na mesma média, verifica-se que como a maioria dos respondentes disse ser proprietário das empresas e que o comando parte destes, há uma gestão primordialmente masculina com algumas concepções divergentes da feminina.

Deste modo, esta análise possibilita dizer que há elementos equivalentes e primordiais que regem as duas principais formas de gestão (masculina e feminina). Entretanto, conclui-se que a forma de gerir a empresa esta diretamente ligada ao gênero dos respondentes e ao comando da empresa a qual estes pertencem.

4.5.2 Relação das Informações do Bloco II (Perfil das empresas) com às do Bloco III (Informações sobre a Gestão de Custos na Empresa)

Tendo em vista os resultados obtidos no Bloco II (Perfil das empresas), observa-se que a maioria das empresas tratam-se de microempresas consolidadas e comandadas primordialmente pelo proprietário ou proprietário e família. Este fato remete-se a uma caracterização de empresas com elementos familiares, onde muitas vezes não há uma hierarquia pré-determinada e as decisões são tomadas por uma só pessoa, neste caso, o proprietário.

Deste modo, entende-se e se aceita melhor a forma com que a gestão de custos é feita pelas empresas incorporadas a amostra. Conforme já explicitado anteriormente, grande parte destas empresas declara utilizar algum método ou sistema de custos e a usarem informações dos custos para formar o preço de venda.

Todavia, na sequência é identificado que o método ou sistema de custo utilizado pelas empresas não é capaz de apurar as margens dos produtos, nem ponto de equilíbrio e muito menos a margem de segurança da empresa. Logo, se relacionarmos também estas informações com o bloco IV, vê-se que nas perguntas específicas a estes conceitos, os respondentes não demonstraram conhecimento sobre estes termos.

Desta maneira a gestão se caracteriza como ineficiente, pois, trabalha com dados com um nível de confiabilidade baixo onde as tomadas de decisões não possuem embasamento necessário para uma efetiva continuidade das atividades econômico financeiras da empresa.

Assim tem-se uma gestão compatível ao principal perfil de empresas identificado, visto que esta possui características peculiares a funções desempenhadas e ao modo que se determina as futuras ações das empresas.

4.6 PERFIS PREDONDERANTES

A partir da apresentação das relações entre os Blocos de perguntas feitas com o perfil dos respondentes, mesmo tendo concluído que o nível de conhecimento entre estes é paralelo, ainda é válido complementar esta análise com apontamentos de perfis que se ressaltam a partir das particularidades das respostas e de acordo com cada elemento característico do Bloco I (Perfil dos Respondentes).

Deste modo, analisa-se as médias por questão de acordo com gênero, idade, formação acadêmica e cargo ocupante dos respondentes.

Ao analisar as médias com a variável gênero, conforme Tabela 3, observa-se que o público masculino foi o que mais se aproximou da veracidade das informações. Observou-se que independentemente da complexidade das questões, se aproximarmos as médias do gênero masculino com os parâmetros da escala *Likert* utilizada por esta pesquisa, cerca de 66,67% das médias foram favoráveis para os respondentes pertencentes a este público, quando que apenas 33,33% das perguntas obtiveram maior média para o público feminino.

Tabela 3 – Análise do conhecimento com a variável gênero

Gênero / Questões	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
Masculino	4,60	4,65	2,80	4,65	3,85	3,85	4,50	3,85	3,30	2,45	3,40	4,95
Feminino	4,62	4,77	3,54	4,69	4,23	3,54	4,85	3,77	2,77	3,08	4,00	4,85
Média Total de Gênero	4,61	4,70	3,09	4,67	4,00	3,73	4,64	3,82	3,09	2,70	3,64	4,91

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Com o exame das médias da variável idade, conforme Tabela 4, constata-se que as respostas mais coerentes com a veracidade expressa nas perguntas, foram às encontradas na opção de idade acima de 51 anos. Lembra-se que apesar de apenas um respondente ter se classificado nesta faixa etária, foi o que mais demonstrou ter conhecimento com a temática custos. Logo, esclarece-se que a segunda faixa etária mais provedora de conhecimento é a de 26 a 35 anos, com 15 respondentes.

Tabela 4 – Análise do conhecimento com a variável idade

Idade / Questões	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
Até 20 anos	4,50	5,00	3,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,50	5,00	4,50	4,00	4,00
De 21 a 25 anos	4,75	4,75	3,50	4,75	4,00	3,75	5,00	4,75	3,00	2,75	3,50	5,00
De 26 a 35 anos	4,60	4,80	3,00	4,80	3,87	3,60	4,53	3,80	2,87	2,80	3,53	4,93
De 36 a 50 anos	4,64	4,45	2,91	4,55	4,09	3,91	4,55	3,27	2,91	2,27	3,64	5,00
Acima de 51 anos	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00
Média Total de Idade	4,61	4,70	3,09	4,67	4,00	3,73	4,64	3,82	3,09	2,70	3,64	4,91

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Partindo para a análise dos respondentes devido a sua formação acadêmica, conforme Tabela 5, verifica-se que os respondentes que possuem pós-graduação sequenciados dos que possuem graduação são os que mais apresentam conhecimento quanto ao assunto contido em cada questão, pois, apontaram as melhores médias.

Tabela 5 – Análise do conhecimento com a variável formação acadêmica

Form. Acadêmica / Questões	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
Pós-Graduação	4,50	4,90	3,40	4,80	4,80	4,20	4,70	4,10	3,40	3,20	3,60	4,90
Graduação	4,65	4,53	3,06	4,59	3,65	3,65	4,47	3,82	2,76	2,35	3,65	5,00
Ensino Médio	4,67	4,83	2,67	4,67	3,67	3,17	5,00	3,33	3,50	2,83	3,67	4,67
Ensino Fundamental	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sem escolaridade	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Média Total de Escolaridade	4,61	4,70	3,09	4,67	4,00	3,73	4,64	3,82	3,09	2,70	3,64	4,91

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Já quando analisa-se o conhecimento dos respondentes de acordo com o cargo que ocupam nas empresas, conforme Tabela 6, percebe-se que os maiores conhecedores são os que ocupam o cargo de “responsáveis pelo setor de custos nas empresas”. Entretanto, somente dois dos respondentes se enquadram nesta função. Deste modo, o segundo grupo de respondentes que obteve a melhor média foi os que ocupam a função de proprietários das empresas.

Tabela 6 – Análise do conhecimento com a variável cargo ocupante na empresa

Cargo Ocupante / Questões	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
Proprietário	4,64	4,64	2,86	4,64	3,77	3,73	4,68	3,55	2,77	2,59	3,55	4,95
Administrador	4,50	5,00	4,00	4,75	4,25	3,75	4,75	3,75	2,50	3,00	4,00	5,00
Contador	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resp. Setor de Custos	4,50	5,00	3,50	5,00	5,00	4,00	3,50	4,50	5,00	3,00	3,50	5,00
Outro	4,60	4,60	3,20	4,60	4,40	3,60	4,80	4,80	4,20	2,80	3,80	4,60
Média Total de Ocupação de Cargos	4,61	4,70	3,09	4,67	4,00	3,73	4,64	3,82	3,09	2,70	3,64	4,91

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa

Assim, tendo analisado individualmente as informações dos perfis dos respondentes, conclui-se que os dois perfis preponderantes e condizentes com a contabilidade e análise de custos no cenário industrial de móveis da região sudoeste do Paraná, representados por ordem de maior média e de maior número de respondentes respectivamente, são: i) Masculino, com idade acima de 51 anos, pós-graduados e responsáveis pelo setor de custos; e ii) Masculino, com idade entre 26 a 35 anos, graduados e proprietários.

4.7 COMPARAÇÕES DO ATUAL TRABALHO COM O ESTUDO DESENVOLVIDO NA CIDADE DE LONDRINA/PR

Ao comparar o perfil dos respondentes do atual trabalho com o perfil encontrado no trabalho Souza et al. (2014), pode-se dizer que as características são basicamente as mesmas. Foi verificado que há a predominância de respondentes identificados como sendo os proprietários e de maioria do gênero masculino. Verifica-se apenas que no atual trabalho a maior parte dos respondentes possui graduação e esta predominantemente na faixa etária de 26 a 35 anos, enquanto no trabalho anterior a formação acadêmica dos respondentes é bem distribuída entre graduados, pós-graduados e ensino médio, onde também a faixa etária se equivale entre 25 a 35 anos e 36 a 50 anos.

Verificando-se o perfil das empresas, vê-se que este é equivalente para o anterior e atual trabalho. Grande parte das empresas são classificadas como

microempresas, já consolidadas e comandadas pelo proprietário. Deste modo, esta análise permite dizer que foi trabalhado nas duas pesquisas com públicos semelhantes que se distanciam apenas por localização geográfica, permitindo assim uma verificação mais estendida sobre a percepção dos respondentes quanto à temática custos.

Neste âmbito as semelhanças de respostas e as médias por questão encontradas, possuem valores similares. A proximidade de valores percebidos denota ao fato de que a caracterização da gestão das microempresas e o conhecimento de seus gestores é quase que a mesma. Houve apenas um variabilidade de repostas nas questões Q3 (O método de Custeio Baseado em Atividades (ABC) aborda os custos diretos e indiretos de serviços prestados) e Q7 (Custos fixos são todos os custos relacionados diretamente com a atividade da empresa). Constatou-se que os respondentes do estudo anterior possuem melhores informações quanto ao método ou sistema de custeio ABC e sobre custos fixos do que na atual pesquisa. Porém, esta circunstância não possui tamanha relevância em um, contexto geral.

Assim, de forma abrangente, é possível verificar que em ambos os estudos a percepção dos respondentes é uniforme, ou seja, mesmo tratando-se de outra região, as percepções são harmônicas.

Deste modo, pode-se dizer que mesmo que os respondentes considerem importante à temática custos, esta não é propagada da forma como deveria. Os respondentes possuem alguns conhecimentos substanciais, onde este evento vem a refletir diretamente no processo de obtenção de novos e verídicos conhecimentos e na possibilidade da utilização de ferramentas mais específicas que sejam capazes de melhorar o desenvolvimento de suas empresas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabe-se que muitos são os estudos que visam identificar o que deve ser feito, bem como qual as principais ferramentas que devem utilizadas pelas empresas para que estas consigam maximizar seus lucros e ao mesmo tempo consigam uma boa satisfação e avaliação por parte dos clientes. Souza et al. (2014) sugere que uma boa gestão leva ao sucesso empresarial.

Deste modo, esta pesquisa selecionou a temática custos como sendo uma das ferramentas gerenciais encontradas na literatura que auxiliam no processo de tomada de decisão. Logo, tendo evidenciado a significativa contribuição deste instrumento para o bom desenvolvimento atual e futuro das empresas, este estudo procurou também enfatizar que quando se fala de custos, estes vêm acompanhados de uma série de ramificações conceituais que não podem ser tratadas de forma individual, uma vez que uma decorre de outra.

É neste sentido que quando relacionamos a temática custos com as empresas, estes devem se adaptar de modo que venham a contribuir para o tipo de atividade da empresa bem como atender as primordialidades que estas apresentem no efetivo momento e que sejam condizentes com as expectativas futuras.

O objetivo geral desta pesquisa foi de verificar qual é a percepção dos gestores das indústrias de móveis da região sudoeste, acerca da contabilidade e análise de custos. Para que este objetivo fosse alcançado foram encaminhados questionários para as empresas que estavam dentro do critério estabelecido e definido no capítulo 3.

Deste modo, a fim de responder ao objetivo proposto, constatou-se que a temática custos ainda é suscetível a várias dúvidas entre os gestores. Estes apresentam conhecimentos superficiais e muitas vezes infundados. Desta maneira, na mesma medida que pouco que compreendem sobre custos, pouco contribuem para o êxito em suas atividades empresariais, uma vez que a gestão de custos na empresa não possui bases consistentes para que sejam tomadas decisões consistentes, tempestivas e concisas. Percebe-se que o conhecimento e o acesso aos instrumentos capazes de fornecer informações importantes, como margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança são relativamente baixos.

Observa-se também que mesmo variando a região geográfica da amostra, a percepção concebida pelos gestores é a mesma.

Logo, foi possível definir dois principais perfis preponderantes e condizentes com a veracidade das informações prestadas pelo instrumento de pesquisa para os respondentes do cenário industrial de móveis da região sudoeste do estado do Paraná. Constatou-se que o perfil que apresenta a melhor média de conhecimento à temática custos é de maioria público masculino, com idades acima de 51 anos, responsáveis pelo setor de custos e pós-graduados. O perfil que apresenta a melhor média de conhecimento relacionada com o maior número de respondentes é masculino, com idades entre 26 e 35 anos, proprietários e graduados. Esta análise permitiu esclarecer que o nível de escolaridade é a variável que mais influencia no conhecimento dos respondentes.

Por fim, esta pesquisa assume o mesmo papel descrito por Souza et al. (2014) em seu trabalho, onde este relata que no geral, o conhecimento admitido pelos empresários e gestores é insuficiente para manter o bom desempenho de suas atividades empresariais. Esta insuficiência afeta na situação financeira e econômica da empresa, onde é provável que sejam identificadas as pequenas e também grandes falhas de gestão. Ainda, para Souza et al. (2014), os principais motivos que levam os gestores a não possuir conhecimento são derivados do não investimento em qualificação profissional bem como de possíveis faltas de acessória contábil para maiores informações sobre os benefícios da utilização da contabilidade de custos na empresa.

REFERÊNCIAS

AGUIRRE, José F. de; MORAIS, Edilaine de; SAES, Elisângela S.; JUNQUEIRA, Luciana M. D.; SILVA, Paulo B. e. **A implementação dos sistemas de custeio como elemento de competitividade.** VII Congresso Brasileiro de Custos, 2000.

ALVES, Joseando S.; ROCHA, José S.; ALMEIDA, Sídia F. **A importância da estruturação dos custos e preços básicos de produtos no processo decisório em micros, pequenas e médias empresas: um estudo de caso na indústria de calçados em Campina Grande-PB.** IX Congresso Internacional de Custos, 2005.

BEUREN, Ilse M.; SOUSA de, Marco A. B.; RAUPP, Fabiano M. **Um estudo sobre a utilização de sistemas de custeio em empresas brasileiras.** Congresso Internacional de Custos, 2004.

BLEICHER, Cristian E.; FORCELLINI, Fernando A. **A definição do sistema de custeio, visando análise gerencial em pequenas e médias empresas: proposta de um método.** XIV Congresso Brasileiro de Custos, 2007.

CALLADO, Aldo L. C.; ALMEIDA, Moisés A.; CALLADO, Antônio A. C. **Gestão de custos em micros, pequenas e médias empresas: um perfil dos artigos publicados no Congresso Brasileiro de Custos.** IX Congresso Internacional de Custos, 2005.

CARARETO, Edson S.; JAYME, Geancarlo; TAVARES, Maristela P. Z.; SOARES, Edson; VALE, Vildomar P. do. **Gestão Estratégica de Custos: custos na tomada de decisão.** Revista de Economia da UEG, Anápolis (GO), Vol. 2, nº 2, JUL/DEZ-2006.

CARVALHO, Vania S. de.; SILVA, Aline M. C. da.; FÉLIX, Cláudia L.; GOMES, Josir S.; ALVES, Francisco J. dos S. **Gestão de custos e precificação: caso de estudo em uma empresa de pequeno porte de produção por encomenda.** XV Congresso Brasileiro de Custos, 2008.

COLAUTO, Romualdo D.; BEUREN, Ilse M.; ROCHA, Welington. **O custeio variável e o custeio-alvo como suportes às decisões de investimentos, no desenvolvimento de novos produtos.** IV Congresso USP, 2004.

COSTA, Daniel F. **O controle e a informação contábil nas pequenas empresas: um estudo na cidade de Formiga**. Três Corações, 2004.

Disponível em:< <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>.
Acesso em: jul. 2015.

DIENG, Mamadou; ARAUJO, Aneide O.; DINIZ, Josedilton A. **O Uso das Informações de Custos No Processo de Gestão Estratégica: um estudo empírico no setor hoteleiro da região metropolitana de Recife – PE**. V Congresso USP, 2005

FARIA, Ana Cristina de; BIO, Sérgio R. **Custos logísticos: discussão sob uma ótica diferenciada**. São Paulo, 2004.

FERREIRA, Ana Nubia V.; FERREIRA, Dalsiele A. dos S.; DUARTE, Maiara; CUNHA, Francisco Sérgio; CARMO, Carlos Roberto S.; LIMA, Igor Gabriel. **Estudo sobre a percepção dos empresários de Cajati/SP, acerca da utilização das informações contábeis como ferramenta para tomada de decisão**. Convibra, 2013.

FILHO, Carlos A. B.; SILVA, Marcus de V. D. da.; PESSOA, Naiula M. M.; PINHO, Ruth C. de S.; FREIRE, Fátima de S. **A Problemática da aplicação dos métodos de custos às microempresas brasileiras**. IV Congresso Brasileiro de Gestão Estratégica de Custos, 1997.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise T. **Métodos de pesquisa**. 1 ed. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009.

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

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MACIEL, David B.; ROCHA, José S.; ALMEIDA, Sídia F. **A importância dos custos e da formação do preço básico do produto na tomada de decisões em micros, pequenas e médias empresas: um estudo de caso numa indústria de confecções em Sanharó - PE**. IX Congresso Internacional de Custos, 2005.

MORAIS, Edilaine de.; SAES, Elisângela S.; JUNQUEIRA, Luciana M. D.; SILVA, PAULO B. e; AGUIRRE, JOSÉ F. de. **A implementação dos sistemas de custeio como elemento de competitividade**. VII Congresso Brasileiro de Custos, 2000.

MOTTA, Flávia G. **Fatores condicionantes na adoção de métodos de custeio em pequenas empresas: estudo multicase em empresas do setor metal-mecânico de São Carlos – SP**. 2000. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br>>. Acesso em: 28 abr. 2015

NUNES, Irene M. C. **Como instrumentalizar a pequena e média empresa no processo de tomada de decisão? Uma Contribuição ao Estudo da Gestão Empresarial**. V Congresso Brasileiro de Gestão Estratégica de Custos, 1998.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013.

SANTOS, A. R. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

SEBRAE, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Critérios de classificação de empresas: MEI – ME – EPP**. São Paulo, 2005.

SEBRAE, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. São Paulo, 2013

SEBRAE, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. São Paulo, 2014

SILVA, Edna Lúcia da S.; MENEZES, Estera M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Santa Catarina, 2005.

SOUZA, Marcos A. de; FONTANA, Fernando B.; BOFF, Caroline D. S. **Planejamento e controle de custos: um estudo sobre as práticas adotadas por empresas industriais de Caxias do Sul – RS**. X Congresso USP, 2010.

SOUZA, Luciane Regina B. de; VOESE, Simone B.; TEIXEIRA, Guilherme B.; BEZERRA, Cicero Aparecido. **A percepção dos empresários de micro e pequenas empresas acerca da contabilidade de custos**. XXI Congresso Brasileiro de Custos. Natal, 2014.

STROEHER, Angela Maria; FREITAS, Henrique. **O uso das informações contábeis na tomada de decisão em pequenas empresas.** São Paulo: Revista de Administração Eletrônica, 2008.

WERNKE, Rodney; BORNIA, Antonio C. **Considerações acerca da determinação do preço de venda orientativo em pequenas empresas varejistas.** VII Congresso Brasileiro de Custos, 2000.

APÊNDICE A – Requerimento das Associações Comerciais

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM BACHAREL EM CIÊNCIAS
CONTÁBEIS

Prezados Senhores(as),

A nossa acadêmica, Camila Balbinot, do curso de Bacharel em Ciências Contábeis, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Pato Branco, esta realizando seu Trabalho de Conclusão de Curso onde, esta engajada em uma pesquisa que procura obter dados a respeito da percepção dos gestores de indústrias de móveis da microrregião da cidade de Pato Branco – PR, com relação à contabilidade de custos.

Solicito, assim, a colaboração de V. Sas. para este estudo, no sentido de fornecer uma relação de indústrias de móveis associadas a esta associação comercial.

Todas as informações apresentadas serão tratadas como estritamente confidenciais, preservando-se a privacidade da fonte de informações e sem que haja qualquer prejuízo a esta entidade bem como as que estiverem vinculadas na relação que nos será repassada.

Ressalto que sua colaboração é de vital importância para o sucesso de minha aluna.

Estou a sua disposição na Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Pato Branco – Departamento de Ciências Contábeis para dirimir quaisquer dúvidas.

Atenciosamente,

Dr. Sandro Cesar Bortoluzzi

Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso

APÊNDICE B – Questionário de Pesquisa

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM BACHAREL EM CIÊNCIAS
CONTÁBEIS

Prezados Senhores(as),

Sou acadêmica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Pato Branco, no curso de Ciências Contábeis.

Orientanda do Prof. Dr. Sandro Cesar Bortoluzzi, estou engajada em uma pesquisa que procura obter dados a respeito da percepção dos gestores de indústrias de móveis da microrregião da cidade de Pato Branco – PR, com relação à contabilidade de custos. Solicito, assim, a colaboração de V. Sas. para este estudo, no sentido de responder este questionário.

Todas as respostas apresentadas neste questionário serão tratadas como estritamente confidenciais, preservando-se a privacidade da fonte de informações. Com relação à análise das respostas, os resultados serão apresentados de forma agregada de maneira a tornar impossíveis respostas individuais.

Desde já, agradeço sua colaboração, esta é de vital importância para o sucesso de meu trabalho.

Oportunamente terei o prazer em enviar-lhes os resultados desta pesquisa e estarei a sua disposição para quaisquer dúvidas pelo email que os envio este instrumento de pesquisa.

Atenciosamente
Camila Balbinot

BLOCO I - Perfil dos Respondentes	
PERGUNTA	OPÇÃO DE RESPOSTA
1- Gênero	Feminino
	Masculino.
2- Idade	Até 20 anos
	De 21 à 25 anos
	De 26 à 35 anos
	De 36 à 50 anos
	Acima de 51 anos
3- Maior Formação Acadêmica	Pós Graduação
	Graduação
	Ensino Médio
	Ensino Fundamental
	Sem escolaridade
4- Cargo Ocupante na Empresa	Proprietário
	Administrador
	Contador
	Resp. Setor de Custos
	Outros
BLOCO II - Perfil das Empresa	
PERGUNTA	OPÇÃO DE RESPOSTA
1- Cidade em que está situada	(Pergunta aberta)
2- Ano de Início das Atividades	Antes de 2000
	Entre 2001 e 2005
	Entre 2006 e 2010
	Entre 2011 e 2013
	Após 2014
3- Quantidade de Funcionários	Até 19
	Entre 20 e 99
	Entre 100 e 499
	Mais de 500
4- Comando da Empresa	Proprietário
	Família do Proprietário
	Família do Proprietário e parentes
	Família do Proprietário e terceiros
	Terceiros

BLOCO III - Informações sobre a Gestão de Custos na Empresa	
PERGUNTA	OPÇÃO DE RESPOSTA
1- A empresa utiliza algum Método ou Sistema de Custos	Sim
	Não
	Não sei
2- Grau de Importância atribuido a possuir um Método ou Sistema de Custos	1
	2
	3
	4
	5
3- A empresa utiliza informações de custos para formar o Preço de Venda	Sim
	Não
	Não sei
4- Grau de Importância atribuido a utilizar informações de custos para formar Preço de Venda	1
	2
	3
	4
	5
5- A empresa utiliza algum Método ou Sistema de Custos capaz de apurar os custos e as margens dos produtos	Sim
	Não
	Não sei
6- Grau de Importância atribuido a utilizar um Método ou Sistema de Custos capaz de apurar os Custos e as Margens dos produtos	1
	2
	3
	4
	5
7- O Método ou Sistema de Custos utilizado pela empresa é capaz de apurar o Ponto de Equilíbrio e a Margem de Segurança da empresa	Sim
	Não
	Não sei
6- Grau de Importância atribuido a utilizar um Método ou Sistema de Custos capaz de apurar o Ponto de Equilíbrio e a Margem de Asegurança da empresa	1
	2
	3
	4
	5

BLOCO IV - Questões de Conhecimento Específico a Contabilidade e Análise de Custos	
PERGUNTA	OPÇÃO DE RESPOSTA
1- Custos são todos os gastos relativos a um bem utilizado na produção de outros bens ou serviços.	CT, CP, D, DT, DE.
2- Custos variáveis são os custos que alteram de acordo com a produção ou a quantidade de trabalho.	CT, CP, D, DT, DE.
3- O método de Custeio Baseado em Atividades (ABC) aborda os custos diretos e indiretos de serviços prestados.	CT, CP, D, DT, DE.
4- Custos logísticos são todos os custos relacionados com a logística da minha empresa, ex.: armazenagem, transporte, etc.	CT, CP, D, DT, DE.
5- Custos indiretos são todos os recursos consumidos pela empresa que não estão diretamente relacionados com o produto/serviço.	CT, CP, D, DT, DE.
6- A margem de contribuição é o resultado do preço de venda de um produto/serviço após diminuir os custos e despesas variáveis	CT, CP, D, DT, DE.
7- Custos fixos são todos os custos relacionados diretamente com a atividade da empresa.	CT, CP, D, DT, DE.
8- Ponto de equilíbrio é quando o total da receita é igual ao total dos custos e despesas.	CT, CP, D, DT, DE.
9- O método custeio por absorção envolve todos os custos, sejam eles fixos ou variáveis envolvidas na produção dos bens/serviços.	CT, CP, D, DT, DE.
10- Custeio variável é um método que consiste somente na apuração de custos fixos excluindo os custos variáveis.	CT, CP, D, DT, DE.
11- Custos diretos são todos os custos que não alteram independente da quantidade produzida.	CT, CP, D, DT, DE.
12- Conhecer sobre custos colabora com o desenvolvimento da empresa pois auxilia nas tomadas de decisões gerenciais.	CT, CP, D, DT, DE.