



Aplicação do método markup para formação de preço em uma indústria de uniformes

Gean Carlos de Oliveira Moitinho^{1*}; Marcelo Gonsalves^{2*}; Ms. Marlene Muniz Oliveira Pileghy³

¹ Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná - JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: geanmoitinho2000@gmail.com;

² Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná - JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: marcelogonsalves.uni@gmail.com

³ Docente do Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná - JPR – Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: marlenepileghy@yahoo.com.br

1. Introdução

O método Markup é utilizado na precificação, pois funciona como uma ferramenta indispensável para o gestor na definição do preço de venda de um produto ou serviço ao cliente. Conhecer essa ferramenta é crucial pois através dela pode se identificar inconsistências na formação do preço, vez que essas inconsistências podem ocasionar consequências negativas e desastrosas para a organização, colocando-a em risco, tais como: prejuízos financeiros, perdas de clientes, impacto negativo na lucratividade e até mesmo a possibilidade de encerramento das atividades comerciais.

O objetivo fundamental da aplicação do método markup é garantir que a precificação do produto ou serviço, seja realizada de maneira adequada, eficiente e suficiente para gerar lucro, trazendo assim melhor gestão financeira e mais segurança ao empreendimento. Ao utilizar o markup, os gestores podem tomar decisões estratégicas em relação aos preços dos produtos ou serviços, otimizando os resultados financeiros da organização e obter maior lucratividade.

No que tange à gestão comercial, um dos fatores de grande relevância, é a formação do preço de venda dos produtos ou serviços a serem comercializados pela empresa, o qual deve ser elaborado de forma eficiente, capaz de gerar resultados que atenda às necessidades e objetivos da empresa, e o principal que é o lucro.

Nesse contexto, indaga-se: como a precificação de produtos podem influenciar na lucratividade da empresa? Em hipótese para esta pesquisa, considera-se que a aplicação do método markup na realização da precificação dos produtos é uma ação estratégica que será utilizada para definir qual valor da venda trará atratividade, competitividade e lucratividade na empresa, a contar de uma visão ampla do empreendimento. Em decorrência da hipótese levantada, propõem-se o objetivo geral desta pesquisa, aplicar o método markup para determinar o preço de venda em uma empresa do regime de tributação do simples nacional, atuando ramo de confecção de uniformes no Município de Ji-Paraná-RO e tendo como objetivos específicos apurar os custos e despesas, verificar o método de precificação utilizado pela empresa e comparar preços praticados pela empresa com o método markup.

2. Materiais e métodos

Metodologia é o estudo dos métodos. Seu objetivo é auxiliar os pesquisadores a entender o processo de pesquisa científica da forma mais ampla. O método utilizado na pesquisa para atingir o objetivo proposto foi o dedutivo. Segundo Giacon, Fontes e Grazzia (2017, p. 13) o método dedutivo diz que:

só tem por verdadeiro aquilo que não tem chance de ser duvidoso, pois pretende explicar e concluir o conteúdo das premissas. O resultado encontrado torna-se regra, princípio, lei ou teoria, permanecendo assim até que novos fatos ou experiências o contestem.

Portanto, a pesquisa apresenta informações para explicar e concluir todo o processo de aplicação do markup para formação de preço. Os dados utilizados para a realização da pesquisa são de natureza qualitativa e quantitativa. Giacon, Fontes e Grazzia (2017, p. 15) definem o conceito de uma pesquisa qualitativa e quantitativa como:

- a) Quantitativa: utilizada quando se pretende apurar opiniões e atitudes explícitas e conscientes dos participantes da pesquisa utilizando questionários padronizados. Esse tipo considera tudo o que pode ser quantificável, o que significa traduzir em números as opiniões e informações colhidas para classificá-las e analisá-las, por isso requer o uso de técnicas estatísticas.
- b) Qualitativa: utilizada quando o objeto de estudo não é bem conhecido. Tem como característica a compreensão e interpretação do problema estudado, pois se aprofunda nos significados.

Desta forma, com base na problemática, a pesquisa qualitativa possibilitará a obtenção de informações da empresa com observação e a realização de entrevistas com os gestores da empresa para compreender suas perspectivas, experiências e conhecimentos sobre o markup.

Já a pesquisa quantitativa permitirá quantificar os fenômenos e analisar as relações entre variáveis por meio da coleta de dados sobre preços, custos, margens de lucro e outros indicadores para realizar o markup ideal à empresa. No que se refere aos objetivos, a pesquisa é caracterizada como descritiva e explicativa. Segundo, Gil (2022, p. 42) a pesquisa descritiva

Têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis. São em grande número as pesquisas que podem ser classificadas como descritivas e a maioria das que são realizadas com objetivos profissionais provavelmente se enquadram nessa categoria.

A pesquisa tem por objetivo estudar as características do markup e determinar todas as variáveis necessárias para desenvolvê-lo.

Conforme, Gil (2022, p. 42) a pesquisa explicativa

Têm como propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos. Essas pesquisas são as que mais aprofundam o conhecimento da realidade, pois têm como finalidade explicar a razão, o porquê das coisas. Por isso mesmo, constitui o tipo mais complexo e delicado de pesquisa, já que o risco de cometer erros se eleva consideravelmente.

Assim, o conhecimento científico está assentado nos resultados oferecidos pelos estudos explicativos. Desta forma, busca-se determinar por meio da coleta de dados qualitativos e quantitativos com levantamentos bibliográficos e documentais para apresentar a aplicação correta do markup para formação de preço da empresa.

Para realizar uma pesquisa implica-se o levantamento de dados de variadas fontes, quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas. A coleta de dados documentais conforme, Lakatos (2022, p. 202) diz que:

A característica da pesquisa documental é tomar como fonte de coleta de dados apenas documentos, escritos ou não, que constituem o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ter sido feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois.

Com isso, serão analisados documentos internos da organização, tais como relatórios financeiros, tais como balancete, balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício (DRE), dados de custos e entre outros, a fim de fornecer suporte na determinação do preço de venda. Já a pesquisa bibliográfica segundo Lakatos (2022, p. 212) relata que:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, artigos científicos impressos ou eletrônicos, material cartográfico e até meios de comunicação oral: programas de rádio, gravações, audiovisuais, filmes e programas de televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritas de alguma forma.

Nesse sentido, serão utilizadas referências bibliográficas que estejam diretamente relacionadas ao problema de pesquisa e que ofereçam suporte teórico sólido para embasar o estudo e corroborar para concluir a pesquisa. Dessa forma, a utilização adequada das fontes bibliográficas contribui para a qualidade e confiabilidade dos resultados obtidos no estudo.

3. Resultados e Discussões

A formação de preço de um produto é uma etapa importante na gestão financeira de um negócio, garantindo assim que, a partir dela, o lucro aconteça. Uma das ferramentas para a precificação é o markup que decorre do fato de permitir uma simplificação do processo de seleção do produto ou serviço, pois aplica a margem de lucro desejada com base nos custos e despesas já incorridas pelo produto, resultando no valor do produto vendido para o cliente.

O markup é a diferença percentual entre o custo ou despesas de um produto ou serviço e seu preço de venda, geralmente é aplicado sobre os custos e despesas incorridas sobre um produto ou serviço, acrescido da margem de lucro desejada, obtendo assim o preço de venda do produto ou serviço. Para cálculo dos custos na produção, foi feita uma tabela, constando os custos diretos, conforme descrito na tabela 1 a seguir.

Tabela 1: Custos Diretos

Discriminação	Preço
Matéria Prima	R\$ 6,76
Embalagem	R\$ 0,054
Fita Adesiva Transparente 12mm X 50 m	R\$ 0,050
Custo Total	R\$ 6,86

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Os custos diretos são aqueles que estão relacionados diretamente com a produção do produto, conforme mostra a tabela nº 1 e são eles matéria prima, embalagem e fita adesiva transparente 12mm x 50 m. Esses itens são essenciais para a fabricação do produto e podem ser facilmente identificados e mensurados.

Tabela 2: Custos Indiretos

Discriminação	Preço
Mão de obra com produção	R\$ 2,72
Energia elétrica	R\$ 0,40
Depreciação de equipamentos	R\$ 0,01
Manutenção de equipamentos	R\$ 1,06

Mão de obra com acabamento	R\$ 0,14
Custo total	R\$ 4,33

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na tabela nº 2, são apresentados os custos indiretos, aqueles necessários para a fabricação do produto. São custos indiretos para a empresa analisada: mão de obras, energia elétrica, depreciação e manutenção de equipamentos. Foram considerados custos indiretos tendo em vista que os itens descritos anteriormente necessitam ser rateados com outros produtos e departamentos.

Tabela 3: Despesas

Discriminação	Preço (R\$)
Fita adesiva transparente 45mm X 50 m	R\$ 0,10
Frete para entregas	R\$ 0,20
Total despesas	R\$ 0,30

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na tabela nº 3 estão apresentadas as despesas, que são necessárias para garantir a entrega do produto até o cliente.

Tabela 4: Índice do Markup

Discriminação	(%)
Lucro desejável	52,33%
Taxa de desconto sobre venda	5%
Comissão sobre venda	8%
Impostos	4%
Taxa de cartão	3%

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na tabela nº 4, são apresentados os percentuais, os quais têm o objetivo de cobrir os custos e despesas para garantir a lucratividade e fornecer o índice para cálculo do markup do produto em estudo.

Tabela 5: Formação do preço de venda pelo método do markup

Camiseta malha fria com gola redonda	Markup = $\frac{1}{(1 - (52,33\% + 5\% + 8\% + 4\% + 3\%)/100)}$
	Markup = $\frac{1}{(1 - (72,33\%)/100)}$
	Markup = $\frac{1}{(1 - 0,7233)}$
	Markup = $\frac{1}{0,2767}$
	Markup = 3,614
Preço de venda: $(11,19 + 0,30) * 3,614 = 41,52$	

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

A tabela nº 5, demonstra o cálculo do índice divisor do markup e o valor do preço de venda.

Tabela 6: Método de precificação utilizado pela empresa

Matéria prima		R\$ 9,26
Mão de obra com produção		R\$ 9,70
Base de cálculo		R\$ 18,96
Lucro desejável	83,80%	$18,96 + (18,96 * 83,80\%) = 34,85$

Comissão sobre venda	8,00%	$34,85+(34,85*8\%) = 37,64$
Impostos	6,00%	$37,64+(37,64*6\%) = 39,90$
Taxa de desconto	5,00%	$39,9+(39,90*5\%) = 41,90$
Preço de venda		R\$ 41,90

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

A tabela nº 6, demonstra o método de precificação utilizado atualmente pela empresa para a formação do valor do preço de venda do produto em estudo, apresentando um valor final de R\$ 41,90.

Tabela 7: Comparativo do preço de venda empresa x markup

Camiseta malha fria com gola redonda	Preço de venda da empresa	Preço de venda markup
	41,90	41,52

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Como observado na tabela nº 7, mostra o preço de venda praticado pela empresa e o preço de venda encontrado utilizando-se o método do markup. Esse comparativo evidencia que o preço da empresa difere muito pouco do preço encontrado pelo markup.

4. Considerações finais

Neste estudo, foi identificado que os objetivos propostos foram alcançados, pois foi possível demonstrar a precificação pelo método do markup, sendo ele um valor assertivo e que auxiliará o gestor quanto a sua margem de lucratividade.

Nesse contexto, a aplicação correta do markup, representa uma ferramenta importante para o equilíbrio das operações da empresa, contribuindo de forma essencial para a formação de preço de produtos ou serviços devidamente satisfatórios.

5. Referências

BRUNI, Adriano L.; FAMÁ, Rubens. Série Finanças na Prática - Gestão de Custos e Formação de Preço, 7ª edição. - 7. ed. - São Paulo: Atlas, 2019

GIACON, Fabiana P.; FONTES, Ketilin M.; GRAZZIA, Antônio R. Metodologia científica e gestão de projetos. (Série eixos). São Paulo: Érica, 2017.

GIL, Antonio C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 7. ed. – Barueri [SP]: Atlas, 2022.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabilidade Comercial - Texto. 11ª edição – São Paulo: Atlas, 2019.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina S. Metodologia científica. [revisão técnica: Ane Lise Pereira da Costa Dalcul]. – Porto Alegre: SAGAH, 2018.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. Metodologia Científica. - 9. ed. - [Reimpr.]. - São Paulo: Atlas, 2022

MATIAS-PEREIRA, José. Manual de Metodologia da Pesquisa Científica. – 4. ed. - [3. Rempr.]. – São Paulo: Atlas, 2019.

YANASE, João. Custos e formação de preços. 1ª edição. Ed. Trevisan, 2018.