

Análise do Nível de Conhecimento de Gestão de Custos nas Empresas de Tecnologia de Santa Catarina

Resumo

O polo tecnológico de Santa Catarina é composto por diversas empresas, principalmente nas cidades de Florianópolis, Blumenau e Joinville, e é conhecido pelo pioneirismo de diferentes tecnologias desenvolvidas. O incentivo ao empreendedorismo no estado traz muitos benefícios para a região, principalmente a geração de empregos, mas para isso é necessário que as empresas façam uma boa gestão, o que inclui a gestão de seus custos, a fim de obter bons resultados e vantagem competitiva sobre seus concorrentes. A presente pesquisa tem por objetivo analisar quais são os métodos de custeio utilizados pelas empresas catarinenses de tecnologia e como elas utilizam a gestão de custos para a tomada de decisão. Para alcançar esse objetivo, aplicou-se um questionário direcionado aos gestores de vinte e duas empresas catarinenses de tecnologia. Como resultado, observou-se que a maior parte das empresas (41%) utilizam o método de Custeio variável. Além disso, observou-se que 61% das empresas utilizam a margem de contribuição para analisar a rentabilidade dos produtos e serviços, sendo um dos fatores que auxilia os gestores nas tomadas de decisões.

Palavras-chave: Gestão de custos; Empresas de tecnologia; Software; Hardware.

Linha Temática: Contabilidade Gerencial – Gestão de Custos

Realização:



1 Introdução

O surgimento da internet e o avanço tecnológico contribuíram positivamente com o desenvolvimento da economia local, ao passo que corroboram para o aprimoramento e avanço da ciência e contribuem para o surgimento de mais postos de trabalho com mão de obra qualificada. De acordo com a Financiadora de Inovação e Pesquisa - Finep (2017), o investimento em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), que contribui para o lançamento de novas tecnologias, gera um crescimento adicional de 9,92% no Produto Interno Bruto (PIB) dos países.

A fim de contribuir com esses aspectos, há empresas de tecnologia que ofertam produtos (como hardwares, softwares, entre outros serviços) que “possuem alto nível de desenvolvimento tecnológico e de inovação, reputação e status, além de alinhamento com práticas sustentáveis” (Marcuzzo, Santos & Siluk, 2017, p.2).

Deste modo, no estado de Santa Catarina, as empresas de tecnologia empregaram em 2018 mais de 40 mil pessoas e o setor representou 5,6% da economia local. Florianópolis, capital catarinense, representa o maior polo do país em relação à densidade de colaboradores com 2.552 empregados para cada 100 mil habitantes (Associação Catarinense de Tecnologia - ACATE, 2018).

As empresas tecnológicas estão inseridas em um ambiente de concorrência alta, além de ser propenso a rápidas mudanças (Gomes, 2007). Diante deste cenário, os gestores necessitam melhorar suas atividades constantemente, a fim de aumentar a eficiência, qualidade e pontualidade. É necessário, também, entender a estrutura de custos das empresas, assim como a lucratividade de seus produtos/serviços para a elaboração de uma eficiente política de preços (Monari, 2016)

Na presença de um mercado dinâmico e competitivo, a gestão de custos e ganhos é fundamental para as companhias estruturarem e implementarem suas estratégias financeiras, marketing e comerciais. Segundo Chen (2013), a competitividade empresarial é resultado da aplicação de uma estratégia para alcançar a produtividade e o desenvolvimentos socioeconômico, fator essencial para a análise dos gestores das companhias.

Assim, a mensuração e gestão dos custos é essencial diante da necessidade de obtenção de vantagem competitiva diante da concorrência. A fim de verificar como se encontra o cenário atual de gestão das empresas de tecnologia, esse trabalho tem por objetivo analisar quais são os métodos de custeio utilizados pelas empresas catarinenses de tecnologia e como elas utilizam a gestão de custo para a tomada de decisão, principalmente a respeito da formação de preços dos produtos e/ou serviços.

O desenvolvimento deste artigo justifica-se pelo fato de que a gestão de custo pode contribuir para a competitividade das companhias. Dessa forma, sua relevância impacta no âmbito social e econômico, uma vez que a gestão de custo auxilia na longevidade das empresas e fomenta a geração de empregos e renda.

Realização:

2 Fundamentação teórica

2.1 Gestão estratégica de custos

Com o passar dos anos, a contabilidade empresarial tem contribuído cada vez mais para a gestão estratégica das companhias. No que tange a contabilidade de custos, as informações geradas por esta podem atender alguns objetivos, como: (a) apoio à formulação e comunicação de estratégias empresariais; (b) escolha de ações táticas para a implementação dessas estratégias; (c) fornecer subsídios ao desenvolvimento e implementação de um sistema de controle gerencial mensurável para a monitoração dos objetivos estratégicos estabelecidos (Marinho, Alberton Goulart, Mueller e Bittencourt, 2011).

Para uma gestão estratégica de custos é fundamental que os gestores obtenham uma visão abrangente do processo produtivo da empresa, isto é, conhecer os aspectos e impactos externo à companhia. Segundo Martins (1998, p. 318) para uma gestão estratégica de custos, é necessário que a empresa tenha conhecimento de toda a sua cadeia de valor, ou seja, desde a origem dos recursos materiais, humanos, financeiros e tecnológicos que utiliza, até o consumidor final. A cadeia de valor é o conjunto de atividades que geram o valor do bem (Prado, 2001), dessa forma, é fundamental conhecer a composição de custos dos produtos da empresa, desde sua concepção até a entrega do seu público alvo.

Tratando-se de empresas de tecnologia além do fornecimento de produtos, a prestação de serviços é presente na oferta. Nesse sentido, Figueiredo, Fleury, Wanke e Rodrigues (2008) afirma que é necessário que as empresas que fornecem serviços, precisam conhecer os custos envolvidos para servir seus clientes, pois quando os custos são desconhecidos pode-se cobrar mais do que o cliente contratou/utilizou ou pode-se deixar de gerar lucratividade.

As empresas prestadoras de serviços, de acordo com Atkison, Kaplan, Matsumura e Young (2015), precisam focar em custos e na rentabilidade (bem como na lucratividade) de seus clientes mais do que empresas industriais, uma vez que as exigências dos clientes é o que determinará os volumes de recursos organizacionais necessários para atendê-los.

Em suma, a gestão estratégica de custos tem como objetivo, por meio de utilização dos dados de custos da empresa, fornecer vantagens competitivas, auxiliar os gestores nas tomadas de decisões e servir como um facilitador no alinhamento entre o planejado e realizado da companhia.

Outro fator que contribui para uma gestão estratégica de custos é a margem de contribuição. Segundo Migliorini (2011), a “margem de contribuição é o montante que resta do preço de venda de um produto depois da dedução de seus custos e despesas variáveis”. Complementando esse conceito, Martins (2010, p.179) informa que a margem de contribuição “é o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e custo que de fato provocou e que lhe pode ser imputado sem erro.”

Nota-se que a margem de contribuição é um instrumento de apoio à tomada de decisão dos gestores, uma vez que auxilia na identificação dos produtos ou serviços mais rentáveis. Dessa

Realização:

forma, identificando o produto mais rentável, a companhia pode montar sua estratégia de marketing e expansão, por exemplo.

2.2 Princípios e métodos de custeio

Um dos principais objetivos da gestão de custos consiste na identificação de atividades atreladas ao processo produtivo e o correto direcionamento destas atividades aos produtos e serviços fornecidos pela empresa (Ostrega, Ozan, McIlhattan & Harwood, 1993; Kaplan & Cooper, 1998). De acordo com as diferentes necessidades empresariais, a gestão de custos desenvolveu-se a fim de contribuir com as particularidades de cada organização, por meio de modelos capazes de apoiar no processo decisório.

Embora não seja uma ciência relativamente nova, ainda há quem confunda princípios com métodos de custeio. De acordo com Bornia (2010), os princípios de custeio estão relacionados às necessidades de informação da empresa, por sua vez, os métodos de custeio fazem referência à operacionalização do sistema de informações da companhia. Em relação aos princípios, a literatura evidencia o: custeio variável, custeio por absorção ideal e custeio por absorção total. Enquanto os métodos de custeio são classificados por: centro de custos e custeio baseado em atividades (ABC).

De acordo com Martins (2010, p. 198), no Custeio Variável apenas “são alocados aos produtos os custos variáveis, ficando os fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado”, ou seja, deve-se alocar ao custo do produto somente os custos ou despesas variáveis, uma vez que os custos ou despesas fixas serão considerados apenas dedutíveis na apuração do resultado. Dessa forma, nota-se que é fundamental a correta classificação entre custo ou despesa variável e custo ou despesa fixa, pois uma vez alocado de maneira incorreta, afetará diretamente na apuração do custo do produto.

Em relação ao custeio por absorção ideal, todos os custos são registrados como custos dos produtos. Entretanto, os custos relacionados com insumos utilizados de maneira não eficiente (desperdícios), não são distribuídos aos produtos (Bornia, 2010). Em contrapartida, o custeio por absorção total ou integral, considera que todos os custos fixos e variáveis precisam ser repassados aos produtos, incluindo as perdas. Este princípio está diretamente relacionado com a atividade de avaliação de estoques, de acordo com a legislação fiscal, visando atender as demandas da contabilidade financeiras, embora suas informações também sejam utilizadas para fins gerenciais (Bornia, 2010).

O método do centro de custos, “consiste em estratificar as diversas áreas da organização em departamentos ou seções onde os custos diretos possam lhe ser atribuído” (Pimentel, Sousa, Machado & Masih, 2013). Posteriormente, os custos indiretos da companhia são distribuídos aos centros de forma proporcional, por meio de um critério de rateio. Por ter sua origem na Alemanha, o método do centro de custo também é conhecido como RKW – *Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit* – (Shearer, 1997) e segundo Kliemann Neto (2002), este método é o mais utilizado no Brasil e no mundo.

Realização:

De acordo com Borna (2010), o método do centro de custo ou RKW pode ser resumida em cinco etapas: primeiro: separação dos custos em itens; segundo: divisão da empresa em centros de custos; terceiro: identificação dos custos com os centros (distribuição primária); quarto: redistribuição dos custos dos centros indiretos até os diretos (distribuição secundária); e quinto: distribuição dos custos dos centros diretos aos produtos (distribuição final).

O método de custeio baseado em atividade - *Activity Based Costing* (ABC), foi criado com o objetivo de aprimorar a alocação dos custos indiretos e fixos (Borna, 2010). Alguns autores consideram o método ABC como uma evolução do RKW, uma vez que ele avalia os custos de uma empresa a partir de processos e atividades e não somente em centros de produção.

De acordo com Kaplan e Cooper (1998), para implementação de um sistema de custeio ABC, é preciso observar as seguintes fases: primeira: identificação das atividades; segundo: identificação dos direcionadores de atividades; terceiro: atribuição de custos às atividades; e quarto: atribuição dos custos aos produtos e departamentos.

Esses princípios e métodos, aplicados às necessidades gerenciais da empresa, norteiam a gestão estratégica de custos.

2.3 Pesquisas anteriores

Nesta seção busca-se evidenciar algumas pesquisas anteriores, encontradas em publicações acadêmicas, que possuem semelhança de tema e/ou problema com o este artigo.

Tabela 1. Síntese das pesquisas anteriores similares em abordagem

Autores	Títulos das publicações	Temáticas abordadas e resultados encontrados
Clemente e Souza (2005)	Gestão de Custos nas Empresas de Desenvolvimento de Software da Região Metropolitana de Curitiba	<p>“Este artigo tem por objetivo avaliar o nível de conhecimento das empresas de software da Região Metropolitana de Curitiba sobre os principais métodos de custeio, bem como a extensão e os padrões de utilização das informações de custos para suportar a estratégia competitiva adotada.” / “A Pesquisa de Campo foi realizada por meio da aplicação do questionário [...] a uma amostra de 45 (quarenta e cinco) empresas durante os meses de abril e maio de 2005. Essa amostra foi analisada levando-se em conta vários aspectos referentes à gestão de custos, desde o conhecimento e a utilização dos métodos até o conhecimento e a utilização de ferramentas para a redução de custos.” / “Os resultados indicam que as empresas menores tendem a relegar a utilização estratégica dessas informações, mas as empresas de maior porte não.”</p>

Continua...

Realização:

...Continuação

Marinho <i>et al</i> (2011)	Gestão de Custos nas Empresas de Desenvolvimento de Software de Santa Catarina: uma pesquisa exploratória	“Este trabalho tem como objetivo identificar as práticas de gestão de custos das empresas de desenvolvimento de software dos polos tecnológicos de Blumenau, Joinville e Florianópolis/SC – Brasil.” / “A pesquisa é exploratória-descritiva e seus dados foram obtidos a partir de questionários aplicados a uma amostra de 38 empreendimentos.” / “Como principais resultados aponta-se a pouca utilização por parte das empresas de desenvolvimento de software de conceitos como margem de contribuição e custeio por atividades. A concentração de esforços em atividades de suporte e desenvolvimento em detrimento de atividades de gestão também fica evidente com a aplicação do questionário.”
Monari (2016)	Aplicação do Sistema de Custos em uma Empresa do Segmento de Software na Serra Gaúcha	“O presente trabalho aborda um estudo de caso em uma empresa do segmento de desenvolvimento de softwares que não possui sistema de custeio. O objetivo principal é verificar como a mensuração dos custos pode auxiliar essa empresa na formação dos preços de vendas dos produtos, tornando-a mais competitiva.” / “Identificou-se que quanto maior a complexidade da versão adquirida pelo cliente, maior a margem de contribuição. Sendo assim, a empresa pode desenvolver políticas diferenciadas com base nos cenários realista e otimista, na tentativa de direcionar melhor as suas vendas e, assim, pagar com mais rapidez seus custos fixos.”
Marçal, Souza e Gasparetto (2017)	Custos para Servir e Rentabilidade de Clientes em uma Empresa de Desenvolvimento de Softwares	“Este estudo teve como objetivo verificar como a análise de custos para servir (cost-to-serve) pode contribuir para a identificação da rentabilidade de clientes de uma empresa de desenvolvimento de softwares para empresas contábeis.” / “Realizou-se pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, por meio de estudo de caso, no qual as informações foram coletadas mediante acesso aos bancos de dados da organização e conversa com os colaboradores.” / “Com base na pesquisa constatou-se que aproximadamente 80% dos clientes da Linha V, atendidos pela matriz, são considerados lucrativos, enquanto os demais 20% são clientes não lucrativos, considerando o alto nível de serviço que exigem ou preços que são praticados pela empresa para estes clientes. Identificou-se que 40% dos clientes, os mais rentáveis, geram 100% do lucro da empresa; os 40% com rentabilidade intermediária geram outros 25%, enquanto os menos rentáveis (ou não rentáveis) consomem os 25%.”

Fonte: Elaborado pelos autores

Com base na Tabela 1, observa-se que todas as pesquisas listadas abordaram empresas de desenvolvimento de softwares. Além disso, todas as pesquisas utilizaram o questionário como forma de metodologia e levantamento de dados, assim como este artigo. Outro aspecto em comum se dá nos resultados, onde as empresas de pequeno porte possuem menos conhecimento por parte da aplicação da gestão de custos, por outro lado, nas empresas de grande porte é comum haver um setor específico que trata da gestão dos custos.

Realização:



Apesar dessas pesquisas terem semelhanças em abordagem quanto à relação com a presente pesquisa, esta é a única que trata como objeto de pesquisas empresas de tecnologia, compondo companhias que fornecem softwares e/ou hardwares.

3 Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa classifica-se como descritiva com uma abordagem qualitativa. Segundo Gil (2008) as pesquisas descritivas "têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis". Já em relação as informações qualitativas, referem-se à análise e interpretação das respostas dos gestores das empresas que compõem a amostra da pesquisa (Creswell, 2010).

Como Santa Catarina tem se destacado no setor de tecnologia a nível nacional, ocupando o terceiro lugar, frente aos outros estados brasileiros (ACATE, 2018), foram selecionadas 707 empresas de tecnologia do estado. Essas empresas foram escolhidas a partir da listagem de empresas disponibilizadas no *site* da Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE) e do Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias Avançadas (CELTA), encontrando 528 e 126 empresas respectivamente em cada.

Utilizou-se como técnica e instrumento de pesquisa um questionário, que foi encaminhado para o *email* apresentado juntamente com os dados das empresas da amostra entre o período de março e maio de 2019. Segundo Lakatos e Marconi (2010) o “questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

As questões abordadas no questionário foram baseadas no estudo de Colletti, Abbas e Faia (2013) e adaptadas pelos autores. Os dados da pesquisa foram obtidos por meio questionário representando na Tabela 2.

Tabela 2. Questionário encaminhado para as empresas

Sobre a Empresa	01. Nome da empresa
	02. Número de funcionários
Sobre o Entrevistado	03. Cargo
	04. Formação acadêmica
	05. Conhecimento sobre gestão de custos
Sobre Gestão de Custos	06. Na empresa é utilizado algum método de custeio? Se sim, há quanto tempo esse método é utilizado?
	07. Se sim, qual(is) é (são) o(s) método(s) de custeio utilizado(s) atualmente?
	08. As informações que alimentam esse método de custeio advêm da Contabilidade Financeira?
	09. Existe um software na empresa para calcular custos?
	10. Se sim, qual?
	11. Existe na empresa algum tipo de controle interno que auxilie a gestão, como planilhas, anotações etc.?
	12. Se sim, quais?

Continua...

Realização:

...Continuação

- | | |
|---------------------------|--|
| | 13. A apuração de custos considera a separação entre custos fixos e variáveis? |
| | 14. A apuração de custos considera a separação entre custos diretos e indiretos? |
| | 15. A empresa apura os custos dos seus departamentos? |
| | 16. Qual o critério de rateio utilizado para alocação dos custos indiretos aos produtos? |
| | 17. A empresa determina metas de custos para os produtos para efeito de controle? |
| | 18. A empresa analisa as variações de materiais diretos e da mão-de-obra direta? |
| | 19. A empresa analisa as variações dos custos indiretos de produção? |
| | 20. A empresa possui conhecimento da margem de contribuição de seus produtos? |
| | 21. A margem de contribuição é utilizada para: (questão aberta) |
| Sobre Gestão
de Custos | 22. A empresa utiliza-se do custo do produto para a formação do seu preço de venda? |
| | 23. Ao formar o preço de venda a empresa considera a margem de contribuição unitária desejada? |
| | 24. Ao formar o preço de venda são considerados os clientes alvo e o quanto eles aceitam pagar? |
| | 25. Ao formar o preço de venda são considerados os preços praticados pelo mercado? |
| | 26. Ao formar o preço de venda é considerado o grau de concorrência do mercado? |
| | 27. Ao formar o preço de venda são consideradas as características do produto, como qualidade e design? |
| | 28. Estão sendo obtidos os resultados esperados com a aplicação do método de custeio ¹ |
| | 29. A empresa está satisfeita com o método empregado na formação do seu preço de venda ¹ |
| | 30. A empresa está satisfeita com as informações de custos geradas para apoio a tomada de decisão ¹ |
| | 31. A empresa está satisfeita com as informações de custos geradas para controle ¹ |

[1] Legenda: 1 - Discordo totalmente / 2 - Discordo parcialmente / 3 - Não concordo, nem discordo / 4 - Concordo parcialmente / 5 - Concordo totalmente.

Fonte: Adaptado de Colletti, Abbas e Faia (2013)

4 Análise de Dados

Vinte e duas empresas catarinenses de base tecnológica participaram dessa pesquisa. A maior parte dos respondentes da amostra foi composta por Analistas (31,8%), Controllers (18,2%) e Chief Executive Officer (CEO) (13,6%). Desses, 31,8% possuem formação em Administração, 27,3% em Ciências Contábeis, 13,6% em Ciências Econômicas e os 27,3% restantes tiveram outras formações, como por exemplo Engenharia de Produção, Ciência da Computação, Engenharia Química, entre outros.

Cabe destacar que as empresas respondentes apresentam portes diferentes, ao passo que 50% possuem de 16 a 50 funcionários, 27,3% possuem de 1 a 15, 13,6% possuem mais de 100 e 9,1% possuem de 51 a 100.

Aproximadamente 45% dessas empresas utilizam algum software (ERP) para fazer o controle de custos da organização. Embora apenas pouco menos metade da amostra utilize algum software para otimizar esse controle, cerca de 96% dos respondentes afirmaram que a empresa possui algum controle interno que auxilia na gestão de custos, principalmente por meio do uso de planilhas eletrônicas.

Além dessas características, 72% dos participantes informaram obter experiência suficiente no trato da gestão de custos, numa escala de 1 a 5 (sendo 1=discordo totalmente e

Realização:



5=concordo totalmente), 50% responderam 4 e 22,7% responderam 5. A Figura 1 apresenta os métodos de custeio utilizados pelas empresas.

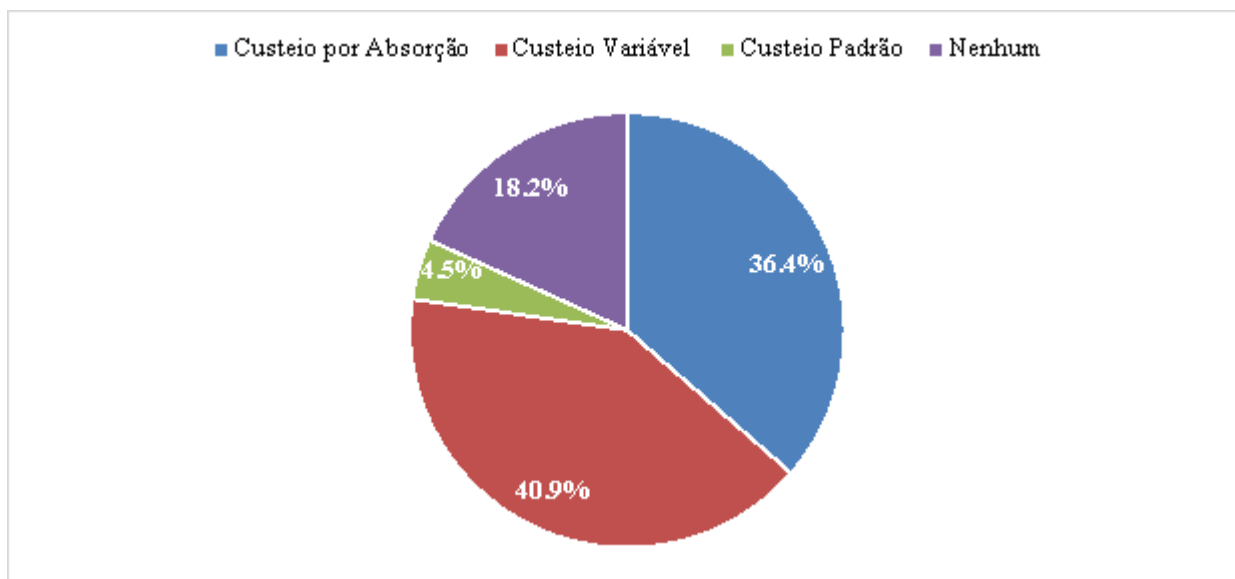


Figura 1. Métodos de custeio

Fonte: Elaborado pelos autores

Por meio do Figura 1, observa-se que o método de custeio de maior adesão entre as empresas da pesquisa foi Custeio Variável (41%), seguido do Custeio por Absorção (36%) e do Custeio Padrão (5%). Cerca de 18% das empresas afirmaram que não utilizam métodos de custeio tradicionais. Nota-se a ausência da utilização do custeio baseado em atividades (ABC).

Além dos dados de métodos de custeio, foram analisadas informações referentes aos custos e suas particularidades, verificando assim que a maioria das empresas possuem um conhecimento básico de seus custos, como observado na Figura 2

Realização:

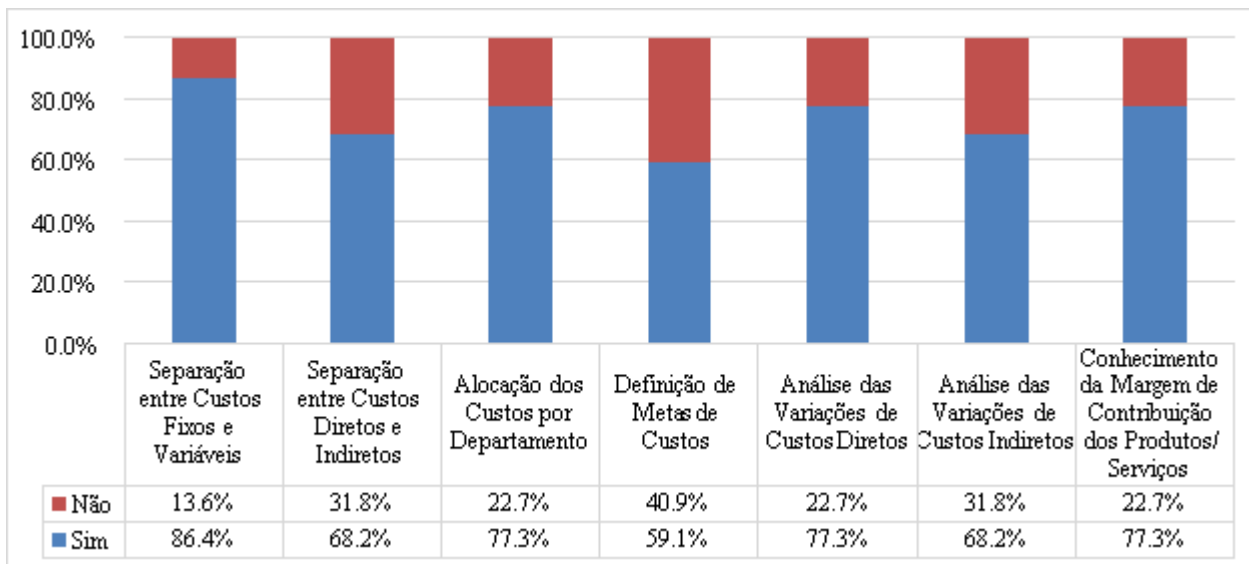


Figura 2. Análises de custos das organizações

Fonte: Elaborado pelos autores

Além disso, as empresas destacaram como são alocadas as despesas indiretas, onde houve um padrão nas respostas. 32% das empresas dizem alocar os custos indiretos usando o critério de horas trabalhadas multiplicadas pelo custo unitário das horas, outra resposta que chamou a atenção foi a alocação dos custos proporcionalmente as vendas.

Outro fator importante para auxiliar na estratégia das companhias é identificar a margem de contribuição. Nesse sentido, 17 empresas (77%) informaram que conhecem a margem de contribuição dos seus produtos e serviços. A Figura 3 ilustra como essas empresas utilizam esse indicador.

Realização:

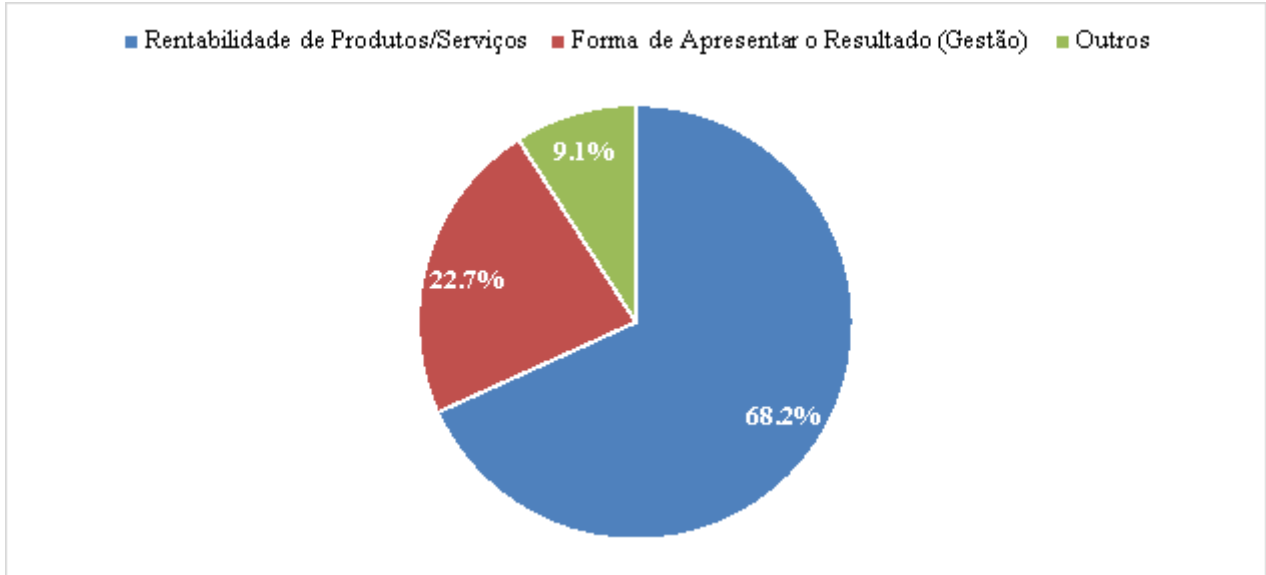


Figura 3. Motivos para utilização da margem de contribuição

Fonte: Elaborado pelos autores

A maior parte das empresas da amostra (68%) utilizam a margem de contribuição para analisar a rentabilidade dos produtos e serviços fornecidos. Aproximadamente 23% das empresas utilizam esse recurso como alternativa para apresentar o resultado, não considerando os custos fixos e os outros 9% utilizam para outras finalidades.

Em relação a gestão de custos atrelada ao preço de vendas, a Figura 4 apresenta o que é considerado na decisão de formação de preço.

Realização:

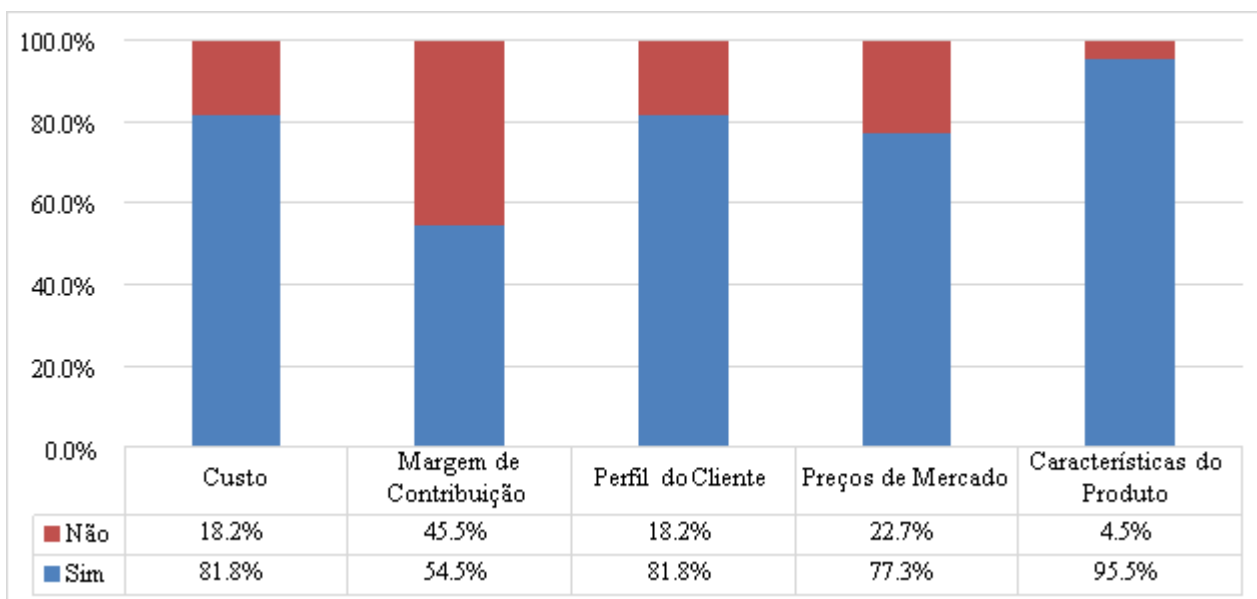


Figura 4. Itens considerados na formação de preço

Fonte: Elaborado pelos autores

É possível observar na Figura 4 que a gestão de custos tem uma influência direta na estratégia de formação do preço de venda. Cerca de 81,8% dos respondentes afirmaram que utilizam as informações do custo de um produto e de serviços para estabelecer o preço de venda do mesmo. Além disso, 54,5% das empresas determinam a margem de contribuição unitária do produto e serviço desejado, ou seja, definem metas para alcançar a margem de contribuição esperada.

Além de identificar o custo dos produtos e serviços do seu portfólio para a formação do preço de venda, a maior parte das empresas da presente pesquisa (77,3%) também levam em consideração os preços praticados pelo mercado. Isto é, elas analisam o preço de venda dos seus concorrentes e quanto o público alvo está disposto a pagar.

Na estratégia de lançar um novo produto ou serviço, 68,2% das empresas afirmam que conhecem o limite do custo admissível para a viabilidade da nova oferta. Esse conhecimento sobre o custo máximo é importante, pois uma vez que o mesmo é extrapolado prejudica diretamente a rentabilidade do novo produto ou serviço.

A Tabela a seguir ilustra a percepção dos respondentes sobre o resultado que a gestão de custos aplicado nas empresas onde atuam.

Realização:

Tabela 3. Percepção dos respondentes sobre o resultado da gestão de custos aplicado nas empresas onde atuam

Afirmações	Respostas ¹				
	1	2	3	4	5
Estão sendo obtidos os resultados esperados com a aplicação do método de custeio.	4,5%	4,5%	50%	31,8%	9,1%
A empresa está satisfeita com o método empregado na formação do seu preço de venda.	0%	4,5%	36,4%	40,9%	18,2%
A empresa está satisfeita com as informações de custos geradas para apoio a tomada de decisão.	0%	4,5%	31,8%	40,9%	22,7%
A empresa está satisfeita com as informações de custos geradas para controle.	0%	4,5%	31,8%	40,9%	22,7%

[1] Legenda: 1 - Discordo totalmente / 2 - Discordo parcialmente / 3 - Não concordo, nem discordo / 4 - Concordo parcialmente / 5 - Concordo totalmente.

Fonte: Elaborado pelos autores

Quando questionados sobre os resultados esperados com base no método de custeio utilizado, a metade dos respondentes (50%) se mostraram imparciais (não concorda, nem discorda). Isso indica que 50% das empresas que participaram da pesquisa podem ter metas altas atrelada a gestão de custo ou que os métodos de custeio utilizados não estão adequados para a realidade da sua atividade.

De acordo com a Tabela 3, percebe-se que a maior parte das empresas estão satisfeitas com os métodos empregados para a formação do preço de venda do seu produto e serviço, sendo que 40,9% afirmaram estarem parcialmente satisfeitas e 18,2% estão totalmente satisfeitas. Nota-se também que as informações de custos geradas para fins de controle e apoio a tomada de decisão atendem as necessidades da maioria das empresas (em ambos os casos, 40,9% estão concordes parcialmente e 22,7% concordes totalmente).

5 Considerações finais

Considera-se que o objetivo deste artigo, que era o de “analisar quais são os métodos de custeio utilizados pelas empresas catarinenses de tecnologia e como elas utilizam a gestão de custo para a tomada de decisão”, foi atingido. Os resultados evidenciaram que a maior parte das empresas que participaram da pesquisa (41%), utilizam o método do Custeio variável, enquanto 36% aplicam o método do Custeio por absorção, 5% utilizam o método de Custeio padrão e 18%

Realização:

não utilizam nenhum método de custeio.

Pode-se constatar que 68% das empresas utilizam a margem de contribuição para identificar a rentabilidade de cada produto e serviço do seu portfólio. A identificação dessa rentabilidade contribui diretamente para a estratégia de marketing das empresas. Para formar o preço de venda por exemplo, 77,3% dos respondentes afirmaram que consideram os preços praticados pelo mercado, sendo assim, a identificação da rentabilidade pode contribuir para iniciativas promocionais, por exemplo, gerando maior competitividade.

No estudo de Marinho *et al* (2011) observou-se que 74% das empresas não utilizavam o conceito de margem de contribuição e que para chegar ao preço de venda do seu produto ou serviço 44% utilizavam pesquisa de mercado enquanto 28% avaliavam o retorno sobre o investimento. Deste modo podemos estabelecer uma evolução nas empresas catarinenses do setor de tecnologia acerca dos conceitos sobre gestão de custos e aplicação estratégica da mesma.

De maneira geral, observou-se que as empresas catarinenses de tecnologia que participaram da presente pesquisa utilizam a gestão de custo de maneira estratégica, realizando pesquisa de mercado e identificando o custo de cada produto e serviços para a formação de preço. Entretanto, destaca-se que 50% dos respondentes foram imparciais quando questionados sobre se os resultados esperados estavam sendo obtidos por meio do método de custeio praticado. Isso pode indicar que essas empresas possuem uma meta alta para a gestão de custo ou não estão utilizando o método de custeio adequado para a sua atividade.

Assim como o estudo de Martinho *et al* (2011), foi possível observar na presente pesquisa que as empresas catarinenses de tecnologia não procuram utilizar o Custeio baseado em atividades (ABC) como método para a apuração dos custos. Essa falta de adesão pode ocorrer devido às empresas de tecnologia atuarem, em sua maioria, na prestação de serviço do que produção ou revenda de produtos, no entanto, sua adesão poderia contribuir na atribuição de responsabilidades na linha de desenvolvimento de software por exemplo, contribuindo assim, para os controles internos da entidade e os critérios de rateios estabelecidos.

Para pesquisas futuras, sugere-se analisar os métodos de custeio e a gestão de custos das empresas de tecnologia em diferentes estados brasileiros, com vistas a comparar a forma de utilização, por fim, analisar a capacidade instalada versus capacidade utilizada em empresas de desenvolvimento de software, permitindo mensurar o custo da capacidade não utilizada (ociosa).

Referências

Associação Catarinense de Tecnologia - ACATE. (2018). *Panorama do Setor de Tecnologia de Santa Catarina 2018*. Recuperado em 16 Maio, 2019, de <https://www.acate.com.br/wp-content/uploads/2018/11/ACATE-Observat%C3%B3rio-2018.pdf>.

Atkinson, A. A., Kaplan, R. S., Matsumura, E. M., & Young, S. M. (2015). *Contabilidade Gerencial: informação para tomada de decisão e execução da estratégia*. São Paulo: Editora Atlas.

Realização:



- Bornia, A. C. (2010). *Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas*. São Paulo: Atlas S.A.
- Chen, T. (2013). A flexible way of modeling the long-term cost competitiveness of a semiconductor product. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 29(3), 31-40.
- Clemente, A., & Souza, A. (2005). Gestão de custos nas empresas de desenvolvimento de software da região metropolitana de Curitiba. In *Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC*.
- Colletti, P., Abbas, K., & Faia, V. S. (2013). Proposta de um questionário para identificação da percepção dos gestores das empresas de confecções em relação às práticas gerenciais da contabilidade custos. *25ª semana do contador em Maringá*.
- Creswell, J. W. (2010). Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. In *Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto*.
- Figueiredo, K. F., Fleury, P. F., Wanke, P., & Rodrigues, A. (2008). *Logística empresarial: a perspectiva brasileira*. São Paulo: Atlas.
- Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP. (2018). *Investimento em P&D impacta 9% no crescimento econômico*. Recuperado em 08 Maio, 2019, de <http://www.finep.gov.br/noticias/todas-noticias/5533-investimento-em-p-d-impacta-9-no-crescimento-economico-diz-presidente-da-finep-na-fgv>.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.
- Kaplan, R. S., & Cooper, R. (1998). *Custo e desempenho: administre seus custos para ser mais competitivo*. Futura.
- Kliemann Neto, F. J. (2002). *Apostila utilizada na disciplina de Custos em Serviços*, do curso de Engenharia da Produção. Porto Alegre: PPGEP/UFRGS.
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. D. A. (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. 7 ed. São Paulo: Atlas.
- Marçal, J. V. K., Souza, F. F., & Gasparetto, V. (2017). Custos para servir e rentabilidade de clientes em uma empresa de desenvolvimento de softwares. In: *Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC*.
- Marcuzzo, R., dos Santos, J. R. G., & Siluk, J. C. M. (2017). Delineamento para identificação e

gerenciamento de ativos intangíveis em empresas de base tecnológica. *Revista Científica on-line-Tecnologia, Gestão e Humanismo*, 7(1).

Marinho, S. V., Alberton, A., Goulart, M. A., Mueller, A., & Bittencourt, M. (2012). Gestão de custos em empresas de desenvolvimento de software de Santa Catarina: uma pesquisa exploratória. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 16(3), 2-19.

Martins, E. (2010). *Contabilidade de custos*. São Paulo: Atlas.

Meghiorini, E. (2007). *Custos: análise e gestão*. Pearson Prentice Hall.

Monari, G. L. (2016). *Aplicação do sistema de custos em uma empresa do segmento de software da serra gaúcha*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil.

Ostrega, M. R., Ozan, T. R., McIlhattan, R. D., & Harwood, R. D. M. (1993). *Guia da Ernst & Young para Gestão Total dos Custos*. Rio de Janeiro: Record.

Pimentel, A. C. (2013). A aplicação do método dos centros de custos na área industrial de uma empresa jornalística. In: *XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção*.

Prado, L. J. (2001). *Guia de custos*. VirtualBooks. Recuperado em 01 Maio, 2019, de <http://lauproado.tripod.com/ezone/ebooks.html>.

Shearer, J. R. (1997). The Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit: Fordism and Organized Capitalism in Germany. *Business History Review*, 71(4), 569-602.

Realização: