



**GUILHERME PEREIRA DIAS SOARES PÊGO**

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA COM A UTILIZAÇÃO DO MÉTODO  
MARKUP EM UMA MICROEMPRESA DE PRODUTOS HOMEOPÁTICOS DO  
MUNICÍPIO DE OURO PRETO DO OESTE/RO**

**Ji-Paraná – RO  
2022**

**GUILHERME PEREIRA DIAS SOARES  
PÊGO**

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA COM A UTILIZAÇÃO DO MÉTODO  
MARKUP EM UMA MICROEMPRESA DE PRODUTOS HOMEOPÁTICOS DO  
MUNICÍPIO DE OURO PRETO DO OESTE/RO**

Artigo Científico apresentado no Curso de Graduação em Ciências Contábeis do Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná 2022, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Ms<sup>a</sup>. Marlene Muniz Oliveira Pilenghy

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação - CIP**

P376f

Pêgo, Guilherme Pereira Dias Soares.

Formação do preço de venda com a utilização do método Markup em uma microempresa de produtos homeopáticos do município de Ouro Preto do Oeste/RO. / Guilherme Pereira Dias Soares Pêgo. – Ji-Paraná, 2022.

22 p. ; il.

Artigo Científico (Curso de Ciências Contábeis) – Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná, 2022.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ms<sup>a</sup>. Marlene Muniz Oliveira Pilenghy.

1. Markup. 2. Formação do Preço de Venda. 3. Produtos homeopáticos. 5. Contabilidade de Custo. I. Pilenghy, Marlene Muniz Oliveira. II. Título.

CDU 657.4

**Ficha Catalográfica Elaborada pelo Bibliotecário Giordani Nunes da Silva CRB 11/1125**

**ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**ATA Nº 002/2022/2 - TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM CIÊNCIAS  
CONTÁBEIS**

Aos 05 (cinco) dias do mês de dezembro de 2022, às 18:10 horas, reuniram-se em Banca, sob presidência da primeira, a Professora Marlene Muniz Oliveira Pilenghy, Orientadora, e os Professores: Marcia Cristina Teixeira e Braian de Souza Bulian, avaliadores, para comporem Banca Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso entitulado "**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA COM A UTILIZAÇÃO DO MÉTODO MARKUP EM UMA MICROEMPRESA DE PRODUTOS HOMEOPÁTICOS DO MUNICÍPIO DE OURO PRETO DO OESTE/RO**", de autoria do aluno **GUILHERME PEREIRA DIAS SOARES PÊGO**. Após arguições e apreciação sobre o trabalho, foi atribuída nota 98,00, considerando-se (X) **APROVADO** - ( ) **REPROVADO**, com as seguintes NOTAS parciais:

- a. Avaliação escrita: Média 98,00  
b. Avaliação oral (defesa): Média 98,00  
c. Média final: 98,00

Ji-Paraná, 05 de dezembro 2022.

Guilherme P. Dias Soares Pêgo  
Guilherme Pereira Dias Soares Pêgo  
Orientando

Marlene Muniz Oliveira Pilenghy  
Marlene Muniz Oliveira Pilenghy  
Orientadora



## FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA COM A UTILIZAÇÃO DO MÉTODO MARKUP EM UMA MICROEMPRESA DE HOMEOPÁTICOS DO MUNICÍPIO DE OURO PRETO DO OESTE/RO<sup>1</sup>

Guilherme Pereira Dias Soares Pêgo<sup>2</sup>

**RESUMO:** O método markup é muito utilizado nas empresas para precificação dos produtos, mercadorias ou serviços. O índice multiplicador do markup é aplicado sobre o preço de custo para determinar o preço de venda. Neste sentido o objetivo deste estudo foi 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, bem como, descrever os pontos importantes do markup, verificar os métodos de precificação utilizados pela empresa e a margem de lucro apresentada. Na metodologia apresentada, utilizou-se o método dedutivo, a pesquisa foi classificada como qualitativa e quantitativa quanto ao problema e em descritiva quanto aos objetivos. Nos procedimentos técnicos utilizou-se da pesquisa bibliográfica e documental. A coleta de dados se deu por meio de observações e documentos disponibilizados pela empresa. Nos resultados e discussões foi aplicado o método Markup para a formação da precificação dos produtos e mercadorias, apresentando a margem de lucro esperada pelo gestor da empresa, pois o preço de venda exibido foi satisfatório. O Markup é uma excelente ferramenta para precificar os produtos, mercadorias e serviços. Importante destacar que o Markup ideal é quando o preço de venda atenda as expectativas da empresa, porém, não só levando em conta seus custos, mas também os preços praticados pela concorrência. Se houver discrepância no comparativo dos valores, faz-se necessário ajustar a margem de lucro pretendida. Assim, este estudo cumpriu com a sua finalidade, pois os objetivos foram alcançados.

**Palavras-Chave:** Markup, Formação do Preço de Venda, Produtos homeopáticos.

## FORMACIÓN DEL PRECIO DE VENTA UTILIZANDO EL MÉTODO MARKUP EN UNA MICROEMPRESA HOMEOPÁTICA DEL MUNICIPIO DE OURO PRETO DO OESTE/RO

**RESUMEN:** El método de markup es muy utilizado en las empresas para fijar el precio de los productos, bienes o servicios. El índice multiplicador de margen de beneficio se aplica al precio de costo para determinar el precio de venta. En ese sentido, el objetivo de este estudio fue demostrar el uso del método de marcado para determinar el precio de los productos homeopáticos en una microempresa ubicada en el municipio de Ouro Preto do Oeste/RO, así como describir los puntos importantes de la markup, para verificar los métodos de fijación de precios utilizados por la empresa y el margen de beneficio presentado. En la metodología presentada se utilizó el método deductivo, la investigación se clasificó en cualitativa y cuantitativa en cuanto al problema y descriptiva en cuanto a los objetivos. En los procedimientos técnicos, se utilizó la investigación bibliográfica y documental. La recolección de datos ocurrió a través de observaciones y documentos puestos a disposición por la empresa. En los resultados y discusiones se aplicó el método de Markup para la formación del precio de los productos y bienes, presentando el margen de utilidad esperado por el gerente de la empresa, ya que el precio de venta exhibido fue satisfactorio. El marcado es una excelente herramienta para fijar precios de productos, bienes y servicios. Es importante resaltar que el Markup ideal es cuando el precio

<sup>1</sup>Artigo apresentado no curso de graduação em Ciências Contábeis do Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná 2022, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sob orientação da professora Ms<sup>a</sup> Marlene Muniz Oliveira Pilenghy. E-mail: Marlene.pilenghy@yahoo.com.br

<sup>2</sup>Graduando em Ciências Contábeis do Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná, 2022. E-mail: diasguilherme718@gmail.com

de venta cumple con las expectativas de la empresa, sin embargo, teniendo en cuenta no sólo sus costos, sino también los precios practicados por la competencia. Si hay discrepancia al comparar los valores, es necesario ajustar el margen de utilidad previsto. Por lo tanto, este estudio cumplió con su propósito, ya que se lograron los objetivos.

Palabras-clave: Markup, Formación de precios de venta, Productos homeopáticos.

## 1 INTRODUÇÃO

Os gestores das micro e pequenas empresas necessitam de ferramentas que possam auxiliá-los na precificação. Nota-se que o método mais utilizado para a 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.

Esta pesquisa visa apresentar de forma ordenada a necessidade de definir métodos sobre a formação do preço de venda de produtos e serviços praticados nas micro e pequenas empresas.

Neste contexto, busca-se investigar, especificamente, o método Markup por se tratar de um método prático e de muita utilidade para as empresas.

O objetivo deste trabalho será demonstrar a utilização do método markup para determinar a precificação de produtos homeopáticos em uma microempresa.

Esta pesquisa visa apresentar de forma ordenada a necessidade de definir métodos sobre a formação do preço de venda de produtos e serviços praticados nas micro e pequenas empresas.

Neste contexto, busca-se investigar, especificamente, o método Markup por se tratar de um método prático e de muita utilidade para as empresas.

O objetivo deste trabalho será 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 tem como objetivos específicos, descrever os pontos principais do método markup, verificar os métodos utilizados pela empresa para precificação de seus produtos e levantar a margem de lucro.

Desse modo, questiona-se: Como a método markup poderá contribuir na gestão de vendas de produtos homeopáticos no tocante à lucratividade esperada pela empresa?

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 CONTABILIDADE GERENCIAL

A contabilidade gerencial é um conjunto de técnicas e procedimentos contábeis que deve estar em consonância com a contabilidade financeira, de custos e de análise das demonstrações contábeis, que quando são relacionadas, fornecem informações úteis para o processo de tomada de decisão nas empresas. (TORRES 2022).

Ludícibus (2020 p. 4) contribui ao afirmar que:

Podemos caracterizar a Contabilidade Gerencial como um enfoque especial conferido a vários procedimentos e técnicas contábeis já conhecidos e tratados na Contabilidade Financeira, na Contabilidade de Custos, na análise financeira e de balanços etc., colocados numa perspectiva diferente, num grau de detalhe mais analítico ou numa forma de apresentação e classificação diferenciada e específica, de maneira a atender às necessidades de informações dos gestores das entidades em seu processo decisório.

A Contabilidade gerencial é fundamental nas empresas, pois, os contadores internos, gerenciam o financeiro, analisam as demonstrações contábeis, fazem planejamento/previsões perante a entidade, (TORRES, 2022). A partir desse gerenciamento obtém as informações necessárias para decidir o melhor para a empresa.

### 2.2 CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade de custos tem como objetivo avaliar os estoques, precificar os produtos e serviços e apurar o resultado, a partir da análise de custos. Desse modo, a contabilidade de custos, passa a ser uma ferramenta auxiliar na gestão empresarial, auxiliando os gestores no controle e na tomada de decisões. (STOPATTO 2020).

Para Crepaldi (2018, p.2) “Contabilidade de Custos é uma técnica utilizada para identificar, mensurar e informar os custos dos produtos e/ou serviços.

Ela tem função de gerar informações precisas e rápidas para a administração, para a tomada de decisões”.

A contabilidade de custos oferece informações sensíveis aos sistemas de informações contábeis e gerenciais, a respeito das políticas de preços efetuados, gerencia as decisões sobre aquisições de mercadorias, produção e opções de investimento. Oferece também o cálculo de rentabilidade das carteiras de produtos.

Martins (2018) expõe que nas últimas décadas, a contabilidade de custos deixou de ser uma mera ferramenta e tornou-se indispensável para as avaliações de estoques e apoio à decisão e controle gerencial.

Ainda Martins (2018, p. 5):

Nesse seu novo campo, a Contabilidade de Custos tem três funções relevantes: o auxílio ao planejamento, ao controle e a ajuda às tomadas de decisões. No que diz respeito ao planejamento e controle, sua mais importante missão é fornecer dados para o estabelecimento de padrões, orçamentos e outras formas de previsão e, num estágio imediatamente seguinte, acompanhar o efetivamente acontecido para comparação com os valores anteriormente definidos.

Entende-se que a Contabilidade de Custos é um importante instrumento de planejamento, controle e decisão gerencial, para tanto, têm-se a necessidade do conhecimento acerca das nomenclaturas de custos, para que elas sejam aplicadas de forma adequada para que todos os relatórios gerenciais atendam com fidedignidade aos fins propostos.

### **2.2.1 Nomenclatura de Custos**

As nomenclaturas de custos são específicas no âmbito de uma área do conhecimento, que compreende as receitas, despesas, custos e as perdas, segundo (Martins, 2018).

E ainda “quando se aprofundam estudos sobre o gerenciamento empresarial, deve ser feita uma distinção criteriosa entre essas palavras.” (DUBOIS, 2019, p.15).

a) Receita: é todo valor que origina da atividade que a empresa desempenha, como venda de produtos, mercadorias, serviços, rendimentos de aplicações financeiras, dentre outros. Chagas (2019). É da receita que será gerado o lucro na entidade.

De acordo com Sande (2021 p. 398),

As receitas são aumentos nos benefícios econômicos durante o período contábil sob a forma de entrada de recursos ou aumento de ativos ou diminuição de passivos, que resultam em aumentos do patrimônio líquido e que não sejam provenientes de aporte dos proprietários da entidade.

Entende-se que as receitas é todo o montante que está no patrimônio, referente ao valor que contribui de forma positiva na empresa.

b) Despesas: são recursos aplicáveis na estrutura gerencial de uma organização, nas áreas administrativas, comercial e financeira. Tem como objetivo sustentar o funcionamento das atividades da empresa, SANTOS (2018).

Dubois (2019 p. 32) também traz sua contribuição e relata que:

As despesas são os gastos que a empresa apresenta para auferir algum rendimento, como vendas e distribuição dos produtos elaborados por ela ou até por terceiros. As despesas dividem-se em fixas e variáveis. Elas são consideradas fixas quando apresentam o mesmo valor, qualquer que seja o volume de vendas da empresa. Nesse caso, exemplificam-se algumas despesas fixas: O aluguel de um escritório de vendas; o seguro do escritório; IPTU do prédio da sua filial. Também existem certos tipos de despesas que são classificadas como fixas, apesar de não apresentarem o mesmo valor em determinados períodos consecutivos de tempo, mas que assim são classificadas porque ocorrem antes de as quantidades vendidas sofrerem alguma alteração.

Considera-se despesas todos os gastos da área administrativa para obtenção de retorno para a organização.

c) custos: são gastos que estão relacionados diretamente ou indiretamente à produção de uma organização, como, por exemplo: gasto com matéria-prima, com mão de obra direta, energia, água, aluguel, entre outros.

Corroborando Crepaldi (2018, p.20) afirma que custos são “gastos relativos a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços, sejam eles desembolsados ou não.”

Nesse sentido, os custos, dividem-se em diretos e indiretos, fixos e variáveis.

I-Custos diretos: “esses custos podem ser apropriados de maneira objetiva aos produtos elaborados, porque há uma forma de medição clara de seu consumo durante a fabricação.” (DUBOIS, 2019. p.27)

II-Custos indiretos: “são todos os custos que necessitam de alguns cálculos para serem distribuídos aos diferentes produtos fabricados pela empresa, uma vez que são de difícil mensuração e apropriação a cada produto elaborado[...].” (DUBOIS, 2019. p.28).

III-Custos fixos: “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).

IV-Custos variáveis: 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).

d) Perdas: é o bem ou serviço consumido de forma anormal e involuntária causando danos ao patrimônio. Exemplos comuns: perdas com incêndios, obsolescência de estoques etc. (DUBOIS 2019).

No entanto as perdas não são consideradas como despesas, pois segundo Martins (2018 p. 18),

São itens que vão diretamente à conta de Resultado, assim como as despesas, mas não representam sacrifícios normais ou derivados de forma voluntária das atividades destinadas à obtenção da receita. É muito comum o uso da expressão Perdas de material na produção de inúmeros bens e serviços; entretanto, a quase totalidade dessas “perdas” é, na realidade, um custo, já que são valores sacrificados de maneira normal no processo de produção, fazendo parte de um sacrifício já conhecido até por antecipação para a obtenção do produto ou serviço e da receita almejada.

Ressalta-se que perdas de pouco valor são consideradas custos ou despesas, sem sua separação.

### 2.3 SISTEMA DE CUSTEIO: POR ABSORÇÃO E VARIÁVEL

Sistema de custeio é a metodologia de apropriação de custos aos produtos e conforme Dubois (2019, p.105) “pode-se estender o conceito para considerar como sistema um meio de representar o funcionamento do processo produtivo da empresa. Com isso, a empresa obterá subsídios para a apuração de seus custos em cada fase da produção.”

a) Custeio por absorção: este método envolve alocar todos os custos diretos e indiretos para cada etapa de produção.

Padoveze (2013, p.188) afirma que:

De acordo com este método, todos os gastos da área industrial devem fazer parte da apuração do custo unitário dos bens e serviços, sem se computar os gastos administrativos, comerciais e financeiros, que serão tratados como despesas periódicas. Este método é classicamente denominado custeio por absorção, porque toda indústria tem gastos diretos e indiretos. Como os gastos indiretos devem ser rateados e distribuídos aos produtos (absorvidos pelos produtos), o custo industrial termina por ser um custeamento por absorção.

Este é o único método de custeio aceito pela legislação do Imposto de Renda.

b) Custos variáveis: os custos variáveis fornecem informações essenciais para a gestão financeira de uma organização. Os resultados de margem de contribuição obtidos com a transferência de custos fixos como despesas para o resultado, que conforme Dubois (2019, p.132) “o método de custeio variável pode ser definido como

aquele no qual os custos fixos são alocados aos resultados como se fossem despesas (independentemente do volume de produção da empresa), enquanto os custos e despesas variáveis são elementos fundamentais para a obtenção da margem de contribuição (MC).”

Essa técnica, embora útil para a gestão da empresa, não é aceita pelas autoridades contábeis e fiscais. Segundo Stopatto (2020), essa situação pode mudar no futuro. Mesmo assim, as organizações podem utilizar os custos variáveis como ferramenta de gestão e até mesmo fazer lançamentos na contabilidade, desde que façam lançamentos de ajuste para que os demonstrativos sejam compatíveis com os princípios contábeis.

## 2.4 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

De acordo com a Lei Complementar nº 123/2006, Micro Empresa (ME) é uma classificação de empresas com faturamento anual de até R\$ 360 mil, podendo empregar de 9 a 19 funcionários, dependendo da atividade. Podendo optar entre regimes tributários como Simples Nacional, Lucro Real ou Lucro Presumido.

Além disso, a natureza jurídica de uma microempresa pode ser uma sociedade simples, uma empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI), uma sociedade empresarial ou um empresário individual.

As empresas de Pequeno Porte são definidas também pela Lei 123/2006, e consistem no limite de faturamento anual de R\$4,8 milhões e podem ser enquadrados como EPP. Sua formalização é realizada pela Junta Comercial, com opção por um dos regimes tributários (Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real).

À medida que o faturamento aumenta, se faz necessário um acompanhamento e planejamento tributário através de profissionais capacitados para determinados serviços. Pois nem sempre o Simples Nacional é a melhor opção, segundo Fabretti (2019, p. 228), “deve, entretanto, fazer um amplo estudo, de preferência com a assessoria de profissional competente, para verificar como será sua tributação pelos demais impostos e contribuições federais, estaduais e municipais.”

Nota-se que as Micros e Pequenas empresas são grandes geradoras de empregos e renda trazendo desenvolvimento para o estado e região, (SCAFF, 2022). Sendo assim possuem um portfólio diversificado de serviços, além de estar inseridas em vários meios sociais e locais da sociedade brasileira.

## 2.5 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

A formação do preço de venda de forma adequada, oferece benefícios aos negócios e os seus clientes.

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

Esses cuidados na análise podem favorecer para que as empresas apresentem um valor justo, competitivo e que proporcione lucro.

Conforme Dubois (2019 p. 217),

A Ciência Econômica determina que a formação de preços dos bens e serviços ocorre a partir das leis da oferta e da procura. Enquanto a oferta tentará vender certo bem praticando o maior preço de venda, a demanda optará por adquirir o mesmo produto ao menor preço possível. Isso ocorre devido ao comportamento existente nas próprias leis da oferta e procura, as quais regem o mercado.

A formação do preço de venda adequado é fundamental para que a empresa possa dar continuidade nos negócios, bem como escolher uma metodologia de precificação que se ajuste as suas necessidades, para tanto, um dos métodos largamente utilizado no meio empresarial é o Markup.

### 2.5.1 Markup

O Markup é um método utilizado para formação dos preços dos produtos fabricados ou adquiridos para revenda. Ele consiste em adicionar margem de lucro aos custos do produto fabricado ou aos serviços prestados. Essa margem de lucro é retratada por um percentual que, ao ser adicionado aos custos totais do produto, propicia um preço de venda que dará sustentação para a empresa cobrir todos os custos e despesas, além de permitir que ela alcance um valor satisfatório no lucro. (BRUNI, 2019).

Para obter a forma correta do markup, 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).

A Margem de lucro (Mazeto, 2018), é o retorno financeiro que os produtos representam, além do valor de produção e de todas as etapas que o envolvem. A

margem de lucro deve ser estabelecida igual para todos os produtos, ou cada item pode conter sua própria margem de lucro.

A primeira etapa para calcular o preço de venda pelo método do markup é verificar as despesas fixas, as variáveis e o lucro presumido que determinam a base de cálculo do IRPJ, assim, para encontrar o markup, usa-se a fórmula (Mazeto,2018):

$$100 / [100 - (DV+ DF+LP)]$$

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.

### 3 METODOLOGIA

Em todas as áreas do conhecimento, a metodologia científica contribui para a escolha e a efetivação do método para se chegar a um determinado objetivo.

No entanto, os interesses do pesquisador, as condições físico-financeiras e de tempo para a realização da pesquisa, dentre outros elementos, são os componentes que irão definir os caminhos a percorrer e os resultados alcançados. (LOZADA E NUNES, 2018).

Para Gil (2022, p. 9):

A palavra método provém do grego *methodos*, e tem o significado de “caminho para chegar a um fim”. Refere-se, portanto, ao conjunto de regras básicas para desenvolver uma investigação com vistas a produzir novos conhecimentos ou corrigir e integrar conhecimentos existentes.

O método utilizado nesta pesquisa foi o 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.

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa classificou-se quanto ao problema e quanto aos objetivos.

### 3.1.1 Quanto ao Problema

Esta pesquisa classifica-se em qualitativa e quantitativa. 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.”

### 3.1.2 Quanto aos Objetivos

Nesta abordagem 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, segundo Gil (2019, p. 57) “têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno.”

Observa-se que as duas abordagens se complementam quanto aos objetivos propostos neste estudo.

## 3.2 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

Toda pesquisa implica o levantamento de dados de variadas fontes, quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas.

Nos procedimentos técnicos foram utilizados a pesquisa bibliográfica e a documental.

Para Lakatos (2021, p. 202), “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.”

Ainda Lakatos (2021, p. 212), descreve 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.

Os procedimentos técnicos são fundamentais para a sustentação deste estudo, pois neste utilizou-se de livros, sites da internet e documentos disponibilizados pela empresa.

Esta pesquisa ocorreu em uma Microempresa de Produtos Homeopáticos do Município de Ouro Preto do Oeste/RO no período de fevereiro a novembro de 2022.

### 3.3 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTOS

Na coleta de dados é necessário a reunião de vários dados e informações para formulação da pesquisa.

Gil (2022, p.28) explica que os dados podem: “ser obtidos mediante consulta a arquivos, análise de documentos ou análise de artefatos físicos, já que documento, em acepção ampla, corresponde a qualquer suporte material que incorpora algum tipo de informação.”

Por fim, Lozada e Nunes (2018, p.183), finaliza que:

Os dados recolhidos são utilizados como base para comprovar ou não os objetivos da pesquisa. A coleta de dados é feita conforme o planejamento do estudo do qual faz parte. Por sua vez, as informações coletadas são advindas da população a ser estudada, isto é, do público pesquisado.

A coleta de dados deu-se a partir de livros, sites confiáveis, leis e demonstrações contábeis extraídas da contabilidade da empresa.

## 4 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.

Utilizando a fórmula do Markup:  $100 / [100 - (DV + DF + LP)]$ .

Onde, 100 representa o preço unitário total de venda em percentual;

DV para Despesas Variáveis;

DF para Despesas Fixas e

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.

Para calcular os custos fixos, foi feita uma tabela, constando os custos diretos de produção, conforme descrito na tabela 1, a seguir.

**Tabela 1:** Custos Fixos

DISCRIMINAÇÃO	R\$
Salários	4.120,00
Encargos Sociais	647,11
Energia Solar	24,00
Material de Limpeza e Conservação	17,10
Embalagem do Produto /Rótulo	310,00
TOTAL	5.118,21
$5.118,21 / 50.000,00 = 0,10 \times 100 = 10\%$	

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022

Na tabela nº 1, são apresentados os Custos fixos do empreendimento, aqueles necessários para a operação da empresa. Inicialmente foi necessário fazer a separação de custos e despesas, em seguida fez-se o rateio dos custos proporcionalmente aos utilizados para fabricação do produto.

São custos fixos para a empresa analisada: salários, encargos sociais, energia solar, rótulos utilizados no produto, material de Limpeza e embalagens dos produtos.

O percentual do custo fixo (custo de produção) será utilizado para encontrar o preço de venda pelo método markup.

O custo maior que a empresa tem é com os salários dos funcionários no valor de R\$ 4.120,00, seguido dos seus encargos sociais de R\$ 647,11, totalizando um custo fixo de R\$ 5.118,21

Para localizar o percentual do custo fixo, foi feito o seguinte cálculo: utilizou-se o valor total dos custos dividido pelo valor da receita bruta (dados fornecidos pela empresa), onde foi encontrado um percentual de 10% do custo fixo em relação a receita bruta.

**Tabela 2:** Despesas Fixas

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>R\$</b>
Salários	3.855,00
Encargos Sociais	321,55
Energia Solar	96,00
Embalagem de Papel	440,00
Material de Limpeza e Conservação	68,40
IPTU	455,56
Internet	120,00
Honorários do Contador	250,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.606,51</b>
$5.606,51 / 50.000,00 = 0,11 \times 100 = 11\%$	

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022

Na tabela nº 2, estão apresentadas as Despesas Fixas, que são aquelas despesas que são necessárias para manter a empresa em funcionamento e contribuindo na geração de lucro para a entidade. É prudente frisar que, as despesas fixas independem do volume de vendas ou produção, esses valores vão existir para o funcionamento da empresa.

São consideradas despesas fixas para a empresa em análise: salários, encargos sociais, energia solar, embalagens, material de Limpeza, IPTU, internet e honorários do contador.

Neste caso, também houve a necessidade de segregar, assim como ocorreu com os custos (tabela 1) das despesas, pois a diferença do cálculo do rateio dos custos de fabricação, são consideradas despesas para atender as atividades administrativas do empreendimento, totalizando R\$ 5.606,51 (tabela 2), permanecendo as maiores despesas com salários no valor de R\$ 3.855,00, IPTU R\$ 455,56, embalagens 440,00.

Para localizar o percentual das despesas fixas, foi feito o seguinte cálculo: utilizou-se o valor total das despesas fixas dividida pelo valor da receita bruta (dados fornecidos pela empresa), onde foi encontrado um percentual de 11% da despesa fixa em relação a receita bruta.

O percentual das despesas fixas será utilizado para encontrar o valor de venda pelo método markup.

O custo maior que a empresa tem é com os salários dos funcionários no valor de R\$ 4.120,00, seguido dos seus encargos sociais de R\$ 647,11, totalizando um custo fixo de R\$ 5.118,21. É prudente frisar que, as despesas fixas independem do volume de vendas ou produção, esses valores vão existir para o funcionamento da empresa, ela produzindo ou não.

**Tabela 3: Custo Variáveis Produção Própria**

Composto Homeopático	Composto do medicamento: Álcool = 30 ml / 1.000 ml = 0,03 X R\$ 30,00 = R\$0,90
	Custo do Composto: 30 ml/ 60 ml Frasco = R\$ 0,50
	Embalagem do Produto /Rótulo: R\$ 3,10
	Total: R\$ 4,50
Composto Floral de Bach	Composto do medicamento: Álcool = 40 ml / 1.000 ml = 0,04 X R\$ 30,00 = R\$ 1,20
	Embalagem do Produto /Rótulo: R\$ 3,10
	Custo do Composto: 60 ml / 100ml Frasco = R\$ 0,60
	Total: R\$ 4,90
Extrato de Própolis	Composto do medicamento: Álcool = 20 ml / 1.000 ml = 0,02 X R\$ 30,00 = R\$ 0,60
	Custo do Composto: 40 ml / 60 ml Frasco = R\$ 0,67
	Embalagem do Produto /Rótulo: R\$ 3,10
	Total: R\$ 4,37
Composto Homeopático Bovino	Composto do medicamento Álcool = 200 ml / 1,000 ml = 0,2 X R\$ 30,00 = R\$ 6,00
	Custo do Composto 700 ml / 1.000 ml frasco = R\$ 0,70
	Embalagem do Produto /Rótulo: R\$ 3,00
	Total: R\$ 9,70
Xarope	Composto do medicamento ALCOOL = 40 ml / 1,000 ml = 0,04 X R\$ 30,00 = R\$ 1,20
	Custo do Composto 60 ML / 100 ML FRASCO = R\$ 0,60
	Embalagem do Produto /Rótulo: R\$ 3,10
	Total: R\$ 4,90

Fonte: Elaborada pelo autor, 2022.

Na tabela nº 3, são demonstrados os custos de fabricação/manipulação dos seguintes produtos mais vendidos na empresa: composto homeopático, composto floral de bach, extrato de própolis, composto homeopático bovino e xarope. Para localizar o valor do custo de fabricação/manipulação, foi calculado a quantidade utilizada do produto (matéria prima) que multiplicado pelo valor de custo (R\$) encontra-se o valor do produto, o qual deverá ser acrescido do valor da embalagem/rótulo, apresentando assim, o valor final do custo do produto.

Foram selecionados 5 (cinco) produtos mais comercializados na farmácia homeopática, onde foi minuciosamente demonstrado o cálculo do custo final do produto.

O cálculo procedeu de posse de notas fiscais fornecidas pela empresa, contendo o valor do produto, frete, embalagem/rótulo. Para demonstrar os custos variáveis foi necessário fazer o rateio do frete por produto e calcular proporcionalmente à quantidade e o valor do produto para se chegar no preço final.

Para detectar o valor de venda pelo método markup, é necessário o valor do custo variável do produto, o qual será utilizado na fórmula da precificação.

**Tabela 04:** Custo Variáveis - Mercadorias para Revenda

Açúcar Demerara Native	Frete = (Rateio do Frete = R\$ 6,40 Custo do produto / R\$ 96,00 Valor da Nota X R\$ 15,00 Frete = R\$ 1,00
	Embalagem = R\$ 2,00
	Total = R\$ 3,00
Açúcar Mascavo Céu Pequeno	Frete = (Rateio Frete = R\$ 10,00 Custo do Produto / R\$ 210,00 Valor da Nota X R\$ 20,00 Frete) = R\$ 0,95
	Embalagem = R\$ 2,00
	Total = R\$ 2,95
Sal do Himalaia	Frete = Rateio Frete: R\$ 6,90 Custo do Produto / R\$ 172,50 Valor da Nota X R\$ 30,00 Valor do Frete = R\$ 1,20
	Imposto = R\$ 172,50 X (Alíquota 17,5% – 7%) = 10,5% = R\$18,11
	Produto R\$ 6,90 / R\$ 18,11 = R\$0,38
	Embalagem = R\$ 2,00
	Total = R\$ 3,58
Vinagre de Maçã	Frete = (Rateio Frete = R\$ 3,17 Custo do Produto / R\$ 95,10 Valor da Nota X R\$ 9,50 Valor do Frete = R\$ 0,31
	Embalagem = R\$ 2,00
	Total = R\$ 2,31
Óleo de Avestruz	Frete = (Rateio do Frete = R\$ 25,00 Custo do Produto / R\$ 750,00 Valor da Nota X R\$ 50,00 Valor do Frete = R\$ 1,66
	Embalagem = R\$ 2,00
	Total = R\$ 3,66

Fonte: elaborado pelo Autor, 2022.

Na tabela nº 4, são apresentados os custos variáveis de mercadorias para revenda, onde foram selecionados 5 (cinco) mercadorias mais vendidas pela empresa, são elas: açúcar demerara *Native*, açúcar mascavo Céu Pequeno, sal do himalaia, vinagre de maçã e óleo de avestruz.

O processo para calcular o custo final da mercadoria foi o mesmo processo utilizado na tabela 3 (cálculo dos custos de fabricação), o que difere desta tabela é que esta trata-se de mercadorias para revenda e a tabela anterior trata-se de custo de produtos de fabricação.

Ressalta-se que os custos variáveis estão relacionados diretamente ao volume de vendas ou produção.

A seguir será apresentada a tabela 5 com a formação do preço de venda, dos produtos selecionados neste estudo, pelo método Markup dos produtos fabricados/manipulados pela farmácia e por produtos que a empresa adquire para revenda.

O método markup é uma ferramenta importante como ponto de partida para se fazer a precificação, porém, é recomendável que, paralelamente, seja feita uma

sondagem do preço dos produtos, mercadorias e serviços da concorrência, podendo essa margem pretendida ser ajustada conforme decisão da empresa.

**Tabela 05:** Formação do preço de venda pelo método do Markup

Composto Homeopático	Markup = $100/[100-(4,50+10+38)]$ Markup = $100/[100 - (52,50)]$ Markup = $100/47,50$ Markup: 2,10
	Preço de Venda: R\$ 8,00 (custo) X 2,1 = R\$ 16,80
Composto Floral de Bach	Markup = $100/[100-(4,90+10+38)]$ Markup = $100/[100 - (52,90)]$ Markup = $100/47,10$ Markup: 2,12
	Preço de Venda: R\$ 10,00 (custo) X 2,12 = R\$ 21,20
Extrato De Própolis	Markup = $100/[100-(4,37+10+38)]$ Markup = $100/[100 - (52,37)]$ Markup = $100/47,63$ Markup: 2,09
	Preço de Venda: R\$ 5,00 (custo) X 2,13 = R\$ 10,45
Composto Homeopático Bovino	Markup = $100/[100-(9,70+10+40)]$ Markup = $100/[100 - (59,70)]$ Markup = $100/40,30$ Markup: 2,48
	Preço de Venda: R\$ 9,00 (custo) X 2,48 = R\$ 22,77
Xarope	Markup = $100/[100-(4,90+10+38)]$ Markup = $100/[100 - (52,9)]$ Markup = $100/47,10$ Markup: 2,12
	Preço de Venda: R\$ 10,00 (custo) X 2,12 = R\$ 21,20
Açúcar Demerara Native	Markup = $100/[100-(3+11+40)]$ Markup = $100/[100 - (54)]$ Markup = $100/46$ Markup: 2,17
	Preço de Venda: R\$ 6,40 (custo) X 2,17 = R\$ 13,88
Açúcar Mascavo Céu Pequeno	Markup = $100/[100-(2,95+11+35)]$ Markup = $100/[100 - (48,95)]$ Markup = $100/51,05$ Markup: 1,95
	Preço de Venda: R\$10,00 (custo) X 1,95 = R\$ 19,50
Sal do Himalaia	Markup = $100/[100-(3,58+11+40)]$ Markup = $100/[100 - (54,58)]$ Markup = $100/45,42$ Markup: 2,20
	Preço de Venda: R\$ 6,90 (custo) X 2,20 = R\$ 15,18
Vinagre de Maçã	Markup = $100/[100-(2,31+11+40)]$ Markup = $100/[100 - (53,31)]$ Markup = $100/46,69$ Markup: 2,14
	Preço de Venda: R\$ 4,17 (custo) X 2,14 = R\$ 8,95
Óleo de Avestruz	Markup = $100/[100-(3,66+11+40)]$ Markup = $100/[100 - (54,66)]$ Markup = $100/45,34$ Markup: 2,20
	Preço de Venda: R\$ 25,00 (custo) X 2,20 = R\$ 55,00

Fonte: elaborado pelo Autor, 2022.

A tabela nº 05, demonstra o cálculo do índice multiplicador do markup, que é constituído do preço de custo do produto, despesas fixas, despesas variáveis e a margem de lucro pretendida.

Para os produtos fabricados/manipulados pela farmácia como, composto homeopático, composto floral de Bach, extrato de própolis e Xarope foi atribuída uma margem de lucro pretendida de 38%, e para o produtos Composto homeopático bovino, açúcar demerara *Native*, sal do *Himalaia*, vinagre de maçã e óleo de avestruz foi determinada uma margem de lucro de 40% e o açúcar mascavo Céu Pequeno a margem foi de 35%. Essa margem é definida pelo gestor ou por um profissional responsável por essa área na empresa.

**Tabela 06:** Resultados obtidos pela fórmula do Markup

Produto	Preço Venda Empresa	Formação do Preço de Venda Pelo Método Markup
Composto Homeopático	R\$ 15,00	R\$ 16,80
Composto Floral de Bach	R\$20,00	R\$ 21,20
Extrato de Própolis	R\$12,00	R\$ 10,45
Composto Homeopático Bovino	R\$20,00	R\$ 22,77
Xarope	R\$20,00	R\$ 21,20
Açúcar Demerara Native	R\$12,00	R\$ 13,88
Açúcar Mascavo Céu Pequeno	R\$15,00	R\$ 19,50
Sal do Himalaia	R\$13,00	R\$ 15,18
Vinagre de Maçã	R\$ 8,00	R\$ 8,95
Óleo de Avestruz	R\$60,00	R\$ 55,00

Fonte: Elaborada pelo autor, 2022.

De acordo com a tabela nº 6, foi feito um comparativo entre o preço de venda praticado pela empresa e o preço de venda encontrado utilizando-se o método markup.

Ao aplicar um método de precificação, neste caso o Markup, consegue-se saber realmente se a empresa tem lucro satisfatório, determinando previamente o percentual de lucro que o gestor pretende obter a partir das atividades praticadas, pois observa-se na tabela (5), que no caso do composto homeopático que é vendido por R\$ 15,00, aplicando a fórmula do Markup deveria ter o preço de venda de R\$ 16,80, para ser o lucro pretendido.

No caso do óleo de avestruz, pelo método markup, poderia ser vendido por R\$ 55,00 e já teria o preço esperado e atualmente esse óleo está sendo comercializado pelo preço de R\$ 60,00. Observa-se que é muito importante na precificação alinhar os preços a um determinado método e comparar também com o preço de mercado.

## 5 CONCLUSÃO

Foi demonstrado neste estudo que a precificação pelo método do Markup, que é um índice aplicado sobre o custo de um produto para auxiliar no processo de formação do preço de venda, torna-se vital para manutenção do empreendimento.

Nota-se que a disparidade de preços, faz com que o empreendedor tenha dificuldades de saber exatamente quanto a empresa gera de retorno por cada produto, mercadoria ou serviço negociado.

Independentemente do método de precificação utilizado é imprescindível adotar um método que atenda a demanda da empresa, mesmo que seja o valor de mercado, para que a mesma não pratique preços abusivos ou preços que estão dando prejuízo.

Conclui-se, portanto, que os objetivos deste estudo foram atingidos ao implantar um método de precificação na empresa, que deixou de ser informal, auxiliando-o no cálculo de uma margem de lucro favorável e para o gestor conhecer quando seus produtos apresentam de margem de lucratividade.

## REFERÊNCIAS

BRASIL, Congresso Nacional. Lei Complementar 123/2006 – Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: [[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm)] Acesso em 01 Mar 2022 às 15h00.

BRUNI Leal. **Gestão de Custos e formação de preços** 7ed. Editora Atlas, 2019.

Chagas, Gilson. **Contabilidade Geral e Simplificada** 4ed edição. Editora Saraiva, 2019.

Crepaldi, Silvio, A. e Guilherme Simões Crepaldi. **Contabilidade de Custos**, 6 ed. São Paulo. Atlas, 2018.

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

FABRETTI, Láudio Camargo. FABRETTI, Denise, FABRETTI, Dilene Ramos. **As micro e pequenas empresas e o Simples Nacional: tratamentos tributário, fiscal e comercial** – São Paulo: Atlas, 2019.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 6 ed. São Paulo. Editora Saraiva, 2017.

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

GONÇALVES, Irio, Á. et al. **Gestão de Recursos, Custos e Formação do Preço de Venda**. 1 ed. Porto Alegre, SAGAH, 2021.

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIL, Antônio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7ed. Barueri, São Paulo. Atlas, 2022.

IUDÍCIBUS de Sergio, Contabilidade Gerencial – Da Teoria à Prática 7ed, Atlas 2020

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

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina da S. **Metodologia Científica**. Porto Alegre: Sagah Educacional, 2018.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 11 ed. São Paulo SP. Atlas, 2018.

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.

PADOVEZE, Clóvis Luís **Contabilidade de custos: Teoria, Prática, Integração com Sistemas de Informações (ERP)**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SANDE, Silvio. **Contabilidade Geral e Avançada**. 1ed. Rio de Janeiro: Método, 2021.

SANTOS, Aline Alves, D. et al. **Gestão de custos**. 1 ed. Porto Alegre RS, SAGAH editora, 2019.

STOPATTO, Mauro. Contabilidade de Custos Simplificada e Interativa - Uma Abordagem Gerencial. 1 ed. São Paulo, Atlas, 2020.

TORRES, Vitor. **O que é a contabilidade gerencial e por que é importante? 2022**, Disponível em: [<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-a-contabilidade-gerencial-e-por-que-e-importante.com>], acesso dia 15/05/2022 às 19:38h.