

UMA ANÁLISE SOBRE O PREÇO DE VENDA NAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS NA CIDADE DE BARRA MANSA – RIO DE JANEIRO

AN ANALYSIS OF THE SALES PRICE ON SERVICE PROVIDERS BUSINESS ON BARRA MANSA CITY – RIO DE JANEIRO

Antonio Carlos Breves de Souza¹

Dario Moreira Pinto Junior²

José Vilmar de Oliveira³

RESUMO

O objetivo geral deste trabalho consiste em analisar os preços de venda nas empresas prestadoras de serviço de manutenção, na cidade de Barra Mansa, estado do Rio de Janeiro. O presente trabalho verifica a qualificação dos profissionais envolvidos na elaboração dos custos e preço de vendas nas empresas e a interferência dos proprietários na sua determinação. Aplicou-se a metodologia da pesquisa de campo, com um histórico sobre a empresa, local do estudo e história da cidade de Barra Mansa. Após elaboração do questionário enviou-se aos dirigentes empresariais terceirizados. Em seguida realizou-se a análise e discussão dos resultados, onde, tem-se, o retrato estrutural das empresas, como o seu tamanho, o perfil profissional dos funcionários que trabalham na área contábil e o perfil dos proprietários. Finalmente foi feito as conclusões e apresentação de sugestões às empresas terceirizadas.

Palavras-chave: Custos; Preços de Venda; Terceirização.

ABSTRACT

The purpose of this work is to analyze the sales prices in support providing service companies on Barra Mansa city, Rio de Janeiro state. This study verifies the professional's degree who is involved in the cost and sales price creation and the changes of the business owners in their determination. We applied the field research methodology with the company's history, the study's place and Barra Mansa

¹ Mestre em Gestão e Estratégia em Negócios pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e Bacharel em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Barra Mansa. Docente e Coordenador do Centro Universitário de Barra Mansa. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1696858069788715>.

² Doutor em Engenharia de Materiais, pela Faculdade de Engenharia Química de Lorena, Mestre em Engenharia Metalúrgica e de Minas pela Universidade Federal de Minas Gerais, Graduado em Administração pelo Centro Universitário Geraldo Dibiase e em Engenharia Metalúrgica pela Universidade Federal Fluminense. Docente do Centro Universitário de Barra Mansa. Membro da Associação Brasileira de Metalurgia e Materiais. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1637479169482104>.

³ Mestre em Gestão e Estratégia em Negócios pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Graduado em Engenharia Metalúrgica pela Universidade Federal Fluminense e Administração de Empresas, Centro Universitário de Barra Mansa. Docente do Centro Universitário de Barra Mansa. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/4594841396348206>.

city's history. After the questionnaire creation it was sent to the outsourced business leaders. Then there was analysis and discussion of results, which has the companies structural picture of the, as its size, professional profile of who works in the accounting area and owners profile. Finally the conclusion was done and was made suggestions to the subcontractors.

Keywords: Costs; Sale Prices; Outsourcing.

1 – INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa entender a sistemática de elaboração dos custos e preços de venda nas empresas prestadoras de serviços. O tema foi escolhido por várias razões. Visto que, a que se revela mais importante é a busca da diferença entre os preços dos serviços praticados por empresas prestadoras na realização de um mesmo serviço. Ora, se o custo da mão-de-obra e os encargos são, basicamente os mesmos, não há sentido termos uma diferença tão grande no preço dos serviços, uma vez que o material utilizado é de responsabilidade da contratante.

Observa-se que a maioria das empresas prestadoras de serviços, não importando o seu tamanho, prefere contratar escritórios de contabilidade para realizar os seus negócios contábeis. Isto se deve, provavelmente, por comodidade ou porque seus dirigentes não querem se envolver com um assunto do qual não têm conhecimentos. É importante salientar que, existe uma ilusão de redução de custos, pois os escritórios fazem apenas a escrituração contábil, ou seja, não fazem análise de custos.

Johnson e outros (1993) criticam a escassez de literatura para se fazer o custeio nas empresas prestadoras de serviços. Os métodos, ora utilizados, sobre a distribuição de custos nesse tipo de empresa, segue a lógica ou procedimentos aplicados na indústria e, talvez, não seja o mais recomendado uma vez que na indústria os custos são mais bem explicitados e, conseqüentemente, mais próximos da realidade.

Não é apenas uma falácia retórica, quando autores e estudiosos sobre custos e finanças valorizam o conhecimento, por parte de dirigentes ou proprietários, dos conhecimentos contábeis, principalmente de custos, porque é o grande indicador para a confecção do preço de venda dos serviços.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Para Anthony (2000) conhecer e entender os motivos do não conhecimento contábil que os dirigentes ou proprietários das empresas prestadoras de serviços têm, não apenas sobre custos, mas da área financeira como um todo, é necessário reunir dados e realizar uma diagnose muito apurada nessas empresas. Pode-se, inclusive, alegar que o desconhecimento ou o não interesse pelo assunto se deu porque essas empresas trabalhavam sem concorrência num mercado, ainda poluído pela inflação o que garantia margens satisfatórias. No momento atual, com a globalização e a concorrência acirrada, os dirigentes se viram obrigados a conhecer os seus custos, minimizá-los e obter informações para tomada de decisões acertadas e, assim, manter a empresa viva no mercado.

A idéia deste trabalho surgiu para entender como são realizados os custos e preços de venda dos serviços nas empresas prestadoras de serviços de manutenção, e verificar também, se os preços estão de acordo com os seus custos ou se são apenas determinados, aleatoriamente, com base no serviço a ser realizado no seu tempo de duração ou, simplesmente determinados pelos gerentes ou proprietários.

À luz dessa necessidade, de conhecer a formação contábil das empresas prestadoras de serviços de manutenção, foi elaborado este trabalho, em duas etapas. A primeira de caráter teórico, apresentando alguns conceitos de custos e termos de custos. A segunda etapa, uma pesquisa de campo com a finalidade de descobrir se as empresas prestadoras de serviços trabalham na área financeira segundo os princípios contábeis.

O trabalho também aborda a diferença existente entre a terceirização sob a ótica da Ciência da Administração e da Ciência do Direito, localizando fundamentos que caracterizam o serviço terceirizado na execução de atividades dentro das organizações, identificando muitas interrogações que apontam o problema da sua validade e legitimidade. Pode-se citar, como por exemplo, os seus limites legais, aceitação jurídica e sua importância social. Construindo assim, o amparo legal para a contratação de empresas prestadoras de serviços.

Torna-se necessário formular a seguinte questão de pesquisa - será que as empresas prestadoras de serviços estão preparadas para confeccionar os seus custos e preços de venda de acordo com a metodologia contábil?

2 – REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 – Considerações Iniciais

Neste capítulo serão revisados os temas Contabilidade e Terceirização para dar um suporte no entendimento do que sejam a *Contabilidade* como fonte de informação para a tomada de decisões. A *Reengenharia*, pilar importante nas mudanças empresariais e finalmente a *Terceirização* - fenômeno globalizado, utilizada como diferencial competitivo para empresas que desejam reduzir custos e se expandir.

2.2 – Contabilidade e Informação Gerencial

O estudo da Contabilidade Gerencial é de grande valia e interesse para as empresas, uma vez que fornece dados relevantes para a tomada de decisões e montagem de planos que assegurem a sustentação e a viabilidade dessas decisões, fazendo com que a empresa continue no mercado (ATKINSON, A . et ali, 1995).

Segundo Sá (1971, p.19): “o entrelaçamento dos estudos contábeis e administrativos não deixa dúvidas, na atualidade. Valer-se do conhecimento da contabilidade para a tomada de decisões dos fatos administrativos é hoje a mais exuberante parte de estudos que se conhece no setor”.

Iudícibus (2000) expressa que a Contabilidade Gerencial pode ser vista como um enfoque especial, o qual é comparado às normas e aos procedimentos contábeis, que já são conhecidos e estudados na análise de balanços e nas contabilidades de custos, financeira e gerencial, os quais são aplicados sob óticas diferentes, com graus detalhados para análises mais apuradas ou em um formato de

apresentação ou classificação diferentes para que auxiliem os gerentes das empresas por ocasião da tomada de decisões.

Além dos estudos contábeis, a Contabilidade Gerencial deve operar em conjunto com as demais ciências econômicas com a finalidade de obter eficiência e eficácia na sua aplicação, pois as organizações sofrem pressões sócio-econômicas onde estão instaladas.

A Contabilidade Gerencial é conhecida como “contabilidade interna”, e Anthony (1981) coloca que o “mundo” da contabilidade, de qualquer empresa, é formado por dois segmentos inter-relacionados que são: a Contabilidade Financeira e a Contabilidade Gerencial. A primeira dispõe informações às pessoas participantes do negócio, mas não envolvidas diretamente com ele, sejam acionistas, credores e o público em geral, enquanto a segunda fornece a informação contábil que será útil à administração.

A Contabilidade Gerencial deve estar permanentemente em contato com as demais ciências econômicas para se atualizar, melhorar e implantar novos instrumentos de controle e, assim dar subsídios aos tomadores de decisões nas empresas.

A informação contábil tem um grande valor, em relação ao controle, como um meio de comunicação, de motivação e de avaliação.

Segundo Anthony (1981. p.20): “como meio de comunicação, os relatórios contábeis podem assistir na informação da organização sobre os planos e políticas da administração e, em geral, os tipos de ação que a administração deseja que a organização tome”.

2.3 – Contabilidade de Custos

A Contabilidade de Custos nasceu da contabilidade financeira quando houve a exigência de se controlar e avaliar estoques nas indústrias nascentes na época da Revolução Industrial. Era uma tarefa, até então, de fácil avaliação porque as empresas eram pequenas e familiares, ou seja, eram basicamente empresas artesanais.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Segundo Martins (1995), a Contabilidade de Custos tinha como função inicial o abastecimento de elementos que visavam avaliação dos estoques, finais ou intermediários e, também a avaliação dos resultados. As informações, às vezes, eram dados não confiáveis e se transformavam apenas em dados sem conteúdos, os quais eram enviados à administração. Nem sempre atendiam de maneira satisfatória às verdadeiras funções, que são de ajudar a administração. A contabilidade de custos deve fornecer dados que auxiliem o controle e na tomada de decisões.

Para Iudícibus e outros (1993), a Contabilidade de Custos emprega os mesmos mecanismos da contabilidade geral. Valoriza mais os problemas que surgem quando da classificação de custos e também no seu controle o que a distingue como uma ferramenta gerencial de valia para a tomada de decisões.

Para as empresas os custos se traduzem pelos recursos utilizados para obter produtos e/ou serviços. Por custo entende-se que é tudo aquilo que foi consumido, relativo ao bem ou serviço utilizado, na produção de outros bens e/ou serviços.

Segundo Linzmaier (2002), serviço é o conjunto de várias atividades que se encontram no mercado, e que se desenvolvem, especialmente, nos grandes centros urbanos e que são diferentes das atividades industriais e agropecuárias.

2.4 – Preço de Venda

A formação do preço de venda de um produto ou serviço, para alcançar uma rentabilidade pré-determinada pelas empresas, é estudada por administradores e autores nos cursos de contabilidade e administração, bem como nestes setores dentro das empresas. É grande, por parte dos gestores, a ansiedade de conhecer o resultado financeiro por produto para se avaliar quais produtos são mais rentáveis. A comparação do resultado realizado com o padrão pré-estabelecido, serve também para se avaliar os recursos envolvidos na comercialização, assim como os desvios advindo das vendas.

As empresas devem conhecer a *margem de contribuição* de seus produtos isoladamente ponderando-as pelos pesos respectivos no faturamento total. É

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

fundamental que elas conheçam a rentabilidade de cada produto, assim saberá quais são os que dão mais ou menos lucros, inclusive aqueles que dão prejuízo.

Segundo Assef (2003, p.40): “os preços de venda são fortemente influenciados pelo mercado, ou seja, a probabilidade de uma empresa fixar os preços de acordo com a margem pretendida é pequena. Exceto em mercados monopolistas ou oligopolizados cujo preço de venda é norteado pelas forças de mercado que impedem a fixação de níveis anormais de margem”.

Para Porter (1990, p.469): “a empresa pode reduzir seu preço para aumentar seu caixa no curto prazo, ou ainda, como parte de uma campanha com foco no longo prazo, para aumentar a sua fatia de mercado. Ela toma essa decisão porque não conhece de maneira satisfatória os seus custos. Fixa seus preços para obter um retorno que entende como correto”. Ao tomar essa decisão os gestores devem conhecer bem os custos para não incorrer em riscos. Os responsáveis pela empresa devem saber que o orçamento de caixa acompanha o fluxo de fundos, identificando fontes prováveis dessas fontes antes dos concorrentes.

Kotler (1998, p.435) ressalta que: “(...) através da história, os preços têm sido fixados por compradores e vendedores que negociam entre si. Os vendedores pedem um preço acima do que esperam receber e os compradores oferecem menos do que esperam pagar. Por meio de uma negociação saudável se chega a um preço aceitável pelas partes”.

Para Megliorini (2007, p.176), “muitos empreendedores ainda buscam atribuir o preço de venda de um produto ou serviço tendo seu custo como base. E é nesse ponto que começam a surgir os problemas. Estes podem estar na determinação do custo que pode assumir valores diferentes, dependendo do método de custeio utilizado em seu cálculo”.

Ao se elaborar o preço de venda, deve-se observar algumas variáveis, dentre elas, como são valorizados os recursos consumidos na obtenção dos produtos ou serviços. A valorização dos bens consumidos pode ser o preço de reposição (último preço de compra). Se é a vista ou a prazo. Se existe descontos. Se existe correção por algum índice de mercado ou pela inflação. Se é o preço contábil (médio) do almoxarifado ou se é atrelado a uma moeda forte, como por exemplo, o dólar ou o

euro. As empresas devem atentar para a sua margem, geralmente expressa sob a forma de um índice ou percentual alocada sobre os custos dos produtos e pode ser diferenciado para cada tipo de produto ou serviço.

Hoje, o mercado dita os preços. É ele que diz o que está disposto a pagar em função de sua renda. Cabe, então, as empresas verificarem quais os produtos são viáveis economicamente para elas. E em seguida, adequar os investimentos e recursos aplicados de maneira mais racional com eficiência de forma a aumentar a produtividade, com a conseqüente diminuição de custos e melhoria da rentabilidade dos produtos.

Lere (1974) explica que fixar os preços de venda é uma decisão lógica. É uma afirmativa simples, porém, para evitar que caia num lugar comum e seja desprezada, é bom que seja explicitada, sempre, quando da fixação de preços. Uma empresa para chegar ao preço de venda deve pesquisar e as variáveis que julguem necessárias, pois só assim ela terá a garantia de permanência nesse mercado competitivo e globalizado.

2.5 – Terceirização

A relevância da definição do que seja *Terceirização* se torna de caráter maior. É uma palavra nova que só recentemente foi incorporada pelos dicionários de língua portuguesa no Brasil. Segundo Carvalho (2002), fazendo-se uma comparação, pode-se dizer que o texto escrito está para a norma jurídica, assim como o termo está para sua real significação. A terceirização pode ser, na realidade, uma espécie de atividade regida por normas legais, que nada mais é do que um contrato de atividade ou trabalho.

A palavra *Terceirização* é proveniente da Ciência da Administração. Foi ela que utilizou a atividade, primeiramente, na prática. Foi encampada, sem qualquer respaldo científico, pela Ciência Direito apenas para dar interpretação e o suporte de legalidade ao novo contrato de trabalho.

A palavra *Terceirização* ainda não consta do dicionário da língua portuguesa (Ferreira, 2011). Neste dicionário, consta que o termo “terceiro” vem do

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

latim “*tertiarius*”, parceiro trabalhador, na parceria agrícola à terça (Brasil) ou pessoa estranha a uma relação ou ordenação jurídica (Jurídico).

No moderno dicionário da língua portuguesa, de Michaelis (2000), existe a palavra *Terceirização* como o ato ou efeito de terceirizar – terceiro + izar - (delegar, a trabalhadores não pertencentes ao quadro de funcionários de uma empresa, funções exercidas anteriormente por empregados dessa mesma empresa). No mesmo dicionário, a palavra “terceiro” diz que seria a pessoa estranha à formação de certo ato jurídico ou contrato.

No Brasil o novo modelo de terceirização é bastante usado e constitui-se, uma das formas mais utilizadas pelas empresas de grande porte, seja para atender a um processo de reengenharia ou alguma mudança com o propósito de redução de custos. Qualquer que seja a opção que a empresa procura, o fato é que o modelo é visível nas grandes empresas. Isto pode ser observado quando faz-se uma análise mais precisa dentro do processo produtivo

O termo Terceirização se origina, no setor econômico, em nível mundial, aplicado principalmente na administração de empresas, sempre à procura de bons resultados financeiros. Posteriormente, a palavra foi agregada à Ciência do Direito, que deu interpretação jurídica e até jurisprudência à atividade.

2.6 – A Terceirização com foco na Administração

A Terceirização é um fenômeno ou atividade que tem berço na Ciência da Administração, assim, qualquer estudo sobre o tema, não se pode considerar isoladamente uma definição fidedigna sem pesquisá-la na sua fonte, que é a Administração.

A Ciência da Administração é o mais adequado ramo do conhecimento e o que serve de base para a identificação dos elementos básicos que constituem a Terceirização, uma vez que, como já destacado, está na Administração a sua origem. Para tanto, é necessário conhecer definições e conceitos formulados pelos autores e fazer referências às obras que tratam do tema.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Para Giosa (1995, p.29): “Terceirização é um processo de gestão pelo qual se repassa algumas atividades para terceiros, com os quais se estabelecem uma relação de parceria, ficando a empresa concentrada apenas em tarefas essencialmente ligadas ao negócio em que atua”.

Para Queiroz (1996, p.30) a Terceirização é: “Uma técnica administrativa que possibilita o estabelecimento de um processo gerenciado de transferência, a terceiros, das atividades acessórias e de apoio ao escopo das empresas que é a sua atividade-fim, permitindo a estas se concentrarem no seu negócio, ou seja, no objetivo final”.

2.7 – A Terceirização com foco no Direito

No campo jurídico ou do Direito a visão da Terceirização é totalmente diferente, pois enquanto a Administração a estuda como uma técnica empresarial ou administrativa, tendo como objetivo principal o alcance de metas econômicas, ou seja, maiores lucros, melhor rentabilidade, dentre outras, o Direito a estuda, além das práticas administrativas envolvidas, como um problema social, daí a preocupação desta Ciência para entender, juridicamente o que se caracteriza com atividade-fim e atividade-meio e assim, ter um posicionamento em relação às pessoas envolvidas, quando existir algum conflito ou interesse jurídico.

Martins (2001, p.21) afirma que o Direito toma emprestado o termo Terceirização da ciência da administração: “No Brasil, a Terceirização foi adotada inicialmente no âmbito da administração de Empresas e posteriormente, os tribunais trabalhistas, em função de recursos jurídicos, também, passaram a utilizá-lo sob uma visão diferente, podendo ser descrito como a contratação de terceiros para realizar atividades que não se constituam o objeto principal da empresa”.

Robortella (1994) interpreta o fenômeno como uma estratégia econômica, por parte das empresas produtoras, que proporciona qualidade, agilidade e competitividade, determinando um processo de transferência de atividades, que não atividades-fins, a terceiros que, em forma de parceria, prestam serviços ou produzem bens para a contratante.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

3 – METODOLOGIA DA PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa foi realizada com as empresas que prestam serviços, no segmento de manutenção industrial, à **empresa X**, localizada na cidade de Barra Mansa, região sul do estado do Rio de Janeiro.

Barra Mansa está situada no Centro-sul fluminense, classificada pelo estado como região do Médio Paraíba e seu território foi desbravado em fins do século XVII, formando-se o núcleo original, às margens do Rio Paraíba do Sul. Devido a sua posição geográfica, foi perdendo a referência de local de pousadas e passagens de tropeiros e se caracterizou como um pólo de desenvolvimento comercial. No início do século XIX, o café passou a ser o seu principal produto comercial (BARRA MANSA, 2009).

No século XX, teve início o desenvolvimento industrial no município com a instalação de indústrias ligadas ao segmento de alimentação. A cidade participa da expansão histórica da indústria Nacional com a implantação da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), nos anos 40. Nesta data, a cidade de Volta Redonda ainda era distrito de Barra Mansa. Vale citar que um pouco antes, em 1937, se instalou na cidade, a Companhia Metalúrgica Bárbara.

3.1 – População e Amostra

A pesquisa foi realizada no período de 05 de março a 07 de julho de 2009, na **Empresa X**, que conta em sua planta, atualmente, com 18 (dezoito) empresas prestadoras de serviços dos mais variados segmentos. Dentre os quais podemos citar: limpeza de escritórios, limpeza industrial, transporte interno, tratamento de água, descarga de carvão, restaurante e manutenção com um total de 12 (doze) empresas.

Observa-se que a contratante dos serviços é uma empresa que, praticamente, terceirizou todas as atividades que não são a sua atividade fim. A atividade de manutenção gerida pela própria empresa é pequena e atende, apenas, em quebras ou paradas de máquinas.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Na pesquisa de campo, o principal instrumento utilizado foi um questionário aplicado junto a 12 (doze) representantes daquelas empresas de manutenção, que atuam dentro da referida **Empresa X**.

3.2 – Coleta e Análise de Dados

Segundo Lakatos e Marconi (2004) na análise dos dados é que o pesquisador procura maiores detalhes sobre os dados envolvidos no trabalho estatístico a fim de obter respostas às suas indagações e, assim, procura estabelecer as relações necessárias entre os dados obtidos e as hipóteses formuladas.

De acordo com Lakatos e Marconi (2007, p.25) “a análise e a interpretação dos dados são atividades distintas mas estreitamente relacionadas. Na análise, o pesquisador entra com mais detalhes sobre os dados decorrentes do trabalho estatístico são maiores, com a finalidade de obter respostas às perguntas realizadas e estabelecer as relações, que se fizerem necessárias entre os dados e as hipóteses formuladas, sendo estas comprovadas ou não”. Na interpretação, a preocupação é dar um significado mais amplo às respostas, fazendo-se fazer vinculações com outros conhecimentos, ou seja, fazendo-se colocações claras e acessíveis.

4 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A coleta de dados foi realizada e analisada após a devolução do questionário endereçado às empresas prestadoras de serviços, em MS-Excel planilha eletrônica e gráficos.

Foram enviados para as empresas de manutenção, alvo da pesquisa, 12 (doze) questionários, dos quais foram recebidos 10 (dez).

Vale citar que algumas empresas solicitaram a nossa presença para melhores esclarecimentos com relação aos principais objetivos que se desejava com a pesquisa. Algumas empresas ficaram na dúvida sobre a real utilização dos dados da pesquisa, porém, tudo foi superado com as devidas explicações.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

4.1 – Análise das Questões de Pesquisa

A seguir são apresentadas as questões da pesquisa, bem como suas respectivas análises.

Questão 01

A primeira pergunta foi identificar a atividade em que a empresa atua. Obteve-se os seguintes dados: eletrônica 1 (um), mecânica 2 (dois), elétrica 2 (dois), eletro-mecânica 3 (três) e civil 2 (dois). Pelos dados apresentados nota-se que a maioria das empresas pertence ao segmento eletro-mecânico e está de acordo com a demanda de serviços terceirizados exigidos pela empresa, em função da sua agilidade no atendimento e seu baixo custo, uma vez que seus encargos são menores e, também, não tem a preocupação com relação ao absenteísmo, porque o contrato obriga um número determinado de pessoas por turno ou serviço. Deve-se destacar que a manutenção eletrônica ainda é muito forte na empresa. Isto se deve aos novos equipamentos e novas tecnologias.

Questão 02

A segunda pergunta era saber se os proprietários já tinham trabalhado em outras empresas e, em caso afirmativo, saber em que nível hierárquico eles atuaram. O objetivo era de ter uma indicação ou um sinal do grau de conhecimento gerencial alcançado. Os resultados considerando todos os sócios foram: 55,5% (cinquenta e cinco virgula seis) já trabalharam em outras empresas e 44,4% (quarenta e quatro virgula quatro) não trabalharam. Pelos números observa-se que é grande o número de proprietários que não tiveram experiências de trabalho anteriores em outras empresas.

Os sócios que trabalharam em outras empresas e atingiram o nível de gerência é baixo, conforme demonstração a seguir: 2 (dois) Gerentes, 2 (dois) Supervisores, 3 (três) Encarregados e 4 (quatro) Auxiliares Administrativos.

Deduz-se que, mesmo com o conhecimento adquirido nas empresas que trabalharam, a maioria dos proprietários das empresas prestadoras de serviços, não

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

detêm o domínio gerencial como um todo. Necessitam de maiores conhecimentos e treinamentos para gerenciar uma empresa, pelo menos em nível aceitável.

Questão 03

A terceira pergunta feita na pesquisa foi saber o nível de escolaridade dos sócios. O resultado foi: 30% (trinta) com nível superior, sendo 4 engenheiros e 2 administradores de empresa; 20% (vinte) superior incompleto, sendo 2 estudando engenharia e 2 administração de empresas; 15% (quinze) com nível técnico e o restante com nível fundamental. Com os dados acima, verifica-se que o nível de escolaridade não é satisfatório para desempenhar as funções gerenciais, com a exigência do mercado cada vez mais competitivo.

Questão 04

Para classificar o tamanho das empresas foi solicitado o número de funcionários das empresas. O resultado foi o seguinte: até 19 funcionários foram 2 (duas) empresas. De 20 a 30 funcionários 3 (três) empresas. De 30 a 50 funcionários 4 (quatro) empresas. De 51 a 99 funcionários apenas 1 (uma) empresa.

Em geral as empresas prestadoras de serviços de manutenção que atuam na **Empresa X** são classificadas, em relação ao número de funcionários, como médias empresas, apresentando um efetivo médio de 37 pessoas.

Questão 05

A pergunta de número cinco tem alguns desdobramentos. A maioria das empresas não tem um setor contábil. Elas preferem fazer contrato de prestação de serviços com escritórios de contabilidade para cuidar da parte fiscal. Elas próprias se encarregam de fazer os custos e os preços de venda.

Apenas três empresas fazem o trabalho relativo a custos e preços de venda. Nessas empresas, as pessoas envolvidas com a parte financeira, estão assim distribuídas: 2 (duas) empresas contam, cada uma, com uma pessoa de nível superior em Ciências Contábeis e, uma empresa conta com 4 (quatro) pessoas de nível técnico em Contabilidade.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Questão 06

A pergunta de numero seis foi saber se os proprietários determinam o preço de venda. O resultado foi surpreendente. Todos os proprietários fazem o preço de venda em função do trabalho a realizar, correspondendo a 20% vinte por cento; do tempo previsto para a sua execução, 10%. Estes dados pode-se deduzir que os preços de venda não obedecem às orientações e procedimentos contábeis e sim a uma regra presumida de execução de trabalho com base na experiência e conhecimento daquilo que se vai executar. Tal medida, com certeza, pode levar a dados distorcidos e as empresas não sabem se, realmente, estão com um preço aceitável para o mercado local, fazendo com que haja uma disparidade de preços, entre os concorrentes, no momento em que se candidatam a executar serviços quando acontecem as licitações dos mesmos.

Pelos dados da resposta com relação a formação do preço de venda, deduz-se que os preços praticados para a execução de serviços, apresentam uma disparidade grande de empresa para empresa.

Questão 07

As empresas, em sua maioria, não têm sistema de gestão financeira. Esta foi a conclusão relativa à pergunta de número nove: “a empresa tem algum sistema de gestão”. Apenas uma empresa tem um sistema de gestão com o nome de PROSOFT. Muito pouco para as empresas fazerem seu controle financeiro num mercado tão competitivo. Ressalta-se que a empresa que tem o sistema mencionado é uma empresa, classificada, segundo o SEBRAE (2010), como MPE. Normalmente ela tem dois sócios, sendo um deles engenheiro, mas não tem setor contábil nem pessoas que trabalham nesta área na empresa.

Questão 08

A pergunta oito foi relativa a confecção do orçamento. Todas as empresas fazem orçamento dos serviços a executar. Os dados apresentados foram: empresas que fazem orçamentos 100% (cem) e aquelas que não usam essa prática 0% (zero). O entendimento desta pergunta foi a de que se faz orçamento por serviço a executar

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

e não orçamento anual. Em relação ao entendimento de confecção anual de orçamento, todas as empresas, com exceção de uma, aquela que utiliza o PROSOFT, não fazem orçamento anual.

Questão 09

A pergunta de número nove se refere à prática da empresa fazer análise dos seus resultados financeiros. A maioria, 70% (setenta) ou 7 empresas, disseram que não fazem. Apenas 30% (trinta) ou 3 empresas fazem análises. Nenhuma das empresas que não fazem análise financeira respondeu por qual motivo não praticam tal exercício.

Questão 10

Para fazer a classificação da empresa em função do resultado financeiro, foi solicitado, na pergunta de número dez, quanto a empresa apresentava de faturamento no período de um ano. As respostas apresentadas apresentaram os seguintes dados: 10% têm faturamento entre 200 e 300 mil reais; 30% entre 300 e 400 mil reais; 40% entre 400 e 600 mil reais e 20% entre 1,0 e 1,2 milhões de reais.

Verifica-se que pelo faturamento todas as empresas são consideradas de pequeno porte, segundo a classificação do SEBRAE (2010), pois têm um faturamento médio anual acima de R\$ 240.000,00 e menor que R\$ 2.400.000,00. Então, estas empresas apresentam duas classificações: *pequenas* pelo faturamento e *micro* pelo número de funcionários.

Questão 11

Também foi perguntado sobre a margem de lucro das empresas. Os resultados foram: 3 empresas trabalham com a margem de 20%, 1 (uma) trabalha com a margem de 15%, 2 (duas) trabalham com a margem de 12 %, 3 (três) trabalham com a margem de 10% e 1 (uma) trabalha com a margem de 8%.

5 – CONCLUSÃO

Este trabalho procura a melhor maneira de atingir o segmento prestador de serviços de manutenção que pouco ou quase nada conhece sobre a área financeira. Não visa, portanto, fazer um estudo sobre contabilidade.

Para alcançar os objetivos, não levou-se em consideração um estudo profundo sobre o tema contábil. O trabalho procurou se fixar em dados práticos, sobre os termos mais utilizados por aqueles que trabalham nas áreas de orçamento e custos.

Os métodos de custeio objetivam identificar os gastos inerentes ao processo produtivo acumulando-os de forma organizada aos produtos e serviços (MIQUELETTTO, 2009).

O empresário deverá testar todos os tipos de custeio e utilizar o que melhor se ajusta ao seu negócio, pois o conhecimento, daquilo que se faz, é fundamental para melhor se gerir os custos de uma empresa. A partir daí define-se o melhor sistema de custeio para sua empresa, para cada atividade e, assim, teremos particularidades, que sem dúvidas são fatores importantes na implantação e sucesso do mesmo.

Após tomar conhecimento do negócio é que se pode montar a estrutura de custos que melhor se encaixe ao seu processo. Os princípios contábeis devem ser observados, na montagem apropriada, para atender, completamente, às suas outras duas mais importantes tarefas: controle e decisão.

Esses novos campos deram nova vida a essa área que, por sua vez, vem conseguindo desenvolver técnicas e métodos específicos e conquistando um espaço, antes não explorado em todo o seu potencial, pelos profissionais e usuários. Agora, estão disponibilizando informações de alto valor agregado para as empresas que justificam a sua existência e finalidade que é a obtenção de lucro.

Deste trabalho, espera-se que as pessoas tirem o proveito necessário para adquirir um grau de subsídios que lhes permita a elaboração de custos e preços de venda em bases teóricas, e a partir daí, desenvolver maiores conhecimentos.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Com a mudança do quadro econômico, a partir da estabilidade da economia, percebe-se, quanto o efeito inflacionário deixou míope as pessoas, no tocante a preços e custos, haja vista as dificuldades que elas apresentam para determinar, nas empresas, seu verdadeiro custo e conseqüentemente seu preço de venda real, tanto para aumentar quanto para diminuir o valor de seus produtos ou serviços.

O momento atual em que a economia, além do efeito “globalização”, atravessa uma fase de incertezas, ameaças e dificuldades de toda sorte. A administração dos custos torna-se mais complexa, preocupante e, sobretudo, desafiadora para os empresários, seja qual for sua classificação ou seu ramo de trabalho.

Com base nesse contexto, faz-se necessário que o empresariado se atualize, principalmente na área econômica, mais precisamente para conhecer os seus custos.

Este trabalho mostra quão importante é um sistema de informações gerenciais para as empresas, independente de qual seja o ramo de atuação, de seu porte ou atividade. Na análise dos resultados, apenas uma empresa afirmou ter um sistema de gestão, o que é muito pouco para a gama de empresas atuantes no setor de manutenção, na cidade de Barra Mansa.

Para evitar que os gestores das empresas prestadoras de serviços tomem decisões errôneas, tal como determinar o preço de um serviço, apenas pela experiência de trabalhos executados anteriormente ou calcular, de forma empírica, o valor com base no tempo de execução, se faz necessário que eles procurem novas práticas de gestão e procurem se informar sobre metodologias de custeio. Como exemplo de uma metodologia, cita-se o Custeio Baseado em Atividades, mas que para essas empresas, talvez seja um salto muito grande.

Outro ponto importante para os gestores é ter conhecimento das atividades realizadas, pois, a partir daí, pode descobrir os seus pontos críticos, fracos e fortes, dimensioná-los e torná-los homogêneos para que possam tomar decisões no âmbito financeiro que levem a empresa a resultados positivos.

Os gestores precisam se advertir para o fato de que a competição é cada vez mais acirrada e que se eles próprios não se prepararem e, também, não preparar seus funcionários, com certeza, num futuro próximo, terão que fechar as portas do seu negócio, uma vez que pessoas e empresas preparadas para o mercado competitivo funcionarão para ganhar concorrências que hoje, ainda, podem ser suportadas com baixas margens de lucro.

Esse resultado baixo foi demonstrado pelo percentual de apenas oito a treze por cento em algumas empresas. Ora, se a empresa tem um faturamento anual da ordem de 500 mil reais, um lucro de dez por cento é muito baixo. Os proprietários que se satisfazem com este lucro, possivelmente são aqueles egressos de empresas, onde assumiram cargos baixos na escala hierárquica e, hoje, são gestores, com pouco conhecimento para administrar uma empresa, e por isso, se sentem satisfeitos, como empresários mesmo com um ganho anual da ordem de 50 mil reais, talvez porque seja um ganho bem maior do que quando eram empregados ou estão satisfeitos porque comandam ao invés de serem comandados.

Pelo resultado da pesquisa nota-se que o nível de escolaridade é baixo, tanto de gestores como de funcionários, o que requer um cuidado especial com treinamento, seja em administração, financeiro ou área técnica. Se não o fizerem, com certeza, em breve, começarão a colocar a culpa na globalização e na competição por não encontrar mercado ou trabalho para suas empresas.

Demonstra-se conforme resposta do questionário, que o nível de escolaridade das pessoas que trabalham no setor contábil está aquém do desejado para quem trabalha numa área tão importante e que serve de suporte para a tomada de decisões.

Outra comprovação que se pode tirar em relação ao baixo nível de escolaridade e o baixo preparo para exercer os cargos que ocupam, em quase sua totalidade não fazem análise financeira nenhuma. É possível que não façam porque as pessoas não estão preparadas para fazê-la e nem os proprietários estão aptos a receber o resultado analítico com segurança, pois também, não estão preparados.

Que este trabalho contribua com todos aqueles que buscam uma consulta ou pesquisa sobre custos, sejam alunos, profissionais, empresários ou leigos no

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

assunto e, ainda, na certeza que este trabalho não esgota o assunto, dado a sua complexidade, espera-se que outros interessados retornem ao tema.

6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTHONY, R N. *Contabilidade Gerencial*. São Paulo: Atlas, 1983.

ASSEF, R. *Guia Prático de Administração Financeira: Pequenas e Médias Empresas*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ATKINSON, A. A.; BANKER, R. V. D.; KAPLAN, R. S. *Contabilidade Gerencial*. São Paulo: Atlas, 2003.

BARRA MANSA, Prefeitura Municipal. Disponível em: www.pmbm.com.br. Acesso em 04 de maio de 2009.

BARROS, A. e DUARTE, J. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2007.

CARVALHO, P. B. *Curso de Direito Tributário*. 14 ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia Científica*. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

FERREIRA, A. B. H. *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*. Ed. Positivo, 2010.

GIOSA, L. A. *Terceirização: Uma Abordagem Estratégica*. São Paulo: Pioneira, 1995.

IUDÍCIBUS, S. *Contabilidade Gerencial*. São Paulo: Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, S.; MARION, J. C. *Teoria da Contabilidade*. São Paulo: Atlas, 1993.

JOHNSON T. H.; KAPLAN, R. S. *Contabilidade Gerencial: A Reestruturação da Relevância da Contabilidade nas Empresas*. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

KOTLER, P. *Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle*. São Paulo: Atlas, 1998.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas, 2004.

LERE, J. C. *Formação de Preços: Técnicas e Práticas*. Rio de Janeiro: LTC, 1974.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número III Jan-jun 2011	Trabalho 04 Páginas 47-67
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

SOUZA, Antonio Carlos Breves de; PINTO Junior; Dario Moreira; OLIVEIRA, José Vilmar de. Uma Análise sobre o Preço de Venda nas Empresas Prestadoras de Serviços na Cidade de Barra Mansa – Rio de Janeiro.

LINZMAYER, E. *Guia para Administração da Manutenção Hoteleira*. 2 ed. São Paulo: Senac, 2002.

MARTINS, E. *Contabilidade de Custos*. São Paulo: Atlas, 1995.

MARTINS, S. P. *A Terceirização e o Direito do Trabalho*. São Paulo: Atlas, 2001.

MIGLIORINI, E. *Custos: Análise e Gestão*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MIQUELETTTO, Eluiz Maria. *Formação do Preço de Venda: Uma Análise do Processo de Formação de Preço em Empresas Madeireiras de Grande Porte de Curitiba e Região Metropolitana*. 2008. 102 f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008. Disponível em: <http://www.ppgcontabilidade.ufpr.br/system/files/documentos/Dissertacoes/D005.pdf>. Acesso em 04 de maio de 2009.

PORTER, M. E. *Vantagem competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior*. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

QUEIROZ, C. A. R. S. *Manual de Terceirização*. 8 ed. São Paulo: STS, 1996.

ROBORTELLA, L. C. A. Terceirização. Aspectos Jurídicos. Responsabilidades. Direito Comparado. *Revista LTR*. São Paulo. V.58, n.8, ago,1994.

SÁ, A. L. de. *Contabilidade Gerencial*. São Paulo: Atlas, 1971.

SEBRAE. Disponível em www.sebrae.com.br. Acesso em 04 de maio de 2009.