

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Flaviana Mallart Belmiro Furtado

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO
DE PREÇO PARA AS MICROEMPRESAS E PEQUENAS
EMPRESAS DE BARRA MANSÁ/RJ.

Rio de Janeiro
2022

Flaviana Mallart Belmiro Furtado

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO
DE PREÇO PARA AS MICROEMPRESAS E PEQUENAS
EMPRESAS DE BARRA MANSÁ/RJ.

Monografia apresentada ao Programa de
Graduação em Ciências Contábeis da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito para a obtenção do título de
Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Marcos Roberto Pinto

Rio de Janeiro
2022

Flaviana Mallart Belmiro Furtado

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO
DE PREÇO PARA AS MICROEMPRESAS E PEQUENAS
EMPRESAS DE BARRA MANSA/RJ.

Monografia apresentada ao Programa de
Graduação em Ciências Contábeis da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito para a obtenção do título de
Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Marcos Roberto Pinto

Rio de Janeiro, _____ de _____ de 2022.

Profº Cláudio Marcos Maciel da Silva
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Profº Marcos Roberto Pinto
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Profª Maria Cecília de Carvalho Chaves
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

RESUMO

O preço do serviço ou produto é a chave para o sucesso da empresa, é através das vendas que a organização consegue obter lucro, no entanto há casos em que o gestor da empresa se preocupa em formar seu preço somente com base no valor da matéria prima e/ou com o preço estipulado pela concorrente, não levando em consideração os custos e despesas para produzir um produto ou prestar um serviço. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é verificar como a gestão de custo e a formação de preço são aplicadas nas microempresas e pequenas empresas da cidade de Barra Mansa/RJ. Para tal, é realizada uma pesquisa bibliográfica em livros, revistas e legislação. Após, é realizada uma pesquisa de campo por levantamento através da entrevista com sócio ou representante das microempresas e pequenas empresas do município de Barra Mansa/RJ, mediante a questões estritamente relacionadas à contabilidade gerencial e contabilidade custo. Por último, é realizada uma análise das informações coletadas pela entrevista. O resultado desta análise aponta quais os métodos de custos e formação de preço são mais utilizados pelos empresários, além de indicar como é realizado o gerenciamento de custo e qual a importância de aplicá-lo.

Palavras-chave: contabilidade de custo; precificação; microempresas; pequenas empresas.

SUMMARY

The price of the service or product is the key to the success of the company, it is through sales that the organization can make a profit, however there are cases in which the company manager is concerned with forming its price only based on the value of the raw material. and/or with the price stipulated by the competitor, not taking into account the costs and expenses to produce a product or provide a service. Therefore, the objective of this work is to verify how cost management and price formation are applied in micro and small companies in the city of Barra Mansa/RJ. To this end, a bibliographic research is carried out in books, magazines and legislation. Afterwards, a field research is carried out by means of an interview with a partner or representative of micro and small companies in the municipality of Barra Mansa/RJ, through questions strictly related to management accounting and cost accounting. Finally, an analysis of the information collected by the interview is performed. The result of this analysis points out which costing and pricing methods are most used by entrepreneurs, in addition to indicating how cost management is carried out and the importance of applying it.

Keywords: cost accounting; pricing; micro-enterprises; small business.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Curso Superior	26
Figura 2 - Ramo da Empresa	27
Figura 3 - Porte Empresarial	27
Figura 4 - Grau de Importância da Gestão de Custo.....	30
Figura 5 - Grau de Importância da Formação de Preço	30
Figura 6 - Ferramentas para Gerenciar os Custos	31
Figura 7 - Finalidade do Gerenciamento de Custo	31
Figura 8 - Utilização das Informações de Custos	32
Figura 9 - Finalidade das Informações de Custos	32
Figura 10 - Gestão de Estoque	33
Figura 11 - Método de Custeio	33
Figura 12 - Método de Formação de Preço.....	34
Figura 13 - Encargos Financeiros	34
Figura 14 - Cálculo para Desconto.....	35
Figura 15 - Situação Financeira	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cargos.....	25
Tabela 2 - Formação	26
Tabela 3 - Tempo da Empresa.....	28
Tabela 4 - Tomadas de Decisões.....	28
Tabela 5 - Gerenciamento dos Custos.....	29
Tabela 6 - Entendimento de Custo.....	29

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA	9
2.1. OBJETIVOS	10
2.1.1. Objetivo Geral.....	10
2.1.2. Objetivos Específicos	10
2.2. JUSTIFICATIVA	10
3. REVISÃO DA LITERATURA.....	11
3.1. MICROEMPRESAS E PEQUENAS EMPRESAS	11
3.2. CONTABILIDADE DE CUSTO.....	12
3.3. GESTÃO DE CUSTOS	13
3.4. DEFINIÇÃO E CONCEITO DE CUSTOS.....	13
3.4.1. Gastos	13
3.4.2. Desembolso.....	14
3.4.3. Custos	14
3.4.4. Despesas.....	15
3.4.5. Investimento	15
3.4.6. Perda.....	16
3.5. CLASSIFICAÇÕES DOS CUSTOS.....	16
3.5.1. Custo Direto.....	17
3.5.2. Custo Indireto	17
3.5.3. Custo Fixo	18
3.5.4. Custo Variável	18
3.6. MÉTODO DE CUSTEIO.....	18
3.6.1. Custeio por Absorção	19
3.6.2. Custeio Variável.....	20
3.6.3. Custeio Baseado em Atividades.....	20
3.7. PREÇO DE VENDA.....	21
3.8. MÉTODOS DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	21
3.8.1. Orientado Pelo Custo	22
3.8.2. Orientado Pelo Mercado.....	22
3.8.3. Orientado Pela Concorrência.....	23
4. METODOLOGIA.....	23
4.1. PROCEDIMENTOS PARA COLETA.....	24

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	25
5.1. PERFIL DOS GESTORES	25
5.2. PERFIL DAS EMPRESAS	26
5.3. GESTÃO DA EMPRESA.....	28
5.3.1. Gestão de Custo e Formação de Preço das Empresas.....	29
6. CONCLUSÃO.....	36
7. REFERÊNCIAS	39
APÊNDICE A.....	42
APÊNDICE B	43

1. INTRODUÇÃO

Vários empresários e administradores enfrentam o problema de formular o preço de seu produto ou serviço, principalmente na fase inicial da empresa. Ter o conhecimento em gestão de custos facilita na elaboração dos preços e na obtenção do lucro.

Devido à grande competitividade do mercado, a contabilidade de custo se tornou peça fundamental para a gestão de grandes e pequenas empresas, com o olhar voltado para o custo e despesa ela consegue determinar o melhor preço para o produto ou serviço, buscando a maximização do lucro.

A precificação gera muitos questionamentos, pois os empresários possuem dificuldades para listar os custos variáveis. Se a empresa não consegue entender quais são os custos de seu serviço prestado ou produto, dificilmente saberá qual é a margem de lucratividade ideal para o seu crescimento. A falta de conhecimento de gestão de custo pode levar a empresa a dívidas excessivas ou até mesmo à falência.

Desta forma, o presente trabalho busca verificar como a gestão de custo e a formação do preço de um serviço ou produto são aplicados pelas microempresas e pequenas empresas da cidade de Barra Mansa (RJ).

Para isso, foi necessário a realização de pesquisas de campo, pesquisas bibliográficas e entrevistas com os microempreendedores, proprietários ou representantes das pequenas empresas.

Este trabalho apresenta o tema e o problema da pesquisa que tem como objetivo mostrar como a contabilidade de custo é aplicada nas microempresas e pequenas empresas em Barra Mansa/RJ e qual a importância de aplicá-la. Além de expor o objetivo geral, a justificativa do estudo, a revisão bibliográfica e as metodologias utilizadas.

2. OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA

2.1. OBJETIVOS

A seguir apresentam-se o objetivo geral e os objetivos específicos desta pesquisa.

2.1.1. Objetivo Geral

Identificar através da entrevista como a contabilidade de custo é aplicada nas microempresas e pequenas empresas em Barra Mansa e qual a importância de aplicá-la.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Verificar a utilização da gestão de custos nas microempresas e empresas de pequeno porte no município de Barra Mansa.
- Fazer um levantamento bibliográfico sobre contabilidade de custo.
- Verificar qual a importância da gestão de custo.

2.2. JUSTIFICATIVA

Diante de um cenário competitivo, onde o preço é um fator decisivo para a assinatura do contrato de prestação de serviço ou para a finalização de uma compra, se faz necessário um conhecimento amplo de contabilidade de custo para elaborar a precificação do serviço ou produto. Muitos empresários possuem dificuldade para estipular o preço, não levando em consideração todos os custos envolvidos, gerando assim, um impacto negativo em suas demonstrações contábil.

Quando a gestão de custo é aplicada de forma correta pode elevar o lucro da empresa, mantendo-a competitiva e auxiliando na tomada de decisões. Isso fará

com que a organização tenha maior controle sobre os gastos e definirá um limite para os custos e despesas.

Segundo Martins (2008, p. 22): “o conhecimento do custo é vital para saber se, dado o preço, o produto é rentável; ou, se não é rentável, se é possível reduzi-los [os custos]”.

Neste contexto, o presente trabalho visa analisar qual a importância de utilizar a contabilidade de custo para as microempresas e pequenas empresas do município de Barra Mansa e como a gestão de custo e a formação de preço do produto ou serviço são aplicados por cada empresa.

3. REVISÃO DA LITERATURA

O presente capítulo faz uma revisão dos principais pontos abordados sobre a gestão e formação de preço de serviço, a partir de livros e artigos disponíveis na literatura.

3.1. MICROEMPRESAS E PEQUENAS EMPRESAS

As microempresas e as pequenas empresas são regidas pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Segundo a Lei complementar 123/2006 art. 3º, consideram-se como microempresa ou empresa de pequeno porte a sociedade empresária ou simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário devidamente registrado no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, desde que: no caso da microempresa, aufera, receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00 e no caso da empresa de pequeno porte, aufera, receita bruta anual superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2022), as microempresas e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. Existem cerca de 9 milhões de estabelecimentos enquadrados como

micro e pequena empresa no País. Essas empresas possuem um papel fundamental para o crescimento da economia no Brasil, gerando empregos, tornando um importante mecanismo de mobilidade econômica e social.

Para Koteski, (2004 p.16) as microempresas e pequenas empresas são consideradas “um dos principais pilares de sustentação da economia brasileira, quer pela sua enorme capacidade geradora de empregos, quer pelo infindável número de estabelecimentos desconcentrados geograficamente”.

No entanto Coronado (2012, p.14) afirmar que:

Sabe-se da dificuldade de sobrevivência vivida pelas empresas, principalmente aquelas de pequeno porte, em um ambiente turbulento, no qual as mudanças são rápidas e constantes. Para sobreviver e prosperar nesse ambiente, as empresas precisam apresentar um desempenho eficiente e eficaz. O empresário, muitas vezes, tem dificuldade de entender essas variáveis e, eventualmente, até de estabelecer parâmetros a fim de avaliar o desempenho da empresa.

Deste modo, para enfrentar as dificuldades que cercam as microempresas e as pequenas empresas constantemente é necessário que a organização utilize as práticas da contabilidade de custo para ajudar na gestão.

3.2. CONTABILIDADE DE CUSTO

O ramo da contabilidade que explica sobre o controle de custo é chamado de contabilidade de custo, ela é derivada da contabilidade financeira e é bastante utilizada pela administração da empresa para registrar e gerar informações sobre os custos da organização. Martins (2010, p. 23) explica que:

A contabilidade de custos nasceu da contabilidade financeira, quando da necessidade de avaliar estoques na indústria, tarefa essa que era fácil na empresa típica da era do mercantilismo. Seus princípios derivam dessa finalidade primeira e, por isso, nem sempre conseguem atender completamente a suas outras duas recentes e provavelmente mais importantes tarefas: controle e decisão.

A contabilidade de custos começou a ser utilizada nas empresas a partir da necessidade de controlar os seus ativos, mas especificamente os estoques de mercadorias. Desde então, a contabilidade de custos é vista como uma ferramenta que além de registrar os fatos de custos das empresas, auxilia nas tomadas de decisões. De acordo com Bruni e Famá (2004, p.24),

A contabilidade de custos pode ser definida como o processo que usa princípios da contabilidade geral para registrar os custos de operação de um negócio. Com isso, as informações que são coletadas das operações e das vendas, podem ser empregadas pela administração através dos dados contábeis e financeiros para estabelecer os custos de produção e distribuição, unitários ou totais, para um ou para todos os produtos fabricados ou serviços prestados, além dos custos das outras diversas funções do negócio, objetivando alcançar uma operação racional, eficiente e lucrativa.

Dessa forma, a contabilidade de custo é utilizada pela gestão da empresa como uma ferramenta para identificar, mensurar e registrar os custos da operação.

3.3. GESTÃO DE CUSTOS

A gestão de custo é responsável por auxiliar os gestores no processo de tomada de decisão, da redução estratégica de custo e no fortalecimento da empresa no mercado. Para Amaral (2017, p. 16):

Uma gestão de custos estudada e aplicada corretamente, irá fazer com que a organização tenha informação detalhada do negócio em relação a prejuízo ou lucro, e a partir deste contexto tome decisões em busca de melhorias e se torne firme no mercado.

A gestão de custos é considerada uma excelente estratégia para ajudar a organização a se manter competitiva no mercado, pois ela proporciona uma precificação mais eficiente e evita que a entidade tome as decisões de forma incorreta. Com a gestão de custo é possível identificar, detalhar e controlar os desperdícios e os custos da produção. Para obter uma boa gestão de custo é necessário conhecer e entender os conceitos básicos que norteiam a área da contabilidade de custo.

3.4. DEFINIÇÃO E CONCEITO DE CUSTOS

3.4.1. Gastos

O gasto representa a saída financeira utilizada para obter bens e serviços necessários para a sobrevivência da empresa, ele é concretizado através do desembolso do dinheiro e a entrega do ativo. No conceito de Bruni (2012, p. 25):

Gastos consistem no sacrifício financeiro com o qual a entidade arca para a

obtenção de um produto ou serviço qualquer. Segundo a contabilidade, serão em última instância classificados como custos ou despesas, a depender de sua participação na elaboração do produto ou serviço. Alguns gastos podem ser temporariamente classificados como investimento e, à medida que forem consumidos, receberão a classificação de custos ou despesas.

Wernke (2005, p. 3) aduz que:

O termo gasto é utilizado para descrever as ocorrências nas quais a empresa despende recursos ou contrai uma obrigação (dívida) perante terceiros, para obter algum bem ou serviço que necessite para suas operações cotidianas.

Deste modo, conclui-se que o gasto é o sacrifício financeiro utilizado para comprar um produto ou serviço necessário para manter a empresa funcionando.

3.4.2. Desembolso

Para Martins (2010, p. 25) o “desembolso é o pagamento resultante da aquisição do bem ou serviço. Pode ocorrer antes, durante ou após a entrada da utilidade comprada, portanto defasada ou não do momento do gasto”.

Bruni e Famá (2004, p.26) asseguram que:

Os desembolsos consistem no pagamento do bem ou serviço, independentemente de quando o produto ou serviço foi ou será consumido. É importante ressaltar que a contabilidade registra os fatos de acordo com o princípio da competência. Por competência entende-se que o registro de receitas e despesas deve ser feito de acordo com a real ocorrência, independentemente de sua realização ou quitação.

O desembolso não pode ser confundido com o gasto porque ele é um pagamento que não depende da entrada do bem ou serviço.

3.4.3. Custos

Para Wernke, (2004, p. 5) “os custos são considerados gastos decorrentes do processo de fabricação de bens ou da prestação de serviços, que podem ser identificados na utilização da matéria-prima, pagamento de salários e depreciação”.

Segundo Bruni (2012, p.26) os custos representam:

Os gastos relativos a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços. Portanto, estão associados aos produtos ou serviços produzidos pela entidade. São consumidos pelos estoques. Como exemplos de custos podem ser citados os gastos com matérias-primas, embalagens, mão de obra fabril, aluguéis e seguros de instalação fabris etc.

Martins (2010, p. 25), define custo da seguinte forma:

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

Neste contexto afirma-se que o custo representa os gastos com bens ou serviços utilizados na atividade fim da empresa.

3.4.4. Despesas

Segundo Bruni e Famá (2010, p. 25), “as despesas correspondem à bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para a obtenção de receitas. Não estão associadas à produção de um produto ou serviço.”

De acordo com Wernke (2005, p. 4), “o conceito de despesas abrange o valor despendido voluntariamente com bens ou serviços utilizados para obter receitas, seja de forma direta ou indireta”.

Diferentemente de custo, a despesa não está associada à produção ou ao serviço prestado, ela é o gasto consumido direta ou indiretamente a fim de obter receitas.

3.4.5. Investimento

Investimento é o gasto com um bem ou serviço, cuja finalidade é obter rendimento a curto ou longo prazo. Bruni e Famá (2010, p. 23), afirmam que “os investimentos representam gastos ativados em função da sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a futuros períodos”.

No conceito de (Martins 2010, p. 25):

Todos os sacrifícios para a aquisição de bens ou serviços (gastos) que são estocados nos ativos da empresa para baixa ou amortização quando de sua venda, de seu consumo, de seu desaparecimento ou de sua desvalorização são chamados de investimentos.

Assim, o investimento tem a característica de empregar recursos na empresa com o objetivo de gerar um retorno financeiro.

3.4.6. Perda

A perda acontece quando ocorre um consumo anormal ou involuntário de um produto ou serviço. No ponto de vista de Padovese (2010, p.314) as perdas são:

Fatos ocorridos em situações excepcionais que fogem à normalidade das operações da empresa. São considerados não operacionais e não fazem parte dos custos de produção dos produtos. São eventos econômicos negativos ao patrimônio empresarial, não habituais e eventuais, tais como deterioração anormal de ativos, perdas de créditos excepcionais, capacidade ociosa anormal etc.

Wernke (2005, p.3) afirma que “o conceito de perdas abrange as ocorrências fortuitas, ocasionais, indesejadas ou involuntárias no ambiente das operações de uma empresa”.

Portanto as perdas consistem em gastos não intencionais, que fogem do planejamento operacional da empresa e geram prejuízos.

3.5. CLASSIFICAÇÕES DOS CUSTOS

Os custos podem ser divididos em diretos, indiretos, fixos e variáveis. Segundo Megliorini (2002, p.9),

As duas classificações básicas compreendem aquelas que permitem determinar o custo de cada produto fabricado e o seu comportamento em diferentes níveis de produção em que uma empresa possa operar. a) Quanto aos produtos fabricados: para alocar os custos aos produtos, eles são classificados em custos diretos e custos indiretos; e b) Quanto ao comportamento em diferentes níveis de produção: para determinar os custos de vários níveis de produção, eles se classificam em custos fixos e custos variáveis.

Portanto, a classificação dos custos é dividida em dois grupos, o primeiro é relacionado aos custos de produção que podem ser diretos ou indiretos, e o segundo grupo é relacionado ao nível de produção que podem ser definidos como custos fixos ou custos variáveis.

3.5.1. Custo Direto

Custos diretos são considerados os custos utilizados diretamente na produção do produto ou serviço. Segundo Bruni (2012, p.45):

Custos diretos estão associados diretamente à produção, sendo aqueles incluídos de forma objetiva no cálculo dos produtos ou serviços comercializados. Consistem nos materiais diretos usados na fabricação do produto e mão de obra direta. Apresentam a propriedade de serem perfeitamente mensuráveis de maneira objetiva.

Portanto, os custos diretos podem ser identificados e mensurados facilmente, como por exemplo as matérias-primas e os materiais de embalagens utilizados no produto.

3.5.2. Custo Indireto

Custo indireto é o custo que não pode ser quantificado diretamente e precisa de rateio para ser mensurado. Segundo o conceito de Dutra (2010, p.26) custo indireto é:

O custo que não se pode apropriar diretamente a cada tipo de bem ou função de custo no momento de sua ocorrência. Os custos indiretos ocorrem genericamente em um grupo de atividades ou órgãos, ou na empresa em geral, sem possibilidade de apropriação direta a cada uma das funções de acumulação de custos no momento de sua ocorrência. O custo indireto participa de todas ou de várias funções concomitantemente, sem possibilidade de segregação da parcela que está onerando cada uma das funções quando de sua aplicação.

Deste modo, o custo indireto depende de cálculos e rateio para ser apropriado aos bens de produção da empresa.

3.5.3. Custo Fixo

O custo fixo é aquele custo cujo valor permanece o mesmo independente do volume de produção da empresa. No conceito de Leone (2000, p.55) os custos fixos são:

Os custos que não variam com a variabilidade da atividade escolhida. Isto é, o valor total dos custos permanece praticamente igual mesmo que a base de volume selecionada como referencial varie.

Os Custos Fixos, para Bruni e Famá (2004, p. 33), “são aqueles que em determinado período de tempo e em certa capacidade instalada, não variam, qualquer que seja o volume de atividade da empresa. Mesmo que não haja produção”.

3.5.4. Custo Variável

De acordo com Bruni e Famá (2010, p. 30) os “custos variáveis são alterados diretamente em função das atividades da empresa, onde, quanto maior a produção, maiores serão os custos variáveis.”

Os custos variáveis estão diretamente relacionados com o volume da produção, portanto, “quanto maior for o volume de produção, maiores serão os custos variáveis totais do período, isto é, o valor total dos valores consumidos ou aplicados na produção tem seu crescimento vinculado à quantidade produzida pela empresa.” (Wernke, 2005 p. 8)

Assim, os custos variáveis são aqueles que sofrem oscilação de acordo com a quantidade de produto ou serviços produzidos pela empresa.

3.6. MÉTODO DE CUSTEIO

O método de custeio diz respeito à maneira que as empresas agregam os custos no preço de venda. De acordo com Wernke (2005, p.17):

Método é um vocábulo de origem grega e resulta da soma das palavras meta (resultado que se deseja atingir) e hódos (caminho). É, portanto, o caminho

para chegar aos resultados pretendidos. Custeio significa atribuir valor de custo a um produto, mercadoria ou serviço.

Para Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 124) os métodos de custeio

apresentam um único objetivo, que é a determinação dos custos, mas a sistemática adotada por eles difere de um para outro método. Existem alguns métodos utilizados pelas empresas para efetuar o custeio de seus produtos. Os mais importantes são os seguintes: Custeio por Absorção, Custeio Variável, Custo Padrão e Custeio ABC.

Portanto o método de custeio é utilizado para identificar o custo unitário de cada produto ou serviço. O emprego de um sistema para custear é importante para a empresa se manter competitiva no mercado.

3.6.1. Custeio por Absorção

Esse custeio é caracterizado por ratear todos os custos variáveis, diretos ou indiretos envolvidos na produção do produto ou serviço. De acordo com Santos (2008, p. 23), o conceito de custeio por absorção

foi desenvolvido nos séculos XVII e XVIII, [...] cuja base de referência consiste em ratear os custos diretos e indiretos para cada unidade produzida e vendida e tratar as despesas (administrativas, comerciais e financeiras) como do próprio período em que foram incorridas.

Para Martins (2009, p. 37), este tipo de custeio “consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos ou serviços feitos.”

Oliveira e Perez Jr. (2005, p. 123) definem o custeio por absorção da seguinte forma:

No custeio por absorção todos os custos de produção são alocados aos bens ou serviços produzidos, o que compreende todos os custos variáveis, fixos, diretos ou indiretos. Os custos diretos, por meio da apropriação direta, enquanto os custos indiretos, por meio de sua atribuição com base em critérios de rateio.

Neste sentido, todos os custos diretos ou indiretos dos produtos são apropriados através desse método de custeio com o intuito de absorver todos os gastos com a produção.

3.6.2. Custeio Variável

Esse método considera apenas os custos variáveis dos produtos vendidos. Segundo Wernke (2004, p. 29) “a premissa básica do custeio direto é a de que somente os custos claramente identificados com os produtos ou serviços vendidos (chamados de diretos ou variáveis) devem ser apropriados.”

Para Faria e Costa (2008, p. 239)

O custeio variável é um instrumento relevante à gestão, no que tange a identificar os produtos ou serviços mais rentáveis para a empresa, com base no conceito de margem de contribuição, [...] Este conceito é bastante utilizado nas empresas, pois os gestores podem tomar decisões de curto prazo, analisando as relações de custo/volume/lucro de cada produto ou serviço.

Diferentemente do custeio por absorção, no método de custeio variável apenas os custos que variam, conforme a produção, são apropriados.

3.6.3. Custeio Baseado em Atividades

Esse método é caracterizado pela atribuição dos custos indiretos aos produtos ou serviços por meio de atividades. O custeio baseado em atividades tem como principal função, segundo Berti (2006, p. 73)

Dar um tratamento nos custos indiretos, tendo como base as atividades da empresa, independente de sua relação com o volume. Além disso, é uma ferramenta de gestão de custos e que permite melhor visualização dos custos através da análise das atividades executadas dentro da empresa e suas relações com os produtos ou com os serviços.

Segundo Dubois, Kulpa e Souza (2006, p. 154) esse custeio se resume em

Um método de custeio que possibilita avaliar com acurácia as atividades desenvolvidas em uma empresa (tanto industrial, quanto de serviços), utilizando direcionadores para atribuir os gastos indiretos de uma forma mais realista aos produtos e serviços. Tem por objetivo estabelecer meios de relacionar os CIF com as atividades custos e despesas variáveis são elementos fundamentais para a obtenção da Margem de Contribuição (MgC).

Esse método é muito utilizado pelos gestores das entidades e tem como finalidade identificar os custos indiretos. A base do custeio é a destinação dos custos pelas atividades exercidas no processo de produção da empresa.

3.7. PREÇO DE VENDA

O preço de venda é o valor monetário atribuído ao produto ou serviço, cuja a intenção é gerar lucro e compensar os custos com a produção. Diante de um cenário competitivo, o preço de venda se tornar um elo entre o cliente e a empresa, pois para o comprador o preço está relacionado com a capacidade de pagar para obter o produto e para o vendedor o preço é a compensação financeira, aquilo que irá dar lucro para a organização após o custo com da produção. Wernke (2005, p.147) assegura que “no ambiente atual, caracterizado por concorrência acirrada e queda real das margens de lucros obtidas, ganha relevância a atenção que deve ser dada a uma das estratégias mercadológicas mais cruciais: a precificação”.

Vieira (2009, p.27) assevera que

O processo de determinação de preços de venda deverá merecer a atenção da alta administração da empresa dado importância que o assunto representa, inclusive em termos de obtenção de resultados, grau de retorno do investimento, fatia de mercado desejado pela empresa e demais fatores de caráter empresarial. As decisões de preços são diretamente dependentes do volume de vendas, do grau de eficiência do mix em termos de resultado direto, do nível de despesas de vendas e administrativas, bem como das necessidades financeiras para o atendimento do volume de operação projetada.

De acordo com Dutra (2009, p.32) "preço é o valor estabelecido e aceito pelo vendedor para efetuar a transferência da propriedade de um bem. No preço pode estar ou não incluído, além do custo, o eventual lucro ou prejuízo".

Para Santos (1994 p. 17), “o preço de venda de um produto qualquer é formado pelos seus custos marginais e pela sua margem de contribuição, composta dos custos estruturais fixos e do lucro”.

Visto que o momento da precificação é crucial para manter a empresa competitiva, o preço de venda torna-se um fator muito importante. Existem vários métodos que ajudam o gestor nesse processo de formação do preço, como por exemplo o método orientado pelo custo.

3.8. MÉTODOS DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Segundo Novak (2013, p. 11) existem quatro métodos para a formação de preço, o primeiro baseado no custo da mercadoria, o segundo leva em conta o preço da concorrência, o terceiro baseado no mercado e o último é o método misto.

3.8.1. Orientado Pelo Custo

O método de formação de preço orientado pelo custo tem como base os custos envolvidos no processo produtivo de cada produto ou serviço, seu principal objetivo é determinar um preço que cubra todos os custos e ofereça o lucro desejado para a entidade. Porém a precificação dos preços considera muitos fatores além do custo, como por exemplo a demanda, a concorrência e o mercado. Para Crepaldi (2010, p.209) o custo é o fator mais relevante para a formação do preço:

Embora a fixação dos preços de venda dos produtos de fabricação da empresa seja uma tarefa bastante complexa, que leva em consideração vários fatores, tais como as características da demanda do produto, a existência ou não de concorrentes, haver ou não acordo entre os produtores, sem dúvida o custo de fabricação dos produtos é uma variável que desempenha um papel importante, principalmente pelo fato de que, a não ser em circunstâncias muito especiais, a empresa não pode vender por um preço abaixo do custo.

Martins (2003, p. 218) afirma que calcular o preço através do método orientado pelo custo é determinar o “preço de dentro para fora, onde o ponto de partida é o custo do bem ou serviço apurado”.

Diante disto, entende-se que o preço de venda com base no custo é formado por meio de valores dos gastos com bens ou serviços utilizados no processo produtivo.

3.8.2. Orientado Pelo Mercado

O método orientado pelo mercado consiste em fixar os preços de vendas com base nos preços praticados pelo mercado, podendo ser iguais, superiores ou inferiores aos preços das concorrentes. Segundo Morris e Morris (1994, p. 41) a formação do preço de venda com base neste método

Tem como característica principal analisar, entender e explorar a situação encontrada no mercado em que a empresa. Semelhante a concorrência, o mercado também encontra-se disposto como um determinante com características externas à empresa.

Para aplicar esse método o empresário precisa conhecer sobre a estrutura do mercado, concorrentes e a relação entre oferta e demanda de seus produtos para montar uma estratégia de preço.

3.8.3. Orientado Pela Concorrência

Nesse método os preços são baseados no valor cobrado pela concorrente. Bruni (2004, p. 323) afirma que:

As empresas prestam pouca atenção a seus custos ou a sua demanda – a concorrência é que determina os preços a praticar. Os preços podem ser de oferta – quando a empresa cobra mais ou menos que seus concorrentes, ou de proposta – quando a empresa determina seu preço segundo seu julgamento sobre como os concorrentes irão fixar seus preços.

Martins (2009, p. 218) defende que é necessário saber o preço do concorrente:

Para administrar preços de venda, sem dúvida é necessário conhecer o custo do produto; porém essa informação por si só, embora seja necessária, não é suficiente. Além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produtos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa etc e tudo isso depende também do tipo de mercado em que a empresa atua.

Nesta visão, esse método adota os mesmos preços utilizados pelas concorrentes. Ele é mais utilizado pelo gestor que não possui conhecimento técnico, já que não é necessário realizar cálculos.

4. METODOLOGIA

O projeto se inicia a partir de levantamentos bibliográficos, fundamentando o tema escolhido. De acordo com Gil (2002, p. 44) essa etapa é “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A segunda etapa é composta por uma pesquisa de campo, que segundo Gil (1994, p. 43) tem o objetivo de “proporcionar maior familiaridade com o problema, através de coletas de dados e de entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado”.

Adotando uma entrevista estruturada norteada por questionário aplicado igualmente para todos os entrevistados seguindo perguntas de maneira “que todas elas sejam comparadas com o mesmo conjunto de perguntas, e que as diferenças devem refletir diferenças entre os respondentes e não diferenças nas perguntas” (Lodi, 1972, p. 16).

Esta pesquisa de campo utiliza método qualitativo descritivo, que segundo Richardson (1985, p. 90) pode ser caracterizada como “uma tentativa de compreensão dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características e comportamentos”. Para Martins (2002, p. 36) “a pesquisa de campo corresponde à coleta direta de informações no local em que acontecem os fenômenos”.

Com o resultado deste questionário será possível verificar como a contabilidade de custo é aplicada e qual é o grau de importância para os empresários.

4.1. PROCEDIMENTOS PARA COLETA

A população da pesquisa é formada por mais de 18.000 empresas cadastradas na prefeitura de Barra Mansa como microempresa ou pequena empresa. A amostra foi retirada através da Consultas.plus (2022), constatou-se que a listagem possui 112 microempresa ou pequena empresa localizada no mesmo município, desse total apenas 47 empresas aceitaram participar da entrevista. A amostragem da pesquisa é caracterizada como não probabilística, sendo assim, ela não representa a população na qual está inserida e as conclusões são válidas apenas para os resultados desta pesquisa.

Para a realização deste estudo, foi aplicado um questionário adaptado de Silva Filho (2014), com 22 questões padronizadas, constando em algumas delas um campo para os entrevistados adicionarem informações que não foram apresentadas

nas questões. A entrevista foi dividida em três blocos, sendo o primeiro para obtenção dos dados pessoais do entrevistado, o segundo para obtenção dos dados empresariais e o terceiro tem a finalidade de obter os dados da gestão de custo, onde procurou-se detectar sobre o conhecimento, a utilização e a importância da contabilidade de custo nas microempresas e pequenas empresas. O questionário foi aplicado de forma presencial, no primeiro semestre de 2022.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste item serão analisadas as microempresas e pequenas empresas do Município de Barra Mansa, Rio de Janeiro. Buscou-se neste trabalho identificar se os gestores das microempresas e pequenas empresas utilizam a gestão de custos como uma ferramenta de auxílio à tomada de decisão, se estas empresas estão realizando seus controles de gastos, como estão realizando a gestão de custo e qual a importância da contabilidade de custo para o crescimento da empresa.

5.1. PERFIL DOS GESTORES

Para essa pesquisa foram entrevistados os sócios/proprietários, gerentes e Diretor, veja os dados na tabela 1.

Tabela 1 - Cargos

Cargo	Frequência	%
Sócio/Proprietário	32	68,09
Gerente	13	27,66
Diretor	2	4,25

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Segundo os dados da tabela 1, 68,09% da amostra é composta por sócio/proprietários e 31,91% representa o total dos gerentes e diretores.

Em relação à formação dos entrevistados verificou-se que dos 32 sócios/proprietários, 14 possuem o ensino médio completo e 23 possuem o diploma do ensino superior. Dos 13 gerentes, 5 possuem o ensino médio e 8 possuem

formação em curso superior. E os 2 diretores possuem um curso superior. Nenhum dos entrevistados possuem pós graduação ou mestrado.

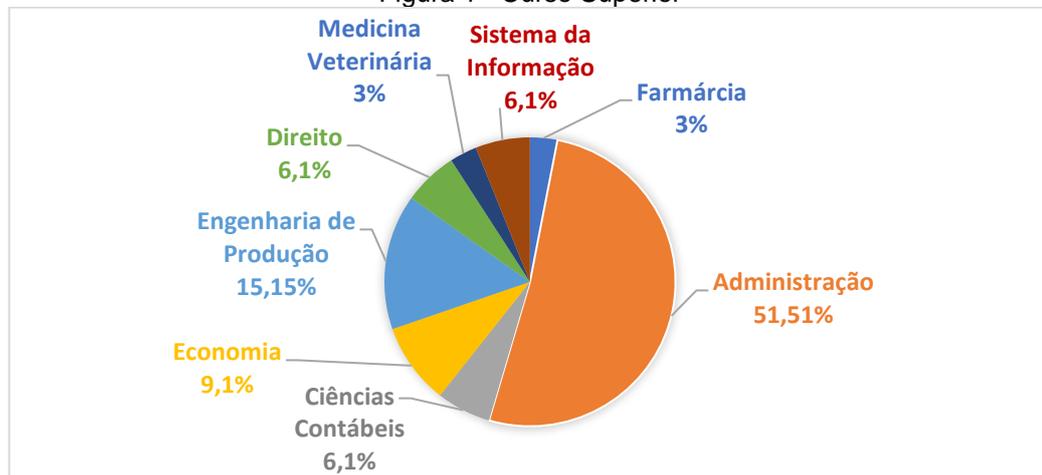
Tabela 2 - Formação

Cargo	Ensino Médio	Ensino Superior
Sócio/Proprietário	14	23
Gerente	5	8
Diretor	0	2

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Pode-se constatar que 33 (70,21%) possuem formação em nível superior, desta forma a figura 1 evidencia o tipo de curso dos entrevistados.

Figura 1 - Curso Superior

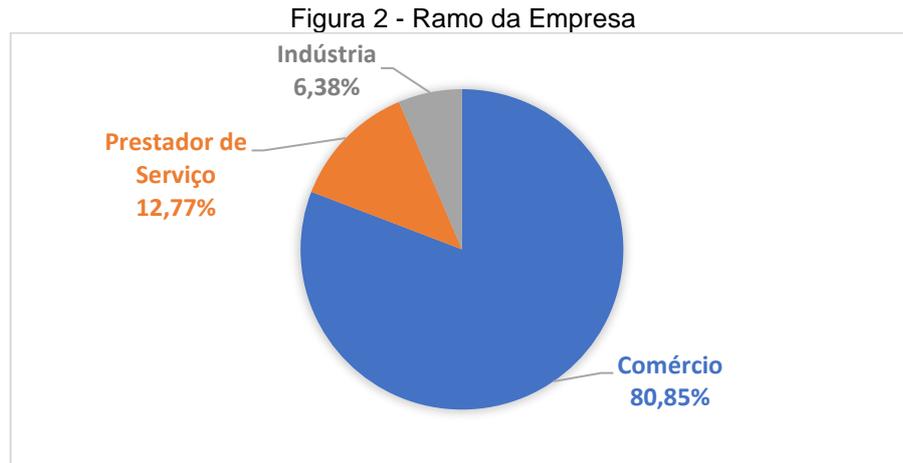


Fonte: Elaborado pela autora (2022)

O curso mais citado pelos entrevistados foi o de administração representando 51,51%, seguido por engenharia de produção (15,15%), enquanto apenas 2 gestores (6,1%) possuem formação em ciências contábeis.

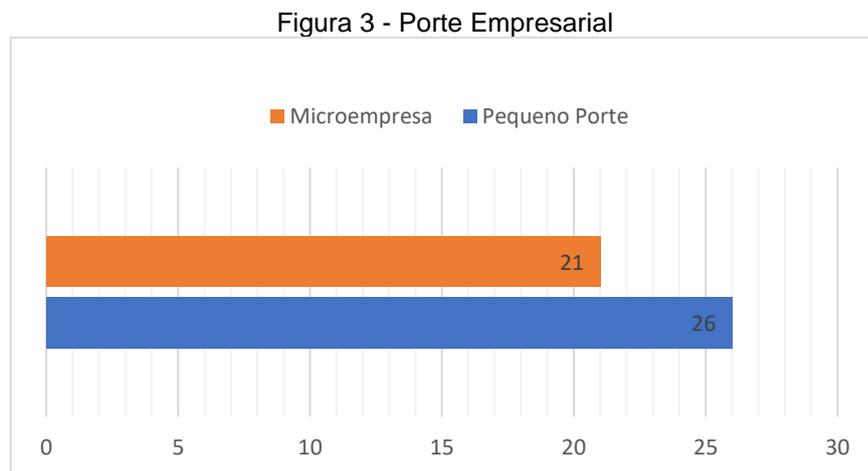
5.2. PERFIL DAS EMPRESAS

Das empresas pesquisadas 38 empresas (80,85%) são do ramo do comércio, 6 são prestadoras de serviço (12,77%) e 3 empresas são indústrias (6,38%). A figura 2, a seguir, evidencia a distribuição do ramo das atividades das 47 microempresas e pequenas empresas.



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Foi analisado o faturamento anual das empresas, a fim de identificar o porte empresarial das empresas estudadas. Utilizou o critério da Lei complementar 123/06, que trata do regime tributário do Simples Nacional. O referido dispositivo legal informa que microempresas tem faturamento igual ou inferior a 360.000,00 reais e as empresas de pequeno porte devem ter faturamento maior que 360.000,00 reais e igual ou inferior a 3.600.00,00 reais. Seguindo essas informações, constatou-se que das 47 empresas, 26 (55,32%) são empresas de Pequeno Porte, enquanto 21 empresas (44,68%) são Microempresas.



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Em relação ao tempo de existência da empresa, verificou-se que 39 empresas (82,98%) já estão consolidadas no mercado, pois possuem mais de 5 anos de atuação e apenas 8 empresas (17,02%) possuem menos de 5 anos, sendo 6 empresas com 4 anos e 2 empresas com 3 anos de atuação.

Tabela 3 - Tempo da Empresa

Tempo	Frequência	%
3 anos	2	4,26
4 anos	6	12,77
5 anos	13	27,66
6 anos	10	21,28
7 anos	5	10,64
8 anos	6	12,77
9 anos	3	6,38
10 anos	2	4,26

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

5.3. GESTÃO DA EMPRESA

Para analisar o perfil da gestão da empresa foi questionado como são as tomadas de decisões dos pesquisados no meio empresarial. Constatou-se que 40,43% utilizam as suas experiências e os relatórios contábeis para a tomada de decisão, seguido por 34,02% que utilizam apenas os relatórios contábeis e apenas 25,53% dos entrevistados usam apenas a experiência.

Tabela 4 - Tomadas de Decisões

Base para a tomada de decisão	Frequência	%
Experiência e Relatórios Contábeis	19	40,43
Apenas Relatórios Contábeis	16	34,02
Apenas Experiência	12	25,53

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Com o objetivo de verificar como estas empresas realizam o gerenciamento dos custos, foi verificado se o Escritório de Contabilidade delas auxilia na gestão de custo e como é realizada essa assessoria. Foi constatado que todos os empresários contratam escritórios de contabilidade para assessorar a empresa nas obrigações legais e demais atendimento contábil, porém 29,78% (14 empresas) não utilizam da assessoria contábil para ajudar no gerenciamento de custos e na formação do preço, desta forma, o escritório contábil fornece apenas as informações obrigatórias perante a lei. Desses 14 entrevistados, 09 entrevistados justificaram que não recorrem a assessoria por falta de tempo e os outros 05 informaram que possuem o conhecimento para gerenciar os custos da empresa.

Tabela 5 - Gerenciamento dos Custos

Gestão de Custo	Frequência	%
Gestão Externa - Terceirização do Serviço Contábeis	33	70,22
Não há uma gestão de custos	9	19,15
Gestão de Custo Interna	5	10,64

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

5.3.1. Gestão de Custo e Formação de Preço das Empresas

Foram apresentados alguns conceitos para os entrevistados indicarem qual deles está relacionado a definição de custos. De acordo com 19 gestores, os custos são todos os gastos com bens ou serviços não utilizados na atividade fim da empresa e consumidos para a obtenção de receitas. Para 16 empresários, os custos são os gastos relacionados com a produção de um bem ou serviço. Outros 9 entrevistados afirmaram que os custos são todos os pagamentos resultantes da aquisição do bem ou serviços. E 3 gestores informaram que custos são todos os gastos para manter a empresa funcionando.

Dos 47 entrevistados, 31 (65,96%) confunde os conceitos de custo, definindo-o como despesas, desembolso ou gastos, apenas 16 gestores (34,04) acertaram o conceito de custo, cujo os gastos seriam apenas aqueles relacionados com o processo produtivo.

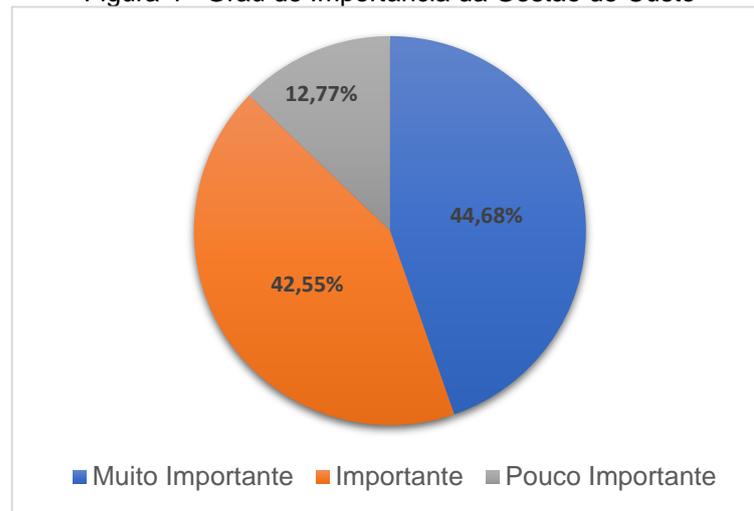
Tabela 6 - Entendimento de Custo

Conceito de Custos	Frequência	%
Gastos com bens/serviços não utilizados nas atividades produtivas	19	40,43
Gastos utilizados apenas para a produção de um bem/serviço	16	34,04
Pagamento resultante da aquisição do bem/serviço	9	19,15
Todos os gastos para manter a empresa	3	6,38

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Diante do resultado obtido foi questionado aos entrevistados qual a importância da gestão de custo e formação de preço para a empresa, 44,68% dos gestores afirmam que a contabilidade de custo é muito importante, 42,55% consideram importante e 12,77% consideram a gestão de custo pouco importante.

Figura 4 - Grau de Importância da Gestão de Custo



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Quando questionado sobre a importância da formação de preço para as empresas, 59,57% dos gestores afirmaram ser muito importante, 40,43% consideram importante a formação de preço em sua empresa e nenhum gestor considera pouco importante ou nada importante.

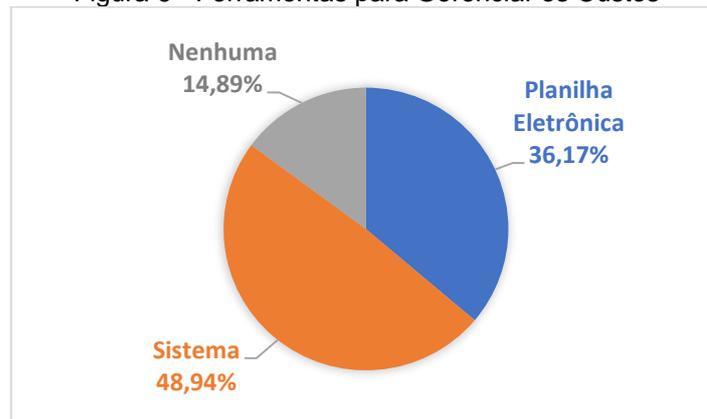
Figura 5 - Grau de Importância da Formação de Preço



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Em relação à utilização de ferramentas para gerenciar os custos nas empresas, os dados revelam que 36,17% dos entrevistados utilizam planilhas eletrônicas para fazer o controle de custos, segundo eles a empresa não consegue arcar com o valor de um sistema para fazer o gerenciamento e a planilha atende as necessidades da organização, enquanto 48,94% fazem uso de um sistema específico para controlar os custos e 14,89% não utilizam nenhuma ferramenta, pois não possui conhecimento técnico e não tem condições financeiras para investir em software.

Figura 6 - Ferramentas para Gerenciar os Custos



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Foi verificado, ainda, com os 40 gestores (85,11%) que utilizam o gerenciador de custos nas empresas, se as empresas acompanham os custos com a finalidade de reduzi-lo e aumentar a lucratividade. Os dados revelam que 52,5% das empresas estudadas utilizam as informações geradas para fazer a gestão da empresa e 47,5% só utilizam os dados para acompanhar os gastos.

Figura 7 - Finalidade do Gerenciamento de Custo

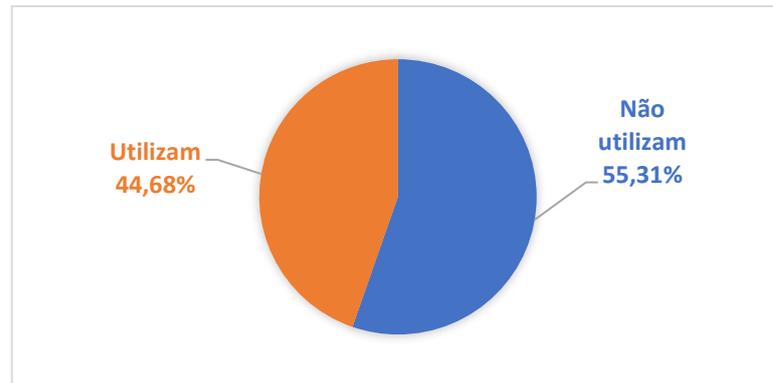


Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Em seguida os gestores que utilizam ferramentas de custeio declararam quais os benefícios delas para a empresa, segundo todos eles o gerenciamento melhora o controle do custo, ajuda na formação do preço e auxilia no acompanhamento financeiro.

Também foi analisada a utilização das informações de custos para as empresas em estudo, das 47 empresas, 26 (55,31%) declararam não utilizar as informações de custos por falta de conhecimento. Já as outras 21 (44,68%) empresas utilizam as informações de custos nas atividades da empresa.

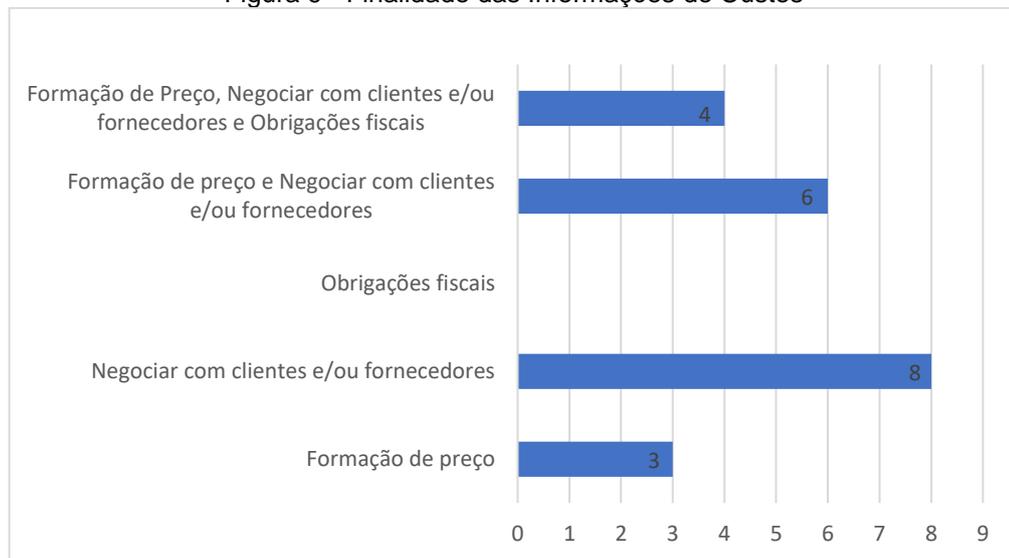
Figura 8 - Utilização das Informações de Custos



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Dessas 21 empresas, 10 utilizam para a formação do preço de venda, negociar com clientes e/ou fornecedores e para obrigações fiscais, 8 utilizam só para negociar com clientes e/ou fornecedores, 6 empresas usam para precificar e negociar com clientes e fornecedores e 4 gestores utilizam para a formação de preço, negociar com clientes e/ou fornecedores e para obrigações fiscais.

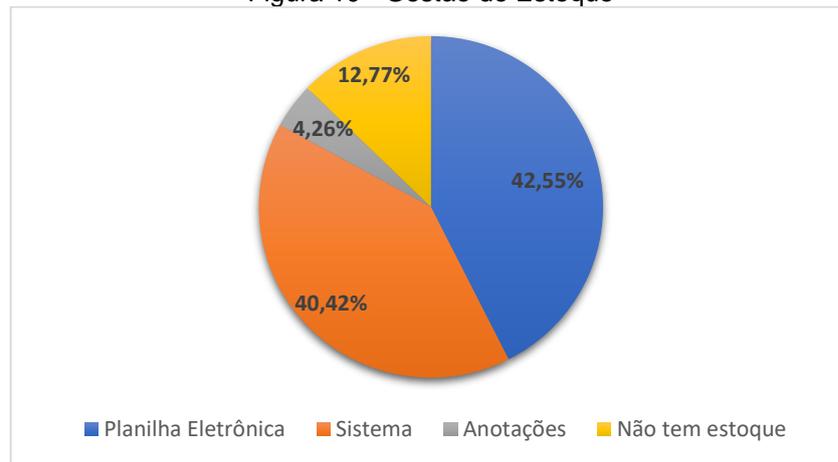
Figura 9 - Finalidade das Informações de Custos



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Em relação ao estoque das empresas foi verificado que 42,55% utilizam planilhas no Excel, 40,42% comparam software para ajudar na gestão do estoque, 12,77% não possuem estoques e 4,26% costumam fazer anotações em caderno para controlar o estoque na empresa.

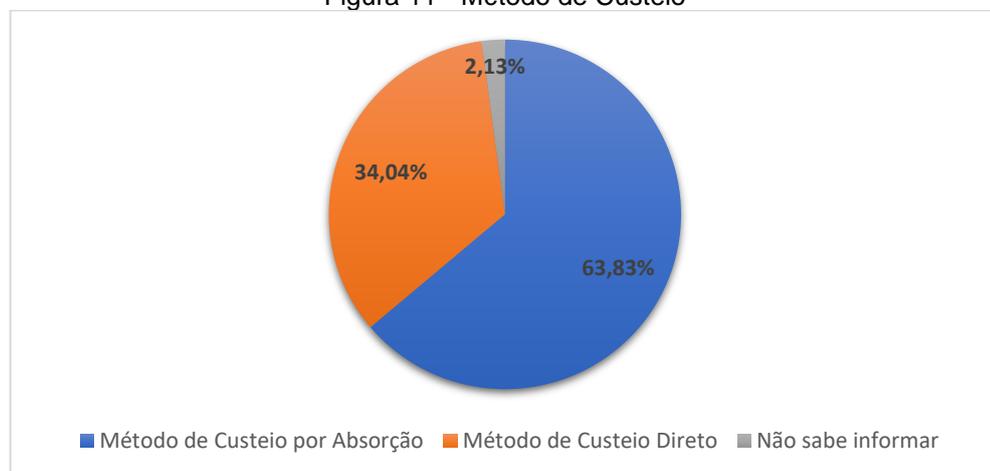
Figura 10 - Gestão de Estoque



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Em seguida, foi questionado aos entrevistados qual é o método de custeio utilizado pela empresa. Verificou-se que a maioria das empresas pesquisadas (63,83%) utilizam o método de custeio por absorção, cujo a finalidade é considerar todos os custos relacionados aos produtos ou serviços, sejam eles diretos ou indiretos, fixos ou variáveis. Enquanto 34,04% utilizam o método de custeio direto e 2,13% não soube responder.

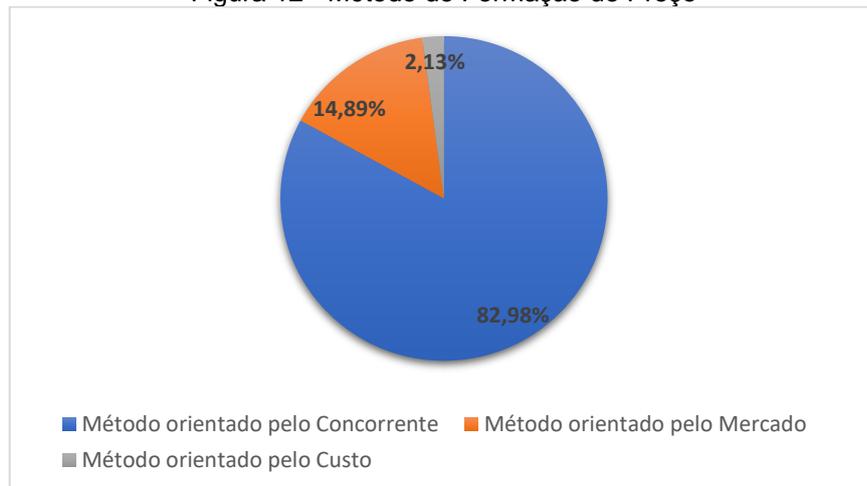
Figura 11 - Método de Custeio



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Com relação ao método de formação de preço utilizado pela organização, das 47 empresas, 39 (82,98%) utilizam o método orientado pela concorrente, 7 (14,89%) empresas informaram que usam o método orientado pelo mercado, enquanto apenas 1 (2,13%) empresa utiliza o método orientado pelo custo.

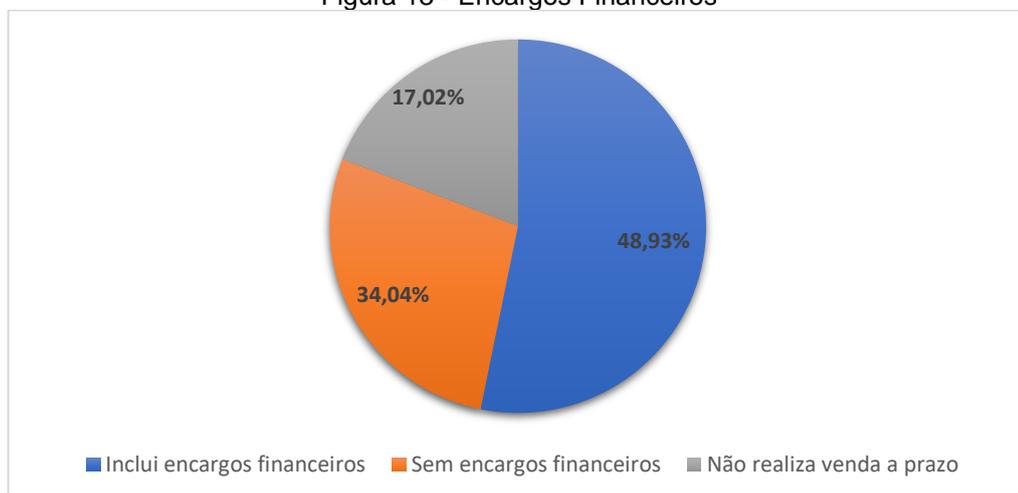
Figura 12 - Método de Formação de Preço



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

A fim de verificar os processos para a precificação do produto ou serviço com vendas a prazo foi questionado qual o critério utilizado pelas empresas estudadas. Os dados revelam que 23 empresas (48,93%) incluem os encargos financeiros, 16 empresas (34,04%) realizam a venda sem encargos financeiros, ou seja, o preço de a vista é o mesmo na venda a prazo. Já 8 empresas (17,02%) informaram que uma das políticas da empresa é não realizar vendas a prazo.

Figura 13 - Encargos Financeiros

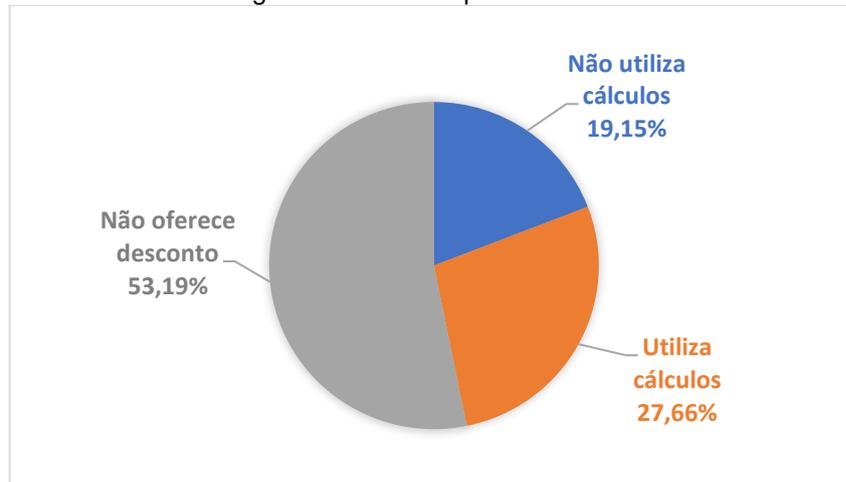


Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Ainda sobre os critérios utilizados para a precificação, os entrevistados responderam sobre o desconto concedido ao cliente. Nesse sentido, 25 empresas (53,19%) informaram que não concedem descontos aos clientes, 13 (27,66%) afirmam que utilizam cálculos para chegar a uma porcentagem de desconto favorável tanto

para a empresa quanto para o cliente e 9 (19,15%) disse que independente do valor do produto oferece uma porcentagem fixa, sem fazer nenhum cálculo.

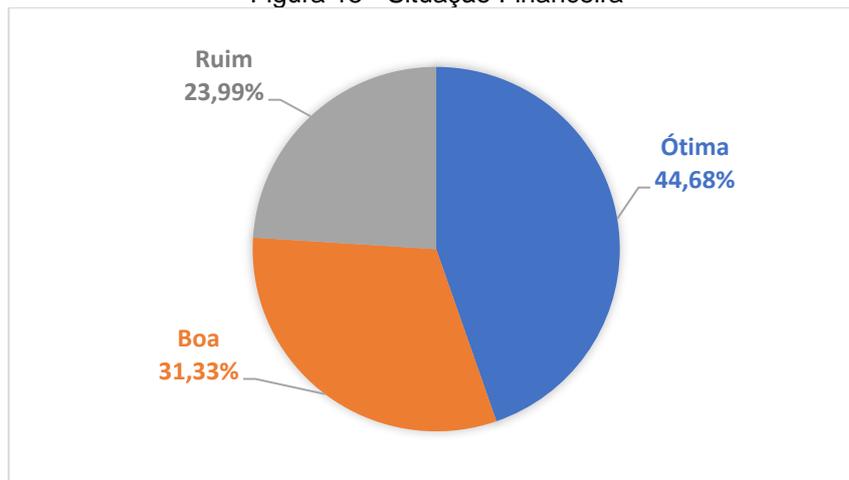
Figura 14 - Cálculo para Desconto



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Em relação a situação financeira da empresa foi verificado que 44,68% dos entrevistados afirmaram que a empresa está com resultados positivos, classificando a situação financeira como ótima, 31,33% indicaram que a situação financeira está boa e 23,99% informaram que está ruim, necessitando melhorar. Comparando a resposta dessa pergunta com as respostas de todos os entrevistados sobre a utilização da gestão de custos verificou-se que as empresas que possuem uma ótima situação financeira realizam o gerenciamento dos custos.

Figura 15 - Situação Financeira



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

6. CONCLUSÃO

A gestão de custo quando aplicada de forma correta pode elevar o lucro da empresa, mantendo-a competitiva e auxiliando na tomada de decisões, além de contribuir para que a organização tenha maior controle sobre os gastos.

Desta forma, objetivo do presente estudo foi investigar como os gestores das microempresas e pequenas empresas da cidade de Barra Mansa/RJ utilizam a gestão de custo e qual é o grau de importância da gestão de custo e formação de preço para os empreendedores.

Para o cumprimento do referido objetivo foi realizada uma análise dos dados fornecidos através de uma entrevista. O questionário foi dividido em três blocos.

No primeiro bloco foram analisados os dados dos gestores. Verificou-se que neste tópico, 68,09% dos respondentes são os proprietários/sócio da empresa, nos quais destes, 71,88% possuem uma graduação.

No segundo bloco foram analisados os dados das empresas, onde verificou-se que 80,85% das organizações comercializam produtos, 82,98% das empresas estudadas estão consolidadas no mercado tendo mais de 5 anos de criação e das 47 empresas, 26 (55,32%) são Empresas de Pequeno Porte.

No terceiro bloco analisou-se as informações de gerenciamento do custo e formação de preço, objetos desta pesquisa. Em relação ao responsável pelo gerenciamento, uma parcela significativa das empresas (70,21%) terceiriza os serviços de contabilidade para auxiliar no gerenciamento de custo, enquanto apenas 10,63% não contactam o escritório de contabilidade, realizando o gerenciamento internamente e 19,16% não possui nenhum responsável pela gestão de custos. E mais da metade das empresas (74,45%) utilizam o relatório contábil para tomar as decisões.

Em relação ao conhecimento da gestão de custo, identificou-se que a maioria dos respondentes (65,96%) não conhece o conceito de custo, confundindo os conceitos de custos com despesas e desembolsos.

Quanto à importância da gestão de custo verificou-se que 87,23% atribuíram o grau de muito importante ou importante para a sua empresa, já em relação a formação de preço 100% dos respondentes atribuíram um grau de importância.

Verificou-se que 85,11% dos gestores utilizam alguma ferramenta para fazer o gerenciamento, sendo que deste percentual, 52,5% utilizam a ferramenta com a finalidade de reduzir o custo e aumentar a lucratividade e 47,5% utilizam apenas para acompanhar os gastos. E menos da metade (44,68%) das empresas utilizam a gestão de custo na tomada de decisão gerencial.

A maioria das empresas (63,83%) utilizam o método de custeio por absorção e a formação de preço é orientado pelo concorrente (82,98%).

Identificou-se que aqueles que utilizam a gestão de custo corretamente em seu processo de tomada de decisão, na formação de preço e no gerenciamento dos custos em seu processo produtivo, apresentam uma ótima situação financeira, representando 44,68% das empresas estudadas.

Deste modo, conclui-se que predominantemente os gestores das microempresas e pequenas empresas de Barra Mansa/RJ realizam o gerenciamento de custo, utilizando algumas ferramentas para auxiliar no dia a dia e relatórios para tomar as decisões dentro da organização, além disso, eles utilizam alguns métodos para formação de preço e métodos de custeio. As empresas que realizam o gerenciamento de seus custos possuem uma situação financeira favorável. Apesar de muitos gestores não possuírem um amplo conhecimento da gestão de custo, a empresa sempre busca auxílio com o escritório de contabilidade. A gestão de custo e a formação de preço são considerados fatores importantes para os entrevistados, conforme relatos, o gerenciamento é capaz de melhorar o controle do custo e ajudar na formação do preço.

Devido à falta da disponibilidade da listagem de microempresas e pequenas empresas cadastradas na Prefeitura de Barra Mansa, este trabalho teve como uma de suas principais limitações à quantidade de empresas pesquisadas em detrimento da população que compõem o município investigado, fazendo com que os resultados dessa pesquisa estejam restritos a amostra deste estudo.

Sugere-se para pesquisas futuras a realização de estudos com um número maior de variáveis a serem investigadas, o que permitirá um amplo entendimento das microempresas e pequenas empresas situadas na cidade de Barra Mansa/RJ.

7. REFERÊNCIAS

- AMARAL, G. C. Aplicação do método de centro de custos para gerenciamento de custos em uma pedreira no sertão Monografia (Bacharel em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Campina Grande, 2017.
- BERTI, Anélio. Contabilidade e Análise de Custos. Curitiba: Juruá, 2006.
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de Custos e Formação de Preços. 3 ed. São Paulo: Atlas 2004.
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e excel. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- BRUNI, Adriano Leal. A administração de custos, preços e lucros. 5. Ed. - São Paulo: Atlas, 2012.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. Curso Básico de Contabilidade de Custos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- CONSULTA.PLUS. Lista de empresas em Barra Mansa. Disponível em: <https://consultas.plus/lista-de-empresas/rio-de-janeiro/barra-mansa/>. Acesso em: 01 de mai 2022.
- CORONADO, Osmar. Contabilidade gerencial básica. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. São Paulo: Atlas, 2006.
- DUTRA, René Gomes. Custos: Uma abordagem prática. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DUTRA, René Gomes. Custos: uma abordagem prática. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- FARIA, Ana Cristina de; COSTA, Maria de Fátima G. da. Gestão de Custos Logísticos. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1994.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4º. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- KOTESKI, M. A. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. Revista FAE BUSINESS, Blumenau, n. 8, p. 16-18, 2004.
- LEONE, George Sebastião Guerra. Curso de contabilidade de custos: contém critério do custeio ABC. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- LODI, João Bosco. A entrevista: teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1974.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Manual para elaboração de monografias e dissertações. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 9ª ed. São Paulo: São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MEGLIORINI, Evandir. Custos. São Paulo: Makron Books, 2002.

MORRIS, Michael H. & MORRIS, Gene. Política de Preços em um Mercado Competitivo e Inflacionado. São Paulo. Ed. Makron Books, 1994;

NOVAK, Cleunice. Formação do preço de venda: o caso de um comércio varejista de livros técnicos. Curitiba: O Autor, 2013.

OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ, José Hernandez. Contabilidade de custos para não contadores. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PADOVESE, Clóvis Luís. Contabilidade gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil. 7ª ed. - São Paulo: Atlas, 2010.

RICHARDSON, Roberto J. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1985.

SANTOS, Joel José dos. Fundamentos de custos para formação do preço e do lucro. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SANTOS, J. J. Formação de preços e do lucro: Custos marginais para formação e preços de referências. 4ª ed. São Paulo: Atlas. 1994.

SEBRAE. Micro e Pequenas Empresas geram 27% do PIB do Brasil. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 22 de abr 2022.

SILVA, Jandeson Dantas da. et al. Gestão de custos como ferramenta de planejamento e controle: um estudo no Jornal Gazeta do Oeste em Mossoró/RN. 2014. 16 f. TCC (Graduação) - Curso de Contabilidade, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, 2014. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3689>>. Acesso em: 21 out. 2021

SILVA FILHO, Lucivaldo Lourenço da. Gestão de custos e formação de preço de venda, gestão de caixa e gestão de riscos. Recife: O Autor, 2014.

VIEIRA, Euselia Pavaglio. Métodos de custeio - Análise Custo, Volume e Lucro. Apostila Contabilidade Custos II, Unijui, Ijuí, 2009.

WERNKE, Rodney. Gestão de custos: uma abordagem prática. 2ª ad. São Paulo: Atlas, 2004.

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

APÊNDICE A - Termo de Confidencialidade

Eu FLAVIANA MALLART BELMIRO FURTADO, aluna do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, matrícula 118223639, assumo o compromisso de manter a confidencialidade e sigilo sobre todas as informações coletadas da empresa e do entrevistado, obedecendo os termos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais nº 13.709/2018.

Declaro que as informações não serão utilizadas para prejudicar a empresa e/ou gestor, o anonimato e a imagem da empresa e do participante serão preservados, os dados obtidos na pesquisa serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos e os resultados desse trabalho serão apresentados de forma consolidada.

Essa entrevista tem o objetivo de coletar dados para a elaboração da monografia, cujo o tema é “A Importância da Gestão de Custo e Formação de Preço para as Microempresas e Pequenas Empresas de Barra Mansa/RJ”

Barra Mansa, ____ de _____ de 2022.

Flaviana Mallart Belmiro Furtado
DRE 118223639

APÊNDICE B - Questionário

PERFIL DO ENTREVISTADO

1. Qual é o seu cargo/função na empresa?

2. Qual é a sua Escolaridade?

- a) Ensino Fundamental
- b) Ensino Médio
- c) Graduação
- d) Especialização
- e) Mestrado

3. Se possuir nível superior, qual o curso?

PERFIL DA EMPRESA

4. Qual ramo de atividade pertence à empresa?

- a) Indústria
- b) Comércio
- c) Serviços

5. Qual o faturamento anual da empresa?

- a) Até R\$ 360.000,00
- b) Acima de R\$ 360.000,00 até R\$ 3.600.000,00
- c) Acima de R\$ 3.600.000,00

6. Qual é o tempo de existência da empresa?

GESTÃO DA EMPRESA

7. De que forma você toma as decisões na empresa?

- a) Tomo decisões apenas com base na minha experiência
- b) Tomo decisões apenas com base em relatórios e indicadores financeiros.
- c) Tomo decisões com base na minha experiência e em relatórios e indicadores
- d) Outros. Especificar: _____

8. Como é feita a gestão de custo na sua empresa?

- a) A gestão de custo é realizada dentro da empresa
- b) A gestão de custo é realizada com auxílio de um Escritório de contabilidade
- c) Não há uma gestão de custo
- d) Outros. Especificar: _____

Gestão De Custo E Formação De Preço Da Empresa

9. Qual é o conceito de custo?

- a) Gastos com bens ou serviços não utilizados na atividade fim da empresa e consumidos para a obtenção de receitas
- b) Gastos relacionados com a produção de um bem ou serviço.
- c) Pagamento resultante da aquisição do bem ou serviço.
- d) Sacrifício financeiro para obter um produto ou serviço.
- e) São todos os gastos para manter a empresa.
- f) Outros. Especificar: _____

10. Qual o grau de importância que você atribui às informações de custos na gestão de sua empresa?

- a) Sem importância
- b) Pouca importância
- c) Importante.
- d) Muito importante.

11. Qual o grau de importância que o você atribui às informações sobre o processo de formação de preço na gestão de sua empresa?

- a) Sem importância
- b) Pouca importância
- c) Importante.
- d) Muito importante.

12. Qual é a ferramenta utilizada para apurar o custo em sua empresa?

- a) Planilha Eletrônica
- b) Sistema específico para custos
- c) Empresa terceirizada
- d) Não utilizo ferramenta (pule para a questão 15)
- e) Outros. Especificar: _____

13. Qual a finalidade do gerenciamento de custos?

- a) Reduzir e aumentar a lucratividade
- b) Acompanhar os gastos
- c) Auxiliar no gerenciamento da empresa.
- d) Outros. Especificar: _____

14. Qual(is) o(s) benefício(s) as ferramentas de gestão dos custos trouxeram para a empresa?

- a) Auxílio na formação de preço
- b) Controle do custo
- c) Ajuda no acompanhamento financeiro
- d) Outros. Especificar: _____

15. A empresa utiliza as informações de custos?

- () Sim
- () Não, por que? _____

16. Qual(is) a(s) finalidade(s) das informações de custos para a empresa?

- a) Para a formação do preço de venda
- b) Negociar com clientes e/ou fornecedores
- c) Para informações fiscais.
- d) Outros. Especificar: _____

17. Qual ferramenta é utilizada para fazer o controle de custos?

- a) Planilha eletrônica
- b) Software
- c) Anotação
- d) Não utiliza ferramenta
- e) Outros. Especificar: _____

18. Qual método de custeio é utilizado pela a empresa para apurar os custos?

- a) Custeio Direto (Variável)
- b) Custeio por Absorção
- c) Custeio Baseado em Atividades
- d) Não conheço nenhum método de custeio
- e) Não utilizo nenhum método de custeio
- f) Não sei informar
- g) Outro. Especificar: _____

19. Qual método de formação de preço a empresa utiliza?

- a) Método Orientado pelo Concorrente
- b) Método Orientado pelo Mercado
- c) Método Orientado pelo Custo
- d) Não utilizo nenhum método
- e) Não conheço nenhum método
- f) Não sei informar
- g) Outros. Especificar: _____

20. Nos casos de venda a prazo, qual política é utilizada?

- a) Não vendo a prazo.
- b) Utilizo os mesmos preços das vendas à vista.
- c) Há acréscimos de encargos financeiros.
- d) Negócio o preço por venda específica.
- e) Outros. Especificar: _____

21. Nos casos de desconto concedido, qual critério é utilizado?

- a) Utilizo cálculos para identificar quantos posso oferecer de desconto
- b) Não ofereço desconto
- c) Ofereço desconto sem fazer nenhum cálculo.
- d) Outros. Especificar: _____

22. Como você classifica a situação financeira da empresa nesse momento?

- a) Ótima
- b) Boa
- c) Ruim
- d) Péssima