

Você já passou por essa situação?

Seu Diretor ou Gestor chegou na sua mesa, te tirou daquela atividade que faz parte da sua rotina e te deu o desafio de calcular ou revisar o preço do custo unitário do produto que sua empresa comercializa ou serviço que presta?

A primeiro momento o desafio de formulação de preço pode ser assustador e para resolvê-lo parece ser um labirinto gigante. Chamamos isso de desafio porque, na maioria das vezes, deixamos de considerar variáveis que deveriam entrar na conta, como alguns impostos, taxas, insumos de produção, custos fixos. E sabemos que se ficar algum valor de fora, o custo não é repassado ao cliente e a empresa acaba tendo uma lucratividade menor, ou seja, a responsabilidade é grande.

Toda empresa, seja uma indústria, um comércio ou uma prestadora de serviços, **precisa saber como realizar com precisão a composição e formação do Preço de Venda** dos itens que comercializa ou dos serviços que presta, pois isso permitirá calcular o retorno com a margem de lucro desejada. Afinal, tudo que queremos é **alcançar lucratividade e agregar valor aos stakeholders**, não é mesmo?

Para falar sobre esse item tão importante, que é a composição do **preço de venda de produtos e serviços**, abordaremos, neste artigo, um dos **métodos de precificação baseada nos custos** que você precisa conhecer (ou saber mais sobre): o **Markup**.

Portanto, pode ficar calmo que esse conteúdo vai te ajudar a resolver esse desafio. Vá para a copa da sua empresa, pegue uma água ou um café e comece sua leitura.

O que você vai encontrar neste artigo:

Precificação: por que a composição do preço de venda é tão importante?

O que é Markup?

Qual a importância do Markup?

Markup e Margem de Contribuição: qual a diferença?

Variáveis para calcular o Markup

Custo da Mercadoria Vendida

Impostos sobre a venda

Comissões

Custo Fixo

Lucro

Vamos ao que interessa! Formação do preço de venda com Markup?

Calculando o preço de venda por Markup

Conclusão

## Precificação: por que a composição do preço de venda é tão importante?



Seja qual for o produto que você venda ou o serviço que ofereça, **o preço cobrado a seus clientes terá um efeito direto no sucesso do seu negócio**. Isso não é segredo nenhum, mas, o que muitos esquecem-se é de que **ausência de estratégias de precificação pode significar redução de lucratividade**.

Uma estratégia na formulação do preço de venda afeta em aspectos como:

Margem de lucro;  
Volume de vendas; e  
Market share.

A formulação do Preço de Venda é um fator que **influencia diretamente o cliente em suas decisões de compra, principalmente em mercados com um grande número de concorrentes**. Com preços muito altos, sua empresa pode afugentar os clientes e perder mercado. Com preços muito baixos, a organização pode sofrer prejuízos pela venda de produtos, mercadorias e serviços abaixo do valor mínimo para cobrir custos e despesas.

Como você sabe, **empresas precisam ter certeza de que estão oferecendo a melhor oferta sem perder a lucratividade**. Pensando justamente nisso, elaboramos um Guia completo para o cálculo do Preço Ideal de Venda dos produtos, mercadorias e serviços de sua empresa. Para acessá-lo, é só clicar na imagem:



De forma detalhada, o guia trabalha a Formação do Preço de Venda dos produtos e serviços levando em consideração tanto fatores objetivos (como custos de produção e necessidades de investimentos), quanto fatores subjetivos (como posicionamento estratégico e concorrência).

Sobre precificação, existem diversos métodos de formação do preço de venda. Todavia, as regras básicas da composição do preço são:

Formação de preço deve cobrir custos e despesas (por isso é importante saber como calcular o custo de um serviço);

Para baixar preços, a maneira mais eficaz é reduzir os custos; e

A formulação de preços deve ser revisada com frequência para garantir que esteja refletindo a dinâmica de custo, demanda do mercado, resposta à concorrência e objetivos de lucro.

Os principais tipos de precificação de produtos e serviços são:

Precificação baseada em custos;

Precificação baseada na concorrência; e

Precificação baseada na demanda.

Para este artigo, abordaremos a formação de preço de venda com base nos custos, o qual chamamos de **Markup**.

## O que é Markup?

O **Markup** é um índice multiplicador aplicado sobre o custo de um produto e/ou serviço para a formação do preço de venda. Ou seja, trata-se do valor cobrado ao longo do custo total da entrega de um produto ou serviço para obter o lucro desejado.



O Método Markup consiste em **somar uma margem de lucro ao custo unitário do**

**produto ou serviço para obter o preço de venda.** Note que para o Cálculo do Markup é necessário que sejam incluídos impostos, taxas, despesas administrativas, despesas financeiras e o percentual de lucro desejado. Portanto, ao ter esse índice em mãos a empresa terá a garantia de que o preço do produto ou serviço cobrirá todos os gastos e gerará lucro.

Os valores relacionados a formação de preço de venda por Markup variam de indústria para indústria. Em algumas indústrias, o Markup é apenas uma pequena porcentagem do custo total do produto ou serviço. E para você não ficar com dúvida, anote aí:

Markup é uma metodologia de **precificação com base no custo**. Seu cálculo é muito prático (como veremos adiante) e, por isso, ele é muito utilizado.

A formação de preço de venda por Markup é composto pelas despesas fixas, despesas variáveis e pela margem de lucro estimada. Ele será multiplicado pelo preço de custo para a definição do preço de venda.

O Markup é um **índice multiplicador que cobre todos os custos** e garante a lucratividade que se espera (definida no Orçamento Empresarial).

Dependendo do lucro estimado, é possível ter mais de um markup para um mesmo produto ou serviço.

Importante destacar que a formação do preço de venda por **Markup pode ser calculado para cada produto individualmente ou para todos os produtos de forma genérica.**

Não existe receita de bolo e nem uma maneira é melhor do que a outra. Muitas vezes, a empresa precisa ter alguns produtos precificados com um retorno mais baixo, para garantir a competitividade. Tudo dependerá das condições mercadológicas e do tipo de negócio.

## Qual a importância do Markup?

Agora que sabemos o conceito de Markup, devemos entender qual a sua importância. Em resumo, o Markup garante que:

O preço final do produto cobrirá todas as margens de custo fixos e variáveis e Cada produto terá uma margem de lucro adequada.

Isso facilitará a gestão e, com certeza, dará mais segurança às negociações. Além disso, ao ter o cálculo Markup de um produto ou serviço definido, fica muito mais fácil **estabelecer limites para descontos**. Com isso, **profissionais de vendas saberão até onde podem ir em uma negociação sem comprometer a lucratividade**.

## Markup e Margem de Contribuição: qual a

## diferença?

Também conhecida como **Ganho Bruto**, a **Margem de Contribuição representa o quanto o lucro da venda de cada produto contribuirá para a empresa cobrir todos os seus custos e despesas fixas** (chamados de custo de estrutura) e ainda gerar lucro. Com base nisso você pode calcular a quantidade mínima de produtos que precisará vender.

A precificação tem tudo a ver com a **Margem de Contribuição**. Isso porque o Ganho Bruto pode ser fixado como meta no momento da definição do preço de venda dos produtos e serviços. Se a Margem não é conhecida, a empresa pode estar vendendo bastante e mesmo assim estar no prejuízo.

Para entender mais sobre o assunto, recomendamos a leitura deste artigo sobre Margem de Contribuição. Além disso, caso você queira colocar a mão na massa e calcular a Margem de Contribuição dos seus produtos e serviço, oferecemos uma planilha modelo para download, totalmente gratuita. Você pode acessá-la clicando na imagem abaixo:



Já vimos o conceito de Markup, e para você entender a diferença entre Markup e Margem de Contribuição, temos que:

**Markup é o percentual aplicado sobre o custo da mercadoria** para se chegar ao preço de venda.

**Margem de contribuição é o lucro efetivo que se tem com a venda de um produto a partir de um determinado preço de venda.**

O Cálculo da Margem de Contribuição é determinado **subtraindo-se custos e despesas variáveis a partir do preço de venda.**

O cálculo do Markup é representado por um **índice sobre o qual a empresa poderá multiplicar o custo de aquisição de seus produtos para alcançar o preço ideal de venda.**

## Variáveis para calcular o Markup

O que é Markup, por que é importante conhecer sobre precificação e como realizar a formação do preço de venda de produtos e serviços?



Algumas variáveis devem ser conhecidas para que o Markup seja utilizado no cálculo do preço de vendas (PV) do produto ou serviço:

- Custo da mercadoria vendida
- Impostos sobre a venda
- Comissões
- Custo fixo
- Lucro

## Custo da Mercadoria Vendida

Para encontrar o Custo da Mercadoria Vendida (CMV), basta usar a seguinte fórmula:

**CMV = Custo de aquisição (-) descontos obtidos (-) impostos recuperáveis (+) impostos não recuperáveis (+) fretes (+) seguros (+) outras despesas incidentes na aquisição**

Empresas que trabalham com produção devem considerar o custo dos materiais e da mão de obra direta. Já prestadoras de serviços devem utilizar o custo do serviço prestado (CSP), considerando o custo da mão de obra direta e os materiais necessários.

## Impostos sobre a venda

Para calcular o Custo da Mercadoria Vendida é preciso atentar-se ao **Regime Tributário** da empresa, o qual exerce influência direta na incidência de débito e crédito de ICMS.

Lembrando que o Regime pode ser: Lucro Real, Lucro Presumido ou Simples Nacional.

Para encontrar o percentual de impostos é preciso somar todos os que incidem sobre as vendas, tais como ICMS, COFINS, IRPJ, CSLL e Simples. A melhor maneira de encontrar esses valores é verificando com a área fiscal o regime de tributação que sua empresa está enquadrada e quais alíquotas incidem sobre o faturamento.

Acha tributação nas empresas um bicho de sete cabeças? Simplifique isso com nosso infográfico raio x dos impostos na sua empresa

Já que falamos em Planejamento Tributário, que tal acessar nosso guia completo para planejar e reduzir os custos tributários de sua empresa? Para fazer o download, é só clicar na imagem:



Neste e-book sobre Planejamento Tributário apresentamos tudo que você precisa saber sobre cada regime de tributação, tabelas com os percentuais aplicáveis, regras e exceções, além das vantagens e benefícios de cada um dos regimes.

## Comissões

Percentual sobre a venda pago aos profissionais de vendas.

## Custo Fixo

Custos Fixos não têm relação direta com as vendas. Em outras palavras, não variam com o volume produzido ou vendido. Ou, ainda, custos fixos são os desembolsos relacionados à área produtiva e que ocorrem independentemente do volume de produção como salários da operação, manutenção de máquina, etc.

Caso você queira saber mais sobre custos fixos, recomendamos a leitura do artigo Custos x Despesas – Saiba a diferença.

## Lucro

O percentual de lucro que sua empresa deseja obter em cada venda.

## Vamos ao que interessa! Formação do preço de

## venda com Markup?



A precificação de venda deve ser suficiente para cobrir custos, despesas e impostos e, ao final, gerar um lucro na venda. Desta forma, podemos imaginar uma estrutura na qual o preço é igual a somatória de todos os elementos (inclusive o lucro).

Antes de irmos para o cálculo de Markup, precisamos relembrar alguns conceitos importantíssimos na formação do preço de venda:

**Despesas fixas:** são gastos que não possuem nenhuma relação com o custo do produto (seja a produção ou compra de mercadorias), ou seja, independentemente das vendas mensais ou dos custos de produção, as despesas classificadas como fixas permanecerão a mesma. Tipos de despesas fixas incluem aluguel, taxas bancárias, seguros e outros. Como você pode ver, são despesas incorridas mesmo se a empresa não vender nada em um mês ou ficar no prejuízo. Isso faz sentido, já que o valor de aluguel, por exemplo, não depende do que a organização produziu no mês.

**Despesas variáveis:** são gastos relativos à produção (não confundir com custo). São assim chamadas justamente porque o valor gasto com elas é variável e seu valor total muda conforme as vendas, produção ou alguma outra atividade da empresa. Dizemos que as Despesas Variáveis estão “no meio do caminho” entre ser um Custo e uma Despesa (não deixe de ler Custos x Despesas - Saiba a diferença). Isso porque, por não estarem atreladas diretamente à produção e nem à quantidade vendida de produto se comportam como Despesas, mas ainda possuem forte relação com as atividades de produção e vendas. Como exemplos de tipos de Despesas Variáveis podemos citar os fretes pagos pela entrega dos produtos aos clientes, gastos de combustível dos veículos utilizados pela força de vendas, embalagens, comissões de venda, energia elétrica etc.

**Custo direto:** valor despendido para a aquisição ou produção de um dado produto.

**Margem de lucro estimada:** parcela que se espera que sobre após todos os custos e



despesas serem pagas, ou seja, o quanto são superados os custos e despesas somados para que a empresa lucre. Ressaltamos que para trabalhar com uma margem de lucro positiva na elaboração do preço de venda é necessário saber antes o custo de produção ou de compra dos produtos e serviços que estão sendo comercializados.

## Calculando o preço de venda por Markup

Primeiro passo em como calcular Markup, deve-se identificar os percentuais das Despesas Fixas (DF), Despesas Variáveis (DV) e o Lucro Presumido (LP). Os percentuais são aplicados do Markup Divisor, na fórmula:

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

Do resultado dessa fórmula teremos o índice Markup multiplicador, o qual será multiplicado sobre o Preço de Custo ou Custo de Mercadoria Vendida (CMV) do produto. Com isso, será encontrado o preço de venda dessa mercadoria para que possa valer a pena sua comercialização.

Para exemplificar, imagine um produto cujo preço de aquisição para a empresa seja de R\$ 25,00. As Despesas Fixas somam 5% no custo unitário e as Despesas Variáveis somam 10%. Busca-se um Lucro Presumido de 25%.

Aplicando o Markup divisor, de acordo com a fórmula:

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

$$100 / 100 - (10 + 5 + 25) = 100 / 60 = 1,67$$

O índice do Markup multiplicador encontrado é usado no Custo de Mercadoria Vendida:

$$R\$25 \times 1,67 = R\$ 41,66.$$

Com esse resultado entendemos que o produto terá que ser vendido a **R\$ 41,66** para **alcançar a margem de lucro estimada e superar custos variáveis e fixos.**

## Conclusão

É mais do que sabido que o **preço cobrado a seus clientes terá um efeito direto no sucesso do seu negócio.** Exatamente por isso que precificação é um assunto importantíssimo e que deve ser feito com calma e atenção. Uma das maneiras de formação de preço de venda com base nos custos é o **Markup.**

O Método Markup nada mais é do que um **índice multiplicador aplicado sobre o custo de um produto e/ou serviço para a formação do preço de venda.** Ele é composto pelas

despesas fixas, despesas variáveis e pela margem de lucro estimada, assim, **cobre todos os custos e despesas, e garante a lucratividade que se espera.**

Aliás, estar de olho na lucratividade é não deixar de lado a Gestão Orçamentária. Existem vários modelos e metodologias de Gestão Orçamentária e é fundamental entender qual a mais adequada para sua empresa. Para ajudar com este desafio, preparamos um e-book com as 8 principais metodologias e práticas orçamentárias mais utilizadas pelo mercado, incluindo:

- Orçamento Estático
- Orçamento Flexível
- Orçamento Contínuo
- Orçamento Revisado (Forecast)
- Orçamento Base Zero (OBZ)
- Orçamento Base Histórico
- Orçamento Matricial
- Orçamento Colaborativo (Descentralizado)

Para saber mais, clique na imagem e acesse o e-book **Definindo a metodologia de Gestão Orçamentária ideal para sua empresa:**



Esperamos que esse artigo sobre a fórmula Markup tenha sido útil para você. Conte-nos o que achou e compartilhe também algo mais que possa ser interessante sobre Preço de Venda por Markup. Fique à vontade também para compartilhar esse artigo aos seus colegas!

---

*Também publicado em Medium.*

**Precisando planejar o resultado financeiro da sua empresa? Conheça nossas soluções!**

**Quero falar com um especialista!**