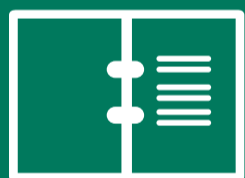


SÉRIE E-books



E-books
Sebrae



Crédito e Finanças

SEBRAE

Apuração do Lucro

Como e por que devo apurá-lo todos os meses

- Apresentação
- O que é lucro?
- A quantificação do lucro econômico
- Como calcular o lucro?

Autor
Edmilson Tanaka

SUMÁRIO

1 - Apresentação	3
2 - O que é lucro?	4
3 - A quantificação do lucro economico	4
4 - Como calcular o lucro?	5
Sobre o controle analítico de vendas	5
Sobre os controles financeiros	5
Sobre a apuração do lucro	5
Análise e interpretação de uma apuração de lucro	7
A interpretação dos índices percentuais	8

1

Apresentação

Neste capítulo trataremos do lucro, afinal, vivemos num mundo capitalista onde o princípio básico é a busca do lucro. Trataremos do lucro, como a meta mercantil das empresas cujas atividades envolvem a industrialização, a revenda ou a prestação de serviços.

2 O que é lucro?

O lucro é a recompensa pelo risco que o investidor assume ao iniciar um empreendimento!

O lucro pode ser entendido como a recompensa pelo seu investimento, pelos seus riscos, pela sua dedicação ao negócio.

Segundo a Teoria Neoclássica, na economia moderna a diferença da receita total da empresa em relação a todos os seus custos é denominado de lucro econômico.

O lucro econômico é, portanto, o retorno ao(s) proprietário(s) do dinheiro investido na empresa e que é considerado com a renda empresarial.

3 A quantificação do lucro econômico

Qual é a margem ideal de lucro para o seu negócio?

Qual é a margem ideal de lucro para o seu negócio?

Existem segmentos de negócios, alguns produtos/serviços específicos que dizem existir uma margem ideal para a atividade, mas, a coisa não é tão simples assim. Não apenas se determina uma margem de lucro, ela precisa sim é ser administrada e conquistada.

O que pode ocorrer é que algumas grandes empresas almejem a sua margem de lucro e tenham a oportunidade de se transformar no balizador dos preços no mercado, com isso, uma margem de lucro pode até ser mais bem planejada e conquistada.

A administração do lucro se faz através de um planejamento para escolha do mix de produtos e/ou serviços a serem ofertados, do perfil qualitativo destes itens, do perfil do público-alvo e da concorrência.

Já a conquista do lucro se faz através do sucesso na combinação das variáveis anteriores com a operacionalização e gerenciamento dos volumes de vendas planejados e necessários para se atingir o ponto de equilíbrio econômico¹ e do gerenciamento dos custos praticados.

¹ **Ponto de equilíbrio econômico:** *é o montante de vendas necessário de ser alcançado em cada período (mês) de tal forma que seja suficiente para remunerar todos os custos da empresa (variáveis e fixos) e ainda propiciar uma margem de lucro estipulado!*

Algumas dificuldades ocorrerão pelos seguintes aspectos:

- Pela necessidade do conhecimento técnico para definir margens de vendas por produto, volumes de vendas e volumes de custos;
- Pela necessidade de efetivamente vender os itens nos seus volumes e nas margens planejadas;

- Pela necessidade de gerenciar os custos fixos para que não ocorram oscilações.

Mas, e a resposta quanto à margem de lucro ideal?

Depois de combinadas todas as variáveis mencionadas é que se pode avaliar qual margem de lucro será possível de ser obtida.

Portanto, diferentemente de muitos conceitos apregoados no mercado, dizendo que tal segmento de negócio possibilita obter uma determinada margem de lucro, na verdade, essa afirmação somente será possível mediante a combinação de outras variáveis e não tão somente com base no produto, no segmento de negócios, no mercado de atuação ou na marca.

Para você chegar a esta conclusão, diante de alguma dificuldade técnica em fazê-lo, a contratação de serviços especializados é a solução.

Um exemplo para a sua reflexão é a comercialização de água mineral.

Uma garrafa de 500 ml de água mineral sem gás, de uma mesma marca, pode ser negociada por:

- R\$ 1,00 no supermercado;
- R\$ 1,50 na panificadora;
- R\$ 2,00 no boteco da esquina;
- R\$ 2,50 numa lanchonete;
- R\$ 4,00 num restaurante *a la carte*;
- R\$ 5,50 no frigobar de um hotel de alto padrão

E qual é a margem de lucro para cada um dos casos?

Tudo depende da estrutura de custos, dos volumes comercializados e dos valores de aquisição em relação a cada um dos empreendimentos acima.

Em cada caso o lucro será diferente!

4

Como calcular o lucro?

O cálculo do lucro não é difícil. O cálculo requer informações vindas de vários controles. São eles: o controle analítico de vendas e os controles financeiros.

Sobre o controle analítico de vendas

Um mesmo item pode ser negociado em diversos padrões de preços e condições de prazo e entrega ao cliente, então, cada venda deve ser controlada e apurada separadamente e seus resultados serão distintos, dependendo de cada condição negociada.

São variáveis que envolvem uma negociação:

- Descontos;
- Custos financeiros com financiamento da venda;
- Condições de entrega: fretes, embalagens, instalações, montagens, ...;
- Comissões;
- Royalties;
- Custos com operação de cartão de crédito/débito

Sobre os controles financeiros

Os controles financeiros representam os registros das movimentações financeiras da empresa, nela incluem-se também todos os pagamentos das contas que garantem a existência e estrutura da empresa, são os chamados custos fixos.

Obviamente que, no cálculo dos preços de vendas de seus produtos e/ou serviços, ele deve ser considerado.

Sobre a apuração do lucro

A apuração do lucro deve ser realizada pe-

riodicamente, via de regra, em intervalos mensais, devido à característica da periodicidade da maioria das contas, por exemplo, os salários, os impostos sobre venda, as contas de consumo (água, energia elétrica, telefone), os aluguéis...

Ao resultado obtido denominamos de LUCRO OPERACIONAL. Observe abaixo o quadro demonstrativo denominado de **ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS**:

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS		JAN / 20XX	
		R\$	%
1	RECEITAS TOTAIS		
1.1	Venda de Mercadorias		
1.2	Venda de serviços		
2	CUSTOS VARIÁVEIS DE VENDAS		
2.1	Custo das mercadorias vendidas		
2.2	Custo dos serviços vendidos		
2.3	Impostos incidentes sobre as vendas		
2.4	Frete + Comissões + outros		
3	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO = (1 - 2)		
4	CUSTOS FIXOS		
4.1	Aluguel		
4.2	Salários + encargos sociais		
4.3	Água + energia		
4.4	Comunicações (telefone + celular + internet)		
5	LUCRO OPERACIONAL = (3 - 4)		

Note-se que denominamos de estrutura GERENCIAL de resultados especificamente para distingui-lo de apurações contábeis adicionando como principais premissas: simplicidade na sua elaboração, objetividade na análise do resultado e o registro completo de todas as movimentações financeiras ocorridas no período de apuração.

Também é importante levar em consideração algumas questões que geram dúvidas no momento de sua elaboração:

1. Os valores informados devem seguir um regime específico de apuração. Recomendamos então que se aplique o "regime de competência" que trata da análise através dos valores praticados, tendo-se como ponto de partida todas as vendas ocorridas, independentemente de terem ocorrido com recebimento à vista ou a prazo;
2. Os valores relativos ao item 2 representam os valores praticados nas vendas e não os va-

lores efetivamente pagos no período. O pagamento a fornecedores ocorrido no período de apuração não deverá ser considerado, mas sim, deve-se considerar o quanto custaram as mercadorias e os serviços vendidos, independentemente se já foram pagos ou não;

3. Os valores relativos ao item 3 devem representar os valores praticados no período para efeitos desta apuração, já para efeitos de análise da participação dos custos fixos na estrutura de custos e na precificação é muito importante que sejam estabelecidos valores médios mensais determinados por um histórico de custos de pelo menos 6 meses, assim, serão assegurados valores mais precisos.

Análise e interpretação de uma apuração de lucro

Observe e analise o exemplo a seguir e entenda como interpretá-lo:

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS		JAN / 20XX	
		R\$	%
1	RECEITAS TOTAIS	10.000,00	100,00%
1.1	Venda de Mercadorias	6.500,00	65,00%
1.2	Venda de serviços	3.500,00	35,00%
2	CUSTOS VARIÁVEIS DE VENDAS	5.920,00	59,20%
2.1	Custo das mercadorias vendidas	3.000,00	30,00%
2.2	Custo dos serviços vendidos	2.200,00	22,00%
2.3	Impostos incidentes sobre as vendas	470,00	4,70%
2.4	Frete + Comissões + outros	250,00	2,50%
3	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO = (1 - 2)	4.080,00	40,80%
4	CUSTOS FIXOS	2.900,00	29,00%
4.1	Aluguel	1.000,00	10,00%
4.2	Salários + encargos sociais	1.400,00	14,00%
4.3	Água + energia	200,00	2,00%
4.4	Comunicações (telefone + celular + internet)	300,00	3,00%
5	LUCRO OPERACIONAL = (3 - 4)	1.180,00	11,80%

O primeiríssimo passo para uma boa análise e interpretação é ter a ciência que uma estrutura gerencial de resultados trata da decomposição dos valores.

A intensão é analisar o lucro, certo?

O lucro representa o resultado final de todas as negociações efetuadas ao longo de um período, certo?

Este demonstrativo apresenta, portanto, a seguinte estrutura:

No **item 1**, temos o demonstrativo das receitas geradas com as vendas, note-se que este demonstrativo pode ser aplicado a qualquer tipo de empresa nos segmentos: indústria, comércio e serviços.

No **item 2**, temos o demonstrativo de quanto efetivamente custaram as vendas, ou seja, este item tem uma correlação direta com o item 1.

O **item 3** representa o cálculo resultante da venda e a dedução dos seus custos, e a margem de contribuição é também denominada de lucro bruto.

O **item 4** trata do demonstrativo de todas as contas que representam seus custos fixos. Naturalmente que um elenco de contas real é muito mais extenso que o exemplo acima. O detalhamento destas contas deve ser o mais analítico possível como forma de analisar, criticar e proceder com controles que garantam a manutenção destes custos em níveis suportáveis pela empresa.

Por fim, o item 5 demonstra o resultado final – o lucro operacional no período!

A interpretação dos índices percentuais

Os índices percentuais apresentados na última coluna demonstram a representatividade de cada valor/conta desta estrutura gerencial de resultados.

Sua interpretação é importantíssima como forma de análise sobre o seu desempenho e sobre a efetividade da condução do seu negócio.

Alguns destaques importantes:

- O índice da margem de contribuição representa a sua grande geração de riqueza,

ela associa diretamente aos seus critérios de precificação demonstrando se seus preços praticados encontram-se dentro de padrões que possibilitem a geração de lucro. Quanto maior for este índice, melhor!

- Podemos interpretar a margem de contribuição calculada de 40,80% podemos interpretar como excelente em termos percentuais, porém há que se preocupar também com o montante monetário, ou seja, tanto o índice percentual quanto o volume monetário são importantes para se fazer frente para a cobertura dos custos fixos e gerar lucro.

- Podemos interpretar o índice de custos fixos calculado de 29% podemos interpretar como adequado se comparado com a margem de contribuição de 40,80%, pois, isso significa que, os 40,80% de margem foram utilizados 29% para a manutenção da estrutura da empresa.

- Por outro lado, se considerarmos o índice de 29% de custos fixos numa condição de mercado de alta competitividade, quando aplicado tal índice no seu cálculo de preço de venda, a tendência é que o valor de venda pode tornar-se elevado demais, com grandes riscos de se perder a competitividade de preços, portanto, trata-se de um índice nada adequado.

- O índice de 11,80% de lucro operacional pode ser considerado como uma excelente margem de lucro se o compararmos com alguns índices de mercado, a exemplo de índices de remuneração financeira para aplicações bancárias.

- O resultado do lucro operacional deve ser associado ao seu mercado de atuação, motivo pelo qual, observar seus 11,80% e dizer que é ruim ou bom seria bastante imprudente.

- Outro fator a ser cuidado, considerando a questão do mercado de atuação, é que,

Exercite a sua estrutura gerencial de resultados:

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS		Mês:		Mês:		Mês:	
		R\$	%	R\$	%	R\$	%
1	RECEITAS TOTAIS						
1.1	Venda de Mercadorias						
1.2	Venda de serviços						
2	CUSTOS VARIÁVEIS DE VENDAS						
2.1	Custo das mercadorias vendidas						
2.2	Custo dos serviços vendidos						
2.3	Impostos incidentes sobre as vendas						
2.4	Fretes + Comissões + outros						
2.5							
3	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO = (1 - 2)						
4	CUSTOS FIXOS						
4.1							
4.2							
4.3							
4.4							
5	LUCRO OPERACIONAL = (3 - 4)						