



Revista de Administração da Unimep

E-ISSN: 1679-5350

gzograzian@unimep.br

Universidade Metodista de Piracicaba
Brasil

Francischetti, Carlos Eduardo; Padoveze, Clóvis Luís; Farah, Osvaldo Elias
Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa
Revista de Administração da Unimep, vol. 4, núm. 2, mayo-agosto, 2006, pp. 48-65
Universidade Metodista de Piracicaba
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273720539003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti (UNIMEP-SP) cefranc@vivax.com.br

Clóvis Luís Padoveze (UNIMEP-SP) cpadoveze@romi.com.br

Osvaldo Elias Farah (UNIMEP-SP) oefarah@unimep.br

Revista de Administração da UNIMEP, v. 4, n. 2, Maio / Agosto – 2006

Endereço eletrônico deste artigo:

<http://www.regen.com.br/ojs/index.php/regen/article/view/208>

©Copyright, 2006, REGEN. Todos os direitos, inclusive de tradução, são reservados. É permitido citar parte de artigos sem autorização prévia desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos só devem ser usados para uso pessoal e não comercial. Em caso de dúvidas, consulte a redação.

A Revista de Administração da UNIMEP é a revista on-line do Mestrado Profissional em Administração, totalmente aberta e criada com o objetivo de agilizar a veiculação de trabalhos inéditos. Lançada em setembro de 2003, com perfil acadêmico, é dedicada a professores, pesquisadores e estudantes. Para mais informações consulte o endereço <http://www.raunimep.com.br>.

Revista de Administração da UNIMEP

ISSN – ISSN 1679-5350

©2006 Universidade Metodista de Piracicaba

Mestrado Profissional em Administração

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

Resumo

Apresentamos um estudo sobre a inflação interna da empresa, com o objetivo de se ter uma maneira de medir com maior rapidez as alterações nos custos e nas despesas da empresa, caracterizando-se como um instrumento eficaz para análise e gestão de custos. Esse indicador possibilita comparações com os diversos índices de inflação, tanto do país, como do seu setor de atuação, tornando-se relevante para o processo de avaliação de resultados e tomada de decisões estratégicas da empresa. O desenvolvimento do trabalho é orientado por uma pesquisa exploratória com a aplicação de um exemplo prático, onde se pretende apontar possíveis maneiras e procedimentos que poderão ser seguidos e avaliados para o cálculo em questão.

Palavras - chave: Inflação, gestão de custos, inflação interna da empresa, taxas de inflação, preços de venda.

Abstract

As the development of an efficient model for cost administration analysis and with the goal of possessing a way of measuring with greater quickness the alterations in costs and expenditures of a company, we present a study about internal company inflation. This gauge enables analogies among the many inflation rates, as far as the country's rates as well as the company's field of activity ones, making themselves relevant to the results evaluation process and the making of strategic company decisions. The development of this work is guided by a explanatory research with the application of a practical example, where it is intended to point out possible ways and procedures that might be followed and evaluated for the calculation subjected.

Key-Words: Inflation, cost management, internal company inflation, inflation rates, sales price.

1- Introdução

Em geral a inflação é conceituada como o aumento persistente dos preços em geral, de que resulta uma contínua perda do poder aquisitivo da moeda. É um fenômeno monetário. A inflação pode ser classificada em inflação estrutural (inflação estrutural) e inflação

(inflação de demanda) ou de uma combinação de fatores. Independentemente da origem de sua causa, percebemos que a inflação pode ser auto-suficiente, provocando reações em cadeia e puxando a elevação de vários preços da economia, dando assim, o efeito chamado espiral inflacionária.

A inflação pode ser conceituada como um aumento contínuo e generalizado no nível geral de preços, ou melhor, os movimentos inflacionários representam elevações em todos os bens produzidos pela economia e não meramente a um aumento de um determinado preço (Vasconcellos, 1998).

É um aumento persistente dos preços em geral, resultando na contínua perda do poder aquisitivo da moeda. (Braga, 1989).

A disputa dos diversos agentes econômicos pela distribuição da renda representa a questão básica no fenômeno inflacionário.

2- Causas clássicas da inflação:

A literatura econômica cita duas causas básicas de estudo sobre a inflação:

- a)** Inflação de Demanda: Ocorre quando há excesso de demanda, para bens e serviços em relação à oferta.
- b)** Inflação de Custo: É o processo inflacionário gerado pela elevação dos custos de produção, especialmente das taxas de juros, de câmbio, de salários ou dos preços das importações (Sandroni, 1999). Já segundo Vasconcellos (1998), a inflação de custos pode ser definida como uma inflação tipicamente de oferta na qual o nível de demanda permanece o mesmo, porém os custos de certos insumos aumentam e são repassados aos preços dos produtos. Ou seja, há aumentos dos custos de produção ou serviços, sem conseqüente aumento de produtividade.

No ambiente empresarial a questão da inflação é analisada através da ótica da inflação interna, onde o aumento de preços dos insumos se reflete nos custos e nas despesas das empresas.

Segundo Bonassolli (2003), existem três situações bem definidas no comportamento da inflação interna, nas empresas:

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

1) A Empresa acompanha, com o aumento de preços de venda, a desvalorização do dinheiro;

2) Não aumenta seus preços proporcionalmente aos aumentos de custo;

3) Aumenta seus preços mais do que o proporcional à inflação de seus custos.

No 1º caso, o poder aquisitivo não é afetado;

No 2º caso, o poder aquisitivo é diminuído;

No 3º caso, o poder aquisitivo é aumentado.

3 -A necessidade da inflação da empresa

Inflação da empresa é a apuração da variação percentual média ponderada dos custos e despesas da empresa de um período para outro (Padoveze, 2003).

Medir a inflação da empresa ou interna consiste em um instrumento eficaz para a avaliação das condições da empresa no mercado em que esta atua, permitindo a tomada de decisões vitais para que a competitividade seja mantida.

De acordo com Bugelli (1995), as principais vantagens de apurar a inflação interna em uma organização são as seguintes:

- Aprimoramento da administração de custos e despesas, centrando as ações nos itens de maior relevância ou de crescimento acima da média;
- Determinação de preços limites de compra nas negociações junto a fornecedores;
- Acompanhamento da paridade custos/preços provenientes do crescimento dos custos e despesas em relação ao crescimento das receitas;
- Comparação entre as alternativas de investimento da empresa e o seu índice de preços, que representa o seu próprio custo de oportunidade;
- Permite uma avaliação mais precisa da empresa como negócio.

A agilidade nas tomadas de decisões no mundo dos negócios é que justifica a necessidade de se obter um número que meça com rapidez as alterações nos custos e despesas

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

da empresa, fundamentando assim, o cálculo de sua inflação interna, que pode ser comparada com outros índices inflacionários de caráter geral do país, bem como de caráter mais específico, como inflação do setor de atuação, dando uma visão ampla e real da atuação da empresa no mercado.

Utilização da inflação da empresa:

O indicador mensal de inflação da empresa substituirá a necessidade de cálculos mensais de custo-padrão, que passarão a ser atualizados exatamente pela inflação da empresa. Portanto, tal ferramenta deverá trazer velocidade nas informações de custo para a empresa.

A seguir, damos algumas outras utilizações mais importantes:

- Atualização do custo-padrão;
- Atualização da formação de preços de vendas;
- Parâmetros para aplicar aumentos na lista de preços de venda;
- Correção dos valores das peças orçamentárias do ano em curso;
- Controle das variações dos preços dos insumos;
- Controladoria de despesas;
- Parâmetros para avaliar contratos de serviços com cláusulas de reajuste;
- Possibilidade de criação de denominador monetário interno para relatórios em moeda constante;
- Atualizar os custos unitários dos materiais no sistema de compras de materiais.

4 - Inflação e correção monetária

A inflação é um fenômeno natural nas economias regidas por moedas. Sendo assim, sempre poderá existir a inflação no país e, conseqüentemente, na empresa. Em situações classificadas como de estabilidade monetária, a inflação tanto do país como da empresa, podem ser de pequena relevância, ou seja, pode ser negativa (deflação), ou mesmo nem acontecer em determinados períodos. Cada entidade econômica tem uma inflação específica, seja pessoa física ou jurídica.

Não podemos confundir a inflação com a correção monetária, que é um instrumento

se tem inflação em um país que se deva ter correção monetária. Praticamente todas as correntes da ciência econômica não a recomendam, mesmo tendo inflação. O combate à inflação tem todo um conjunto de medidas já estudado, e a principal é a sua incorporação nas taxas de juros, buscando refrear o consumo. Em linhas gerais, a inflação interna deve ser combatida no ambiente econômico empresarial, com aumento da eficiência e produtividade (Padoveze, 2003).

5- Inflação da empresa e reajuste de preços de venda

A inflação interna permite avaliar a constante influência dos preços dos insumos no custo da empresa, determinando assim, o quanto devemos atualizá-lo para que não haja prejuízo. Muitas vezes, em virtude das necessidades e concorrência de mercado, não há possibilidades de aumento de preços.

Como exemplo, podemos citar Henry Ford. Ele criou um sistema de produção concedido para atender as necessidades do mercado, cortando seu preço de venda e, portanto, vendendo milhões de carros a \$ 500.00. Na verdade, a produção em massa foi o resultado, não a causa, dos seus preços baixos. Veja como Ford coloca a sua filosofia de política de preços:

Nossa política é reduzir o preço, estabelecer as operações e melhorar o produto. Você irá perceber que a redução do preço vem em primeiro lugar. Nós nunca consideramos nenhum custo como sendo fixo. Portanto, primeiro reduzimos o preço até o ponto em que acreditamos que resultarão mais vendas. Depois, prosseguimos e tentamos fazer os preços. Não nos incomodamos com os custos. O novo preço força os custos para baixo. A forma mais usual é tomar os custos e então determinar o preço; e, embora esse método possa parecer científico num sentido restrito, ele não o é no sentido amplo, porque para que serve saber o custo, se ele lhe diz que você não pode produzir a um preço pelo qual o produto possa ser vendido? Porém, mais importante é o fato de que, embora se possa calcular quanto é um custo, e é claro que todos os nossos custos são cuidadosamente calculados, ninguém sabe qual deveria ser um custo.

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

todos ao ponto mais alto de eficiência. O preço baixo faz com que todos lutem pelos lucros. Descobrimos mais coisas ligadas à produção e vendas sob esse método forçado do que por qualquer método de investigação vagarosa (Ford, 1923).

Na verdade, como podemos observar através das palavras de Henry Ford na década de 20, não devemos considerar os custos de produção como determinante do preço final do produto, mas sim, o valor pelo qual poderíamos maximizar as nossas vendas de forma a obter o maior lucro possível, dentro da estrutura e capacidade de produção da empresa. Isso é óbvio e muito claro. Mas na prática, infelizmente nem todas as empresas acabam seguindo e usando esta metodologia, causando uma série de problemas que refletem principalmente na apuração final do lucro da empresa.

Devemos considerar dois índices distintos de uma empresa: o índice de inflação sobre os seus custos e despesas e o índice de inflação dos seus preços de venda.

Esses dois índices merecem especial atenção dos dirigentes das empresas, pois se não houver um equilíbrio entre o aumento dos custos e seu preço de venda, a empresa estará desprotegida dos efeitos da inflação. Para que isso seja possível, é preciso obtermos estes números, para depois, definirmos as estratégias de preços e negociações.

6- Como calcular a inflação da empresa

A metodologia para calcular a inflação da empresa é fundamentalmente a mesma utilizada para o cálculo de qualquer índice medidor de inflação.

Para o cálculo da inflação interna, precisamos de três procedimentos básicos, que são:

- Construção de cestas de participação dos itens de consumo de que se queira medir a variação média de preços.
- Seleção, por amostragem, dos itens que deverão fazer parte das cestas de consumo.
- Cotação periódica – mensal – dos preços dos insumos incluídos nas cestas de participação dos gastos.

Denominamos **cesta de participação** o número percentual de participação de cada insumo no total do segmento de gastos.

7 - Periodicidade do cálculo da inflação

Devido à necessidade de dar segurança as tomadas de decisões, a periodicidade mensal é a que mais tem sido adotada pelas empresas e pelos órgãos governamentais. A maior parte das ocorrências de custos e despesas da empresa tem variação mensal, possibilitando acompanhar os demais cálculos de inflação existentes na economia. Períodos inferiores seriam inviáveis e onerosos e períodos mais longos comprometeriam as tomadas de decisão.

Mesmo existindo insumos que tenham uma variação inferior a um mês, com custos e despesas que acompanham um crescimento diário, como os relacionados com moeda estrangeira, a periodicidade mensal é a preferida. Por exemplo, uma das despesas de maior relevância nas empresas, é o gasto com pessoal, e este quando atualizado, tem aplicação mensal.

8 - Qual inflação calcular

Todas as maneiras possíveis de combinação, para o cálculo da inflação da empresa é interessante para eventuais análises, mas a praticidade, a facilidade e a agilidade de cálculos e apuração dos resultados podem nos levar a escolha de uma ou algumas delas em questão, entre elas podemos citar:

- Inflação geral da empresa.
- Inflação para cada divisão da empresa.
- Inflação por linha de produto.
- Inflação por insumos.
- Inflação dos custos industriais.
- Inflação dos gastos operacionais, etc.

Entre todas elas, não podemos deixar de afirmar que pelo menos duas inflações internas devem ser obtidas: a inflação geral da empresa e a inflação por linha de produtos.

Construção de cestas de participação dos gastos

Após a definição de quais inflações a empresa entenda que devam ser calculadas, passaremos a construir os percentuais de participação dos gastos nos diversos segmentos de ocorrência dos custos e despesas operacionais, construindo uma participação percentual de

Base de custos para construção das cestas de participação

Podemos construir as cestas de diversas maneiras:

- Custo real.
- Custo-padrão.
- Custo orçado.
- Custo estimado.

É nossa opinião que a base que deve ser utilizada é um estudo conjunto de custo-padrão dos produtos e custos orçados para o próximo período, juntamente com os critérios utilizados para formar preços de venda. No conceito de custo-padrão, os valores a serem considerados e cotados no futuro devem ser na condição de pagamento à vista (Padoveze, 2003).

Quantidade de itens componentes das cestas

Dependendo da complexidade da estrutura do produto, da empresa e dos processos de fabricação, será determinada a quantidade de itens que comporão cada cesta. Se a empresa fabricar poucos produtos e estes contiverem poucos insumos e processos de fabricação, é recomendável a utilização de todos os dados de custos e/ou despesas.

Caso a empresa se caracterize por estruturas complexas, tanto de pessoal, de despesas e de produto, será necessário um processo de amostragem para selecionar os itens que comporão as diversas cestas da inflação interna.

Periodicidade de revisão das cestas

Nossa proposta é manter as estruturas das cestas de participação por um ano, revendo-as para o início do próximo exercício. Essa revisão deverá ser feita anualmente, uma vez que o mix de produção e vendas poderá se alterar significativamente de um ano para outro. Não se recomenda uma alteração de estrutura durante o ano, pois isso prejudica o conceito de inflação sobre determinada base de observação (Padoveze, 2003).

Uma alteração da cesta de participação no ano deverá ser feita somente se houver alguma alteração significativa, como a saída de um produto de linha que tenha grande participação nas vendas, a saída ou entrada de materiais ou insumos que também tenham

9 - Principais cestas de participação a serem construídas

Materiais comprados

O objetivo é determinar a inflação de materiais por linha de produtos bem como eeterminar a inflação de materiais do total da empresa.

Despesas gerais

Pode ser elaborada uma cesta única das despesas gerais da empresa (dependendo da estrutura da empresa, e se existir dificuldades em segregar a participação das despesas por linha de produto).

Mão-de-obra e depreciação:

Mão-de-obra e depreciação normalmente apresentam uma única variação para todos os setores da empresa, razão por que não há necessidade de se construir uma cesta específica para esse gasto.

É importante observar que a mão-de-obra deve ser considerada separadamente nos casos de os funcionários da empresa pertencerem a mais de uma entidade sindical que apresente diferentes variações dos salários.

Custo dos produtos

Após determinarmos as cestas de insumos, passa-se a construir as cestas de cada produto, ou seja, calculando a participação percentual de cada insumo no total do custo do produto.

Inflação geral da empresa

Para se determinar o percentual que cada produto representa no total da inflação geral da empresa, devemos nos valer dos dados orçados de vendas e produção para o próximo exercício.

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

O plano orçamentário contém o mix dos produtos a serem fabricados e vendidos e, através desse mix, determinaremos a participação de cada um no total a ser considerado na cesta de inflação geral da empresa.

10 - Exemplo numérico

Vamos apresentar agora o procedimento de cálculo da inflação interna de uma indústria de médio porte de máquinas e equipamentos.

Primeira etapa: construção das cestas de participação ou cestas-padrão

Cesta-Padrão de Materiais Comprados por Produto								
Materiais selecionados pela amostragem	Produto A				Produto B			
	Custo Unitário	Volume Anual	Total R\$	Cesta- Padrão (%)	Custo Unitário	Volume Anual	Total R\$	Cesta- Padrão (%)
Matéria-Prima Direta	205,00	630	129.150,00	83,67	615,00	280	172.200,00	90,44
Matéria-Prima Indireta	40,00	630	25.200,00	16,33	65,00	280	18.200,00	9,56
TOTAL	245,00		154.350,00	100,00	680,00		190.400,00	100,00

Cesta-Padrão de Materiais para o Total da Empresa				
Total de Materiais dos Produtos A e B	Consumo Total de Materiais			
	Produto A	Produto B	Total R\$	Cesta-Padrão (%)
Matéria-Prima Direta	129.150,00	172.200,00	301.350,00	87,41
Matéria-Prima Indireta	25.200,00	18.200,00	43.400,00	12,59
TOTAL	154.350,00	190.400,00	344.750,00	100,00

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

Cesta-Padrão de Despesas Gerais para o Total da Empresa		
Despesas Seleccionadas pela Amostragem	Total do Gasto Anual Esperado/Orçado	Cesta-Padrão (%)
Energia Elétrica	20.000,00	22,47
Telecomunicações	7.500,00	8,43
Despesas de Viagem	12.500,00	14,04
Serviços de Terceiros		
Serviços de Usinagem	6.000,00	6,74
Serviços de Estamparia	6.000,00	6,74
Serviços de Pintura	7.000,00	7,87
Fretes	18.000,00	20,22
Publicidade	12.000,00	13,48
TOTAL	89.000,00	100,00

Cesta-Padrão do Custo Total do Produto								
Insumos de Produção	Produto A				Produto B			
	Custo Unitário	Volume Anual	Total R\$	Cesta-Padrão (%)	Custo Unitário	Volume Anual	Total R\$	Cesta-Padrão (%)
Materiais Diretos	245,00	630	154.350,00	23,44	680,00	280	190.400,00	45,95
Mão-de-Obra Direta	400,00	630	252.200,00	38,28	400,00	280	112.000,00	27,03
Mão-de-Obra Indireta	200,00	630	126.000,00	19,14	200,00	280	56.000,00	13,51
Despesas Gerais de Fabricação	100,00	630	63.000,00	9,57	100,00	280	28.000,00	6,76
Depreciação	100,00	630	63.000,00	9,57	100,00	280	28.000,00	6,76
TOTAL	1.045,00		658.350,00	100,00	1.480,00		414.400,00	100,00

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa
Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

Cesta-Padrão do Custo Total da Empresa				
Insumos de Produção	Consumo Total de Materiais			
	Produto A	Produto B	Total R\$	Cesta-Padrão (%)
Materiais Diretos	154.350,00	190.400,00	344.750,00	32,14
Matéria-Prima Direta	252.000,00	112.000,00	364.000,00	33,93
Matéria-Prima Indireta	126.000,00	56.000,00	182.000,00	16,97
Despesas Gerais de Fabricação	63.000,00	28.000,00	91.000,00	8,48
Depreciação	63.000,00	28.000,00	91.000,00	8,48
TOTAL	658.350,00	414.400,00	1.072.750,00	100,00

Segunda etapa: coleta periódica dos preços e variações de preços

A inflação é uma média ponderada de preços. Para tanto, mensalmente o sistema de informação contábil gerencial deverá captar, processar e armazenar as variações de preços dos insumos selecionados para todas as cestas-padrão de participação. Basicamente, são dois tipos de coletas a serem feitas para os itens selecionados:

- Coleta das cotações de preços dos itens que são transacionados por unidades;
- Coleta dos aumentos de preços dos itens que são utilizados por contas mensais.

Há dúvidas sobre a incorporação da depreciação na inflação da empresa, bem como se devemos medir sua variação de preços. Entendemos que a variação de preços da depreciação pode ser considerada de duas grandes maneiras:

- Considerando um aumento médio do custo dos principais equipamentos e imobilizados geradores de depreciação;
- Considerando um custo de oportunidade de capital. Neste caso, a adoção de uma taxa de juros pode ser utilizada. No nosso exemplo, utilizamos uma taxa de juros de 1,5%, a fim de atender a essa condição.

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

Inflação Mensal dos Insumos de Produção			
Insumos de Produção	Cotação de Preços		Inflação (%)
	Preço Unitário Mês 1	Preço Unitário Mês 2	Variação Mensal dos Preços
Matéria-Prima Direta	20,00	20,50	2,50
Matéria-Prima Indireta	34,50	35,00	1,45
Manutenção	20,00	20,00	-
Energia Elétrica	-	-	10,30
Telecomunicações	-	-	-
Despesa de Viagens	0,80	0,90	12,50
Serviços de Terceiros	-	-	-
Serviços de Usinagem	-	-	6,00
Serviços de Estamparia	-	-	5,50
Serviços de Pintura	-	-	6,50
Fretes	20,00	20,30	1,50
Publicidade	-	-	2,00
Salários – Mão-de-Obra	-	-	6,50
Depreciação	-	-	1,50

Terceira etapa: cálculo da inflação das diversas cestas levantadas

A inflação é a resultante da multiplicação das variações de preços individuais aplicadas em cada participação específica de cada insumo. Já a inflação total é o somatório destas multiplicações.

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

Inflação Mensal de Materiais por Produto						
Materiais selecionados pela amostragem (%)	Produto A			Produto B		
	Cesta-Padrão	Cesta-Padrão	Total	Cesta-Padrão	Cesta-Padrão	Total
	(a)	(b)	(a x b)	(a)	(b)	(a x b)
Matéria-Prima Direta	83,67	2,50	2,09	90,44	2,50	2,26
Matéria-Prima Indireta	16,33	1,45	0,24	9,56	1,45	0,14
TOTAL	100,00		2,33	100,00		2,40

Inflação Mensal de Materiais da Empresa			
Materiais Selecionados pela Amostragem (%)	Cesta-Padrão (a)	Inflação do Material (b)	Total da Inflação (a x b)
Matéria-Prima Direta	87,41	2,50	2,19
Matéria-Prima Indireta	12,59	1,45	0,18
TOTAL	100,00		2,37

Inflação Mensal de Despesas Gerais da Empresa			
Despesas Selecionadas pela Amostragem (%)	Cesta-Padrão (a)	Inflação da Despesa (b)	Inflação na Empresa (a x b)
Energia Elétrica	22,47	10,30	2,31
Telecomunicações	8,43	-	-
Despesas de Viagem	14,04	12,50	1,76
Serviços de Terceiros			
Serviços de Usinagem	6,74	6,00	0,40
Serviços de Estamparia	6,74	5,50	0,37
Serviços de Pintura	7,87	6,50	0,51
Fretes	20,22	1,50	0,30
Publicidade	13,48	2,00	0,27
TOTAL	100,00		5,93

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

Finalmente, podemos calcular a inflação dos produtos e a inflação interna total da empresa:

Inflação Mensal dos Produtos						
Insumos (%)	Produto A			Produto B		
	Cesta-Padrão (a)	Inflação do Insumo (b)	Inflação do Produto (a x b)	Cesta-Padrão (a)	Inflação do Insumo (b)	Inflação do Produto (a x b)
Materiais Diretos	23,44	2,33	0,55	45,95	2,40	1,10
Mão-de-Obra Direta	38,28	6,50	2,49	27,03	6,50	1,76
Mão-de-Obra Indireta	19,14	6,50	1,24	13,51	6,50	0,88
Despesas Gerais de Fabricação	9,57	5,93	0,57	6,76	5,93	0,40
Depreciação	9,57	1,50	0,14	6,76	1,50	0,10
TOTAL	100,00		4,99	100,00		4,24

Inflação Mensal da Empresa			
Insumos de Produção (%)	Cesta-Padrão (a)	Inflação do Insumo (b)	Inflação na Empresa (a x b)
Materiais Diretos	32,14	2,37	0,76
Mão-de-Obra Direta	33,93	6,50	2,21
Mão-de-Obra Indireta	16,97	6,50	1,10
Despesas Gerais de Fabricação	8,48	5,93	0,50
Depreciação	8,48	1,50	0,13
TOTAL	100,00		4,70

11 - Considerações Finais

Para o nosso exemplo, obtivemos o valor de 4,70% de inflação interna. Isso por sinal, nos forçaria a atualizar o nosso preço de venda. Mas também, nos indica os percentuais de variação de cada insumo de produção, fornecendo assim, parâmetros importantíssimos de negociação com nossos fornecedores, onde ao invés de um repasse no preço de venda, poderíamos renegociar os preços e/ou prazos de compra de matéria-prima.

A inflação interna da empresa aumenta o custo dos insumos, fazendo com que a empresa procure repassar esse aumento nos seus custos e nos seus preços de venda. O ideal é que para cada novo valor obtido pela inflação interna da empresa, exista uma política de compensação ou aumento da produtividade.

Se a inflação do País estiver acima do valor da inflação interna, significa que a empresa não irá precisar repassar o valor total da inflação, pois os seus percentuais de variação de cada insumo estão abaixo do de mercado. Já se a inflação do País estiver abaixo do valor da inflação interna, a empresa terá que repassar aos seus custos um valor superior que o mercado, deixando os seus preços acima da média geral dos seus concorrentes que estarão reajustando-os pela inflação do País.

A apuração da inflação interna possibilita que os gestores das empresas possam planejar suas ações através do acompanhamento dos custos de produção, em relação à avaliação das estratégias de vendas. Apesar de não ser exigido por lei, e por isso as empresas necessariamente não precisam se obrigar a se estruturarem por meio da inflação interna, sugerimos que as atualizações monetárias, bem como a inflação interna, deve compor os instrumentos de informação para o gestor da empresa, pois com essas informações adicionais, ele estará perto da exatidão do mercado e mais seguro para tomar suas decisões.

12 - Referências Bibliográficas

BONASSOLI, José Alberto. Você já calculou a inflação interna da sua empresa. Disponível em: <http://www.terravista.pt/nazaare/6877/job04ex.html>

BRAGA, Roberto. *Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira*. São Paulo: Atlas, 1989.

Porquê e Como Calcular a Inflação Interna da Empresa

Carlos Eduardo Francischetti; Clóvis Luís Padoveze; Osvaldo Elias Farah

BREALEY, Richard A. MYERS, Stewart C. *Princípios de Finanças Empresariais*. Portugal: Mc-GrawHill, 1992.

BUGELLI, Sílvio. Inflação Interna: conhecendo o custo de vida real da sua empresa. São Paulo: TCA, 1995. Disponível em: www.bravoconsulta.hpg.ig.com.br/artigos.htm

FORD, Henry. *My Life and Work*. New York, Doubleday, Page & Co., 1923.

GITMAN, Lawrence J. *Princípios de Administração Financeira*. 10ª ed., São Paulo: Pearson, 2005.

HUMMEL, Paulo Roberto Vampré, TASCHNER, Mauro Roberto Black. *Análise e Decisão sobre Investimentos e Financiamentos*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1988.

MARION, J. Carlos. *Contabilidade Empresarial*. 10ª ed., São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Petrônio G. et CAMPOS, Paulo R. *Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais*. São Paulo: Saraiva, 2003.

PADOVEZE, Clóvis Luís. *Controladoria: Estratégica e Operacional*. São Paulo: Thomson, 2003.

SANDRONI, Paulo. *Novíssimo Dicionário de Economia*. 2ª ed. São Paulo: Best Seller, 1999.

SCHMIDT, Paulo. *Controladoria: Agregando Valor para a Empresa*. Porto Alegre: Bookman, 2002.

TUNG, Nguyen H. *Controladoria Financeira das Empresas: Uma Abordagem Prática*. 8ª ed. São Paulo: Edições Universidade Empresa, 1993.

VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval; Luque, Carlos Antônio; Do Carmo, Heron Carlos Esvael. *Manual de Economia: Equipe de professores da USP*, 3ª edição. São Paulo: Ed. Saraiva, 1998.

Recebido em 01/03/2006

Aprovado em 31/03/2006