



Formação do preço de venda utilizando método markup em uma microempresa de produtos homeopáticos

Guilherme Pereira Dias Soares Pêgo¹, Marlene Oliveira Pilenghy²

¹*Acadêmico Guilherme Pereira Dias Soares Pêgo do 8º período do Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. E-mail: diasguilherme718@gmail.com

² Professora orientadora, Mestre em Gestão e Administração de Negócios pela AVEC/UNIR. Docente no Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR – Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: marlene.pilenghy@yahoo.com.br

1. Introdução

Os gestores das micro e pequenas empresas necessitam de alternativas que possam os auxiliar na precificação de seus produtos, e o método mais utilizado para produtos, mercadorias e serviços é o Markup, embora não seja o único método utilizado para precificar, mas pode ser acatado como ponto de referência para a empresa praticar preços alinhados com o mercado, com as suas demandas e com o público, sem prejudicar no seu potencial competitivo.

O método mais utilizado nas microempresas e empresas de pequeno porte para formação do preço de venda de produtos, mercadorias e serviços é o markup, embora não seja o único método utilizado para precificar, mas pode ser acatado como ponto de referência para a empresa praticar preços alinhados com o mercado, com as suas demandas e com o público, sem prejudicar no seu potencial competitivo. Desse modo, questiona-se: Como a método markup poderá contribuir na gestão de vendas de produtos homeopáticos no tocante à lucratividade esperada pela empresa?

Neste sentido, o objetivo geral deste estudo visa demonstrar a utilização do método Markup para determinar a precificação de produtos homeopáticos em uma microempresa localizada no município de Ouro Preto do Oeste/RO, e os objetivos específicos são: descrever os pontos importantes do Markup, verificar os métodos de precificação utilizados pela empresa e a margem de lucro apresentada.

2. Materiais e métodos

Na metodologia apresentada, utilizou-se o método dedutivo, que segundo Gil (2019, p. 10) “é o método que parte do geral para o particular”, ou seja, parte de uma situação ampla para as particularidades de um estudo.

A pesquisa foi classificada como qualitativa e quantitativa quanto ao problema, e em descritiva quanto aos objetivos. Pois tem a função demonstrar em cálculos a importância do markup para a formação do preço de venda de forma adequada, para que possa oferecer benefícios aos negócios e os seus clientes.

Segundo Gil (2019, p. 57)

As pesquisas quantitativas caracterizam-se pela utilização de números e medidas estatísticas que possibilitam descrever populações e fenômenos e verificar a existência de relação entre variáveis. As pesquisas qualitativas, por sua vez, caracterizam-se pela utilização de dados qualitativos, com o propósito de estudar a experiência vivida das pessoas e ambientes sociais complexos, segundo a perspectiva dos próprios atores sociais.

Gil (2022, p.62) complementa: “a mais evidente diferença entre as pesquisas

quantitativas e qualitativas é que nas primeiras os resultados são em termos numéricos e, nas qualitativas, mediante descrições verbais.”

Quanto aos Objetivos utilizou-se a pesquisa explicativa e descritiva. Para Gil (2019, p. 57), a pesquisa explicativa “têm como propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos.” Ainda o mesmo autor afirma, “este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas (GIL, 2019, p.27). Enquanto que a pesquisa descritiva, têm como objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno. (Lakatos, 2021)

Toda pesquisa implica o levantamento de dados de variadas fontes, quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas. Nos procedimentos técnicos foram realizados com base apenas em livros digitais e informações retiradas de sites, nesse sentido é considerada como uma pesquisa bibliográfica e a documenta.

3. Resultados e discussões

Para que a formação do preço de venda seja feita adequadamente é necessário que os produtos e serviços apresentem preço justo, competitivo e que proporcione retorno para a empresa.

Gonçalves (2021, p. 212) afirma que “para definir preços de forma adequada, deve-se levar em consideração três fatores: os custos da empresa, o preço da concorrência e o comportamento dos clientes.”

Para análise foi realizado um estudo de como a empresa realizava a precificação de seus produtos. Antes de apresentar a precificação pelo Markup, era feito baseado no valor do custo do produto acrescido de uma porcentagem de lucro, eles alegam que por ser uma empresa voltada ao social, com princípios religiosos, o critério utilizado para a venda dos produtos tem um significado de bem estar, tanto no serviço prestado quanto na aquisição dos medicamentos para venda aos seus clientes, sendo assim, o preço praticado é com uma margem pequena de lucro.

A seguir serão apresentados os cálculos do markup, que para isso, é necessário conhecer os custos fixos, custos variáveis e a margem de lucro, no entanto, são as que definem o quanto se deve cobrar no valor da venda. (FIA, 2022).

Custo variável	Custo Fixo
Passo 1: descobrir o custo variável Custo do composto: álcool = 30ml / 1,000ml = 0,03 x 30 reais = 0,90 centavos Composto do medicamento= 30ml/60ml do frasco / = 0,5 Centavos Embalagens e frasco = R\$ 2,00 REAIS Somando obtém-se um TOTAL de = R\$3,40	Passo 2: descobrir o custo fixo Salários = R\$ 7.000,00; Energia Solar = Taxa R\$120,00; Água= R\$80,00; Internet= R\$120,00; Embalagem de papel = R\$150,00;
Aplicando na formula do markup:	Gasto com limpeza R\$80,00;
Passo 3: Aplicar formula Markup Markup = 100/[100-(3,40+20+17)] Markup = 100/ [100 - (40,4)] Markup = 100/ 59,6 Markup: 1,67 PREÇO VENDA: R\$ 8,00 (CUSTO) X 1,67 = R\$ 13,36	Material de expediente = R\$200,00; Honorário do contador = R\$250,00; Despesas com impostos = R\$2.000,00 Somados chegando no resultado 10.000,00/ 50.000,00 = 0,2 X 100 = 20% de despesa fixa perante o lucro da empresa

Figura 01: Calculo Markup

Fonte: Elaborado pelo autor

Primeiramente foram analisados os custos fixos de cada produto que: “aqueles cujos valores são os mesmos, qualquer que seja o volume de produção da empresa, dentro de um intervalo relevante. Portanto, eles não apresentam qualquer variação, em função do nível de produção.” (DUBOIS, 2019. p.29). Logo em seguida os custos variáveis que: “ São aqueles cujos valores se alteram em função do volume produzido, tais como: matéria-prima consumida; horas extras na produção; mão de obra direta.” (DUBOIS, 2019. p.30).

Entretanto visto também as despesas fixas que são gastos que não variam ou variam muito pouco mensalmente, como aluguel, impostos fixos e mensalidades; logo as despesas variáveis: são os gastos que variam de acordo com a frequência e intensidade do consumo, como as contas de água e luz, combustível do carro e alimentação. SANTOS (2018).

Assim, para encontrar o markup, usa-se a fórmula: $100 / [100 - (DV + DF + LP)]$. Onde: 100 representa o preço unitário total de venda em percentual; DV para Despesas Variáveis, DF para Despesas Fixas, LP para Margem de Lucro Pretendida.

Este índice multiplicador, aplicado corretamente, contribui no sentido de alcançar uma margem de lucro que possa dar sustentabilidade a toda a cadeia produtiva da entidade. (Mazeto,2018).

Com a elaboração dos cálculos chegou aos seguintes resultados na formação do preço de venda em 10 produtos:

PRODUTO	VALOR DO PREÇO DE VENDA DA EMPRESA	APLICANDO A FORMULA DO MARKUP
1 - COMPOSTO HOMEOPATICO	R\$ 15,00	R\$ 13,36
2 - COMPOSTO FLORAL DE BACH	R\$ 20,00	R\$ 16,80
3 - EXTRATO DE PROPOLIS	R\$ 12,00	R\$ 8,50
4 - COMPOSTO HOMEOPÁTICO BOVINO	R\$ 20,00	R\$ 17,82
5 - XAROPE	R\$20,00	R\$ 16,80
6-AÇUCAR DEMERARA NATIVE	R\$ 12,00	R\$ 10,88
7-AÇÚCAR MASVACO CÉU PEQUENO	R\$ 15,00	R\$ 16,60
8-SAL DO HIMALAIA	R\$ 13,00	R\$ 11,60
9-VINAGRE DE MAÇÃ	R\$ 3,25	R\$ 5,19
10-ÓLEO DE AVESTRUZ	R\$ 60,00	R\$ 42,00

Fonte: Elaborado pelo autor

Observado os fatores e os dados foi feito o cálculo do custo variável e o fixo de cada produto junto com a margem de lucro. Chegando com o resultado e aplicado na formula do markup obtendo assim o preço ideal que a empresa consiga elencar suas despesas e obtendo lucro.

4. Considerações finais

Conclui-se que a empresa obteve uma satisfação positiva com seus clientes na formação do preço de venda com a aplicabilidade do markup, obtendo assim benefícios no lucro da empresa. Pois a pratica do método markup contribui que a empresa consiga cobrir a suas despesas e fornecendo um preço justo a seus clientes.

5. Referências

DUBOIS, Alexy. **Gestão de Custos e Formação de Preços - Conceitos, Modelos e Ferramentas**, 4 ed. São Paulo. Atlas, 2019

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019
FIA, **Markup: o que é, para que serve, como calcular e qual é o ideal**, 2022, Disponível em: [<https://fia.com.br/blog/markup-o-que-e-para-que-serve-como-calcular-e-qual-e-o-ideal/>], acesso em 05 Mai 2022 às 14:47h

MAZETO, Thiago **Markup: entenda e calcule corretamente**, 2018, Disponível em: [<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/markup-entenda-e-calcule-corretamente/>], acesso dia 08 Mai 2022 às 15h:30

LAKATOS, Eva M. **Metodologia do Trabalho Científico**. 9 ed. São Paulo, Atlas, 2021.