

APLICAÇÃO DO ÍNDICE MARKUP DE PRECIFICAÇÃO EM UMA EMPRESA DO RAMO DE COSMÉTICOS

XXXI Encontro de Extensão

Encontros Universitários da UFC 2022

Fabiano Lucas Dias Araujo, Marcelo Araújo de Negreiros Filho, Eduardo Henrique Simões de Carvalho, Mauro Vitor da Costa Silva, Victor Nobre Mozer, Maxweel Veras Rodrigues

Com um mercado competitivo e livre concorrência, é necessário traçar estratégias e processos que permitam que a empresa possa se destacar em relação às outras. A partir disso, um fator muito importante responsável, na maioria das vezes, pela escolha do cliente, é o preço do produto ou serviço ofertado pela organização. Portanto é necessário que a empresa faça uma precificação que permita cobrir os gastos da empresa, maximizar o lucro, que seja condizente com poder aquisitivo dos consumidores e competitivo em relação ao mercado. Diante disso, o presente trabalho se propõe a realizar de forma teórica e prática a gestão de custos em uma empresa de cosméticos recém entrante no mercado do estado do Ceará. A precificação foi realizada “de fora para dentro”, a qual toma como base os custos de mão de obra, matéria prima e custos indiretos para se chegar a um custo unitário. A partir disso, estima-se um lucro desejável para se somar ao produto. Por fim, chegaremos ao custo final do produto e pode-se comparar o preço que será praticado com os preços comuns de mercado, para assim entender se o preço está competitivo ou não. Essa precificação busca também encontrar tanto o índice multiplicador markup quanto o divisor para facilitar na formação de preço. A operacionalização da gestão de custos das operações da empresa de forma integrada e simulada possibilitou que os gestores conhecessem como os custos indiretos de fabricação e as despesas fixas impactam nos resultados, além de visualizar as margens de contribuição dos produtos e o lucro resultante da empresa.

Palavras-chave: Precificação. Markup. Custeio variável.