

## RESPOSTA ESPERADA FINAL DA PROVA DISSERTATIVA

Concurso Público de Provas e Títulos para o provimento dos cargos de  
Professor de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico - EBTT

**CARGO: ADMINISTRAÇÃO**

**ÁREA DE ATUAÇÃO: TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO / ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E OPERAÇÕES / RECURSOS HUMANOS / ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA / ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA / ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E CONTABILIDADE APLICADA À ADMINISTRAÇÃO**

**CAMPUS DO IF GOIANO: IPAMERI - GO**

**Questão 01**

---

**TEMA SORTEADO: 9. Contabilidade de Custos: ABC.**

A contabilidade de custos utiliza métodos da contabilidade para que a empresa possa avaliar os custos que a empresa suporta. Por meio desta contabilidade, os gestores conseguem acompanhar os gastos recorrentes na produção dos produtos ou serviços.

O custeio baseado em atividades, conhecido como ABC, do acrônimo “*Activity-Based Costing*”, é um método de custeio projetado para reduzir significativamente as distorções causadas pela alocação arbitrária de custos indiretos. Método criado na década 1980 por Robert S. Kaplan e Robin Cooper, com objetivo de reduzir distorções provocadas pela atribuição arbitrária dos custos indiretos, ou seja, rastrear as atividades que consomem de forma significativa os recursos. Portanto, os CIFs (Custos Indiretos de Fabricação) devem ser transferidos para os produtos com base na atividade consumida por cada produto. Os custos são alocados a cada departamento de produção (departamentalização). Posteriormente, os custos de cada departamento são distribuídos para as atividades desenvolvidas por meio dos denominados direcionadores de atividades. Tal distribuição permite uma alocação mais precisa dos custos indiretos, oferecendo *insights* valiosos para a gestão empresarial, como identificação de produtos ou serviços menos rentáveis.

O método apresenta as seguintes características: 1. Identificação das atividades: o ABC começa identificando todas as atividades necessárias para produzir o bem ou prestar o serviço, como: montagem, inspeção, movimentação de materiais. 2. Atribuição de custos às atividades: cada atividade está associada aos custos que gera (custos de mão de obra, materiais, manutenção de equipamentos). 3. Cálculo das taxas de custos das atividades: para cada atividade é calculada uma taxa de custos, que pode ser baseada no tempo, número de ocorrências ou outros critérios relevantes. 4. Atribuição de custos a produtos ou serviços. Por fim, alocar custos de atividades a produtos ou serviços com base no número de atividades necessárias para cada produto ou serviço. Isso fornece uma visão mais precisa dos custos reais de produção de cada produto ou serviço.

Possui as seguintes vantagens: 1. Precisão de custos: fornece alocação mais precisa de custos indiretos que reflete melhor o consumo de recursos de cada produto ou serviço. 2. Melhoria na tomada de decisões: com informações mais precisas, a gestão pode tomar decisões mais informadas sobre preços, mix de produtos e serviços e áreas de melhoria. 3. Identificação de ineficiências: ajuda a identificar atividades que não agregam valor para que possam ser tomadas medidas para eliminar desperdícios e reduzir custos.

Possui as seguintes desvantagens: 1. Complexidade: a implementação do ABC pode ser complexa e demorada, exigindo um esforço considerável para mapear os processos das atividades e coletar dados. 2. Custos de implementação: podem estar envolvidos elevados custos de implementação e manutenção, especialmente em empresas com muitas atividades e processos complexos. 3. Resistência à mudança: Pode-se encontrar resistência por parte dos funcionários que precisam se adaptar a novas formas de medir e alocar custos.

Este método proporciona importantes impactos na tomada de decisões principalmente na análise de rentabilidade de produtos e clientes e identificação de atividades não lucrativas e oportunidades de melhoria. Na prática, leva a um rastreamento de dados que, habitualmente, não são considerados nos sistemas de custeio tradicionais. Visa basicamente a detectar os custos ocultos existentes para produzir bens e serviços, porém auxilia no descobrimento de custos reais dos produtos e processos, na análise mais precisa dos custos de administração e na aferição de propostas mais competitivas em relação aos concorrentes. Recomenda-se a utilização de softwares específicos como o gerenciamento de processos de negócios (BPM) e o gerenciamento de desempenho corporativo (CPM) que facilitem a implementação e o gerenciamento dos dados e estabelecimento de um sistema de monitoramento contínuo dos custos e atividades, para que em casos específicos permitam ajustes periódicos no sistema ABC para refletir mudanças nos processos e na estrutura de custos. Documentação detalhada de todos os passos e decisões tomadas durante a implementação são muito importantes para a elaboração de relatórios claros e informativos para a alta administração e partes interessadas.

---

#### Questão 02

---

### **TEMA SORTEADO: 4. Código de Defesa do Consumidor no contexto da administração.**

A tutela do consumidor justifica-se pela necessidade de: coibir os abusos contra a concorrência desleal nas práticas comerciais; racionalizar e melhorar os serviços públicos; e atender à dinâmica das relações de consumo, harmonizando os interesses dos participantes desta relação. Portanto, cabe ao administrador observar tais princípios, norteando-se, pelas disposições do Código de Defesa do Consumidor (CDC), que estabelece a política nacional de relações de consumo, as diretrizes e os parâmetros para desenvolver uma atividade comercial promissora.

Compreende-se o CDC como um marco importante na proteção dos direitos dos consumidores no Brasil, resultante do rápido desenvolvimento econômico e da industrialização que levaram a um aumento da produção em massa de bens e serviços, muitas vezes sem a devida preocupação com a qualidade e segurança, resultando em abusos contra os consumidores. Nas décadas de 1960 e 1970, um movimento global de defesa do consumidor ganhou força quando as organizações e ativistas exigiam mais transparência e justiça nas relações de consumo. Instituído pela Lei nº 8.078, sancionada em 11 de setembro de 1990, entrou em vigor em 11 de março de 1990. Destaca-se que o CDC, inspirou-se em legislações de defesa do consumidor especialmente dos Estados Unidos e países europeus, países estes com expertise avançada nessa área. Dentre os principais objetivos do CDC, destacam-se o de “Proteger os direitos do consumidor”, garantindo que os consumidores sejam tratados de forma justa, segura e informada nas suas relações de consumo; “Regulamentar as Relações de Consumo”, estabelecendo regras claras para a oferta e

contratação de produtos e serviços, visando a evitar abusos e práticas enganosas; “Responsabilidade Civil”, com o estabelecimento das responsabilidades do fornecedor por danos causados por defeitos ou informações inadequadas, incentivando práticas de produção mais seguras e transparentes; “Promoção a Educação e a Informação”, por meio da educação dos consumidores sobre seus direitos e deveres, bem como sobre o consumo consciente; “Garantir a Qualidade e Segurança”, assegurando que os produtos e serviços oferecidos no mercado sejam seguros e de qualidade, prevenindo danos à saúde e à segurança dos consumidores; “Permitir a Reparação de Danos”, proporcionando mecanismos eficazes para a reparação de danos causados aos consumidores, tanto materiais quanto morais; “Desenvolvimento Sustentável”, incentivando as práticas de produção sustentáveis, atendendo às demandas dos consumidores por produtos ecologicamente corretos e eticamente produzidos; “Inovação”, por meio do incentivo de melhorias constantes de seus produtos e serviços visando a atender às expectativas e necessidades dos consumidores.

Como agente regulador do Mercado, o CDC Brasileiro permite: a “Equidade nas Relações de Consumo”, impedindo práticas abusivas e garantindo que os contratos sejam justos e transparentes; o “Incentivo à Melhoria de Qualidade”, estimulando as empresas a melhorarem a qualidade de seus produtos e serviços, visando a cumprir as exigências do CDC e atender melhor os consumidores; “Promover Competitividade Mais Saudável”, favorecendo um ambiente de mercado mais competitivo e saudável, no qual empresas que respeitam os direitos dos consumidores são mais valorizadas; e o “Fomento à Confiança do Consumidor”, aumentando a confiança das relações com o mercado, promovendo o crescimento econômico sustentável. É importante destacar que ao estabelecer direitos claros e mecanismos de proteção, o CDC não só protege os consumidores contra abusos e práticas enganosas, mas também promove um ambiente de negócios mais justo e competitivo.

Ao promover práticas justas, seguras e transparentes, o CDC contribui para um modelo de administração mais eficaz ao atual contexto das relações comerciais, bem como a qualidade, inovação, eficiência operacional e construção de uma relação de confiança entre a empresa e seus clientes, o que resulta em uma vantagem competitiva sustentável das empresas no mercado, além de assegurar conformidade legal e mitigação de riscos.

Sua importância reside em garantir a segurança, a informação e a justiça nas relações de consumo, beneficiando tanto os consumidores quanto as empresas que atuam de forma ética e responsável. Assim, verifica-se que o papel do administrador nas relações de consumo é fundamental pois, à medida que desenvolve uma postura ética e de respeito à dignidade do consumidor, manifesta atenção aos princípios atinentes à administração e às disposições constitucionais que velam por uma sociedade mais justa e equânime. Portanto, para realizar uma boa gestão administrativa, o administrador precisa considerar a pauta de cidadania que o CDC expressa.