

DESPESAS OPERACIONAIS: Um estudo sobre a influência na competitividade

João Paulo Oliveira Lucena¹

Adilson Celestino de Lima²

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo compreender como as despesas de caráter operacional contribuem na formação de preços e de que forma elas impactam na competitividade de uma empresa varejista de material de construção. O estudo compreende uma pesquisa descritiva, realizada através de um levantamento de campo. O universo é composto por dezoito empresas, mas foi utilizada como amostra apenas a REDECON SHOP DA CONSTRUÇÃO, situada em Currais Novos/RN. Verificou-se que todos os gestores acreditam e compreendem a necessidade de conhecer a composição dos custos da empresa, porém não a conhecem totalmente. Os gestores também acreditam que falta um melhor gerenciamento desses custos, o que pode vir contribuir para um alcance com maior facilidade do ponto de equilíbrio e consequentemente maior rentabilidade. No entanto, quando os gestores tiveram que apontar os itens que compõe o custo operacional se mostraram com dúvidas. Podendo perceber assim claramente que é preciso haver uma capacitação desses gestores em relação ao tema abordado.

Palavras-Chave: Despesas operacionais. Competitividade. Composição dos custos. Ponto de equilíbrio.

OPERATING EXPENSES: A study on influence on competitiveness

ABSTRACT

The present study aims to understand how the costs of operational feature contribute to the composing of prices and how it impacts into the competitiveness of a retailer company of building materials. The study includes a descriptive research, conducted through a field survey. The universe is composed of eighteen companies, but it was used as a sample only the REDECON SHOP DA CONSTRUÇÃO, located in Currais Novos/RN. It was found that all the managers believe and understand the need for knowing the composition of the company's costs, but they don't know it completely. The managers also believe that it lacks a better management of these costs, which may come to contribute to reach more easily the balance point and hence higher

¹ Acadêmico do curso de MBA em Administração Financeira do Centro Universitário do Rio Grande do Norte –UNI-RN. E-mail: adm.jplucena@hotmail.com

² Professor orientador do Curso MBA em Administração Financeira do Centro Universitário do Rio Grande do Norte. E-mail: celestinolima@yahoo.com.br

profitability. However, when the managers had to point out the items that make up the operating cost they got some doubts. Therefore, we can realize so clearly that it's necessary some training for these managers related to the topic addressed.

Keywords: Operating expenses. Competitiveness. Cost composition. Balance point.

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade a economia mundial vem passando por grandes modificações, desde a abertura dos mercados até a inserção do produto oriental. A partir de então as empresas brasileiras necessitaram sair da posição de inércia em que se encontravam para estarem atentas as mutações que vem acontecendo na tentativa de se manter competitivas em relação ao baixo custo apresentado por esses produtos. Diante deste cenário, as pequenas empresas precisaram buscar qualificações e conhecimentos antes não valorizados, no intuito de reduzir custos e aumentar a produtividade.

Para continuar no mercado e não perder competitividade as empresas de grande porte começaram a distribuir seus pólos de atividades, se mudando para outros países a procura de menores custos provenientes de mão-de-obra, matéria-prima, instalações, entre outros. Do outro lado, as pequenas empresas tiveram que ir a busca de alternativas que estivessem mais adequadas com sua situação financeira. Para combater as novidades do mercado, parte das pequenas empresas se apegaram a criação de parcerias e terceirizações de processos e atividades que envolvam a produção, desde que esses obtivessem custo inferior.

Perante a intensificação da globalização e a abertura do mercado internacional, ter informações concisas tornou-se cada vez mais importante na tomada de decisão e presente no contexto contábil, com o objetivo que a organização corra o menor risco. Assim, a utilização dos conceitos contábeis tornam-se indispensáveis na composição dos custos e na tomada de decisão, pois através dos dados, é proporcionado acesso a relatórios e índices que darão norte à administração.

A ferramenta de gestão de custos deverá passar necessariamente pela eficiência e eficácias das atividades de planejamento, execução e controle, o que permite compreender com clareza custos e despesas.

As empresas estão em busca de redução de custos e aumento da produtividade através de diversas alternativas estratégicas. Desse modo, a contabilidade gerencial apresenta-se sendo capaz de dispor informações exatas sobre a situação de uma empresa.

É de forma cada vez mais acentuada que a gestão organizacional vem ganhando espaço e tendo seu valor reconhecido como parte importante para o sucesso de um negócio. Ter uma boa gestão compreende ter um conjunto de ferramentas, além de uma visão clara e excelente compreensão do negócio em si por parte do empreendedor. Logo, as organizações precisam de exemplos e parâmetros de gestão apropriados, sendo isto essencial para o sucesso diante de um mercado mais competitivo e globalizado dia após dia.

Nesse contexto, esta pesquisa busca responder a questão: Como as despesas de caráter operacionais contribuem na formação de preços e de que forma elas impactam na competitividade em uma empresa varejista de material de construção? Essa pesquisa tem o intuito de contribuir com a área custos e formação de preços, através da identificação das despesas que compõe o custo operacional, frisando a relevância da gestão de custos. Este artigo está organizado nas seguintes seções: esta introdução, desenvolvimento, metodologia utilizada, o estudo de caso e as considerações finais.

2 DESENVOLVIMENTO

Para compreender o caso estudado, é relevante mencionar alguns conceitos fundamentais expostos a seguir.

2.1 CUSTOS E DESPESAS

Na realidade brasileira, composta em grande parte por pequenas e microempresas é possível observar comumente os gestores tratar custos e despesas como sendo uma única coisa, o que é um grande engano, pois ambos são possuem relações diferentes e ao mesmo tempo variáveis.

Os custos compreendem a soma dos gastos necessários para a produção de bens e serviços, ou na compra de mercadoria.

Wernke (2004, p. 11-12) reforça e enfatiza custos como:

Gastos efetuados no processo de fabricação de bens ou de prestação de serviços. No caso industrial, são os fatores utilizados na produção como matérias-primas, salários e encargos sociais dos operários da fábrica, depreciação das máquinas, dos móveis e das ferramentas utilizadas no processo produtivo.

As despesas envolvem os gastos imprescindíveis para o funcionamento de uma empresa e independem da produção. Pode-se citar como exemplo de despesas: aluguel, energia, água, telefone, contador, pró-labore dos sócios, publicidade e etc.

Wernke (2004, p. 11-12), conceitua as despesas como sendo:

O valor dos bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente para obtenção de receitas, de forma voluntária. Esse conceito é utilizado para identificar os gastos não relacionados com a produção, ou seja, os que se referem às atividades não produtivas da empresa. Logo, as despesas estão relacionadas com todos os gastos a partir da inserção dos produtos e/ou serviços no mercado.

Assim, pode-se entender que os custos estão ligados diretamente com o processo de produção ou aquisição de mercadoria para revenda e as despesas estão relacionadas com todos os gastos a partir da inserção dos produtos e/ou serviços no mercado. Abaixo segue um quadro comparativo.

Quadro 01 - Comparativo Custos x Despesas

Custos	Despesas
Gastos de produção	Gastos administrativos e de vendas
Vinculados diretamente aos Produtos/Serviços	Não se identificam diretamente à produção
Gastos com o objeto de exploração da empresa (atividade-afim)	Gastos outras atividades não exploradas pela empresa (atividade meio)

Fonte: Portal de Contabilidade (2013)

2.2 O IMPACTO DOS GASTOS NO RESULTADO

Os custos e despesas ambos são parte da composição do preço de venda e ter conhecimento sobre as variáveis de cada um destes itens de início parece ser uma tarefa fácil, no entanto na hora de colocar tudo na planilha e determinar o preço

de um produto ou serviço muitos gestores se atrapalham e acabam por criar uma única margem padrão. Logo, descartam o que esses gastos podem representar no resultado final, isto é, no lucro.

Desse modo, Martins (2010, p. 24) explana gastos como:

Conceito extremamente amplo e que se aplica a todos os bens e serviços adquiridos; assim, temos Gastos com a compra de matérias-primas, Gastos com mão de obra, tanto na produção como na distribuição, Gastos com honorários da diretoria, Gastos na compra de um imobilizado etc. Só existe gasto no ato da passagem para a propriedade da empresa do bem ou serviço, ou seja, no momento em que existe o reconhecimento contábil da dívida assumida ou da redução do ativo dado em pagamento.

Diante disto, torna-se de grande valia os gestores possuírem certo conhecimento sobre os gastos de suas organizações. Evitando consequentemente custos ou despesas desnecessárias que possam vir comprometer o resultado. Como por exemplo, se uma empresa mantém por descuido diariamente as luzes acesas durante o turno da noite em que não há expediente ou produção, isto será um desperdício que se tornará um custo inútil. Assim como também, altas comissões não computadas no preço de venda por esquecimento que são pagas aos vendedores, o que tornará uma despesa que sacrificará a lucratividade.

2.3 GERENCIAMENTO DE CUSTOS

As mudanças de processos produtivos e comportamentos do mercado devem ser o foco de qualquer plano de negócio elaborado e posto em prática na realidade intrínseca das empresas. O perfil dos mercados dos bens comerciais e serviços mostram que as empresas bem gerenciadas são sempre bem-sucedidas, o que acabam por tomar o mercado das empresas não tão bem gerenciadas.

Uma boa gestão começa com um bom gerenciamento dos custos, onde tem como grande objetivo a maximização dos lucros e que leva a se bem dimensionada à liderança em custos. E esta é a estratégia competitiva primordial que pode levar uma empresa a conquistar mais fatias e maior tempo de permanência no mercado.

No entanto, conseguir a eficiência nos custos não é uma tarefa tão fácil, mas é importante em todo momento. Uma vez que os negócios estão indo a um ritmo lento, o gerenciamento de custos pode ajudar a aumentar a poupança da empresa e

ajudar a gerar caixa e liquidez necessária para a empresa sobreviver. E quando o negócio está em fase de crescimento, pode fornecer uma base de custos escalonável para aumentar a rentabilidade e permitir que a empresa alcance patamares maiores.

Mas para entender e poder ter um entendimento da questão gerencial de custos, o gestor deve começar compreendendo as diferenças entre os dois tipos de comportamento dos custos que são encontrados na maioria dos sistemas de custos – os variáveis e os fixos.

Para Horngren, Foster e Datar (1997):

Um custo variável é um custo que se altera em montante e em proporção às alterações num direcionador de custo. Um custo fixo é um custo que não se altera em montante apesar de alterações num direcionador de custos. Um direcionador de custos, também chamado de determinante de custo, é qualquer fator que afeta os custos totais. Isto significa dizer que uma mudança no direcionador de custo implicará uma alteração dos custos totais de um objeto de custo.

Assim, os custos fixos são aqueles que não variam, não importando o nível da atividade da empresa, isto é, produzindo-se ou vendendo-se em qualquer quantidade, os custos fixos existirão e serão os mesmos. Onde cabe ao gestor ter a capacidade de identificar os custos necessários e desnecessários para funcionamento da organização, pois muitas vezes há certos custos que não são precisos para funcionamento da mesma.

Por outro lado os custos variáveis são aqueles se alteram proporcionalmente às vendas realizadas ou nível de produção industrial, isto é, o gestor pode até encontrar meios que diminua esses custos, mas não conseguirá ter o controle totalmente deles.

Em outras palavras, os custos fixos permanecem os mesmos dentro da capacidade instalada (limite de produção ou capacidade máxima de produção), não possuindo relação direta com o volume de produção, ou seja, qualquer alteração no volume não os altera.

No entanto, observa-se que uma alteração para mais no volume de produção conseguindo manter os mesmos custos fixos, leva-se ao que se chama de “economia de escala”, pois ao conseguir diminuir o custo fixo por unidade conseqüentemente está se aumentando a rentabilidade da empresa.

2.4 O PROCESSO DE CRIAÇÃO DE VALOR

No cenário brasileiro atual hoje já se escuta com frequência o conceito de **criação de valor** como sendo uma missão empresarial, pois muitas empresas já começaram a despertar para a necessidade de acompanhar e mensurar os resultados econômicos do empreendimento. Entretanto, a grande maioria utiliza alguns indicadores contábeis, em especial, o lucro e retorno sobre o investimento. Todavia, tais indicadores são incapazes de estimar o valor global da empresa, ou mesmo perspectivas de lucros futuros, além de não considerarem o valor do dinheiro no tempo. Nesse ponto, corre-se o risco de utilizar-se de indicadores que vislumbrem apenas o período corrente e anterior, mas que se apresenta incapaz de gerenciar o valor da empresa e consequentemente atenderem plenamente os anseios dos acionistas.

Assim, o conceito de criação de valor visa conhecer o valor do ativo através do fluxo de caixa descontado juntamente com a adoção de novas métricas alinhadas a este, possuindo como finalidade fornecer ferramentas para que os gestores tomem decisões e aceitem projetos que possam maximizar a riqueza de seus acionistas.

A abordagem do valor torna-se instrumento dos gestores internos das organizações, funcionando como uma ferramenta que liga as decisões estratégicas às ações operacionais. Copeland *et al.* (2000) salienta a necessidade dos dois componentes estarem presentes na empresa para que ela possa se tornar plenamente voltada à criação de valor. O primeiro versa em determinar o valor intrínseco da companhia. O segundo se constitui na institucionalização de sistemas de gestão voltados à criação de valor, que consiste em estabelecer prioridades baseadas nisso. O que significa, ainda, no dizer de Copeland (2000):

Fazer com que o planejamento, a mensuração de desempenho e os sistemas de remuneração sejam orientados para a geração de valor ao acionista; e comunicar-se com os investidores em termos de criação de valor. (COPELAND *et al.*, 2000, p. 30)

Para facilitar a compreensão dois indicadores são citados a seguir.

2.4.1 EBIT e EBITDA

O *Earning Before Interest and Taxes* (EBIT), conhecido no Brasil como Lucro antes dos juros, imposto de renda e contribuição social sobre o lucro líquido (LAJIR) demonstra para o usuário da informação, qual é o verdadeiro lucro contábil a partir das atividades genuinamente ligadas ao negócio, ou seja, o quanto a empresa obteve de lucro se só considerasse as operações realizadas pela atividade fim da empresa, o lucro operacional.

O *Earning Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization* (EBITDA), chamado no Brasil de Lucro antes dos Juros, Impostos, Depreciação e Amortização (LAJIDA) que é o EBIT tradicional sendo eliminados os efeitos das provisões da depreciação de ativos tangíveis e da amortização de ativos intangíveis que antes haviam sido deduzidos como despesas do período na demonstração de resultado.

O EBITDA é uma forma aproximada de medir o potencial de caixa do negócio. Não obstante, conforme Matarazzo (2010, p. 256-258) há que se tomar certos cuidados com essa medida pelo fato de não ser um número preciso e por estar sendo utilizado erroneamente como um número mágico pelos analistas nos relatórios financeiros. Segundo o autor o conceito de EBITDA ainda é obscuro e indefinido.

Para Martins (1997, apud Marques, 2004 p.236) o EBITDA *“não corresponde ao efetivo fluxo de caixa físico já ocorrido no período porque parte das pode não estar recebida e parte das despesas pode não estar paga. Mas representa o potencial genuinamente operacional de caixa.”*

Quadro 02 - Exemplo de DRE com EBIT e EBITDA

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	
Receita de vendas	
(-) Custo dos produtos vendidos	
= Lucro bruto	
(-) Despesas operacionais	
(-) Despesas com vendas	
(-) Despesas gerais e administrativas	
= LUCRO OPERACIONAL AJUSTADO (EBTIDA)	
(-) Depreciação, amortização e exaustão	
= LUCRO ANTES DO IR E CSLL (EBIT)	
(+ ou -) Receitas e despesas financeiras	
= Lucro antes do IR e CSLL e depois das receitas e despesas financeiras	
(-) Provisão para IR e CSLL	
= LUCRO LÍQUIDO	

Fonte: O autor (2013).

Observa-se que no caso do EBITDA não são levadas em consideração, as depreciações, amortizações e exaustões, o que é o oposto do EBIT.

O EBTIDA compreende todos os elementos operacionais, logo, perfaz boa parte das receitas ganhas e despesas acontecidas, o que põe em ênfase a medida no que diz respeito ao lucro líquido em visualizar o desempenho operacional do negócio.

2.7 PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio consiste no que denomina-se de lucro variável, a diferença encontrada entre o preço de venda unitário de um produto e os custos e despesas variáveis por unidade de produto. O que significa que em cada unidade vendida, uma empresa possuirá um determinado valor de lucro. De maneira mais objetiva, o ponto de equilíbrio equivale o faturamento mínimo necessário que a empresa tem que alcançar para não tenha prejuízo, todavia também não estará conquistando lucro neste ponto.

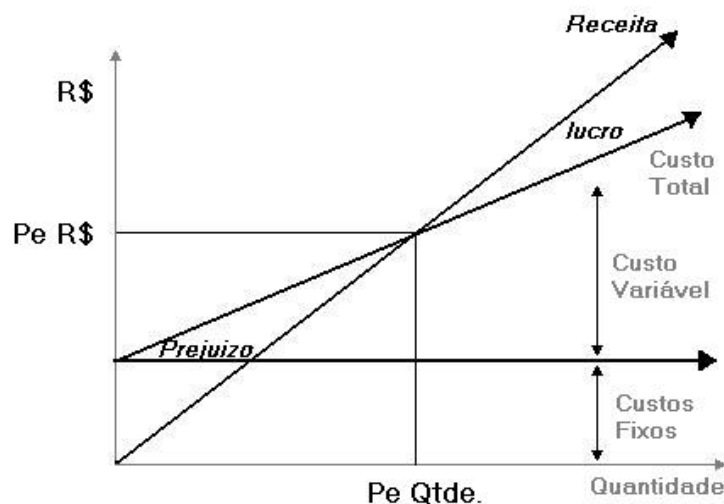
Martins (2010, p. 257) ilustra ponto de equilíbrio como:

Ponto de equilíbrio (também denominado de Ponto de Ruptura – Break-even Point) nasce da conjugação dos Custos e Despesas Totais com as Receitas Totais. Estas numa economia de mercado, têm uma representação macroeconômica também não linear; isto é, para um mercado como todo – de computadores, por exemplo -, tende a haver uma inclinação para menos, já que cada unidade adicional tenderia a ser capaz de produzir menor receita.

No mundo corporativo, é comum encontrar empresários ou gestores que alegar saber o significado do Ponto de Equilíbrio. No entanto, poucas são as empresas que realmente sabem, as outras apenas supõem que sabem ou não sabem nada mesmo. Se todos eles soubessem da grande importância deste indicador para a sobrevivência de um empreendimento, jamais de dariam ao luxo de não conhecê-lo. Mas o que de fato acontece é que muitos desses empresários ou gestores acreditam que se as receitas forem iguais às despesas fixas estarão mantendo o negócio e “empatando” as contas, a falência virá em pouco tempo e estas empresas viraram estatísticas de mortalidade.

O Ponto de Equilíbrio é um valioso indicador contábil que serve para o gestor identificar a quantidade necessária de vendas, em um período determinado, que cubra as despesas (fixas e variáveis), além do custo da mercadoria vendida ou do serviço prestado.

Figura 01- Ponto de Equilíbrio



Fonte: O autor (2013).

Diante a figura acima se pode observar que é o ponto de equilíbrio se encontra no local onde a linha da receita encontra a linha do custo total.

3 METODOLOGIA

Nesta fase do trabalho, é esclarecida a metodologia adotada, como os procedimentos e critérios utilizados para a seleção do método de pesquisa, para escolha dos sujeitos estudados e para a coleta dos dados utilizados.

Segundo Malhotra (2005), o processo do modelo de pesquisa começa com a definição do problema. Para realizar uma pesquisa é preciso promover o confronto entre os dados, as evidências, as informações coletadas sobre determinado assunto e o conhecimento teórico acumulado a respeito dele objetivando obter informações pertinentes à resolução do problema.

3.1 TIPO DE PESQUISA

A pesquisa buscou compreender como as despesas operacionais contribuem para a formação do preço de custo e competitividade da empresa. Assim, segundo Vergara (2007, p. 47), “pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza”.

Foi desenvolvida com base na *pesquisa de campo*, pois se procurou aprofundamento de uma realidade específica. Vergara (2007, p. 48) relata que, “pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo”.

A forma de abordagem foi de caráter quantitativo, onde a empresa em questão foi submetida a questionários fechados, na busca de descobrir qual é a percepção e o que os mesmos tem feito no que diz respeito as despesas operacionais

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo da pesquisa é composto por dezoito empresas que são associadas a Rede de Lojas de Material de Construção do Rio Grande do Norte (REDECON), porém foi utilizada como amostra apenas a REDECON SHOP DA CONSTRUÇÃO/RN, situada em Currais Novos/RN.

Portanto, a presente pesquisa baseou-se em uma análise por amostra não probabilística, do tipo por acessibilidade, com o intuito de análise das questões problemáticas apresentadas nesta. No entanto, apresenta como limitação a ausência de capacidade de inferência para toda a população.

3.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados obtidos nesta pesquisa são de caráter primário, feitos por meio de questionários fechados, buscando compreender a realidade empírica, relacionamento e entendimento com as despesas operacionais, enviados para todos os gestores, sendo 6 no total, o que equivale a 100% dos gestores que atuam diretamente na composição dos preços, onde foram todos respondidos dentro do prazo estipulado para devolução que foi de 48 horas.

Diante das respostas obtidas pelos questionários, a pesquisa chegou a um denominador comum, o que nos possibilitou a solução da problemática lançada.

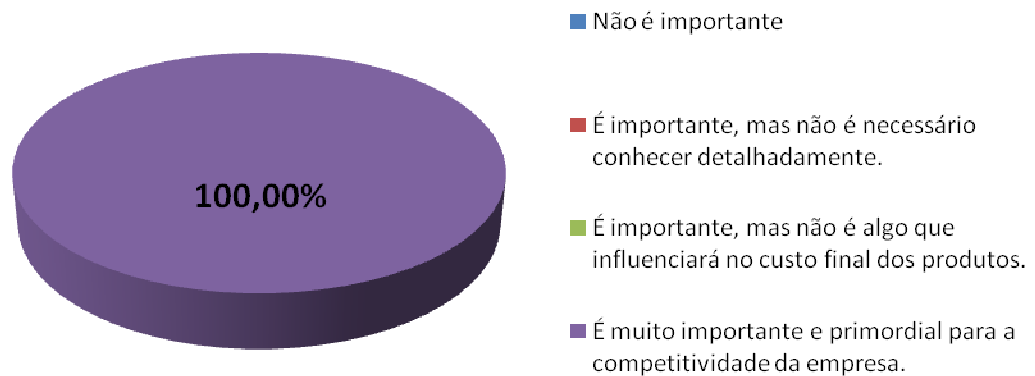
Desta forma, toda a interpretação e análise foram realizadas a partir dos fatos presentes nas respostas dadas, utilizando-se de gráficos, quadros, tabelas e estatísticas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Tendo conhecimento já da área de atuação da empresa que consiste no comércio varejista de materiais de construção, na pesquisa procurou-se entender o conhecimento dos gestores acerca da área estudada.

Inicialmente buscou-se saber a opinião dos gestores sobre a importância de conhecer a composição dos custos operacionais da empresa, algo importante para funcionamento das organizações. O Gráfico 01 apresenta as opiniões.

Gráfico 01 - A importância de conhecer os custos operacionais

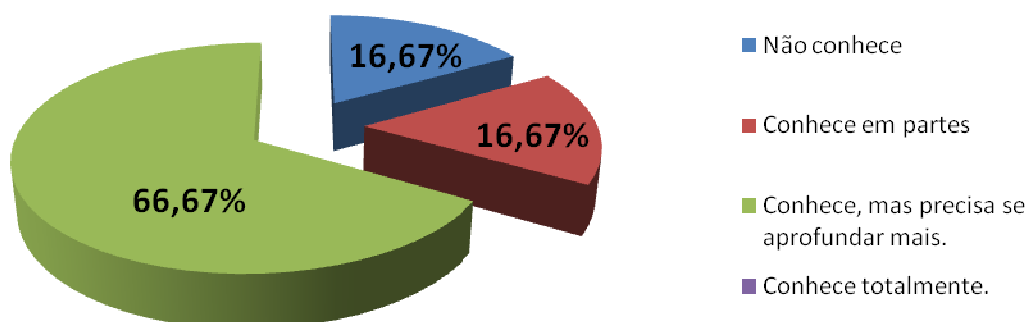


Fonte: O autor (2013).

Foi constatado que 100% dos respondentes acreditam que conhecer a composição dos custos operacionais é muito importante e primordial para competitividade da empresa, o que demonstra que os gestores possuem discernimento suficiente da real importância desse item, as outras opções de resposta não obtiveram observações.

Já quando os gestores foram perguntando sobre qual o conhecimento que eles possuem sobre a estrutura de custos da empresa, a situação tomou outra forma. O Gráfico 02 explica isso.

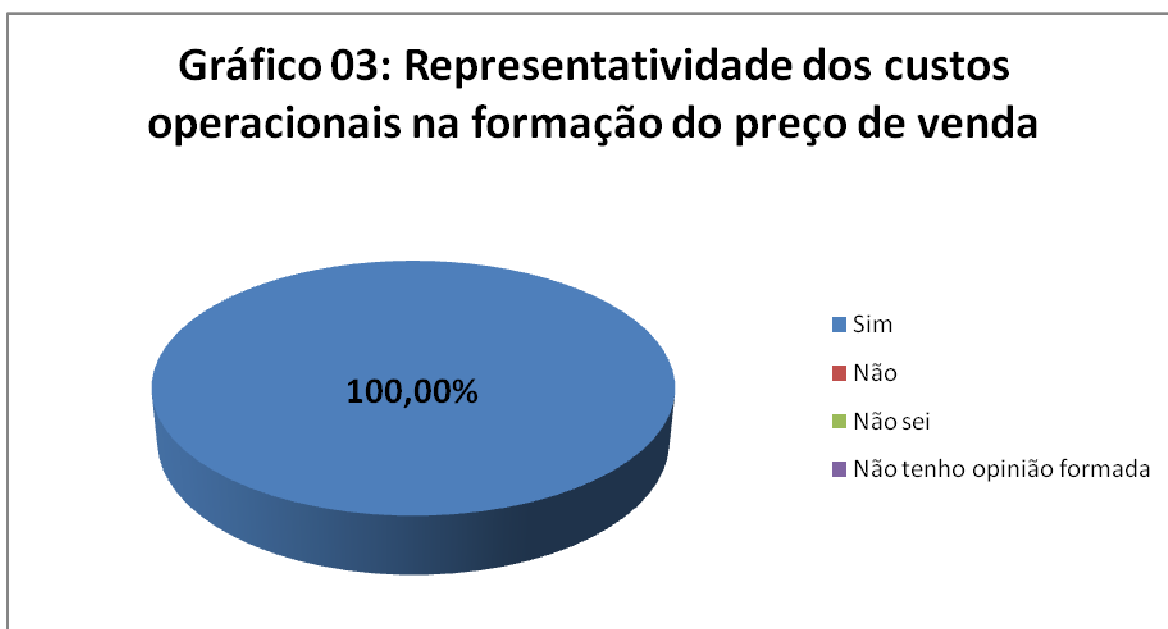
Gráfico 02: O conhecimento sobre a estrutura de custos da empresa



Fonte: O autor (2013).

Nesse contexto, verificou-se que 66,67% conhecem a estrutura de custos da empresa, mas precisa se aprofundar mais, 16,67% conhece em partes, 16,67% não conhece e nenhum responde disse que conhece totalmente. Assim, muito embora o total de 83,34% tenha dito que conhece pelo menos em partes, nota-se que nenhum respondente disse conhecer totalmente, o que é algo preocupante e requer maior atenção.

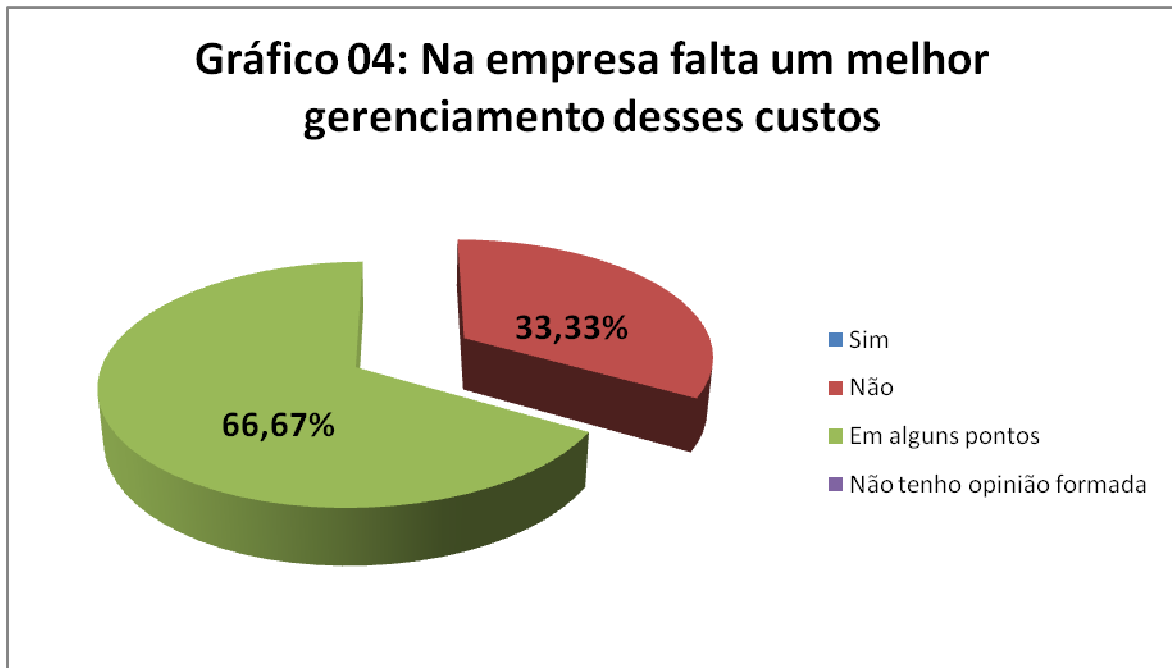
Em seguida foi indagado aos respondentes se eles acreditam que os custos operacionais representam um percentual considerável na formação do preço de venda, visto que tal item é importante nessa composição. Os resultados constam no Gráfico 03.



Fonte: O autor (2013).

Diante dos resultados, observa-se que 100% dos respondentes acreditam que sim, que sem dúvidas os custos operacionais representam um percentual considerável perante o preço de venda, o que deixa claro que mesmo sem conhecer totalmente os custos operacionais, eles tem ciência do quão esses custos oneram o preço final.

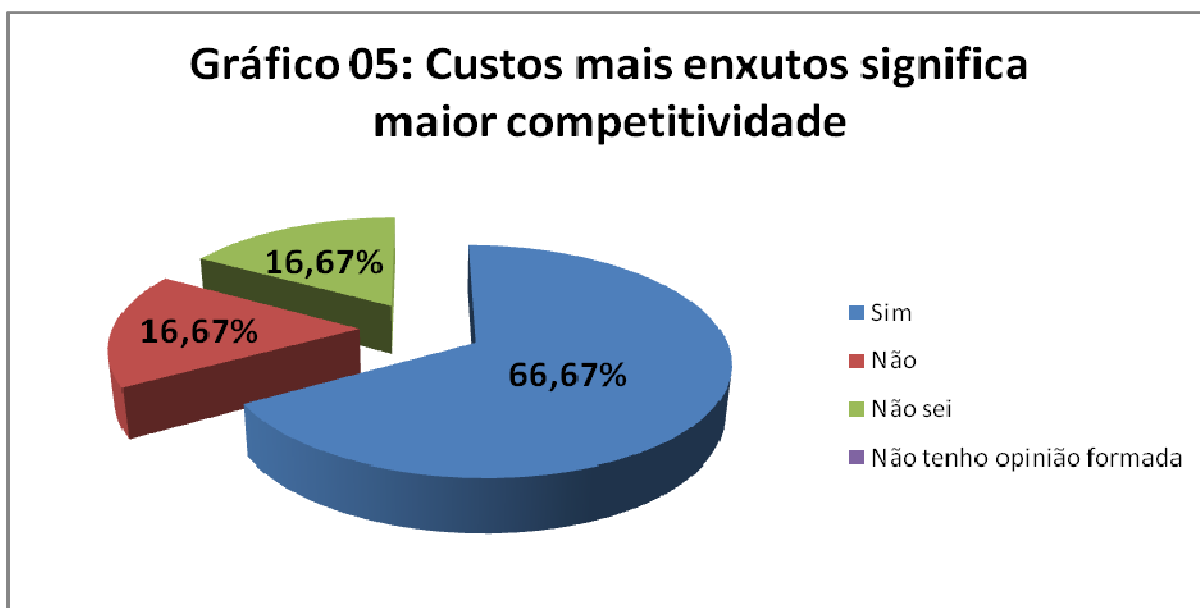
Quando questionados sobre o gerenciamento dos custos na empresa percebeu-se uma pequena divisão de opiniões entre os respondentes. O que pode ser observado no Gráfico 04.



Fonte: O autor (2013).

Desse modo, 66,67% responderam que falta um melhor gerenciamento em alguns pontos contra 33,33% que alegaram que não falta. O que nos permite entender que a grande maioria dos gestores acredita que o gerenciamento dos custos por parte da empresa não funciona de maneira eficaz, o que é preocupante, visto que se os próprios gestores não estão sentindo confiança total nesse gerenciamento, o que se pode vir a gerar uma insegurança na empresa como um todo.

Em seguida eles tiveram que responder se o fato de ter custos operacionais mais enxutos pode significar maior competitividade para a empresa. O que se pode ver no Gráfico 05.

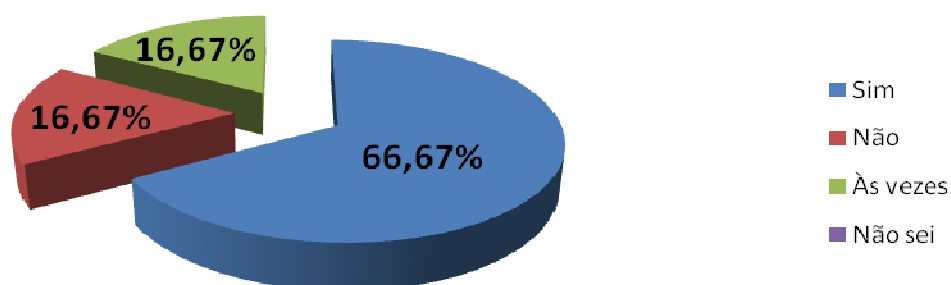


Fonte: O autor (2013).

Diante do exposto, se constatou que 66,67% acreditam que sim, que ter custos mais enxutos significa maior competitividade, 16,67% acreditam que não e 16,67% disseram não saber. Entretanto, por mais que mais da metade dos entrevistados disserem que sim, 33,34% alegaram que não ou não sabiam, o que demonstra falta de conhecimento por parte desses gestores, uma vez que esses custos influenciam diretamente na competitividade das empresas.

Fechando o ciclo de perguntas que se devia escolher apenas uma resposta, buscou-se entender se os gestores compreendem que o fato de ter custos operacionais menores pode significar alcançar com maior facilidade o ponto de equilíbrio e automaticamente ter maior rentabilidade. O Gráfico 06 demonstra a situação.

Gráfico 06: Menores custos significa ter com maior facilidade um ponto de equilíbrio e maior rentabilidade



Fonte: O autor (2013).

Assim, foi observado que 66,67% acreditam que sim, que ter menores custos operacionais pode significar alcançar com maior facilidade o ponto de equilíbrio e automaticamente ter maior rentabilidade, 13,67% apontam que não e outros 13,67% marcaram que às vezes. O que se torna um fato que chama atenção, uma vez que mais de 50% possuem entendimento sobre o significado do peso desses custos, mas um pouco mais de um terço não compreendem o real significado e contribuição desses custos nos resultados da empresa.

Efetuada as perguntas que visavam compreender a opinião dos gestores no tocante ao assunto estudado, foi colocado em foco uma questão em que os gestores teriam que identificar os itens que podem compor o custo operacional da empresa. O Quadro 3 mostra o número de observações de cada item.

Quadro 3 : Tipos de despesas

Alternativas de respostas	Número de observações
Telefone	5
IPI	2
Salários	4
Água	5
Aluguel	5
Telefone	4
Material de escritório	5
Manutenção de veículos	3
FGTS de colaboradores	0
INSS de colaboradores	0
IRPF do diretor	0
Material de limpeza	6
ICMS	2
Energia	6
Fretes	4
Total	33

Fonte: O autor (2013).

Logo, primeiramente é necessário distinguir dentre as opções quais os itens que podem formar o custo operacional da empresa, são eles: telefone, salários, água, telefone, material de escritório, manutenção de veículos, FGTS de colaboradores, INSS de colaboradores, material de limpeza e energia. Os demais itens compõem os custos sobre a compra ou venda, ou obrigações dos sócios.

Dessa maneira, torna-se importante ressaltar que apenas dois itens (material de limpeza e energia) todos os entrevistados citaram como sendo uma despesa de caráter operacional, já outros itens como IPI, ICMS e fretes que não compõe custos operacionais foram citados, sendo o número de observações 2, 2 e 4 respectivamente. Outro fato interessante é que os itens FGTS e INSS de colaboradores que também compõe o custo operacional não foram citados. O item IRPF do diretor que realmente não compõe esses custos não foi citado em nenhum

momento. Os outros itens foram citados, mas houve uma grande variação entre as observações dos entrevistados.

Portanto, quando os gestores são induzidos a apontar os itens que podem vir a compor o custo operacional da empresa, nenhum deles apontam perfeitamente os itens corretos, fato que necessita ter maior atenção e treinamento por parte da empresa.

5 CONCLUSÃO

Diante dos resultados obtidos podemos concluir que os gestores preocupam-se e acreditam que as despesas operacionais possuem uma contribuição significativa na formação dos preços e impactam na competitividade da empresa. Todos os respondentes acreditam na importância de conhecer a composição dos custos, mas ninguém os conhece totalmente, muito embora todos tenham ciência da representatividade desses custos na formação do preço de venda.

Os gestores também acreditam que de certa forma falta um melhor gerenciamento desses custos, ao mesmo tempo em que entendem que custos mais enxutos é um fator que contribui diretamente na competitividade, o que pode levar a alcançar com maior facilidade o ponto de equilíbrio e consequentemente ter maior rentabilidade.

Entretanto, quando os gestores tiveram que apontar os itens que podem vir a compor o custo operacional, se mostraram realmente com dúvidas acerca do assunto, deixando de apontar alternativas ou apontando erradas.

Deste modo, o que se pode enxergar claramente é que é preciso haver uma capacitação desses gestores em relação ao tema abordado, uma vez que são eles que estão tratando diariamente com a formação e compreensão da formação dos preços de venda para que a empresa possa alcançar melhores resultados e se manter competitiva.

Este estudo de caso tentou compreender um pouco da realidade de uma empresa ao tratamento que dar aos custos operacionais. No entanto, este estudo é limitado a um ramo de negócio e não deve ser estendido a todos os outros ramos com trabalho base, visto que cada um possui suas peculiaridades e necessitam de maior aprofundamento.

REFERÊNCIAS

COPELAND, T. E.; KOLLER, T.; MURRIN, J. **Avaliação de empresas - valuation: calculando e gerenciando o valor das empresas**. São Paulo: Makron Books, 2000.

HORNGREN, Charles T.; FOSTER, George; DATAR, Srikant M. **Contabilidade de custos**. 9. ed. Rio de Janeiro, 1997.

MALHOTRA, Naresh K. et al. **Introdução à pesquisa de marketing**. Tradução de. Robert Brian Taylor. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MARQUES, José Augusto Veiga da Costa. **Análise Financeira das Empresas**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

MARQUES, José Augusto Veiga da Costa; CARNEIRO JUNIOR, João Bosco Arbués; KUHL, Carlos Alberto. **Análise Financeira das Empresas**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2008.

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

_____. Ebitda, o que é isso? Informações Objetivas. **Caderno Temática Contábil e Balanços**, IOB São Paulo, Boletim n. 19, 1997, p. 1.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise Financeira de Balanços: abordagem gerencial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PORTAL DE CONTABILIDADE. **Custos e Despesas**. Disponível em: <<http://portaldecontabilidade.com.br>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos: uma abordagem prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.