

**CENTRO PAULA SOUZA
EXTENSÃO DA ETEC PROF. IDIO ZUCCHI**

CURSO TÉCNICO EM CONTABILIDADE

**ANA LIVIA MARQUES
CAMILA DE OLIVEIRA BENTO
GIULIA CESARIO
HELEN CRISTINE SPADA
MARISTELA PATRICIA FLAUZINO
VITTÓRIA DE SOUZA VIEIRA**

**A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS E DESPESAS PARA AS MICRO
E PEQUENAS EMPRESAS**

BEBEDOURO

2022

**ANA LIVIA MARQUES
CAMILA DE OLIVEIRA BENTO
GIULIA CESARIO
HELEN CRISTINE SPADA
MARISTELA PATRICIA FLAUZINO
VITTÓRIA DE SOUZA VIEIRA**

**A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS E DESPESAS PARA AS MICRO
E PEQUENAS EMPRESAS**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à
ETEC Prof. Idio Zucchi, como requisito para a
conclusão do Curso Técnico em Contabilidade**

Orientador: Profº Eduardo Soares Da Hora

BEBEDOURO

2022

**ANA LIVIA MARQUES
CAMILA DE OLIVEIRA BENTO
GIULIA CESARIO
HELEN CRISTINE SPADA
MARISTELA PATRICIA FLAUZINO
VITTÓRIA DE SOUZA VIEIRA**

**A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS E DESPESAS PARA AS MICRO
E PEQUENAS EMPRESAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora do CENTRO
PAULA SOUZA
EXTENSÃO DA ETEC PROF. IDIO ZUCCHI, como requisito para a
conclusão do Curso Técnico em Contabilidade.

Aprovado em de de 2022.

BANCA EXAMINADORA

PROF. ORIENTADOR

PROF.

A nossa família, colegas e queridos professores, que nos incentivam diariamente.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, por ter feito com que nossos objetivos fossem alcançados, durante este ano de estudo.

Aos amigos e familiares, por todo o apoio e pela ajuda, que muito contribuíram para a realização deste trabalho.

Aos professores, pelas correções e ensinamentos que nos permitiram apresentar um melhor desempenho durante nosso processo de formação profissional ao longo do curso.

A todos que participaram, direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho, enriquecendo nosso processo de aprendizado.

“Seja a mudança que você quer ver no mundo”
Mahatma Gandhi.

RESUMO

O conhecimento sobre custos de uma produção é essencial para uma gestão empresarial organizada, garantindo que processos sejam devidamente definidos, possibilitando identificar ameaças para o negócio, buscar diferenciais de atuação mercadológica, estabelecer metas, explorar possíveis investimentos, e assim obter melhores resultados.

O objetivo geral deste estudo é pesquisar o controle e tomada de decisões financeiras de micro e pequenas empresas, tendo como ponto de partida o custo de produção.

Em contrapartida, nota-se um alto índice de falência pela falta de informação, conhecimento e má administração. No estudo, foram observados os métodos e recursos utilizados para controle de custos, onde conclui-se que, a falta de conhecimento sobre o assunto e também a falta de qualificação profissional para a contabilização de seus custos é algo mais comum do que imaginávamos. Deste modo, analisamos que uma gestão de custos mais eficiente seria através de softwares ou pela contratação de profissionais qualificados, melhorando assim a capacidade operacional da empresa como um todo.

Palavras-Chaves: Custo. Gestão. Administração. Controle.

SUMMARY

Knowledge about production costs is essential for organized business management, ensuring that processes are properly defined, making it possible to identify threats to the business, seek differentials in marketing performance, set goals, explore possible investments, and thus obtain better results.

The general objective of this study is to research the control and financial decision-making of micro and small companies, having as a starting point the cost of production.

On the other hand, there is a high rate of bankruptcy due to lack of information, knowledge and poor administration. In the study, the methods and resources used for cost control were observed, where it is concluded that the lack of knowledge on the subject and also the lack of professional qualification for the accounting of its costs is something more common than we imagined. In this way, we analyzed that a more efficient cost management would be through software or by hiring qualified professionals, thus improving the operational capacity of the company as a whole.

Keywords: Cost. Management. Management. Control.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1:	nº pag
Tabela 2:	nº pag
Tabela 3:	nº pag
Tabela 4:	nº pag
Tabela 5:	nº pag

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Objetivo Geral	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Como reduzir custos e controlar os gastos	12
2.2 Impactos dos custos e despesas para as micro e pequenas EMPRESAS.	13
2.2.1 HISTÓRICO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS	13
2.3 IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS	15
2.4 Diferença entre Custos e Despesas	15
2.5 Antecipação de recebíveis e Custo	16
2.5.1 Como a inadimplência pode afetar na gestão de custos e resultados	17
2.6 Separação de dividendos pessoa física e pessoa jurídica	17
2.7 Excesso de estoque	17
2.8 Controle de despesas	19
2.9 Cotação de preços	19
2.9.1 Importância da Pesquisa de Mercado para o negócio	20
2.10 DADOS SOBRE FALÊNCIA	23
3 METODOLOGIA	24
4 RESULTADO DA PESQUISA DE CAMPO	24
4.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS	0
4.2 APRESENTAÇÃO DOS DADOS	0
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	0
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	0

1 INTRODUÇÃO

Muitos são os desafios ligados à rotina dos gestores que comandam pequenas empresas. Além de supervisionar a gestão do negócio, são responsáveis pela organização da rotina operacional e administrativa. A falta de recursos para contratação de profissionais, ou para investimento em ferramentas de gestão, como por exemplo em softwares, ou até mesmo na contratação de funcionários para funções específicas, dificultam o dia a dia frente à gestão desses negócios. Gerenciar e controlar custos para precificar de forma correta os produtos/serviços é uma das principais dificuldades em meio a este cenário. Sendo assim, analisamos o mercado atual composto por micro e pequenas empresas e buscamos soluções para facilitar estes controles e contribuir com o faturamento do negócio.

1.1 OBJETIVO GERAL

Dentre as características mais importantes dentro de uma entidade está o conhecimento dos custos para produzir tal produto. O objetivo deste estudo é mostrar a relação que os custos e despesas têm em relação aos principais fatores da economia do setor comercial. O estudo foi realizado por meio de pesquisa bibliográfica, artigos e livros de pesquisa qualitativa.

Além de descrever a análise de custos, entender como funciona a análise de custos dentro das pequenas e microempresas também foi fundamental.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Como reduzir custos e controlar os gastos

É necessário entender que existe uma diferença entre custos diretos e indiretos, fixos e variáveis e como eles podem influenciar na sua receita ao final do mês. Sendo assim, os custos diretos e indiretos são aqueles que têm relação com a produção. Se os custos da empresa não forem classificados de maneira correta, o planejamento financeiro pode ser afetado, estes valores são a base do preço dos produtos ou serviços. Todo empreendedor deve estar atento a incontáveis aspectos como finanças, contabilidade, recursos humanos, estoques, dentre outros. Manter tudo organizado e funcionando perfeitamente, é uma missão árdua entre os empreendedores atualmente.

Custo é intitulado como o valor pago por um serviço ou produto para realizar uma determinada tarefa. Os salários de quem trabalha na produção, equipamentos e energia são exemplos de custos. O custo também é o custo do tempo necessário para realizar uma tarefa de uma determinada maneira. Se você tem uma empresa que presta serviços jurídicos, toda a sua equipe de advogados é classificada como custo. No mesmo escritório de advocacia, o funcionário responsável pelo recebimento de clientes é considerado uma despesa. Se você optar por reduzir ou eliminar custos, verá que isso impactará diretamente no seu produto/serviço.

Avalie seus custos, a análise de custos é essencial para o andamento saudável de qualquer empresa. É preciso atingir uma margem de serviço positiva, caso contrário não valerá a pena manter a equipe externa.

Faça análises de curto, médio e longo prazo, estabelecendo metas de curto, médio e longo prazo é possível fazer sua empresa crescer continuamente e atingir as metas definidas em um planejamento estratégico. Um plano de metas permite organizar as atividades e direcionar o esforço da sua empresa, além de medir os resultados alcançados.

O gestor deve compreender o processo como um todo para realizar uma gestão eficiente. É necessário mapear todas as atividades e entender os responsáveis por cada etapa. Dessa forma, é possível identificar quando a demanda está sendo maior do que a capacidade de produção. O processo deve ser mapeado para que seja realizado com eficiência. Estudar a possibilidade de renegociação e ajustes de contratos pode contribuir com esta gestão. Os contratos não devem ser utilizados apenas por grandes empresas, mas são necessários para reforçar e formalizar acordos comerciais em todos os segmentos. Também é importante lembrar que existem acordos comerciais que existem há mais tempo, que, quando não renegociados regularmente, podem acabar ficando desatualizados.

Outro ponto que pode contribuir e facilitar é o investimento em automatização de tarefas pré-definidas garantindo que elas sejam executadas de forma consistente, sem desvios. Isso leva a ganhos de qualidade, comunicação, maior visibilidade e eficiência de gestão. A automação também facilita a identificação de gargalos no fluxo de trabalho. Para obter mais informações sobre como usar a automação em seus negócios.

2.2 Impactos dos custos e despesas para as micro e pequenas empresas.

A contabilidade de custos nada mais é do que uma subdivisão da Contabilidade Geral de uma empresa. Ele controla e registra a movimentação dos componentes do custo, ou melhor, dos fatores de produção relatam a possibilidade de previsibilidade e análise da receita que pode ser obtida com uma produção.

As despesas estão relacionadas às despesas utilizadas para obter a receita. São entendidos como despesas, despesas com salários, telefone, propaganda, comissão de vendedores, entre outros. Alguns exemplos podem ser citados em despesas, que são contas de luz e água, aluguel de prédio, materiais de escritório e despesas com estrutura.

2.2.1 HISTÓRICO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS

A Contabilidade de Custos oferece melhores subsídios para uma boa administração. A Contabilidade de Custos pode ser utilizada em segmentos deficientes em outras áreas oferecendo melhores subsídios. Existem áreas da Contabilidade de Custos pouco exploradas, que podem ser utilizadas em setores deficientes. Segundo Leone, o tema caracteriza-se por ser uma atividade gerada por grandes processos de informação. É importante notar que houve um grande avanço na produção, em que foi acompanhado de perto pelo aprofundamento da ciência contábil. Os métodos necessários para atribuição do produto, em relação ao preço, tiveram que evoluir.

A contabilidade de custos não era vista como uma ciência, fazendo uma ponte entre a matemática e a gestão cotidiana. A epifania de seu uso foi lidar com a tomada de decisões, o controle da empresa etc. séculos depois. Dentro da Contabilidade de Custos, é necessário classificar os custos e diferenciar os sistemas e métodos a serem utilizados. Os dados fornecidos por meio desses métodos contábeis facilitam a situação de gastos desnecessários, permitindo um melhor planejamento contábil e empresarial. As decisões tomadas por meio de decisões, quando baseadas em uma análise contábil eficiente, são baseadas em um processo científico e metódico, que toma os dados atuais e não extrapola para especulações.

Define-se custo como algo necessário para produzir um produto ou realizar um serviço e sem o qual não é possível entregar o que foi prometido. A gestão de custos para muitos empreendedores ainda é um tabu e tem total impacto na gestão financeira. É através do cálculo dos custos que se estabelece o preço a ser cobrado pelo produto e/ou serviço oferecido.

Todo negócio exige uma análise profunda para saber exatamente quanto custa produzir um produto e/ou serviço. Quanto maiores os custos, menor o lucro pode ser. É necessário ter dados exatos sobre os custos para poder oferecer um preço justo ao cliente, para que não haja prejuízo para a empresa.

Neste exemplo vamos mostrar a quantidade de vendas iguais nos 2 períodos para melhor mostrar esse impacto. Neste exemplo, as vendas foram iguais para ambos os períodos.

Período 1

Faturamento (70 peças)	R\$7.000,00
Custo do produto vendido	(R\$2.600,00)
Despesas administrativas	(R\$1.100,00)
Despesas não operacionais	(R\$800,00)
Impostos	(R\$230,00)
Lucro líquido	R\$2.270,00

Período 2

Faturamento (70 peças)	R\$7.000,00
Custo do produto vendido	(R\$2.900,00)
Despesas administrativas	(R\$1.300,00)
Despesas não operacionais	(R\$990,00)
Impostos	(R\$280,00)
Lucro líquido	R\$1.530,00

O lucro líquido desta empresa foi R\$ 740,00 menor, uma queda de 32,60% entre um período e outro. O importante é sempre revisar os custos e despesas, pois com dados concretos, decisões sobre aumento de preço, mudança de fornecedor, regime tributário a fim de otimizar lucros e reduzir custos.

2.3 IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS

A gestão de custos é um aspecto crucial para qualquer negócio, as empresas devem entender quanto dinheiro estão gastando e onde estão desperdiçando dinheiro. E a partir disso devem fazer os ajustes necessários para que possam reduzir seus custos e aumentar sua lucratividade. Além disso, eles devem promover uma estratégia de custos que os ajude a vencer seus rivais.

O gerenciamento de custos eficaz é o processo de equilibrar o custo de produtos e serviços com as vendas geradas a partir deles. Além disso, envolve entender quanto tempo os funcionários gastam em diferentes tarefas e calcular seus salários. As empresas que entendem como gerenciar seus custos de forma eficaz podem produzir produtos e serviços de alta qualidade a custos baixos.

Os concorrentes devem achar fácil obter acesso a locais de baixo custo para expansão dos negócios. Locais de baixo custo exigem baixos salários para os trabalhadores, o que permite preços mais baixos para os consumidores. As empresas que se expandem em países de baixo custo podem repassar essas economias aos consumidores na forma de preços mais baixos. Essa vantagem torna os baixos salários atraentes para os empresários que buscam reduzir custos e aumentar os lucros.

Para determinar quais estratégias de redução de custos implementar, os empresários devem analisar suas despesas e custos anteriores. Essa análise dará a eles uma ideia do

que estão pagando atualmente por coisas que não precisam. Eles podem então comparar essas informações com o que teriam pago antes de implementar certas medidas de redução de custos. Essa comparação revela quais medidas de economia têm mais efeito em seus resultados financeiros, permitindo que eles economizem dinheiro e melhorem a eficiência sem afetar o desempenho dos negócios.

Compreender como gerenciar custos com eficiência é crucial para empresas de todos os tipos. As empresas que entendem como gerenciar os custos de forma eficaz podem produzir produtos e serviços de alta qualidade a custos baixos. Locais de baixo custo os ajudam a competir com rivais com preços mais baixos, enquanto a análise de custos os ajuda a determinar quais estratégias de redução de custos funcionam melhor para eles.

2.4 Diferença entre Custos e Despesas

Ao falar sobre finanças, existem muitos termos diferentes que as pessoas usam. Um desses termos é o custo, que se refere à quantidade de dinheiro gasto por uma empresa para se autogerir. Por outro lado, outro termo é despesa, que se refere à quantidade de dinheiro gasto por um negócio sem levar em conta o lucro. Os proprietários de empresas devem entender as diferenças entre custos e despesas ao tomar decisões de negócios. Essencialmente, toda empresa gasta dinheiro para permanecer no negócio. Por exemplo, os restaurantes devem gastar dinheiro em comida e salários para manter seus restaurantes funcionando. Além disso, as lojas de roupas devem gastar dinheiro em roupas e salários para empregar funcionários e vender mercadorias. Além disso, os hotéis devem pagar os salários dos funcionários e os custos de moradia para os trabalhadores que moram no hotel.

Custos são investimentos que as empresas fazem para expandir seus negócios. Por exemplo, um construtor constrói novas casas para novos clientes - não com fins lucrativos, mas para satisfazer a demanda do cliente. Além disso, um centro de fitness constrói novos equipamentos de fitness para os membros - não com fins lucrativos, mas para satisfazer a procura dos clientes e aumentar a adesão ao clube. Em comparação, o dono de um restaurante abre seu restaurante não para satisfazer a demanda do cliente, mas para obter lucros para si mesmo.

A diferença entre custos e despesas é que os custos são incorridos por uma empresa, enquanto as despesas são apenas para exibição. Por exemplo, os trabalhadores da construção civil devem contratar mão de obra por meio de uma escala sindical - não para fins lucrativos, mas como uma despesa incorrida pelo plano de negócios. Enquanto a mão de obra custa dinheiro para contratar e manter, os materiais custam dinheiro sem levar em conta o lucro. Além disso, o marketing custa dinheiro sem levar em conta o lucro, como campanhas publicitárias ou promocionais.

O ponto-chave quando se discute finanças é que todo negócio gasta dinheiro para permanecer no negócio, não com fins lucrativos. Sem gastar dinheiro em custos, as empresas nunca poderiam ter sucesso ou crescer. Em última análise, o custo é o que mantém as empresas funcionando; é o que os torna bem-sucedidos em alcançar seus objetivos.

2.5 Antecipação de recebíveis e Custo

Antecipação de recebíveis significa fazer com que a empresa consiga ter acesso ao valor de alguma operação a longo prazo feita de forma imediata em suas contas. Em negócios onde as vendas são realizadas a prazo, a antecipação de recebíveis faz com que a empresa consiga utilizar aquele valor de forma imediata, sem necessariamente precisar esperar o vencimento. A antecipação feita pelas empresas de factoring é realizada a partir da compra de duplicata, nota promissória ou cheque feito pela própria empresa de factoring, descontando um valor total dessa compra. Essa empresa passa a ser credora do débito e a empresa que deseja fazer a antecipação de recebíveis recebe o valor de forma imediata. Isso acontece porque a empresa não está pedindo nenhum valor de crédito emprestado, como no cheque especial ou empréstimos, mas sim antecipando um recurso próprio que seria recebido em sua conta no futuro.

Quando a antecipação é feita, a empresa consegue regularizar seu caixa e aumentar o capital de giro, por exemplo, fazendo com que o balanço positivo seja maior e o índice de liquidez também.

Um problema comum na maioria das empresas é a inadimplência. Quando acontece a antecipação de recebíveis, esse risco é diminuído, fazendo com que a empresa consiga honrar com todos os compromissos financeiros que possui, gerando um fluxo positivo de caixa.

A antecipação dos recebíveis faz com que a empresa consiga financiar todas as operações necessárias utilizando os seus próprios recursos, fazendo com que as finanças da empresa fiquem mais estruturadas, deixando o lado financeiro mais forte. Com isso, a empresa consegue financiar o que precisa com seu próprio dinheiro e dessa forma expandir seu negócio.

2.5.1 Como a inadimplência pode afetar na gestão de custos e resultados.

As causas para a inadimplência podem ser a ausência de um planejamento financeiro e a eficiência da empresa ou a falta de pagamento de seus clientes, impactando gravemente o fluxo de caixa. Para ter o fluxo de caixa positivo, a empresa precisa receber uma quantia maior do que aquele que sai das contas, quando um pagamento não é realizado no prazo de equilibrar essa balança para o lado negativo fazendo que as saídas sejam maiores que as entradas, com o resultado da incapacidade de fazer a gestão de custos e pagar as despesas básicas como o aluguel, compras de matéria prima e aquisição de equipamentos, entre outros. Afeta principalmente as micros e pequenas empresas, por não terem uma reserva robusta para cobrir essa carência. O impacto é tão grande que chega a falência da empresa. No caso das médias e grandes empresas, a inadimplência tende a não ter um impacto tão drástico, mas com atrasos de pagamento das despesas causa uma série de problemas. Sem recursos para comprar matéria prima, será difícil atender todos os pedidos de venda, é menos provável que as encomendas dos clientes sejam entregues a tempo, afetando o relacionamento entre empresas e os consumidores, incentivando a troca de fornecedores. Afetando também o relacionamento dos funcionários por falta atrasos em pagamentos de salários, com os efeitos do fluxo de caixa insuficiente, tendo a insatisfação e a desmotivação levando -o ao desligamento de suas atividades na empresa. Quanto aos atrasos nos pagamentos dos salários, dificulta uma previsão real do fluxo de caixa. Como planejar uma despesa quando não tem previsão de quando os próximos pagamento serão devidamente

recebidos. É importante ter uma previsão de fluxo de caixa para que decisões sejam tomadas com base em informações acionáveis.

2.6 Separação de dividendos pessoa física e pessoa jurídica

Gerir uma empresa não é tão simples como pode parecer. Entre elas, a separação das contas da pessoa física da pessoa jurídica. Sem isso pode existir a percepção que a empresa não gera lucros e que o sócio não recebe rendimentos. Além disso, vários problemas podem surgir e atrapalhar o crescimento da empresa.

Separar as contas também não é difícil, mas pra isso é preciso ter disciplina e criar contas bancárias separadas, mudar o nome das titularidades, definir um processo de pagamento de sócios e classificação.

Razões para separar finanças pessoais das finanças da empresa: possibilita avaliar corretamente as finanças da empresa e reduzir o risco de endividamento. Com uma conta exclusiva para o negócio, é possível, por exemplo, acompanhar os recebimentos e as despesas e fazer a projeção de faturamento para os próximos meses; Permite maior assertividade nas decisões, é a partir do planejamento financeiro que todas as outras práticas da sua empresa poderão ser realizadas.

Uma empresa que não realiza seu projeto financeiro adequadamente não consegue tomar decisões estratégicas para o crescimento do da mesma.

A saída para fazer essa separação é fixar um valor a ser retirado mensalmente por você e seus sócios, se existirem. O pró-labore é diferente de dividendos e divisão de lucros e estende-se aos sócios.

Dividendos: Nesse caso há uma divisão dos lucros entre os sócios todo mês.

Salário: é necessário definir um valor para ser retirado mensalmente de acordo com o que executa na empresa.

2.7 Excesso de estoque

Com muitos produtos sem saída, conseqüentemente, você vai se deparar com a redução do capital de giro e a baixa liquidez, item que trata da facilidade de você transformar os produtos em dinheiro, sem que tenha perdas de valor – ou seja, a possibilidade de trazer faturamento para o seu negócio.

Caso os produtos fiquem parados em um estoque por muito tempo, pode haver danos que impossibilitem o negócio de vendê-lo a seus clientes. Novamente, há os riscos de trazer prejuízos em vez de rentabilidade, o que gera danos para as estratégias do negócio como um todo.

Com o excesso de riscos, há a possibilidade de:

- determinados itens perderem a validade;
- ocorrer avarias em processos de deslocamento;
- sofrer efeitos de umidade;
- ocorrer danos em razão das variações de temperatura; entre outros.

A manutenção de estoque é outra boa prática de gestão. Entre os passos a serem seguidos pela empresa, destacam-se a análise do consumo nos últimos meses, a elaboração e a avaliação da curva ABC, além da divisão dos produtos em categorias para a facilidade para verificar quais são aqueles itens que precisam de reposição.

É possível lidar com esse gargalo, inicialmente fazendo um bom planejamento de compras. Deve-se levar em consideração a importância de o negócio contar com um bom planejamento de compras. Para isso, existe a necessidade de fazer monitoramentos constantes dos produtos dispostos em seu negócio, além de realizar previsões de vendas de forma periódica. Caso essas estratégias sejam feitas de modo manual, há os riscos de ocorrer erros na contagem, o que poderia ocasionar tanto excesso quanto falta de estoque.

Assim, vai possibilitar uma comunicação mais efetiva entre o negócio e os seus fornecedores, aumentar a produtividade de sua equipe, além de garantir dados mais eficazes para a tomada de decisão.

A realização de inventários pode ser um aliado na programação de compras.

Preocupar-se com inventários é outro ponto que merece atenção por parte de sua empresa. Para que seja feito de forma eficaz, inicialmente, deve-se entender qual é o momento certo para elaborá-lo. Caso escolha um dia com grande movimentação de fluxo de mercadorias, certamente essa dificuldade aumentará, além de trazer riscos de um inventário que tenha falhas em suas informações. Além disso, os produtos devem ser categorizados para que o inventário seja mais eficiente. A partir dessa atividade, será fácil para seus colaboradores identificarem qualquer tipo de material, além de elaborarem uma contagem efetiva.

Para evitar excessos no estoque e contribuir para uma empresa que tenha sempre bons resultados, deve-se contar com um bom controle de todo o processo. A automatização é o ponto que permitirá essa questão, uma vez que você vai conseguir, com facilidade, verificar quais são os itens dispostos em sua empresa, além de permitir que os colaboradores foquem em um trabalho mais estratégico em suas operações.

Por outro lado, manter um estoque abastecido pode haver algumas, como por exemplo, ter um giro de estoque alto é a possibilidade de sempre movimentar produtos, evitando que o prazo de validade se aproxima, muito importante para quem trabalha com produtos perecíveis. Outra vantagem é evitar que os produtos fiquem obsoletos ou caiam em desgosto no desejo consumista do cliente.

Outros tipos de negócios que se beneficiam com o giro alto são os sazonais ou aqueles altamente sujeitos a modismos e tendências de consumo.

Manter um giro alto é reduzir significativamente os custos com armazenamento de produtos, uma vez que o estoque é menor. Reduz-se também o risco de perda e avarias ocasionadas por furtos, incêndios, enchentes, umidade, calor e manuseamento.

A redução desse risco ocasiona também a diminuição dos valores desembolsados com seguros e segurança patrimonial.

2.8 Controle de despesas

O excesso de despesas desnecessárias pode acarretar um resultado negativo para o orçamento da empresa. É importante que o negócio tenha um controle financeiro eficiente para que seja possível identificar e eliminar estes gastos de maneira que não prejudique o fluxo de caixa.

Os gestores podem se organizar para começarem a análise por partes, pois assim não sacrificam um único segmento, reduzem uma pequena parte e ganham no todo ao final. O mapeamento dos desperdícios internos é o ponto de partida para reduzir gastos que parecem ser indiferentes, como por exemplo, materiais de escritório sendo usados indevidamente ou sem reaproveitamento nos momentos em que este poderia ser feito. A exigência de cupons fiscais e recibos sobre todas as despesas pagas também é uma aliada na hora de analisar as despesas, pois dessa maneira evita gastos sem registro ou comprovação de maneira que não caia no esquecimento ou passe despercebido. Quanto maior controle você tiver das pequenas despesas, maior segurança terá para considerá-las nos meses subsequentes e muito mais conhecimento sobre onde é possível economizar.

Despesas que são consideradas essenciais para o negócio, também podem fazer parte da tentativa de economizar quando há possibilidade de negociá-las. Um exemplo disso é a renegociação com fornecedores, buscando descontos e também condições especiais no pagamento, aumentando assim até o capital de giro da empresa naquele momento. Os gestores devem atentar-se também aos gastos mensais com serviços terceirizados, sempre cotando os valores atualizados no mercado para que não sejam lesados em seus pagamentos. Atentar-se ao quadro de funcionário, certificando-se de que todos os contratados têm um papel fundamental para o crescimento da empresa. Durante a pandemia do coronavírus, que teve início no ano de 2020, muitos empresários notaram o excesso de funcionários e aproveitaram para fazer alterações e melhorias em situações como esta, que só foram notadas em um momento de crise financeira e necessidades especiais.

2.9 Cotação de preços

A cotação de preços é geralmente feita pela gestão de compras ou pelo setor financeiro, e nada mais é do que a tomada de informações junto aos fornecedores. Quando se fala, por exemplo, em “planejamento orçamentário”, este diz respeito à gestão interna de um negócio, ou seja, sócios, proprietários, acionistas e gestores. A empresa lança suas solicitações no mercado, pedindo informações sobre preço e condição de compra de produtos ou serviços. As empresas que recebem tais solicitações emitem registros em que documentam as características para o fechamento do negócio, tais como preços, prazos e formas de pagamento. Com esses dados, é possível fazer melhores escolhas e que interferem diretamente na posição do mercado da marca e na capacidade de oferecer preços atraentes ao consumidor final. Assim como o fluxo de caixa, que garante a saúde financeira do negócio, uma boa tomada de preços também tem grande peso e interfere diretamente na sustentabilidade do empreendimento. Por exemplo, se a sua empresa é uma prestadora de serviço que precisa realizar tarefas, ter colaboradores em reuniões com frequência e tem um transporte corporativo de custo elevado, esse

valor será repassado ao seu consumidor de alguma forma, o que pode tornar o valor menos competitivo ou gerar menos lucro ao seu empreendimento.

Criar uma área de gestão de compras é garantir que a sua empresa sempre irá buscar pela melhor cotação de preços, que pode ir de produtos ligados diretamente ao funcionamento ou aos itens de escritório.

Independentemente do ramo de atividade, investir no melhor custo/benefício trará mais economia e aumentará as chances de competitividade.

Gestão de compras não pode se dar ao luxo de manter contratos de longo prazo sem revisá-los, periodicamente, ou sem realizar cotações paralelas, mesmo que seja para garantir a paridade dos preços do atual fornecedor com a média do mercado. Claro, fique atento à data de vencimento dos produtos e essa opção é inviável para produtos perecíveis.

Atenção aos contratos com fornecedores, eles podem ajudar a reduzir os custos e lhe darão mais segurança, uma vez que você já tem acordado a quantidade de produtos/serviços que serão entregues.

Regras básicas no momento das cotações de preços: não aceite o preço de imediato ao receber uma cotação, mesmo depois de uma pesquisa entre os concorrentes, não aceite o primeiro preço apresentado como definitivo. As empresas não trabalham com o menor preço ao cotar seus produtos e serviços porque querem ter margem de negociação. Cote no mínimo com três fornecedores distintos, essa é uma premissa básica na gestão de compras: três cotações são o mínimo que você deve considerar por segurança.

Muitas áreas do mercado estão tomadas por empresas que já têm um relacionamento de longa data entre si, praticando preços próximos. Mas, em outros casos — especialmente no que diz respeito à prestação de serviços — a diferença de valor pode ser gritante.

Essa diferença vai depender do grau de profissionalismo do negócio, da capacidade de fornecimento, do comprometimento da estrutura, além de diversos outros fatores.

Seguir a regra das três cotações significa ampliar seu leque de opções, permitir novos players na disputa pelo seu atendimento e favorecer a melhor escolha. Mesmo que isso leve a um patamar estável de preços, os fornecedores vão buscar diferenciais na qualidade do atendimento e na satisfação do comprador.

A sabedoria de nossos ancestrais diz que “nunca se deve colocar todos os ovos num único cesto”, e esta máxima permanece verdadeira, sobretudo no mundo dos negócios. Aceitar variações bruscas de condições, as quais pegam os gestores desprevenidos e tendem a comprometer os resultados de suas atividades. Submeter a sustentabilidade de seu negócio à existência desse fornecedor: se ele fechar as portas, a permanência de sua empresa corre sérios riscos. Detalhe ao máximo essa informação internamente para garantir que as cotações vão trazer o retorno exato do que você espera receber. Se você, por exemplo, é o responsável pelas compras e contratações, mas está ausente ou precisa delegar essa atividade, a padronização garantirá que outro colaborador possa realizar exatamente o esperado, sem furos. Utilizar, preferencialmente, papel com timbre da empresa ou marca d'água, mesmo quando enviar solicitações de cotação por meio digital; Identificar sua empresa no cabeçalho ou no rodapé do documento, com CNPJ, nome da empresa, endereço e contatos; Manter registro do e-mail, telefone, endereço e nome da pessoa responsável pelas cotações em cada fornecedor, para direcionar suas solicitações de forma certa; No caso de enviar solicitações impressas, você pode imprimir duas vias e solicitar assinatura e data de recebimento em uma delas.

Por outro lado, os que demonstram celeridade e organização causam, de início, boas

impressões e podem, ainda que não sejam o escolhido do momento, se manter em sua base de contatos.

Confira o prazo de validade das cotações recebidas da mesma forma que você se preocupa em verificar a validade dos produtos que adquire, peça ao fornecedor que informe a validade da cotação. Assim, você saberá por quanto tempo poderá esperar que os preços praticados se mantenham fixos, e a partir de quando eles poderão sofrer variações.

Ao receber suas cotações e escolher aquela que mais atende às suas escolhas, regateie, peça descontos e compare condições. Assim, você não corre o risco de iniciar o processo atrasado, quando a contratação já se tornou urgente e exige tomar medidas que, na maioria das vezes, comprometem a qualidade das compras, como pular etapas, por exemplo.

Ainda sobre planejamento, quando estiver pronto seu calendário de cotações, você precisa lembrar de pensar nos pagamentos, especialmente quando forem parcelados, para assim evitar sobrecarga de compromissos na mesma data. Portanto, mantenha organizado o controle de pagamentos das compras realizadas, de preferência, no mesmo software ou planilha de controle de seu calendário de cotações.

Mantenha-se na legalidade, alguns fornecedores podem, durante a negociação, oferecer “condições especiais” que, no final das contas, se tornam verdadeiros presentes de grego. Portanto, seja qual for a vantagem oferecida, evite cair na tentação de trabalhar à margem da legalidade. Ainda que algo possa, eventualmente, não sair como planejado, seja diplomático e lembre-se da importância da gestão de fornecedores.

Dê retorno independentemente da quantidade de cotações recebidas e do meio pelo qual elas chegaram a você. Procure informar o motivo pelo qual ele foi preterido, se foi por conta do preço, ou do prazo, ou das condições de pagamento etc. Ou, se for o caso, mande um e-mail para cada fornecedor, individualmente, informando que a cotação foi finalizada e o serviço ou produto já foi adquirido, agradecendo assim as informações que cada um enviou à sua empresa. Essa questão é primordial, não apenas por questões legais — afinal, a cotação também é um documento de caráter corporativo —, mas também pela imagem que seu negócio passa ao manter contato com outros, especialmente quando se atua no ramo B2B (Business to business, isto é, quando empresas negociam diretamente com outras empresas). Imagine que a empresa que hoje fornece serviços ao seu negócio pode, futuramente, vir a ser sua cliente ou auxiliar na indicação a outras. Uma cotação de preço não é um compromisso de negócios, mas serve como base para a aquisição de produtos e serviços, e você vai se programar para atuar de acordo com os preços oferecidos. Portanto, cuide para que, em todas as comunicações, especialmente nas cotações de preço, sua empresa siga o mesmo padrão de qualidade e profissionalismo.

As informações contidas na cotação ao enviar uma solicitação formal de cotação de preços, lembre-se que algumas especificações devem ser solicitadas aos fornecedores. Não esqueça de conferir o tipo de frete contemplado na cotação, que pode ser: Frete FOB: A sigla vem de free on board, que significa “livre a bordo”. Nessa modalidade de entrega, é responsabilidade do comprador retirar a mercadoria na fábrica ou em local predeterminado pelo vendedor, bem como arcar com todas as despesas relacionadas. Em outras palavras, quando a cotação de preços visa, por exemplo, uma prestação de serviços, podem estar ou não englobados fatores que fazem a diferença e modificam a qualidade do que será entregue. Quanto mais o comprador especificar como quer o

produto e quais as condições sob as quais deseja contratar um serviço, melhor será a equidade nos resultados.

2.9.1 Importância da Pesquisa de Mercado para o negócio

A pesquisa de mercado é um instrumento adotado para entender a realidade de um mercado e aumentar a efetividade das ações tomadas em relação a um empreendimento. Os dados podem incluir características comportamentais, hábitos de consumo, bem como levantamentos de benchmarking de empresas de diferentes setores.

As pesquisas de mercado tradicionais são baseadas em questionários que podem ser respondidos por meio de entrevistas, correspondências ou pela internet.

Muitos empreendedores focados em inovação tendem a enxergar com maus olhos a pesquisa de mercado. Primeiramente, uma pesquisa de mercado não se limita à análise de empresas concorrentes. Seu estudo pode e deve envolver vários outros tipos de dados, e isso é importante, pois oferece um panorama de todo o ecossistema do seu negócio. Tudo isso é entregue por uma boa pesquisa mercadológica.

Uma pesquisa de mercado eficiente permite que o empresário conheça seu público, coletando dados mais específicos sobre o seu público-alvo será possível construir personas, uma representação semi-fictícia do seu cliente ideal. Entenda a estratégia dos seus concorrentes, é preciso conhecer os outros players do mercado para conduzir as suas estratégias de acordo com as ações tomadas por eles. Analise a disponibilidade e o desempenho de outros empreendimentos do mercado, um mercado depende da atuação de vários empreendimentos diferentes como fornecedores, prestadores de serviços, distribuidores, profissionais de comunicação entre muitos outros. Analise sua concorrência, algumas plataformas podem ajudar a entender a realidade do seu mercado mais de perto. Pratiquem a entrevista com clientes, é possível incluir formulários em seu site ou em produtos digitais com a ajuda de plugins específicos, mas caso pretenda disponibilizar um formulário completo para a pesquisa, temos algumas opções abaixo. Crie hábitos de consumo, esse tipo de pesquisa de mercado tem foco no público de uma marca e geralmente é realizada para se conhecer melhor os clientes de uma empresa a partir de dados de consumo. Você pode descobrir em quais redes sociais sua marca terá mais resultados, qual o melhor modelo de negócios para suas necessidades, qual estratégia de precificação adotar e outros insights importantes para a condução de uma empresa. Busque a satisfação dos clientes, medir a satisfação dos clientes é muito importante, afinal, são eles que decidem quem fica e quem perece no mercado. Esse tipo de pesquisa de mercado, portanto, trata-se de uma análise de feedbacks, e busque também a satisfação dos seus colaboradores.

Por fim, para saber qual pesquisa de mercado é a mais necessária para o seu empreendimento no momento, a chave é voltar seus olhos para sua empresa primeiro.

2.10 DADOS SOBRE FALÊNCIA

Dados sobre empresa que declararam falência nos últimos anos devido à falta de gestão de custos

Cerca de 23% das micro e pequenas empresas fecham antes de completar cinco anos de atividade no Brasil, segundo estudo divulgado pelo Serviço Brasileiro de Apoio a estes negócios (Sebrae). Cerca de 23% das micro e pequenas empresas fecham antes de completar cinco anos de atividade no Brasil, segundo estudo divulgado pelo Serviço Brasileiro de Apoio a estes negócios (Sebrae).

Para os pesquisadores, um dos principais motivos para o fim desses empreendimentos é a falta de planejamento e gestão financeira, sobretudo no contexto de crise econômica causado pela pandemia. No caso dos Microempreendedores Individuais (MEIs), o índice chega a quase 30%.

No entanto, mesmo questões básicas como controle do fluxo de caixa e classificação de despesas acabam, muitas vezes, sendo deixadas de lado por esses pequenos empreendedores por falta de conhecimento”, pontua Piero Contezini, CEO do Asaas, fintech que oferece uma plataforma completa de gestão financeira focada em autônomos e micro e pequenas empresas para mais de 56 mil clientes em todo país.

Em 2017, a pesquisa mostra que havia cerca de 4,5 milhões de empresas no país, 22.900 a menos em relação ao ano anterior. Eletricidade e gás foi a atividade com maior proporção de novas empresas no ano (23,3%), enquanto o setor de construção registrou o maior percentual de empresas que fecharam as portas (20,8%).

A analista da pesquisa, Denise Guichard, explicou que o saldo de empresas no mercado vinha positivo por vários anos até 2013. “Havia quase 4,8 milhões de empresas em atividade no país, com um saldo de 175.000 em relação a 2012, e o número de empresas crescendo. Mas esse número vem se reduzindo, com saldos negativos em todos os anos desde 2014, quando teve a maior queda, de quase 218.000 empresas”.

Ela ressalta também que, entre as empresas sobreviventes, 14,3% dos assalariados são de nível superior. “Já nas novas empresas, o pessoal com nível superior é somente de 8,7%. Nas que fecharam, corresponde a 7,6% do pessoal ocupado assalariado”, concluiu a analista da pesquisa.

Na análise de empreendedorismo, a pesquisa estuda, entre outros aspectos, as empresas de alto crescimento, que são aquelas com 10 ou mais pessoas assalariadas no ano inicial de observação e que apresentaram crescimento médio anual de pessoal assalariado de pelo menos 20% por um período de três anos.

A pesquisa mostra que as 20.306 empresas de alto crescimento representam o menor número da série iniciada em 2008 (30.954), enquanto o maior foi registrado em 2012 (35.206). Entre 2016 e 2017, houve redução do número de empresas de alto crescimento, tanto em termos absolutos, 692 empresas, como relativos, 3,3%.

Esse grupo representava 0,5% das organizações ativas, 0,8% das empresas com pessoas ocupadas assalariadas e 4,5% daquelas com 10 ou mais pessoas ocupadas assalariadas.

3 METODOLOGIA

A elaboração desse projeto se fundamentará na técnica de documentação indireta, com uma pesquisa bibliográfica na área de Custos em Micro e Pequenas empresas, em artigos científicos e documentos via internet em sites que estudam e apoiam as Micro e Pequenas Empresas.

Serão realizadas ainda pesquisas de campo, com a aplicação da técnica de Observação Direta e Extensiva, com a aplicação de questionários, onde dados serão coletados e trabalhados para obtermos informações relevantes sobre a temática da pesquisa.

Serão apresentados gráficos contendo as informações da pesquisa quantitativa que se constituem na fundamentação para a resposta ao problema da pesquisa.

4 RESULTADO DA PESQUISA DE CAMPO

A Pesquisa de Campo foi realizada através de um questionário composto por dez questões, do qual quarenta e uma pessoas responderam. Este surgiu a partir de observações e dúvidas que surgiram no decorrer de nossa pesquisa e contribuiu para esclarecer pensamentos que ainda não havíamos concluído.

4.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na pergunta 1 buscamos conhecer as empresas das quais participaram das respostas, concluímos que 26,8%, a maior parte do público, atua em empresas LTDA (sociedade limitada), 24,4% atuam em MEI (microempreendedor), 24,4% atuam em ME (microempresa), 12,2% atuam na modalidade EPP (Empresa de Pequeno Porte) e 12,10% desconhecem o regime tributário de suas empresas. Estas porcentagens são baseadas em um total de 41 respostas. Em continuação a busca de conhecimento pelos entrevistados, com a pergunta 2 observamos que a maioria das respostas foram feitas por pessoas que trabalham no comércio em geral e também com prestação de serviços, conforme tabelas abaixo.

PERGUNTA 1	
	RESPOSTAS POR CATEGORIA
ME - Microempresa	10
LTDA - Sociedade Limitada	11
MEI - Microempreendedor	10
EPP - Empresa de Pequeno Porte	5
DESCONHECIDO	5

Tabela 1 - Regime tributário da empresa do entrevistado.