

# **A utilização dos próprios materiais de custos no desenvolvimento e difusão do conhecimento e controle dos custos para micro e pequenas empresas através do projeto de extensão de uma Universidade Federal Brasileira**

**Vera Lúcia Cruz** (UFPB) - veralc22@hotmail.com

**Luiz Carlos Miranda** (UFPE) - mirandaphd@gmail.com

**Aldemar de Araújo Santos** (UFPE) - aldemar@ufpe.br

**Rayssa Silva de Moraes** (UFPB) - rayssasdm@gmail.com

**Jéssica Maria da Silva Meireles** (UFPB) - jessicaameireles@hotmail.com

**Davi Jônatas Cunha Araújo** (UFPE) - davijonatasss@hotmail.com

## **Resumo:**

### *RESUMO*

*O presente estudo teve como objetivo investigar utilização dos próprios materiais de custos utilizados pelos micro e pequenos empreendedores com o intuito de facilitar o entendimento dos custos e o controle dos mesmos para melhorar o desenvolvimento do próprio negócio. Foram realizadas diversas análises ao longo dos anos 2011 e 2012 através do desenvolvimento do projeto de extensão de uma Universidade Federal Brasileira. Os materiais de custos utilizados adequavam-se a cada realidade de público que receberiam as informações. O método utilizado foi uma pesquisa de campo exploratória, que utilizou uma amostra aleatória não Probabilística. Foi utilizado um questionário após a realização das palestras ou do minicursos, buscando identificar se houve maior entendimento dos custos com a utilização dos próprios materiais por eles utilizados. As informações coletadas foram tratadas e trabalhadas a fim de se chegar a resposta da questão: Como os próprios materiais de custos que são utilizados pelos micro e pequenos empreendedores podem ajudá-los a entender seu próprio negócio? A partir da análise dos dados, concluiu-se que, depois de realizadas algumas palestras e minicursos pelo projeto de extensão com a utilização destes recursos pelo*

*docente no desenvolvimento de suas atividades, trouxeram resultados satisfatórios para os participantes que saíram das atividades entendendo melhor seus custos, classificando melhor seus gastos e conhecendo mais do seu próprio negócio.*

**Palavras-chave:** *Metodologia, Ensino, Custos, materiais de custos.*

**Área temática:** *Metodologias de ensino e pesquisa em custos*

## **A utilização dos próprios materiais de custos no desenvolvimento e difusão do conhecimento e controle dos custos para micro e pequenas empresas através do projeto de extensão de uma Universidade Federal Brasileira**

### **RESUMO**

O presente estudo teve como objetivo investigar a utilização dos próprios materiais de custos utilizados pelos micro e pequenos empreendedores com o intuito de facilitar o entendimento dos custos e o controle dos mesmos para melhorar o desenvolvimento do próprio negócio. Foram realizadas diversas análises ao longo dos anos 2011 e 2012 através do desenvolvimento do projeto de extensão de uma Universidade Federal Brasileira. Os materiais de custos utilizados adequavam-se a cada realidade de público que receberiam as informações. O método utilizado foi uma pesquisa de campo exploratória, que utilizou uma amostra aleatória não Probabilística. Foi utilizado um questionário após a realização das palestras ou do minicursos, buscando identificar se houve maior entendimento dos custos com a utilização dos próprios materiais por eles utilizados. As informações coletadas foram tratadas e trabalhadas a fim de se chegar a resposta da questão: Como os próprios materiais de custos que são utilizados pelos micro e pequenos empreendedores podem ajudá-los a entender seu próprio negócio? A partir da análise dos dados, concluiu-se que, depois de realizadas algumas palestras e minicursos pelo projeto de extensão com a utilização destes recursos pelo docente no desenvolvimento de suas atividades, trouxeram resultados satisfatórios para os participantes que saíram das atividades entendendo melhor seus custos, classificando melhor seus gastos e conhecendo mais do seu próprio negócio.

**Palavras-chave:** Metodologia, Ensino, Custos, materiais de custos.

**Área Temática:** Metodologia de ensino e pesquisa em custos

### **1 INTRODUÇÃO**

A expansão das pequenas e médias empresas (PMEs) fez com que elas se tornassem um dos principais agentes da economia mundial. No Brasil, segundo os dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), as PMEs geram novos empregos, estimulam a competição econômica e criam novas oportunidades. Segundo levantamento do SEBRAE (Serviço Nacional de Apoio às Pequenas e Médias Empresas), em cada dez companhias no país, nove têm uma receita anual inferior a R\$ 2,1 milhões e nelas trabalham 56% dos empregados com carteira assinada.

Para acompanhar esse crescimento, as PMEs precisam de informação, a base no cotidiano da administração de um negócio, no entanto, a falta de conhecimento do próprio negócio é bem acentuada para os pequenos empreendedores. Através de pesquisas feitas com as pequenas empresas através do próprio projeto de extensão, identificou-se várias necessidades de conhecimento de custo e entre elas destacam-se: as terminologias da área de custo, a formação de preço de venda, a utilização do custo para tomada de decisão e ponto de equilíbrio.

Esta falta de conhecimento, detectada pelo projeto, faz com que sejam desenvolvidas atividades para ensiná-los as terminologias de custo para facilitar inicialmente a classificação de todo gasto que ocorre na empresa. No segundo momento eles recebem informação sobre a formação do preço de venda e como decidir na hora de comprar, vender ou até mesmo aceitar uma proposta com o preço menor.

Além da ausência de conhecimento da terminologia de custos, o projeto se depara com outra realidade, transmitir de forma clara, objetiva os conhecimentos para um público tão diversificado. Numa sala de cinquenta pessoas, o docente se depara com pessoas iniciando seus negócios, no meio ou que já estejam com seus comércios consolidados, além da diferença de gênero e idade que variam de 18 a 70 anos.

Esta diversidade encontrada pelo docente gera a necessidade do uso da criatividade na utilização de outros recursos didáticos relacionados ao assunto que será abordado. Estes recursos podem ser através da utilização de objetos como: rede, boneca de pano, linha, pedra, CD, garrafas etc. Com a finalidade de tornar a aula mais criativa e interessante para os microempreendedores sem perder o foco no conteúdo principal.

De acordo com este cenário, estabeleceu-se o objetivo deste estudo que foi: mostrar que a utilização de objetos pertencentes à atividade dos próprios empreendedores pode ajudar no desenvolvimento do conhecimento gerando um aprendizado satisfatório. Para empreender esta pesquisa, foram realizados testes em diversas associações, feiras, mercados, povoados com os recursos devidamente adequados ao assunto a ser abordado. Para análise foram utilizados dois tipos de questionários, o primeiro era aplicado antes da realização da palestra para saber qual seria o público e o seu conhecimento sobre custos, e o outro questionário era o de avaliação da palestra ou minicurso após sua execução.

Foi utilizada uma amostra aleatória não probabilística. A referida amostra contou com a participação dos micro e pequenos empresários do Estado da Paraíba ao longo dos anos de 2011 e 2012.

## 1.1 Problematização

Um estudo realizado através do projeto de extensão da Universidade Federal da Paraíba, denominado: “A utilização da Contabilidade de custo no processo de tomada de decisão”, com micro e pequenos empresários, mostrou, que além dos recursos já conhecidos como quadro, giz, Datashow, etc., outros recursos podem ser utilizados com a finalidade de obter resultados satisfatórios no entendimento da contabilidade de custos. Em uma das palestras realizada em uma associação denominada “Cocada na Quenga”, foram utilizadas a matéria prima para confecção da cocada como forma de ensinar as terminologias utilizadas em custos. Foi percebido que a utilização do coco, açúcar, quenga do coco e do queijo, ajudou como a fixação do conhecimento gerado após o assunto dado, apresentando um resultado satisfatório.

Dessa forma, verificou-se que existia uma necessidade de melhorar e diversificar as aulas ministradas pelo projeto de extensão para ajudar no aprendizado dos micro e pequenos empreendedores. Com base neste contexto, chegamos à pergunta: **Como os próprios materiais de custos que são utilizados pelos micro e pequenos empreendedores podem ajudá-los a entender seu próprio negócio?**

## 1.2 Objetivos:

A fim de responder o questionamento, pauta-se o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa.

### 1.2.1 Objetivo Geral:

Demonstrar, através dos recursos dos próprios micro e pequenos empreendedores podem ajudar o docente a repassar seu conhecimento através do projeto de extensão.

### 1.2.2 Objetivos Específicos:

1 - Avaliar os resultados obtidos com a utilização de outros recursos em palestras e minicursos;

- 2 - Evidenciar que tipos de recursos podem ser utilizados no desenvolvimento dos ensinamentos sobre custos;
- 3 - Relatar a percepção dos micro e pequenos empreendedores com a utilização de recursos diferenciados nas palestras e minicursos.

### **1.3 Delimitação da Pesquisa**

A pesquisa foi desenvolvida através do projeto de Extensão “A utilização da Contabilidade de custo no processo de tomada de decisão” da Universidade Federal da Paraíba, local onde o pesquisador é coordenador do projeto, facilitando assim a aplicação dos experimentos com outros recursos nas palestras e minicursos realizados durante os anos de 2011 e 2012. Essa investigação desenvolveu-se em dois anos durante os meses de maio a dezembro dos anos de 2011 e do ano de 2012.

Este estudo está limitado às práticas e experiências vividas em minicursos e palestras realizadas em diversos pontos do Estado da Paraíba através do desenvolvimento do projeto de extensão “A utilização da Contabilidade de custo no processo de tomada de decisão”.

### **1.4 Justificativa**

A prática da docência precisa está acompanhando a evolução da sociedade no intuito de sempre conseguir o objetivo principal que é a transmissão do conhecimento. Os recursos que são disponibilizados para o docente são poucos principalmente quando há no caso em estudo de se deslocar para áreas distantes da universidade. Além dos problemas de recursos encontrados pelo docente outro grande problema encontrado na prática da docência é conseguir fazer com que as pessoas aceitem o projeto e queiram participar de uma palestra ou minicurso. A utilização de outros recursos, diferente dos já conhecidos, ajudou a mudar a rotina da transmissão do conhecimento sem perder o conteúdo que estava sendo transmitido.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 Comunicação do Conhecimento**

Libâneo (1991) afirma: “não há método único de ensino, mas uma variedade de métodos, cuja escolha depende dos conteúdos da disciplina, das situações didáticas específicas e das características sócio-culturais e de desenvolvimento mental dos discentes”. O autor levanta a necessidade de conexão entre o assunto a ser aplicado com as características do aluno com o qual será ministrada a aula.

Ainda falando sobre técnica Martins e Passos (2003) afirma que, “diferentes métodos e técnicas de ensino estão à disposição dos docentes que pretendem melhorar o aprendizado de seus discentes. Porém, o interessante é saber o melhor momento de aplicar uma técnica, já que não existem técnicas de ensino melhores ou piores”. Para o autor a necessidade de conhecimento de quando aplicar e o que aplicar torna-se primordial para o bom desenvolvimento de uma aula, visto que, os autores concordam que não há uma técnica específica.

Gil (1990) explica que:

a didática não envolve apenas conteúdos científicos, mas também componentes intuitivos e valorativos, no oposto da metodologia que se caracteriza pelo rigor científico. A didática refere-se ao ato de ensinar, diferenciando-se da metodologia, compreendida como procedimentos auxiliares utilizados para ensinar.

Conforme exposto pelos autores, verifica-se a necessidade de identificar as melhores formas de transmitir o conhecimento e que, considerando que não existe um padrão a ser

estabelecido, e sim descobrir o que pode ser adequado a cada atividade que o docente terá que fazer, seja palestra, minicurso ou sua própria sala de aula.

## 2.2 Pequenas e Médias Empresas

Os primeiros passos para as PMEs começarem a desfrutar de novas oportunidades e enfrentar desafios ao crescimento de seus negócios estão muitas vezes no empreendedorismo, que é o ato de criar e gerenciar um negócio, assumindo riscos em busca de lucro.

Para Resnik (1990), não existe definição de pequena empresa. Talvez a mais prática seja um critério funcional: pequenas empresas são aquelas em que o proprietário-gerente controla pessoalmente, enquanto o tamanho da empresa não requer uma estrutura administrativa substancialmente descentralizada.

Verifica-se que, para as empresas registradas no país, essa definição está parcialmente relacionada ao faturamento que elas acumulam durante o ano. Assim, são classificadas como PMEs, as empresas que faturam até R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais). Diz-se que essa definição está parcialmente relacionada a esse faturamento, porque existem restrições com relação às atividades que essas empresas exercem, pois, mesmo que faturem menos que o valor limite, a atividade por elas realizada as excluirá desse grupo. Dessa forma, pode-se dizer que, legalmente, não existe uma definição precisa para as PMEs. Os microempreendedores são os que segundo a legislação do MEI faturam no ano até R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais).

Para Gonçalves (1995), as pequenas empresas são definidas como aquelas que, não ocupando uma posição de domínio ou monopólio no mercado, são dirigidas por seus próprios donos, que assumem o risco do negócio e não estão vinculados a outras grandes empresas ou a grupos financeiros.

No Brasil, o critério mais usual para a definição de pequenas empresas é o adotado pelo IBGE: empresas que possuem entre 20 e 99 pessoas ocupadas e que possuem de 100 a 499 pessoas ocupadas (RESNIK, 1990). Já o SEBRAE utiliza os seguinte parâmetros, registrados no quadro 1:

Quadro 1 - Classificação do porte de empresas

Quantidade de Empregados	Classificação
Até 19 empregados	Microempresas
De 20 a 99 empregados	Pequena empresa
De 100 a 499 empregados	Média empresa
Acima de 500 empregados	Grande empresa

Fonte: SEBRAE (2010)

O que se verifica é que, de forma geral, a PMEs ainda não tem uma definição precisa na literatura. Até então, esse tipo de empresa tem sido definido a partir de critérios como: tamanho, faturamento ou número de empregados.

### 2.2.1 Evolução da Atividade Empreendedora no Brasil

No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar força na década de 1990, durante a abertura da economia. A entrada de produtos importados ajudou a controlar os preços, uma

condição importante para o país voltar a crescer, mas trouxe problemas para alguns setores que não conseguiam competir com os importados, como foi o caso dos setores de brinquedos e de confecções. Para ajustar o passo com o resto do mundo, o Brasil precisou mudar e a região Nordeste também.

Após o impacto abrupto em 2001 sobre economia mundial, inclusive sobre a brasileira, cresceu acentuadamente a atividade empreendedora por necessidade em proporção à atividade total. A partir dessa ruptura, as oportunidades de negócio se restabeleceram paulatinamente no Brasil. A quebra se mostra pela queda da atividade empreendedora por oportunidade: de 59,97% em 2001 para 42,75% em 2002. A partir de 2003, a atividade retoma o crescimento de ano a ano, até atingir em 2007 o valor de 56,84% da população total dos empreendimentos no Brasil, segundo o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*, 2007).

O Brasil, como em anos anteriores, demonstrou a grande capacidade empreendedora de sua população ao atingir 12,72% do TEA (Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial). Esse valor posiciona o país na 9ª colocação entre os 42 países que participaram da pesquisa do (GEM, 2007). O valor da TEA para 2007 é semelhante a média dos últimos sete anos de participação do Brasil, que é de 12,83%. Ao se comparar esse valor com a média dos países que participaram das coletas de 2001 a 2007, pode-se observar que a taxa média brasileira permanece sistematicamente acima da média mundial, ou seja, a população brasileira é, em média, 87,61% mais empreendedora do que o grupo de países que participaram de todas as edições da pesquisa GEM, de 2001 a 2007.

Realizada em 54 países e representada no Brasil pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, essa pesquisa estuda, entre outros aspectos, a quantidade de cidadãos, na faixa dos 18 aos 64 anos, envolvidos em atividades empreendedoras em negócios com menos de 42 meses de existência. A taxa nacional, que em 2008 foi de 12,0%, subiu em 2009 para 15,3%, um aumento expressivo que garantiu ao Brasil a 14ª colocação no *ranking* mundial.

O Brasil ainda se destaca pelo empreendedorismo feminino: é o país com o maior número proporcional de iniciativas desenvolvidas pelo público feminino, que domina 53% dos empreendimentos. Apenas Guatemala e Toga têm mais mulheres atuando nos negócios em detrimento da atuação dos homens.

A atividade empreendedora certamente se beneficia da maior disponibilidade de recursos na economia que, embora não cresça em ritmo acelerado, ascende de forma persistente. Assim, nos primeiros anos do século 21, a melhoria no rendimento real e a na distribuição da renda apresentou indícios de efeitos positivos sobre a atividade empreendedora. Outro fator de fundamental importância para compreender a evolução dessa realidade no Brasil é a motivação para a ação empreendedora.

O Brasil apresenta uma desigualdade social que, embora tenha diminuído nos tempos recentes, ainda é uma das mais acentuadas do mundo. Essencialmente, a maior participação de empreendedores por oportunidade sinaliza que o ambiente econômico está favorável, e o crescimento das PMEs está em ritmo mais acelerado também pelos incentivos fiscais que esse segmento recebe junto aos órgãos fiscalizadores.

### **2.2.2 A Importância das PMEs na Economia do Brasil**

Em termos estatísticos, esse segmento empresarial representa 25% do Produto Interno Bruto (PIB), gera 14 milhões de empregos, ou seja, 60% do emprego formal no país, e constitui 99% dos 6 milhões de estabelecimentos formais existentes, respondendo ainda por 99,8% das empresas que são criadas a cada ano, segundo dados do Koteski (2004).

Segundo dados do IBGE, as PMEs correspondem a 98% das empresas formais, sendo que existem mais 9,5 milhões de empresas informais gerando, juntas, cerca de 21% do PIB, empregam cerca de 60% da mão de obra do país, com 45% das com carteira assinada.

As PMEs são um dos principais agentes de fomentação da economia mundial. No Brasil, segundo os dados do IBGE, isso não é diferente, uma vez que essas empresas geram novos empregos, causam um estímulo extra na competição econômica gerando novas oportunidades, auxiliam as grandes empresas nos processos e desenvolvimentos, as quais, por sua vez, ajudam as PMEs a se organizarem e estruturarem com manuais e boas práticas administrativas.

Vendo esse crescimento, a Bovespa criou o “Bovespa Mais”, um programa para atender ao segmento das médias e pequenas empresas em fase de crescimento e ampliação de liquidez, e que ainda não estão prontas para cumprir as rígidas exigências do mercado de capitais, um mercado alternativo que possibilita às companhias listadas alcançarem o reconhecimento e despertarem o interesse dos investidores. Com o “Bovespa Mais”, acredita-se que se pode também estimular as pequenas e médias empresas a investirem mais na bolsa. Segundo os criadores desse programa, “a economia brasileira depende das pequenas e médias empresas. Percebemos que precisamos delas para aumentar os investimentos, por isso criamos o Bovespa Mais, para incentivá-las” (ROCHA, 2007).

As PMEs estão entre os principais pilares de sustentação da economia brasileira, tanto pela grande capacidade de gerar empregos como pelo potencial crescente de estabelecimentos desconcentrados geograficamente. Ressalte-se que a potencialidade desse tipo de empreendimento ultrapassa as fronteiras do território nacional. Em 2001, 64% das firmas exportadoras brasileiras se enquadravam no padrão de PMEs. Essas firmas negociaram US\$ 8 bilhões em vendas para o mercado externo, as quais representaram 12% das exportações nacionais, segundo dados da APEX (Agência de Promoção de Exportações do Brasil). Outro crescimento veio com a criação da Lei MEI em 2009. Segundo o SEBRAE:

O MEI se reveste de um papel interessante. O Brasil é um país em que a maioria das empresas é de pequeno porte e são grandes responsáveis pela geração de empregos, mas que precisam inovar para ter mais competitividade e produtividade. Através desta iniciativa, esperamos contribuir para levar a cultura inovadora para dentro dos pequenos empreendimentos.

Segundo o ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil, Miguel Jorge, em 04 de agosto de 2010, durante a abertura do evento “Agenda Estratégica das Micro e Pequenas Empresas”, em Brasília, as micros e pequenas empresas representam 97,8% dos estabelecimentos formais no país. Assim, “pela relevância do setor, a própria Constituição Federal prevê um tratamento diferenciado e favorável a essas empresas”, afirmou.

### **2.3 Conhecimentos e Habilidades do Docente**

Acompanhando a necessidade de conhecimento por parte do docente temos (ALMEIDA; PIMENTA, 2009, p. 21, 22) que: considerando ainda que seja preciso formar um docente capaz de desenvolver uma cultura profissional que lhe assegure o papel e a possibilidade de ser, individual e coletivamente, um agente de mudança que dê conta de enfrentar situações problemáticas contextualizadas, em meio às quais ele saiba não só o que fazer, mas também por que e para que fazê-lo.

Neste contexto Bordoni (2012) define o papel do educador como:

Aquele que prepara as melhores condições para o desenvolvimento de competências, isto é, aquele que, em sua atividade, não apenas transmite informações isoladas, mas apresenta conhecimentos contextualizados, usa estratégias para o desenvolvimento de habilidades específicas, utiliza linguagem adequada e contextualizada, respeita valores culturais e ajuda a administrar o emocional do aprendiz. E o ato de ensinar

como o processo que proporciona a aquisição de recursos que possam ser mobilizados no momento em que situações-problema se apresentem.

Segundo Le Boterf (2003) a profissão de professor evolui para uma profissionalização certa. Esta não se define mais em uma simples difusão do conhecimento, é necessário administrar situações complexas de aprendizagem, visto que o professor deve se tornar um profissional capaz de refletir sobre suas práticas, de resolver problemas, de escolher e de elaborar estratégias pedagógicas.

Com base em tantas necessidades que os professores precisam ter foi realizada uma pesquisa por Nassif (2000), com 282 docentes, sobre quais competências seriam necessárias para o exercício da docência revelou as competências mais importantes: habilidade interpessoal, capacidade didático-pedagógica, abertura à inovação, características sociais, contribuição para o desenvolvimento dos alunos e titulação.

Verifica-se que as competências que os professores necessitam precisam ser bem trabalhadas e dosadas para que a aula realmente funcione e a diversificação é uma habilidade que pode ajudar no desenvolvimento da transmissão de conhecimento.

Brito; Roseli (2011) afirma que “devemos ensinar não do jeito que é mais fácil para nós, e sim do jeito que o aluno possa aprender mais e melhor”.

Mostrando assim, a necessidade do docente em trabalhar bem suas competências e habilidades para poder ajudar no caso em estudo o micro e pequeno empreendedor a compreender melhor o conteúdo.

### **3 METODOLOGIA**

Kerlinger (1980, p. 94) define o delineamento da pesquisa “como o plano e a estrutura da investigação, concebidos de forma a se obter respostas para as perguntas da pesquisa”. E, segundo Raupp e Beuren (2003, p. 76), não há um tipo de delineamento específico para a investigação de problemas na área contábil, pois o que se encontra são tipos de pesquisas que se ajustam a essa área. Além da falta de delineamento específico, os autores destacam a dificuldade da falta de uniformidade das tipologias encontradas na literatura.

Esta é uma pesquisa de campo exploratória, que utilizou uma amostra aleatória não Probabilística. Este estudo sobre a utilização de outros recursos em palestras e minicursos tomou, conforme o autor citado, como base os estudos passados e os ajustes nos formatos para atender as necessidades de responder-se a pergunta da pesquisa. Foram utilizados dois questionários, o primeiro questionário era para saber a necessidade dos micro e pequenos empreendedores sobre custos com o intuito de direcionar a atividade para a real necessidade dos microempreendedores. Após a palestra ou minicurso era utilizado o segundo questionário de avaliação da atividade desenvolvida com a utilização dos recursos aplicados, a ideia era identificar a satisfação dos participantes.

Dependendo do público, era realizada a palestra ou minicurso com a utilização de materiais como: açúcar, coco, queijo, rede, corda, garrafa, linha, CD entre outros; Os materiais utilizados eram selecionados de acordo com o público que iria ser ministrado a palestra ou minicurso, uma das principais preocupações era que os objetos estivessem relacionados com sua atividade diária para ajudar no entendimento das terminologias da contabilidade de custos.

#### **3.1 Caracterização da amostra**

A coleta dos dados aconteceu no período de Maio a Dezembro dos anos de 2011 e 2012 durante as atividades desenvolvidas pelo projeto de extensão “A utilização da Contabilidade de custo no processo de tomada de decisão” da Universidade Federal da

Paraíba. O público alvo da pesquisa envolveu micro e pequenos empreendedores do Estado da Paraíba, totalizando 210 (duzentos e dez) micro e pequenos empresários.

Para avaliação foram utilizados dois questionários, o primeiro era aplicado antes para saber a necessidade de conhecimento que seria necessário para ajudá-los no desenvolvimento de suas atividades e depois que a atividade era realizada, eles respondiam um questionário de avaliação sobre a palestra ou minicurso que eles tinham participado com o intuito de identificar se o método e recursos utilizados ajudaram ou não a entender melhor o que foi transmitido.

O método utilizado para análise dos dados baseou-se na interpretação e junção mediram a frequência dos resultados comuns em cada uma das atividades realizadas. Em seguida, esses resultados foram lançados no *software Excel 2007*.

#### 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Participaram desta pesquisa 210 (duzentos e dez) micro e pequenos empresários do Estado da Paraíba que atendiam aos requisitos deste estudo. Esta etapa do estudo apresenta os resultados obtidos com a aplicação do questionário após a atividade realizada com a utilização de outros recursos em cada atividade. As tabelas foram montadas com o intuito de reunir os resultados que, juntos, formam um conjunto de observações em torno de uma ideia central. Assim, serão analisadas em blocos.

No primeiro momento foi considerado o perfil dos entrevistados: o sexo, a idade e a atividade realizada. Esse perfil está demonstrado na Tabela 1, abaixo registrada.

Tabela 1 - Perfil dos participantes das atividades

<b>Característica</b>	<b>Descrição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual (%)</b>	<b>Total (%)</b>
<b>Gênero do respondente</b>	Homem	80	38,00	38,00
	Mulher	130	62,00	100,00
<b>Idade dos participantes</b>	de 18 a 30 anos	30	14,00	14,00
	De 31 a 45 anos	95	46,00	60,00
	De 46 a 60 anos	70	33,00	93,00
	Acima de 60 anos	15	7,00	100,00
<b>Atividade</b>	Comércio	180	86,00	86,00
	Serviços	30	14,00	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

De acordo com os dados acima registrados, verifica-se a uma predominância no gênero feminino Segundo o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2010), na microempresa foi registrado o crescimento da participação das mulheres entre 2000 e 2008. Nesse período, o percentual da força de trabalho formal em microempresas passou de 35,2%, em 2000, para 39,2%, em 2008. Essa pesquisa acrescenta ainda que elas são a maioria na população não economicamente ativa. Em 2009, em média, eram 10,6 milhões de mulheres na força de trabalho, sendo 9,6 milhões as ocupadas.

Quanto ao fator “idade”, pode-se verificar que os respondentes se encontram na faixa da de 31 a 60 anos representando 79%, idade, são empreendedores que geralmente já tiveram alguma experiência profissional e partiram para sua própria atividade tendo com objetivo

independência financeira, mudança na rotina profissional, ser dono do próprio negócio entre outros.

Com relação aos assuntos ministrados e os recursos utilizados, os mesmos foram demonstrado na Tabela 2, abaixo registrada.

Tabela 2 - Assuntos Abordados nas aulas e os Recursos Utilizados nas atividades

<b>Assuntos Abordados nas palestras ou minicursos</b>	<b>Recursos Utilizados</b>
Terminologia dos custos Atividade I	Coco, açúcar, queijo.
Terminologia dos custos Atividade II	Boneca de pano, corda, sementes.
Terminologia dos custos Atividade III	Garrafas, peneira, palha.
Terminologia dos custos Atividade IV	Roupas, meias, lenços.
Terminologia dos custos Atividade V	Cd, tecido, fita, pedrinha colorida.

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Conforme citado na metodologia cada atividade desenvolvida eram utilizados matérias pertinentes a atividades que eles praticavam para poder facilitar o entendimento de uma forma geral. Os materiais utilizados em cada atividade iam de acordo com a maioria do grupo e tentava fazer com que os participantes que não fossem daquele tipo de material apresentado acompanhasse o raciocínio e tentassem empregar a sua realidade. Dentro do foco do estudo a tabela 2 foi desenvolvida mostrando as atividades realizadas com o desenvolvimento do assunto terminologia de custos e os respectivos materiais utilizados em cada encontro.

A primeira atividade foi desenvolvida na associação “Cocada na Quenga” na cidade de Lucena, para realização da atividade elas levaram para aula o coco, o açúcar e o coco entre outros materiais que eles utilizam para confeccionar as cocadas. A ideia foi mostrar o que cada componente representava dentre das terminologias de custos para facilitar o entendimento.

A segunda atividade foi uma das mais desafiadoras para o projeto, pois tratava-se de uma aldeia de índios localizada na Baía da Traição em João Pessoa, tendo em vista que os desafios eram enormes entre eles a necessidade de autorização para poder entrar no local, foi identificado que eles trabalham com material extraído da própria natureza e confeccionam coca, colar, brincos entre outros.

Na terceira atividade os participantes eram de um pequeno centro de lojas em uma cidade chamada Valentina onde os produtos são variados, por isso a diversificação do material e sua variação, visto que, a maioria dos participantes dessa atividade trabalhava com garrafas, peneiras e palha em suas lojas.

A quarta atividade foi com comerciantes de uma feira livre da cidade de João Pessoa, onde a predominância era de comercio de roupas masculina, feminina e infantil.

A quinta atividade foi desenvolvida com micro empresários do ramo de artesanatos, onde a maioria trabalhava com material reciclável, por isso a participação de produtos como CD e pedrinhas coloridas.

Tabela 3 - Qual o treinamento que você gostaria de receber

Descrição	Frequência	Percentual (%)	Total (%)
Saber qual a diferença entre custos e despesas. (terminologia).	135	64,00	64,00
Quanto cada produto contribui no meu lucro. (Margem de Contribuição)	10	5,00	69,00
Quais produtos/serviços que geram melhores resultados para meu negócio.	15	7,00	76,00
Conhecer o preço mínimo de venda do meu produto. (Precificação)	50	24,00	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

As atividades realizadas inicialmente concentravam-se mais em terminologia devido aos próprios pesquisados responderem que sua necessidade se encontrava mais em saber a diferença para poder entender melhor seu negócio, representando assim 64% dos participantes. O projeto trabalha com toda necessidade de custos para ajudar no desenvolvimento das atividades das empresas, no entanto, a carência de conhecimentos iniciais ainda é muito grande.

Com relação a precificação que também é um item importante para o desenvolvimento das suas atividades, eles são trabalhados num segundo momento do projeto.

Após as atividades eles respondiam uma avaliação, onde constavam vários questionamentos sobre como a atividade desenvolvida e a respectiva aceitação ou não da metodologia empregada, esses resultados foram demonstrados na Tabela 4, abaixo registrada, que apresentam os resultados positivos e negativos da avaliação.

Tabela 4 - Resultados apresentados após a exposição da atividade

Descrição	Retornos	Frequência	Percentual (%)	Total (%)
Domínio do assunto por parte do palestrante	Positivo	200	95,00	95,00
	Negativo	10	5,00	100,00
Comunicação entre o palestrante e o ouvinte	Positivo	195	93,00	93,00
	Negativo	15	7,00	100,00
Transmissão do assunto	Positivo	205	98,00	98,00
	Negativo	5	2,00	100,00
Recursos utilizados na transmissão do assunto	Positivo	205	98,00	98,00
	Negativo	5	2,00	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Uma das grandes expectativas dos testes aplicados era identificar se houve significância representativa na utilização do recurso em cada atividade e se esse refletiu de forma positiva e direta no entendimento do assunto abordado.

Eles foram abordados no primeiro momento sobre o domínio do assunto por parte do docente, o que representou 95% dos participantes, o conhecimento do docente sobre o assunto é um fator relevante para o desenvolvimento da atividade e utilização de recursos no momento da transmissão do conhecimento.

Com base na aceitação de que o docente dominava o assunto, eles foram abordados se esse domínio gerou comunicação entre o palestrante e o ouvinte, os participantes retornaram com 93% positivo, os 7% restantes pode em parte ser explicado, tendo em vista que após cada atividade eles foram falar com o docente e geralmente diziam que não tiveram coragem de perguntar durante o evento, e perguntavam após o encerramento da atividade só que diretamente ao professor e de preferência sem muitas pessoas por perto.

No terceiro momento eles foram questionados sobre a transmissão do assunto, era uma pergunta que considerávamos crucial para fazer o elo com a pergunta da pesquisa e 98% retornaram positivamente esse questionamento, que em parte ajudou para utilização de outros recursos para transmissão do conhecimento.

A última questão era se os recursos utilizados ajudaram no entendimento do assunto abordado, e, novamente o retorno foi positivo em 98%. Tendo em vista que os recursos que foram utilizados na atividade eram em sua maioria de matéria-prima que eles estavam acostumados a ver seja em seu estabelecimento ou no estabelecimento ao lado, facilitou no entendimento do assunto, propiciando maior compreensão das terminologias de custos.

## 5 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo demonstrar que através de materiais utilizados no desenvolvimento das atividades dos próprios micro e pequenos empreendedores tais como: coco, queijo, açúcar, corda, lenço, meia, lençol entre outros, podem ajudar ao docente a repassar seu conhecimento em sala de aula diversificando sua metodologia e atingindo a meta que é a transmissão do conhecimento com um resultado positivo através do entendimento o assunto por parte dos microempreendedores.

No intuito de responder às questões levantadas pela pesquisa, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre o assunto em questão e, em seguida, procedeu-se a uma pesquisa empírica, por meio de aplicação de dois questionários, um que era aplicado antes da realização d atividade do projeto e outro que era respondido após a palestra ou minicursos, atividades que eles apresentavam dentro do projeto “A Utilização Da Contabilidade De Custos No Processo De Tomada De Decisão” da Universidade Federal da Paraíba no período de maio a dezembro dos anos de 2011 a 2012.

A seguir, passa-se a apresentar os resultados relevantes obtidos através da análise descritiva dos resultados e dos dados advindos dos que participaram da pesquisa.

Verificou-se que quando a amostra foi forma por micro e pequenos empreendedores que na sua maioria precisam das informações iniciais sobre custos, que no caso da pesquisa levantada era do conhecimento das terminologias de custos.

A pesquisa demonstrou que os participantes foram motivados para assistir a aula quando sabiam que os exemplos e materiais eram os que já fazem parte de sua rotina de trabalhos. Verificou-se que os recursos advindos do próprio trabalho que eles executam ajudou no entendimento das terminologias apresentadas, mostrando assim, que o docente a medida que preparam o assunto para dar aula pode buscar recursos diferenciados na transmissão do conhecimento e principalmente no entendimento por parte dos receptores da informação.

Os resultados apresentados no estudo evidenciaram que existem outros recursos que podem ser utilizados pelo docente para ajudar no desenvolvimento de suas atividades e trazem resultados satisfatórios de aprendizado por parte dos que recebem a informação. Para tanto se faz necessário que o docente busque através do assunto que será ministrado, que recurso pode se adequar melhor ao assunto.

## 6 REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M.I. de; PIMENTA, S.G. **Pedagogia Universitária: Valorizando o Ensino e a Docência na Universidade de São Paulo**. In: PIMENTA, S.G. e ALMEIDA, M.I. de (orgs). Pedagogia Universitária. São Paulo, 2009.
- APEX. **Consórcio de exportação**, 2001. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/portal/>> Acesso em: 15 fev. 2011.
- BORDONI, T. **Saber e Fazer .... Competências e Habilidades ?!?**. Disponível em: <<http://www.pedagogobrasil.com.br/pedagogia/saberefazer.htm>>. Acesso em: 18 ago. 2012.
- BRITO, R. **Geração X e Geração Y**. Disponível em: <<http://www.sosdocente.com.br/blog/?p=389>>. Acesso em: 10 jun. 2012.
- DIEESE. **O emprego por gênero na micro e pequena empresa**,2010. Disponível em: <[www.dieese.org.br/anu/anuarioMicroPequena2009.pdf](http://www.dieese.org.br/anu/anuarioMicroPequena2009.pdf)>. Acesso em: 21 jan. 2011.
- IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br> >. Acesso em: diversas datas.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2007**. Curitiba: IBQP, 2007.
- GONÇALVES, A.; KOPROWSKI, S. O. **Pequena Empresa no Brasil**. São Paulo, 1995. EDUSP, 107p.
- KERLINGER, F.d N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual**. São Paulo: EPU, 1980.
- KOTESKI, M. A. **As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro**, 2004. Disponível em: <[http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v8\\_n1/rev\\_fae\\_v8\\_n1\\_03\\_koteski.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v8_n1/rev_fae_v8_n1_03_koteski.pdf) >. Acesso em: 23 jul. 2012.
- LE BOTERF, G. **Desenvolvendo a competência dos profissionais**. Porto Alegre: Artmed, 2003.
- LIBÂNEO. J. C. **Didática**. São Paulo: Cortez, 1994.
- MARTINS, G. de A.; PASSOS, I. C.. **Métodos de Sucesso no ensino da Contabilidade**. In 3. Congresso USP. São Paulo, 2003.
- NASSIF, V. M. J. **O docente e a gestão de recursos humanos: o desvelar e o desenvolvimento das competências como estratégia de competitividade**. (Tese de Doutorado). São Paulo: Universidade Mackenzie, 2000.
- RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M.. Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (ORG). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2003.

**RESNIK, P. A Bíblia da pequena empresa: como iniciar com segurança sua pequena empresa e ser muito bem-sucedido.** São Paulo: McGraw-Hill, MAKRON Books: 1990.

**ROCHA, T. A. Bovespa Mais**, 2007. Disponível em: <<http://www.empresafamiliar.com.br/eventos-bovespa.html>>. Acesso em: 01 fev. 2013.

**SEBRAE. Lei do Micro e Pequeno empreendedor**, 2009. Disponível em: <<http://www.mundosebrae.com.br/2009/01/microempreendedor-individual-mei/>> Acesso em: 01 fev. 2013.