

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA UTILIZANDO O MÉTODO MARKUP.

Karina SANCHES¹
Karina CORTE²
Thiago MACARINI³

De acordo com uma pesquisa realizada pelo SEBRAE nacional em 2013, foi apontado que 24,4% das empresas fecham as portas com menos de dois anos de existência. Resultado de uma falta de planejamento, segundo mesmo estudo, grande parte dos empreendedores não levantam as informações importantes sobre o mercado, 46% não conheciam o número de clientes, 39% não sabiam qual era capital de giro necessário, 55% não elaboraram um plano de negócios. A falta de conhecimento da gestão é um dos principais fatores de quebra das empresas, dentro da gestão um dos fatores é a formação de preço de venda, questão estratégica, sendo que o conhecimento empírico é o mais utilizado, o que pode levar a se cometer erros nesta tarefa. Consultoria prestada para empresa MELERO & FUZETO LTDA, nome fantasia: Clínica Veterinária Terra Animal, ramo de atividade: Comércio varejista de animais vivos e artigos e alimentos para animais de estimação, breve histórico da empresa: empresa foi fundada em 2006 e teve início de suas atividades no mês de setembro deste mesmo ano. Começou com dois sócios onde foi vendida no primeiro ano de funcionamento para o atual dono. A mesma tem como atuação serviços clínicos veterinários, Pet Shop, internação, banho e tosa taxi dog e hospedagem de animais. O produto alvo da consultoria é o Nexgard, o remédio é um tablete mastigável indicado para prevenção ou tratamento de infestações de pulgas ou carrapatos em cachorros. Para desenvolver o estudo é preciso saber alguns conceitos como lucratividade que indica o ganho que a organização obtém numa relação entre o lucro líquida e a receita total, rentabilidade que é a relação entre o lucro líquida e o investimento feito e temos o mark-up que é o protagonista do estudo, ele é um índice aplicado sobre o custo unitário de cada produto e ou serviço para definir o preço de venda garantindo assim a obtenção da margem de lucro desejado e pôr fim a margem de contribuição que nos aponta o quanto sobra da receita líquida obtida com as vendas dos produtos e serviços para pagar os custos fixos após o pagamentos dos custos e despesas variáveis. A falta de conhecimento da operação acarreta a má gestão de um empreendimento, que é um dos principais fatores de quebra das empresas. O Foco é utilizar as técnicas apropriadas para correta formação do preço de venda, isso exige um alto grau de compreensão de gestão, ocasionando não apenas uma precificação apropriada, mas também uma administração certa.

¹ Discente do 2º ano do curso de Gestão Financeira do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. ka.sanches.7@gmail.com. Bolsista do Programa de Iniciação Científica.....

² Discente do 2º ano do curso de Gestão Financeira do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. karina_corte@hotmail.com. Bolsista do Programa de Iniciação Científica.....

³ Discente do 2º ano do curso de Gestão Financeira do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. thi_macarini@hotmail.com. Bolsista do Programa de Iniciação Científica.....

Palavras-chave: Preço de venda. Mark-up. Lucratividade. Rentabilidade. Custo.