

## Lucro – Anseio dos empresários<sup>1</sup>

Josiliane Silva da Silva<sup>2</sup>

O resultado (rédito) é uma medida de desempenho que reflete o ocorrido com o emprego (dinâmica) dos meios patrimoniais na entidade, podendo ocasionar resultados positivo, negativo, ou até mesmo, nulo. Mas, no presente artigo falaremos do resultado positivo, que é o lucro. Tema este de tamanha relevância, conceitos múltiplos e suas peculiaridades. Com intuito de buscar continuidade o rédito positivo para melhor fluir a administração de um empreendimento. E relatando também que, não é somente o lucro que garante a saúde financeira de uma empresa. E sim este seria a consequência de um conjunto de tomada de decisão, resultado de uma boa gestão.

No mundo totalmente corporativo de hoje, a tendência é de buscar maneiras de tentar ser “excelente” no ambiente em que se atua, no ramo em questão que é empresa – lucro. Então nos fazemos a seguinte pergunta: É possível ter-se lucro sem uma boa administração?

Só se for por uma breve coincidência ou talvez o que alguns chamam de tino empresarial, o que significa dizer em curto prazo, pois, para obter-se o lucro em longo prazo necessitamos de objetivos traçados que nos de suporte para enfrentar o futuro duvidoso.

Já dizia Lopes de Sá (2002, p. 124) “Se, no desempenho da atividade, o capital aumenta, em decorrência da variação, o rédito é negativo e nesse caso há perda”.

E como estamos relatando neste momento, o anseio dos empresários, nada mais coerente de que, o gestor queira o rédito positivo, pois, o objetivo da empresa é obter lucro nas realizações de suas transações corporativas.

Iudícibus, Marion e Pereira (2003, p. 143) relatam o conceito de lucro na sua abrangência: “Rendimentos resultantes do capital aplicado na empresa, pertencem a seus proprietários que nela investiram. Excesso de receita em relação à despesa. Remuneração do fator de produção gestão”...

---

1- Artigo produzido para avaliação parcial da disciplina Teoria Contábil do Lucro, orientado pelo Professor, Moisés Silva Campos.

2- Acadêmica do 8 CCN1 – Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ensino Superior do Amapá.

Já tratando de lucro para divulgação financeira temos Hendriksen (1999, p. 198) com os lucros sintáticos, semânticos e pragmáticos. O primeiro é definido por regras que os esclarecem, o segundo seria de acordo com a realidade econômica e o último para uso de investidores independentes de como é medido ou do que significa.

De acordo com estudos feitos sobre as três formas, chegamos à conclusão de que, o mais se adapta a este artigo seria o lucro pragmático. Onde o mesmo estaria associado aos processos decisórios de investidores e credores, às regras dos preços de títulos à divulgação do lucro em mercados organizados, as decisões de investimento dos administradores e contadores.

Mais há também, uma série de decisões a serem tomadas corretas, no mais, se essas forem feitas de forma errônea temos que ter o “plano B”, ou seja, ter mais de uma estratégia para solucionarmos problemas com maior agilidade possível, devido às coisas no mercado competitivo acontecerem de forma muito acelerada, por isso, temos que acompanhar ou se possível passar a frente da concorrência, obviamente de maneira ética acima de tudo.

Para tanto precisamos de informações precisas, oportunas e pertinentes sobre a economia e o desempenho de empresas juntamente com os “conselhos” que seguem para assim, termos o almejado sucesso no empreendimento.

Neste momento veremos os conselhos que são, alguns segmentos dentro da empresa que melhorados ou facilitados seriam os primórdios para se chegar ao lucro, um deles seria a comunicação, onde a informação bem passada e entendida pelos os membros interessados, facilitaria bastante, dentro do ciclo empresarial.

Em um processo avançado chamaríamos de sistema de informações onde a tecnologia imperaria, mais voltamos a analisar que de nada adianta a tecnologia se os membros envolvidos não sabem utilizá-las por isso, temos que oferecer treinamentos onde ganha-se e empresa e ganha-se também o funcionário que dela faz parte.

Outro seria o controle, onde conhecendo a origem dos fatos, se estes estão dentro do limite ou padrões estabelecidos, desenvolve-los e revisa-los de acordo com o desempenho

assim também como, os gastos e as receitas, se os desvios e desperdícios são conhecidos e se temos como corrigi-los ou evitá-los respectivamente.

Também o preço, pois, sem conhecer os gastos e despesas que se despense para produzir o produto, se torna difícil estabelecer o preço. Haja vista que, alguns empreendedores queiram se basear pelo preço da concorrência, o que pode vir a ocasionar a falência da empresa, pois, preço abaixo do que se gasta para produzir gera rédito negativo, ocorrido este que, nenhum empresário almeja.

E por fim a motivação, onde as pessoas são reconhecidas por seus esforços dentro do ambiente de sua atuação, identificando-se os pontos fracos e pontos fortes dos trabalhadores, e a avaliação do potencial, performance de cada um, fazendo com que eles sintam prazer, felicidade em executar suas tarefas.

Pois o que multiplica resultados, faz crescer os lucros e pereniza as empresas é essa a dupla de área, a necessidade (da empresa em ter resultados) e o prazer (dos funcionários que dela fazem parte). Estes itens seguidos de um bom planejamento têm tudo para atingir o objetivo principal da empresa.

Segundo Figueiredo, (1997, p. 30) temos três tipos de planejamento: o estratégico, o operacional e o de longo prazo. Onde o estratégico seria qualitativo, com visão de o que aconteceria no “amanhã”, buscando constantemente a melhoria a partir de uma percepção de mudança.

O operacional é quantitativo no detalhamento das ações a serem implantadas, com apresentação de um orçamento orientando as atividades mensais ou anuais as empresa. E por fim o de longo prazo, que também é quantitativo com projeções das atividades partindo do que faz hoje, visualizando alterações para os anos vindouros, ou seja, aquelas decisões que exercem influência fundamental sobre o procedimento da empresa durante a averiguação da variação de um período de tempo.

Com essa série de “investimentos” a serem tomadas pela empresa, ajuda em alta relevância para que se atinja o anseio dos empresários. Principalmente com essas medidas de

longo prazo que, embora incertas tem que ser objetivas e passíveis de mudanças, caso as mesmas não atendam mais o que se pretendia anteriormente.

Ademais com todo o estudo já feito que o lucro se torna mito, pois o mesmo sintetiza o resultado do esforço da atividade desenvolvida com êxito, observa-se que não significa poder analisar e criticar a entidade sobre o aspecto econômico ou o que poderíamos chamar de eficácia econômica.

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 205 e 206)

“Na medida em que o lucro é utilizado pela administração para fins de decisão e controle, deve-se ter cuidado para assegurar que a natureza arbitrária de alocações e do processo de vinculação seja minimizada ou neutralizada. A neutralidade é conseguida somente quando as decisões não são afetadas pelas alocações e pelos procedimentos de vinculação aplicados na mensuração do lucro. Se isso não puder ser evitado, o lucro não deverá ser utilizado como base de decisões gerenciais”.

Cabe, para finalizar, que a qualidade do resultado apresentado, ou seja, o réditto obtido; deverá ser suficiente não só para manter a empresa; mais também para fazê-la crescer; ser competitiva e trazer para seus investidores os proveitos desejáveis garantindo assim sua continuidade cumprindo também a missão em comum que todas as empresas tem que é a eficácia empresarial.

Wood (1980, p. 14) “Assim, o princípio central da presente teoria é que a quantidade de lucros que uma empresa estabelece como meta a ser atingida e determinada pela quantidade de investimentos que ela planeja efetuar”.

No mais, só temos a relatar que toda empresa precisa gerir lucro, até mesmo por questão de sobrevivência e que com os “cuidados” mencionados neste artigo, diríamos que vêm a esclarecer as técnicas para os empresários. E que o lucro, tem que ser analisado com muita cautela quando para fins decisórias. Lembrando que não se deve levar em consideração somente resultados positivos quantitativos, mas também resultados qualitativos, como mostra o planejamento estratégico.

**Referências:**

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARION, José Carlos, PEREIRA, Elias. Dicionários de Termos de Contabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas. 2003.

HENDRIKSEN, Eldon S., VAN BREDÁ, Michael F. Teoria da Contabilidade. 5. ed. São Paulo: Atlas. 1999.

LOPES DE SÁ, Antônio. Teoria da Contabilidade. 3. ed. São Paulo: Atlas. 2002.

FIGUEDIREDO, Sandra, CAGGIANO, Paulo César. Controladoria – Teoria e Prática. 2. ed. São Paulo: Atlas. 1997.

WOOD, Adrian. Uma teoria de lucros. 1. ed. São Paulo: Paz Terra. 1980.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Introdução e metodologia científica. 1. ed. Macapá: CEAP. 2004.