

MARGENS DE LUCRO E INFLAÇÃO

Luiz Carlos Bresser-Pereira

20.10.1991

O problema da apuração do lucro inflacionário foi razoavelmente bem resolvido através do sistema de indexação das demonstrações financeiras. Esse sistema, que foi originalmente desenvolvido no início dos anos 60, foi sendo aos poucos introduzido na legislação brasileira, ao mesmo tempo que a compreensão teórica do problema avançava. Os efeitos da aceleração da inflação e, em seguida, de um eventual congelamento de preços sobre as margens de lucro das empresas, não foram ainda compreendidos com clareza. É certo que a "tablita" de descontos sobre as vendas a prazo já realizadas e ainda não recebidas, já presente no Plano Austral, e a determinação, no Plano Bresser, de um desconto de 9 por cento por mês também sobre as novas vendas a prazo, indicava que a natureza básica do problema já havia sido compreendida. Entretanto, em um momento em que a inflação novamente se acelera no Brasil, já havendo ultrapassado a marca dos 20 por cento mensais, é importante esclarecer mais amplamente esse problema.

Na medida em que a inflação se acelera, as empresas localizadas em setores competitivos que compram a prazo e vendem a vista, ou mais precisamente, que possuem um contas a pagar maior do que um contas a receber fornecedores, tendem a reduzir suas margens, compensando essa perda com o ganho financeiro decorrente inflação. Esse fenômeno é típico para os supermercados, que compram a prazo e vendem ... vista, mas o princípio se aplica a qualquer empresa que possua um contas a pagar significativamente maior do que seu contas a receber.

O ganho financeiro decorrente da inflação é óbvio e amplamente reconhecido. Tão óbvia quanto, mas menos reconhecida é a redução de margens. É comum se imaginar que o ganho financeiro da inflação seja líquido, as empresas mantendo suas margens fixas. Ora, isto só seria verdade se as margens fossem institucionalmente fixas (é o que em parte ocorre, por exemplo, com as farmácias), ou se se tratasse de um monopólio. Para o varejo, entretanto, que é em geral altamente competitivo, a tendência natural é para a baixa das margens de lucro, definidas estas como a diferença percentual entre o preço marcado sobre o preço de custo nominal.

Enquanto as taxas de inflação eram relativamente baixas e as acelerações dessa taxa menos dramáticas, os varejistas demoravam para reduzir suas margens via concorrência. Não percebiam com a mesma clareza de hoje que o preço de custo nominal, para altas taxas de inflação, é substancialmente menor do que o custo efetivo. Em outras palavras, não percebiam...

- Ver Bresser Pereira, Luiz Carlos e Bresser Pereira, Sylvio Luiz "Inflação e Lucros da Empresa". Revista de Administração de Empresas, 4(10), março 1964.