

A UTILIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO DO CUSTO DE OPORTUNIDADE NA PRECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS: UMA PESQUISA REALIZADA EM MICRO E PEQUENAS INDÚSTRIAS DE CONFECÇÕES DA CIDADE DE DIVINÓPOLIS/MG

Jordana Criste da Silva

Bacharel em Ciências Contábeis pela Faculdade Divinópolis - FAGED

Julian Alexandrina Coelho

Bacharel em Ciências Contábeis pela Faculdade Divinópolis - FAGED

Jean Ferreira Assunção – Centro Universitário UMA

Mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade do Estado de Minas Gerais e graduado em Ciências Contábeis pela Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Divinópolis - FAGED.

jeanassuncao@hotmail.com

Resumo

Esse estudo objetivou verificar se os gestores de micro e pequenas indústrias de confecções da cidade de Divinópolis utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos. Especificamente buscou verificar se os gestores conhecem os custos de oportunidade relacionados com seus negócios; e identificar quais informações são utilizadas para precificação de seus produtos. Para tanto foram utilizados como métodos a pesquisa descritiva, quantitativa e como técnica de coleta de dados a aplicação de questionário estruturado, para verificar a seguinte hipótese: (H1) os gestores de micro e pequenas empresas do setor de confecções não utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos.

Após análise dos dados coletados, a hipótese foi rejeitada, verificando-se que os gestores utilizam preponderantemente para precificação de seus produtos informações sobre os custos de oportunidade relacionados com o capital social investido, e com frequência baixa as informações sobre valor locatário e do custo de oportunidade do pró-labore a valor de mercado.

Palavras-chave: Custo de oportunidade. Precificação. Informação contábil.

Abstract

This study aimed to verify if the managers of micro and small-sized enterprises of ready-made garment industries in the city of Divinópolis, Minas Gerais State, use information of the opportunity costs to price their products. Specifically, it sought to ascertain whether managers are aware of the opportunity costs related to their business; and identify what information is used to price your products. For this purpose, was used a descriptive and quantitative research and a structured questionnaire as data collection technique to verify the following hypothesis: (H1) the managers of micro and small-sized enterprises of ready-made garment industry do not use information of the opportunity costs to price their products. After analyzing the collected data, the hypothesis was rejected. It was verified that the managers mainly use information of the opportunity costs related to the capital stock invested, while the information on rental value and the cost of opportunity of owner's wage at market value are used with low frequency to price their products.

Keywords: Opportunity cost. Pricing. Accounting information.

Introdução

O mercado apresenta-se cada vez mais competitivo e acirrado, com isto surge a necessidade das entidades desenvolverem métodos para otimização de seus resultados, através de indicadores que apontem a realidade da empresa e a direcionem para a determinação do melhor preço que atenda as expectativas do mercado e da entidade. (MACIEL, ROCHA, ALMEIDA; 2005).

Neste cenário, a definição dos custos se torna relevante, visto que podem ser utilizados como base para a precificação ou se modificarem para atender aos preços definidos pelo mercado. Como custo, deve-se ressaltar o custo de oportunidade, que representa o sacrifício econômico por não ter escolhido as demais opções de investimento e que não é inserido nas demonstrações contábeis; porém deve ser levado em consideração pelos gestores, pois a partir dele pode-se definir o lucro mínimo esperado do empreendimento. Paradoxalmente, estudos apontam que os gestores geralmente não utilizam o custo de oportunidade em suas decisões.

(ASSUNÇÃO, 2015; DENARDIN, 2004; PADOVEZE, 2010; SANTOS; ASSUNÇÃO, 2011).

Diante do exposto formula-se o seguinte problema de pesquisa: os gestores de micro e pequenas indústrias de confecções da cidade de Divinópolis utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos?

Os estudos de Denardin (2004) destacam que as empresas, em sua grande maioria, ao invés de analisarem os custos e indicadores, dentre eles os custos de oportunidade, utilizam como base os preços praticados pela concorrência. Partindo desse pressuposto, formula-se a seguinte hipótese H₁: os gestores de micro e pequenas empresas do setor de confecções não utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos.

Assim, objetivou verificar se os gestores de micro e pequenas indústrias de confecções da cidade de Divinópolis utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos. Como objetivos específicos buscou-se verificar se os gestores conhecem os custos de oportunidade relacionados com seus negócios; e identificar quais informações são utilizadas para precificação de seus produtos.

Esse estudo se justifica dado a importância econômica e social das micro e pequenas empresas, tendo em tela estudos que apontam que cerca de 99% dos estabelecimentos no Brasil se enquadram nesse porte e respondem por 52% da geração de empregos com carteira assinada. (SEBRAE, 2017).

Também, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae (2015) “os pequenos negócios respondem por mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Juntas, as cerca de 9 milhões de micro e pequenas empresas no País representam 27% do PIB, um resultado que vem crescendo nos últimos anos.”

A Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - Fiemg (2017) ainda afirma que “o polo confeccionista de Divinópolis é composto por 570 empresas, sendo 90% de

micro e pequeno porte, responsável por 4,8 mil empregos e produção anual de cinco milhões de peças”. Dado a relevante participação das micro e pequenas empresas na geração de valor econômico, se faz relevante o direcionamento da contabilidade para este segmento, visto que estudos apontam que muitas empresas não conseguem sobreviver aos primeiros anos, por ausência de uma boa gestão. (SEBRAE, 2015).

Logo, dado a importância econômica e social das micro e pequenas empresas no mercado, se torna relevante a continuidade destas entidades. E, para tanto, é necessário que estejam munidas de informações tempestivas vinculadas ao custo de oportunidade, que auxiliem os gestores em tomadas de decisões econômicas. (SANTOS; ASSUNÇÃO, 2011).

Por fim, o artigo está organizado em cinco capítulos, sendo o primeiro a introdução, que aborda o problema, hipótese, objetivo geral, objetivos específicos e justificativa. O segundo capítulo trata sobre a revisão bibliográfica, abordando os principais conceitos que tangem sobre custo de oportunidade e precificação, levando em consideração ferramentas gerenciais que auxiliam na definição dos preços, como os métodos de custeio. No capítulo três foram descritos a metodologia da pesquisa, explanando sobre a forma de abordagem do problema, quanto aos procedimentos técnicos e quanto à forma de coleta de dados. No capítulo quatro é descrita a análise de dados. Por último, no capítulo cinco, são apresentadas as considerações finais.

2 Referencial teórico

2.1 Custo de Oportunidade

O custo de oportunidade é relevante para os responsáveis pelas decisões da entidade, pois representa o sacrifício financeiro em ter aplicado seus recursos em determinada alternativa ao invés de outra. O custo de oportunidade cria uma área de resultados específicos para mensurar a rentabilidade do investimento, definindo o retorno mínimo para justificar a aplicação dos recursos. (MARTINS, 2010; PADOVEZE, 2010).

Segundo Goulart (2002, p. 21) “Eis um raciocínio relevante para a compreensão do conceito de custo de oportunidade: ao escolher, tomamos um curso de ação, abandonando outras alternativas que nos proporcionariam benefícios específicos”.

Ou seja, quando se opta por uma alternativa, automaticamente outra opção é descartada, sendo que essa última se refere ao custo de oportunidade. Assim, "representa o custo de oportunidade o quanto a empresa sacrificou em termos de remuneração por ter aplicado seus recursos numa alternativa ao invés de outra".

(MARTINS, 2010, p. 234).

Para Maciel, Rocha e Almeida (2005, p. 6)

o custo de oportunidade é um tipo de custo imputado e, por não provocar gastos, visíveis, para a empresa, são subjetivos e polêmicos. É o caso de remuneração, como se devido fosse, projetada sobre o capital próprio; bem como o aluguel apropriado quando trata-se de um galpão industrial próprio etc. Tratam-se, portanto, de ideias que em nível gerencial já são bem aceitas, mas contabilmente não têm sido consideradas. (MACIEL; ROCHA; ALMEIDA, 2005, p. 6).

O custo de oportunidade não é inserido na elaboração das demonstrações contábeis externas, geralmente limitam os registros a atos e fatos contábeis oriundos de eventos passados, sem alcançar os custos de oportunidade. Porém, “o fato de não receber espaço em demonstrações contábeis não significa que se trate de conceito de pouca relevância. Pelo contrário, é muito importante para o tomador de decisões.” (GOULART, 2002, p. 23).

Entretanto, quando o custo de oportunidade é analisado pela ótica econômica, Meyers (1960 *apud* BEUREN, 1993, p.2) afirma que o "custo de produção de qualquer unidade de uma mercadoria é o valor dos fatores de produção empregados na obtenção desta unidade - o qual se mede pelo melhor uso alternativo que se poderia dar aos fatores se aquela unidade não tivesse sido produzida". Por exemplo, o empresário deveria avaliar quanto ele ganharia para desenvolver as mesmas funções como colaborador de outra empresa e acrescentar este valor ao custo de seu serviço ou produto, qual receita ele

estaria deixando de receber por um imóvel próprio que decidiu utilizar em sua atividade empresarial, dentro outros.

Nesse prisma, outros exemplos de custo de oportunidade não alcançados pela contabilidade são destacados na literatura como: o valor locatário de imóveis próprios; remuneração equivalente de mercado a sócios e familiares que trabalham no negócio e recebem *pro labore* ou remunerações inferiores ao que receberiam se trabalhassem exercendo a mesma atividade em outra empresa; retorno mínimo exigido pelos sócios sobre o capital aplicado na entidade, investimentos em ativos classificados como imobilizado ou outros, que beneficiam produtos específicos como máquinas e espaços para a produção de determinado produto, visto que a aplicação do capital utilizado na adesão destes investimentos poderia ser utilizado em aplicações financeiras com taxas de juros mais atraentes. (BRUNI; FAMA, 2011; MACIEL; ROCHA; ALMEIDA, 2005; PEREIRA et al, 1990; SANTOS; ASSUNÇÃO, 2011).

Portanto, na abordagem econômica o custo de oportunidade representa o benefício da opção que foi sacrificada, informação que pode auxiliar na tomada de decisões dos gestores, visto que a partir dela se pode definir o lucro mínimo do empreendimento.

2.2 Métodos de Custeio

A partir das necessidades das entidades foram criados diversos métodos de custeio para apropriar os custos de produção. Esses métodos dependem da visão conceitual que a empresa possui sobre a melhor forma de custeamento dos produtos e são utilizados para precificação, redução de custos, definição de mix de produção e decidir entre produzir ou terceirizar. Dentre esses métodos destacam-se o custeio por absorção, custeio variável e custeio baseado em atividades – ABC. Ressalta-se que em todos estes métodos é relevante a utilização do custo de oportunidade. (ABBAS; GONÇALVES; LEONCINE, 2012; PADOVEZE, 2010).

O custeio por absorção “se baseia na premissa de que os custos, diretos e indiretos, fixos ou variáveis originados na produção sejam alocados a todos os produtos, e que todas as despesas sucedidas no processo de comercialização sejam consideradas

gastos do período.” (MACIEL; ROCHA; ALMEIDA, 2005, p.4). Consiste em subdividir os custos em diretos e indiretos, sendo que os custos diretos são aqueles que estão diretamente incluídos no cálculo dos produtos e não necessitam de rateio para serem alocados ao custo do produto, pois são facilmente identificados. Como exemplo o custo da matéria-prima e mão de obra direta. Em contrapartida, os custos indiretos são aqueles comuns a diversos produtos e não podem ser alocados diretamente a cada um deles, são atribuídos aos produtos de forma aproximada utilizando-se critérios de rateio. Entretanto a literatura afirma que um dos maiores problemas da contabilidade é transferir o custo indireto para o produto, pois os critérios são subjetivos, visto que cada profissional pode definir o critério de alocação. Por isso este método não é o mais indicado para auxílio nas tomadas de decisões. (BRUNI; FAMÁ, 2011).

O custeio variável é largamente utilizado e recomendado pela literatura nas tomadas de decisões relacionadas a custos e preços, visto que um dos maiores problemas da gestão de custos trata-se do controle e alocação dos custos indiretos, visto que o custeio por absorção é subjetivo, já que utiliza de critérios de rateio subjetivos dos gastos indiretos de fabricação que podem levar a distorções relevantes nos custos dos produtos. O custeio variável divide os custos em dois grupos principais: custos fixos e custos variáveis. Os custos fixos são aqueles que existirão independente do volume de produção ou prestação de serviços e os custos variáveis estão diretamente relacionados ao volume e são alocados aos produtos/serviços. Já os custos fixos são alocados diretamente ao resultado do período, sem serem ativados em estoque. Este método de custeio utiliza da margem de contribuição como ferramenta de análise, obtida pela diferença entre as receitas de vendas e custos/despesas variáveis, auxiliando no processo decisório, como na decisão do volume mínimo de produção, cálculo do mix de produtos, ponto de equilíbrio econômico, entre outros. Entretanto, não é aceito na legislação fiscal e contábil brasileira. (ASSUNÇÃO, 2016; BRUNI; FAMA, 2011; MACIEL; ROCHA; ALMEIDA, 2005).

Por fim, o método de custeio baseado em atividades ou ABC (*activity-based costing*) tenta amenizar o processo de arbitrariedade na alocação dos custos indiretos, através de um processo de distribuição dos custos por atividades, desta forma os setores absorvem os custos e posteriormente os produtos absorvem os setores, ou seja, o ABC

analisa o valor que cada atividade adiciona ao negócio ou departamento. Desta forma, os processos podem ser otimizados, pois este método faz mais do que apurar custos, ele proporciona informações que auxiliam na tomada de decisões não apenas operacionais como também estratégicas. (ASSUNÇÃO, 2016; MACIEL; ROCHA; ALMEIDA, 2005; MOTTA, 2000).

2.3 Precificação

O empresário precisa conhecer os itens que darão origem ao preço de venda, para que possa estabelecer um preço que seja lucrativo para empresa e que seja competitivo, visto que a precificação sofre imposições do mercado. Entretanto, isso não exclui a importância dos custos na formação do preço, pois eles trarão informações sobre a rentabilidade dos produtos/serviços, auxiliando a empresa na tomada de decisões sobre o melhor mix de produção e a continuidade ou descontinuidade da comercialização de determinado produto. Na literatura, o preço pode ser definido com base nos custos, no mercado ou com base em ambos.

(MACIEL; ROCHA; ALMEIDA, 2005; PADOVEZE, 2010).

Padoveze (2010) afirma que a precificação que utiliza como base o mercado parte da teoria econômica, basicamente influenciada pela oferta versus a demanda do mercado. Nesse caso, é necessário fazer o caminho inverso, pois o mercado define o preço máximo que o consumidor está disposto a pagar e os custos e despesas devem se adequar a esse valor. Nesse cenário, parte-se do preço de venda e deduz a margem mínima de lucro desejada, resultando no *target costing*, ou custo meta. Entretanto, apenas através do método de custeio por absorção ou custeio ABC é que se pode obter o custo meta. Diante disso, a empresa precisa analisar se possui condições de produzir e vender o produto obtendo o lucro desejado e ainda arcar com os custos de produção, despesas com venda e custo de oportunidade.

Em contra partida, a precificação com base nos custos alocados nos produtos utiliza como ferramenta o *mark-up*, que pode ser traduzido como marcar acima. Partindo do custo apurado pelos métodos de custeio, adiciona-se uma margem percentual para

cobrir gastos não incluídos no custo, entre eles a margem de lucro desejada. O *mark-up* pode ser calculado de duas formas: pelo multiplicador, que consiste no valor que deverá ser multiplicado pelos custos para chegar ao preço de venda; ou pelo divisor, que representa percentualmente os custos em relação ao preço de venda. Contudo, *mark-up* é um índice que garante que o preço mínimo do produto cubra todos os gastos e a margem de lucro desejada. (ASSUNÇÃO, 2016; BRUNI; FAMÁ, 2011; PADOVEZE, 2010).

Posto isto, verifica-se que a precificação é uma ferramenta imprescindível para o bom desenvolvimento da empresa, visto que é através da definição do preço que a empresa se vê em condições de produzir e vender tal produto com o lucro desejado. (PADOVEZE, 2010).

2.4 O custo de oportunidade na precificação

O mercado atual se mostra cada vez mais competitivo, com concorrentes nacionais e estrangeiros que oferecem preços de venda cada vez mais acessíveis e, para permanecer neste mercado, é necessário apresentar preços menores ou similares aos ofertados, obrigando os gestores a acertarem na definição do preço de venda de seus produtos. (DENARDIN, 2004).

Segundo Rodney Wernke e Lembeck (2011), a precificação é uma ferramenta essencial para permanência em um mercado acirrado, e deve levar em consideração conceitos como o do custo de oportunidade e análise de mercado. Porém, os referidos conceitos algumas vezes não são amplamente utilizados pelos gestores das empresas, o que pode acarretar a perda de competitividade e a não permanência da entidade no mercado.

Neste aspecto destaca-se a importância do custo de oportunidade na precificação, visto que através de mensurações dos efeitos econômicos promove-se o desenvolvimento de critérios de avaliação do patrimônio que auxiliam na definição do preço. (DENARDIN; 2004, SANTOS; 1997).

Denardin (2004), afirma ainda que, em geral, os índices que medem o desempenho das entidades são indicadores relevantes, entretanto, devem estar entrelaçados ao custo de oportunidade do capital próprio, que demonstra o quanto os sócios deixaram de ganhar ao rejeitarem a segunda melhor opção de investimento.

A partir deste cenário, surge a necessidade de novas medidas de desempenho, e entre elas o valor econômico agregado, que considera como lucro real o valor que resta após a dedução do custo de oportunidade, tornando-se uma ferramenta gerencial relevante, pois destaca a importância e aplicabilidade do custo do capital. (DENARDIN; 2004).

Nestas circunstâncias, o custo de oportunidade deve incorporar o preço de venda, já que afeta diretamente a lucratividade da entidade, uma vez que representa um parâmetro para definição do retorno mínimo esperado pelos sócios e acarreta a definição do melhor preço, que deverá atender a realidade do mercado e dos acionistas. Contudo Denardin (2004) destaca que as empresas, em sua grande maioria, ao invés de analisarem os custos e indicadores, utilizam como base os preços praticados pela concorrência.

3 Metodologia

Para realização da pesquisa foi adotado o método hipotético-dedutivo que, segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 32), "[...] inicia-se com um problema ou uma lacuna no conhecimento científico, passando pela formulação de hipóteses e por um processo de inferência dedutiva". Assunção (2016, p. 42) enfatiza que esse método se utiliza "[...] de teorias prévias para iluminar o problema e hipóteses formuladas e, essas últimas, deverão ser comprovadas ou não por meio de testes, experimentos ou observações detalhadas".

Quanto aos objetivos, descritiva, pois “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los.” (CERVO; BERVIAN, 2002, p.66). O autor afirma ainda que a pesquisa descritiva procura descobrir a frequência que determinado evento ocorre, suas características e relação com outros eventos, trabalha com base

em dados ou fatos coletados da própria realidade, utilizando técnicas padronizadas, como o questionário e a entrevista.

Para o delineamento dos procedimentos técnicos foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que é desenvolvida através de materiais já publicados, como livros, artigos científicos e revistas, sendo assim permite que o pesquisador cubra uma série de fenômenos muito mais ampla. Entretanto o investigador precisa se assegurar das informações coletadas, para descobrir possíveis contradições ou incoerências. (GIL, 2009; PRODANOV; FREITAS, 2013; RAUPP; BEUREN, 2003).

Foi utilizado como relação à técnica de coleta de dados um questionário estruturado, que contém uma série de questões relacionadas a um problema central e possibilita medir com mais exatidão as questões abordadas, visto que as perguntas fechadas são de fácil aplicação, codificação e análise. (CERVO; BERVIAN, 2002)

Ainda com relação ao questionário, Marconi e Lakatos, 2003, p. 203, afirmam que “o questionário deve ser limitado em extensão e em finalidade. Se for muito longo, causa fadiga e desinteresse; se curto demais, corre o risco de não oferecer suficientes informações”.

Sobre a forma de abordagem do problema optou-se pela pesquisa quantitativa, utilizando-se estatística descritiva de distribuição de percentagem, com apresentação dos dados categorizados em gráficos. A pesquisa quantitativa atentasse ao comportamento geral dos acontecimentos, possui a intenção de evitar distorções, garantir precisão nos resultados e “requer o uso de recursos e técnicas de estatística, procurando traduzir em números os conhecimentos gerados pelo pesquisador.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 128).

A pesquisa foi realizada com gestores de micro e pequenas empresas das indústrias de confecção de Divinópolis no período de 30/10/2018 a 14/11/2018, através de questionário eletrônico gerado gratuitamente pelo *site Docs Google* e enviado por e-mail através do Sindicato das Indústrias do Vestuário de Divinópolis – Sinvesd, para um total de 167 empresas filiadas à referida entidade, obtendo-se um retorno de 9 respondentes.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

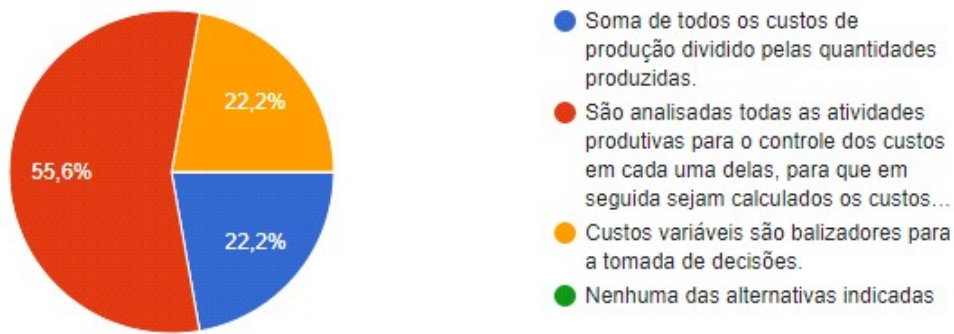
Após aplicação do questionário, foi possível analisar como os gestores de micro e pequenas indústrias de confecções da cidade de Divinópolis utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos.

Quanto ao segmento exercido pelas entidades, 44% da amostra compreende a confecção de Modinha, sendo que a atividade principal dos empreendimentos é confecção própria, na grande maioria de camisas. Com relação ao porte 33% das empresas respondentes são microempresas e 67% são pequenas empresas, utilizando-se a metodologia do IBGE de classificação pelo número de funcionários (SEBRAE, 2015). Aponta-se que 12% atuam no mercado a mais de um ano, 44% a mais de cinco anos e 44% a mais de dez anos, demonstrando a consolidação destas entidades no mercado.

Com relação aos gestores, a maioria são sócios-administradores, com idade entre 26 e 35 anos. Desses 12% possuem apenas ensino fundamental, 44% possuem ensino superior e os outros 44% são pós-graduados.

Em relação aos métodos de custeio, observa-se que a maioria das empresas analisam todas as atividades produtivas para o controle dos custos em cada uma delas, para que em seguida sejam calculados os custos com base no consumo destas atividades pelos produtos, utilizando-se de conceitos aplicados ao método ABC conforme visualizado no gráfico 01.

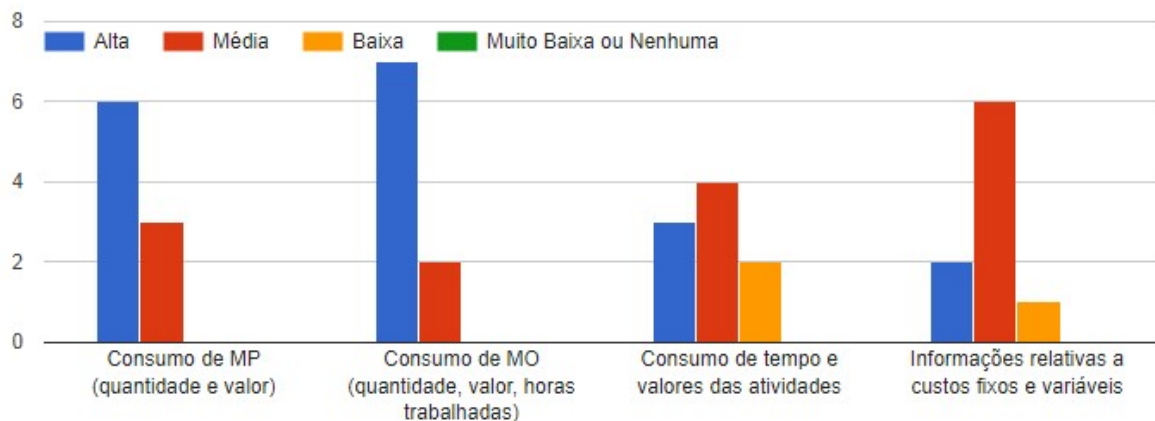
Gráfico 01: Cálculo dos custos dos produtos industrializados



Fonte: dados da pesquisa

Com relação à frequência da utilização das informações sobre matéria-prima, mão de obra, consumo de tempo, custos fixos e variáveis, as informações utilizadas com alta frequência são as que tangem sobre matéria-prima e mão de obra, demonstrando ênfase à utilização também de conceitos aplicados ao custeio por absorção ou modelos baseados em alocação direta, conforme gráfico 02.

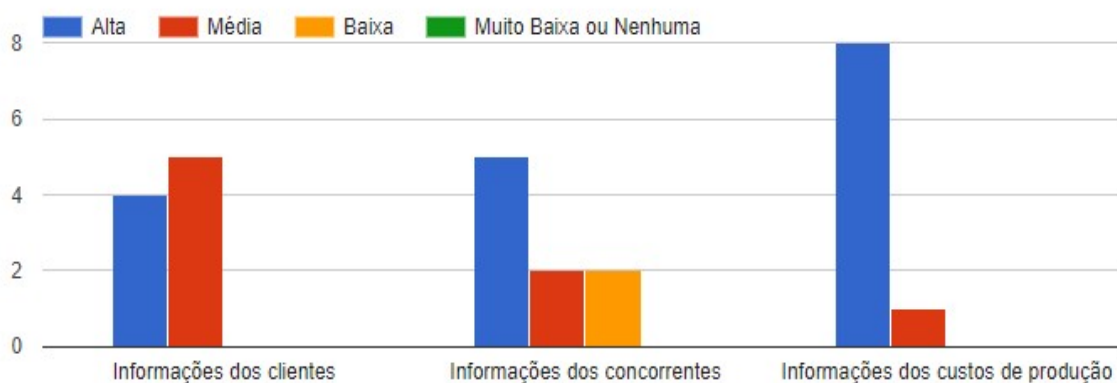
Gráfico 02: Frequência da utilização das informações de custos



Fonte: dados da pesquisa

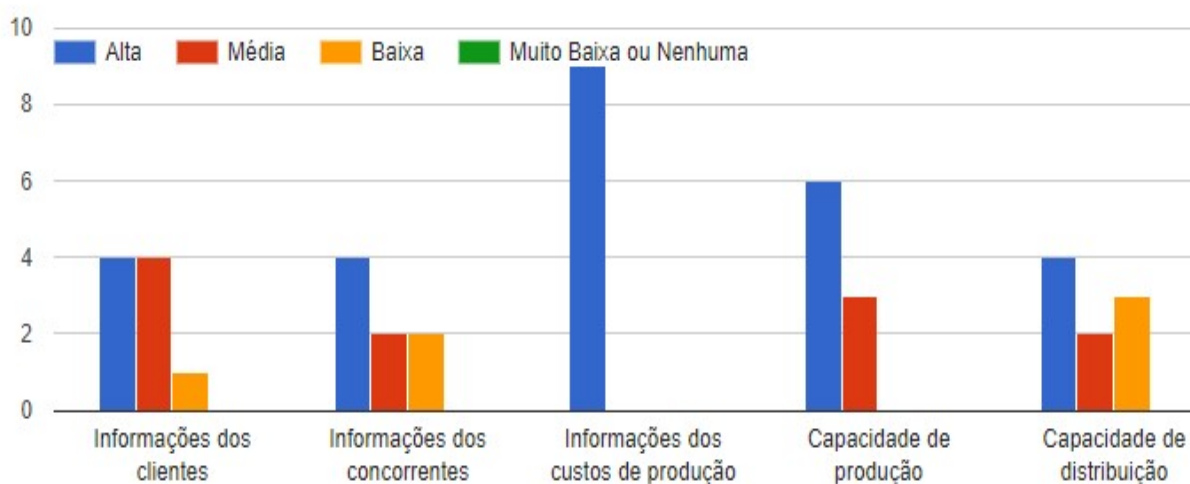
Para o uso de informações sobre fontes de clientes, concorrentes e custos de produção, a que apresenta uma alta utilização são as informações que tratam sobre os custos de produção (gráfico 03).

Gráfico 03: Frequência da utilização das informações relativas a clientes, concorrentes e custo de produção



Fonte: dados da pesquisa

Gráfico 04: Frequência da utilização das informações na precificação de produtos



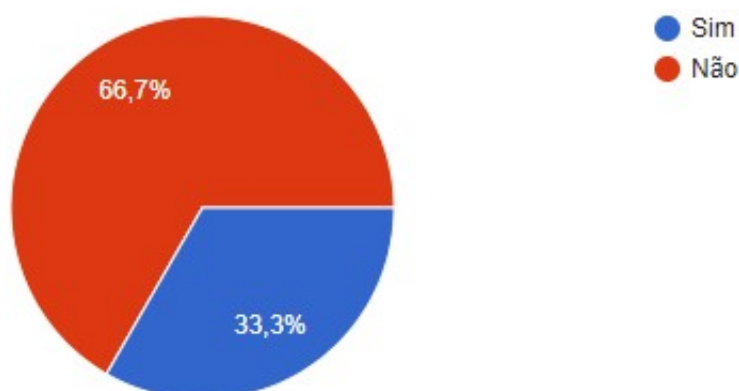
Fonte: dados da pesquisa

Com base no gráfico 04, percebe-se que as informações que possuem maior frequência de utilização são as que tangem sobre custos de produção, uma vez que 100% dos respondentes trataram essa informação como de alta frequência, porém das informações de mercado também são utilizadas, corroborando os resultados apresentados no gráfico 03 e demonstrando que a precificação é realizada de forma híbrida, ou seja, com informações de custo e mercado.

Sobre o custo de oportunidade, 33% dos gestores afirmam que essa é uma informação pouco conhecida, 45% conhecem essa definição e 22% afirmam que nunca ouviram falar sobre custo de oportunidade.

Quando se trata da propriedade do imóvel 78% da amostra afirmam que o imóvel é próprio, e desses, 75% não consideram o custo de oportunidade do valor locatário para precificação de seus produtos. A maioria não considera também informações que tangem sobre a remuneração que os sócios receberiam caso exercessem as mesmas atividades em outra empresa, conforme gráfico 05.

Gráfico 05: Utilização das informações que tangem sobre a remuneração que os sócios receberiam caso exercessem as mesmas atividades em outra empresa



Fonte: dados da pesquisa

Com relação ao retorno mínimo esperado pelos sócios, 67% dos respondentes disseram que avaliam o retorno esperado sobre o capital social aplicado na empresa antes de realizar o investimento. Dos entrevistados 63% afirmaram ainda que analisaram outras opções de investimento, entretanto, não citaram quais foram as opções descartadas.

5 Considerações finais

Esse estudo objetivou verificar se os gestores de micro e pequenas indústrias de confecções da cidade de Divinópolis utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos. Para tanto, realizou um estudo descritivo, que procura descobrir a frequência que determinado evento ocorre, suas características e relação com outros eventos.

Como objetivos específicos buscou verificar se os gestores conhecem os custos de oportunidade relacionados com seus negócios; e identificar quais informações são utilizadas para precificação de seus produtos. Após aplicação do questionário, obteve-se que 22% dos respondentes não conhecem o conceito de custo de oportunidade; os demais conhecem o conceito, mas parte deles afirmam que é uma informação pouco conhecida. Com relação às informações utilizadas para precificação, a maioria dos gestores utilizam com maior frequência os custos relacionados à produção para determinar o preço de seus produtos, seguido pela capacidade de produção, informações de clientes, informações de concorrentes e capacidade de distribuição, ou seja, a precificação é realizada hibridamente com base em custo e mercado.

Utilizando-se dos pressupostos e conceitos sobre o custo de oportunidade, a pesquisa buscou responder a seguinte problemática: os gestores de micro e pequenas indústrias de confecções da cidade de Divinópolis utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos?

Os resultados revelaram que os respondentes utilizam preponderantemente para precificação de seus produtos os custos de oportunidade relacionados com o capital investido, sendo que valor locatário e o custo de oportunidade do pró-labore a valor de mercado também são utilizados, porém com frequência baixa. Dessa forma, rejeita-se a hipótese H_1 de que os gestores de micro e pequenas empresas do setor de confecções não utilizam informações dos custos de oportunidade para precificação de seus produtos.

A baixa frequência identificada nas duas últimas variáveis é consistente com o resultado de que para 33% dos gestores as informações sobre custo de oportunidade é pouco conhecida, 45% conhecem essa definição e 22% nunca ouviram falar sobre o referido termo, revelando-se uma oportunidade para que o profissional contábil possa contribuir com tais informações, alinhando-se ao objetivo da contabilidade de oferecer informação útil para as tomadas de decisões econômicas.

Sugere-se novas pesquisas sobre o tema que permitam verificar se o porte e o segmento exercido pelas empresas, a escolaridade e a idade dos gestores influenciam no conhecimento e na utilização das informações que tratam sobre custo de oportunidade.

Os resultados dessa pesquisa não podem ser generalizados por carecer de amostra com representação estatística. Assim, sugere-se também novos estudos que possam ser estatisticamente generalizados. Espera-se que o presente estudo possa estimular novas pesquisas sobre o tema, contribuindo assim para o adensamento da teoria contábil.

REFERÊNCIAS

ABBAS, Kátia; GONÇALVES, Marguit Neumann; LEONCINE, Maury. **Os Métodos de Custeio: Vantagens, Desvantagens e sua aplicabilidade nos diversos tipos de organizações** apresentadas pela literatura. 2012. Disponível em:

<http://www.joinville.udesc.br/portal/professores/oliveira/materiais/Artigo_3.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2017.

ASSUNÇÃO, Jean Ferreira; CARVALHAIS, Jane Noronha. A utilização da informação contábil nas tomadas de decisões econômicas: um estudo bibliográfico à luz dos objetivos da contabilidade. *In: Semana UEMG*, 4. Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão da UEMG Unidade Divinópolis, 11. Seminário de Bolsistas Juniores, 11., 2015, Divinópolis. **Anais...** 4ª Semana UEMG, 2015.

ASSUNÇÃO, Jean Ferreira. **Contabilidade e desenvolvimento regional endógeno: estudo de caso em uma indústria de fundição de ferro de pequeno porte da cidade de Divinópolis– MG**. 100 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Desenvolvimento Regional) – Universidade do Estado de Minas Gerais - Fundação Educacional de Divinópolis, Instituto de Educação Superior e Pesquisa, Divinópolis, 2016.

BEUREN, Ilse Maria. Conceituação e contabilização do custo de oportunidade. **Cad.**

estud., São Paulo, n. 8, p. 01-12, abr. 1993. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141392511993000100003&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 25 jun. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-92511993000100003>.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de Preços: com aplicações na calculadora HP 12 C e Excel**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2011.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DENARDIN, A. A. A importância do custo de oportunidade para avaliação de empreendimentos baseados na criação de valor econômico (Economic Value Added – EVA). **Revista Contexto**, Porto Alegre, v.4, n.6, 1º Semestre, 2004. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/Contexto/article/viewFile/11713/6916>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

FIEMG, **Divinópolis sedia “Minas Veste Brasil”**. Disponível em:

<http://www7.fiemg.com.br/noticias/detalhe/minas-veste-o-brasil-e-realizado-em-divinopolispela-primeira-vez-?prefix=&link=/noticias/detalhe/minas-veste-o-brasil-e-realizado-emdivinopolis-pela-primeira-vez->, acesso em: Junho/2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOULART, André Moura Cintra. Custo de oportunidade: oculto na contabilidade, nebuloso na mente dos contadores. **Rev. contab. finanç.**, São Paulo, v. 13, n.

30, p. 19-31, Dec. 2002. Available from

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S151970772002000300002&lng=en&nrm=iso>. access on 15 June 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S1519-70772002000300002>.

MACIEL, David B.; ROCHA, José S.; ALMEIDA, Sídia F. **A importância dos custos e da formação do preço básico do produto na tomada de decisões em micros, pequenas e médias empresas: um estudo de caso numa indústria de confecções em Sanharó - PE**. In: Congresso Internacional de Custos, 9. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ABC, 2005. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/download/1877/1877>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2010.

MOTTA, Flávia Gutierrez. (2000). **Fatores condicionantes na adoção de métodos de custeio em pequenas empresas**: estudo multicasos em empresas do setor metal-mecânico de São Carlos - SP. 2000. Dissertação (Mestrado em Engenharia de

Produção) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São

Carlos, 2000. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-19022002-123306/ptbr.php>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA, Anísio Cândido et al. Custo de oportunidade: conceitos e contabilização.

Cad. estud., São Paulo, n. 2, p. 01-24, Apr. 1990. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141392511990000100002&lng=en&nrm=iso>. access on 15 June 2017.

<http://dx.doi.org/10.1590/S1413-92511990000100002>

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2 ed. Rio Grande do Sul, 2013.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

SANTOS, Roberto Vatan dos. Planejamento do preço de venda. **Cad. estud.**, São

Paulo, n. 15, p. 01-18, jun. 1997. Disponível em

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141392511997000100005&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 15 jun. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-92511997000100005>.

SANTOS, K. C; ASSUNÇÃO, J. F. A utilização da informação dos custos de ativos específicos na tomada de decisões: um estudo exploratório em uma siderúrgica de médio porte da cidade de Bom Despacho (MG). **Revista Mineira de Contabilidade**, v. 34, p. 14-19, 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE; DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS – DIEESE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa**. São Paulo: Sebrae, 2015.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenasempresas-geram-27-do-pib-dobrasil,ad0fc70646467410VqnVCM2000003c74010aRCRD>, Acesso em: 10 Jun. 2017.

WERNKE, Rodney; LEMBECK, Marluce. Precificação considerando conceitos de

“valor presente”, “custo de oportunidade” e prazos relacionados: estudo de caso em fábrica catarinense de ração para animais. *In*: CONGRESSO UFSC DE CONTROLADORIA E FINANÇAS, 4., 2011, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2011. Disponível em: <<http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/anais/4CCF/20101213155148.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2017.