

CENTRO UNIVESITÁRIO UNIFACVEST  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
JASIELE MARIANE DE AGUIDA DE OLIVEIRA

**A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO MARK-UP PARA A  
FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO DE CASO COM  
UM MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) DE LAGES-SC**

LAGES

2023

JASIELE MARIANE DE AGUIDA DE OLIVEIRA

**A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO MARK-UP PARA A  
FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO DE CASO COM  
UM MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) DE LAGES-SC**

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
ao Centro Universitário UNIFACVEST como  
parte dos requisitos para a obtenção do grau  
de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aluno(a): Jasiele Mariane de Aguida de  
Oliveira

Orientadora: Me. Amanda Miranda Silva

LAGES

2023

JASIELE MARIANE DE AGUIDA DE OLIVEIRA

**A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO MARK-UP PARA A  
FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO DE CASO COM  
UM MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) DE LAGES-SC**

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
ao Centro Universitário UNIFACVEST como  
parte dos requisitos para a obtenção do grau  
de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aluno: Jasiele Mariane de Aguida de Oliveira

Orientadora: Me. Amanda Miranda Silva

Lages, SC \_\_\_/\_\_\_/2023. Nota \_\_\_ \_\_\_\_\_  
(data de aprovação) (assinatura do orientador do trabalho)

\_\_\_\_\_  
(Coordenadora do curso de graduação, nome e assinatura)

# **A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO MARK-UP PARA A FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO DE CASO COM UM MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) DE LAGES-SC**

Jasiele Mariane de Aguida de Oliveira<sup>1</sup>

Amanda Miranda Silva<sup>2</sup>

## **RESUMO**

Atualmente ter uma boa estrutura no momento de precificação é essencial para obter melhores resultados. Este trabalho de contabilidade de custos, aborda como enfoque a importância de identificar uma maneira eficaz a ser seguida no momento de formar o preço de venda de um bem/serviço para micro e pequenas empresas, tendo como principal intuito relatar as vantagens na utilização do markup. O estudo tem como objetivo geral relatar as vantagens na utilização do markup. A metodologia deu-se através de análises no ambiente, pesquisas bibliográficas, afim de auxiliar o microempreendedor na tomada de decisões no momento de elaborar o preço final. Na micro empresa foi possível identificar uma deficiência de dados no momento de precificação. Por meio da pesquisa foi possível compreender melhor os fatores que envolvem a formação de preço no ambiente interno, foi possível através deste estudo auxiliar a empresa a melhorar nos pontos que estavam sendo falhos.

Palavras-chave: Preço. Resultados. Empresa.

## **ABSTRACT**

Currently, having a good structure when pricing is essential to obtain better results. This cost accounting work focuses on the importance of identifying an effective way to be followed when forming the selling price of a good/service for micro and small companies, with the main purpose of reporting the advantages of using the markup.

---

1Acadêmico(a) do Curso de Ciências Contábeis, 8ª fase do Centro Universitário UNIFACVEST.

2Graduada em Ciências Contábeis, Especialização em Gestão e Finanças, Mestre em Ambiente e Saúde, Prof.<sup>a</sup> e Orientadora do Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário UNIFACVEST.

The study was carried out through analyzes in the environment, bibliographic research, in order to assist the microentrepreneur in decision making when preparing the final price. In the micro company it was possible to identify a data deficiency at the time of pricing. In the micro company was possible to better understand the factors that involve the formation of price in the internal environment, it was possible through this study to help the company to improve in the points that were being flawed.

**Keywords:** Price. Results. Companyde

## 1 Introdução

Toda empresa com fins lucrativos precisa estar atenta no momento de precificar seus produtos/serviços, é necessário agregar conhecimentos afim de garantir o sucesso e a sustentabilidade do negócio, atualmente o conhecimento de custos é crucial para a formação do preço.

A contabilidade de custos adota formas diferenciadas que auxiliam na tomada de decisões, trazendo diversos estudos que comprovam a eficiência, quando se coloca em pratica a forma mais adequada para tal atividade e local, dentre elas podemos destacar o mark-up. Há muita competitividade no ramo empresarial atualmente, dessa forma é importante que as empresas estejam preparadas para realizar de forma eficaz a precificação, atendendo as necessidades de seus consumidores.

Este estudo tem como objetivo relatar as vantagens na utilização do markup, apontando os fatores que influenciam no momento de precificar, afim de atender as expectativas da empresa e as exigências dos consumidores relativas a preço e concorrência.

A metodologia deste trabalho deu-se através de buscas bibliográficas, observações *in loco*, materiais já existentes como artigos, sites, livros e revistas que trazem embasamento e esclarecimentos sobre o tema em questão, trazendo entendimento.

O trabalho em questão apresenta os fatores que influenciam a formação de preço dentro de uma MEI, destacando a importância do markup no momento da

precificação, visa também mostrar importantes pontos que criam vantagens no mercado. Sendo importante o conhecimento de seus custos para gerir melhor um negócio.

### 1.1 Objetivo Geral

Relatar as vantagens na utilização do markup.

### 1.2 Objetivos Específicos

1. Conceituar diferenças entre custos e despesas.
2. Descrever características da precificação.
3. Compreender os benefícios da utilização do markup.

## 2 Fundamentação Teórica

Para iniciar este trabalho é imprescindível entender a importância dos fatores que envolvem a formação do preço. Segundo Megliorini (2012, p. 231) a empresa deve reconhecer que:

[...] o preço está sujeito a aspectos que fogem ao controle da empresa, como as regulamentações governamentais, o avanço tecnológico, a obsolescência, a mudança de gosto do consumidor, os preços da concorrência, entre outros. Assim, decidir o preço de um produto envolve muito mais que simplesmente efetuar cálculos.

A formação do preço de venda é um processo fundamental para qualquer empreendimento, especialmente para microempreendedores, visando compreender tudo que envolve a formação do preço de venda. O autor Dutra (2010, p. 17) classificou:

Custo é a parcela do gasto que é aplicada na produção ou em qualquer outra função de custo, gasto esse desembolsado ou não. Custo é o valor aceito pelo comprador para adquirir um bem ou é a soma de todos os valores agregados ao bem desde sua aquisição, até que ele atinja o estágio de comercialização. Despesa é a parcela do gasto que ocorre desligada das atividades de elaboração dos bens e serviços. São os gastos incorridos durante as operações de comercialização. Ela é representada pelo consumo de bens e serviços em decorrência direta e indireta da obtenção de receitas. Tecnicamente, a parcela ou a totalidade do custo que integra a produção vendida é uma despesa, tenha ela ligação ou não com as atividades de elaboração de bens e serviços.

Após a definição dos aspectos que envolvem preço, as empresas precisam se adequar as variações buscando conhecer melhor as influências da precificação e ter preços competitivos para se manter no mercado, deve-se reconhecer que a falta de conhecimento pode ser crucial para a sobrevivência da empresa como destaca a pesquisa feita pelo Sebrae (2022, p. 01):

Ainda estudando a pesquisa feita pelo Sebrae 77% dos microempreendedores nunca fizeram qualquer treinamento em finanças para gerir um negócio. Ou seja, a falta de conhecimento e a desorganização das finanças são motivos que levam as empresas a não resistirem no mercado.

Para Berto; Beulke (2013, p. 1.3) o preço atua como um dos principais fatores na escolha dos consumidores como colocou: “[...] o consumidor, de modo geral, compra um produto/mercadoria/serviço se o preço justificar a satisfação obtida com sua compra.”

Nesta busca o consumidor tende a procurar a melhor oferta para o que procura, não apenas de preço, mais também de qualidade.

O consumidor de modo geral busca um equilíbrio entre preço e produto. Como nota Wernke, (2018, p.1): “[...] No início deste século, porém, o consumidor brasileiro passou a ter um referencial, quanto aos preços de mercado, podendo comparar produtos similares.”

Neste contexto pode-se acrescentar que:

[...]. Uma fixação ineficaz de preços pode impedir que a empresa obtenha resultados financeiros, apesar dos esforços despendidos com os outros elementos de marketing. Existem muitas empresas que não manipulam bem os seus preços, mas outras cometem erros simples, porém fatais. (BERTO; BEULKE, 2013,p.1.3).

A partir do conhecimento dos fatores que envolvem a formação do preço de venda é necessário compreender a função do markup. Como nota Borges, (2018, p.391): “[...] O mark-up é o preço mínimo suficiente para pagar todos os custos de um produto (diretos e indiretos), despesas, impostos e lucro desejado na venda.”

O markup é representado por duas maneiras distintas de efetuar o cálculo, porém ambos possuem a mesma finalidade, e resultam no mesmo valor final, como colocado pelo site SEBRAE, (2023, p.1): “[...] as diferenças entre markup multiplicador e divisor se dão pela metodologia de cálculo.”

As fórmulas para a utilização do markup são representadas como divisora e multiplicadora como mostra:

### Quadro 01- Fórmulas para cálculo do markup:

markup multiplicador = $\frac{100}{(100 - \%DV + \%CF + \%DF + \%ML)}$	Markup divisor= $1 - (\%DV + \%CF + \%DF + \%ML/100)$
Onde: DV= Despesas Variáveis; CF= Custos fixos; DF=Despesas fixas; ML=Margem de lucro.	

Fonte: Adaptado RIBEIRO (2017)

O markup é uma ferramenta que auxilia na tomada de decisões, porém para adotar preços adequados é preciso conhecer o mercado e a concorrência. Como colocou a autora Borges, (2018, p.488): “[...] é preciso também fazer uma avaliação do mercado para saber se a empresa realmente tem condições de competir com determinado produto.”

Após compreender essas informações, observa-se que fixar o preço para vender serviços/produtos e mercadorias pode ser crucial para a prosperidade e sobrevivência do negócio:

O preço deve ser analisado sob a ótica do cliente, pois é ele que decide de quem comprar, quando comprar e a que preço comprar. Para isso, compara as diferentes ofertas que recebe para o mesmo produto ou serviço. Assim, qualquer tentativa de aumento de preço deve considerar cuidadosamente a possibilidade de o cliente decidir experimentar o produto ou serviço do concorrente, e que gera a possibilidade da substituição (PEREIRA; BISPO, 2019, p. 92).

Compreende-se que o preço de venda de um bem ou serviço deve cobrir todos os custos e despesas. Pereira, (2021, p. 80) diz: “Esse é um trabalho técnico e um fator determinante para se tomar decisões relativas a formação do preço de venda.”

Pode-se ressaltar que uma particularidade do MEI é a não obrigatoriedade do contador, entretanto é de suma importância pois pode usar com sabedoria todo seu conhecimento:

A função básica do contador é produzir informações úteis aos usuários da Contabilidade para a tomada de decisões. Ressaltamos, entretanto, que em nosso país, em alguns segmentos de nossa economia, principalmente na pequena empresa, a função do contador foi distorcida (infelizmente), estando voltada exclusivamente para satisfazer às exigências do fisco. (MARION, 2009, p.27)

O Microempreendedor Individual, usufrui de benefícios exclusivos relacionados a carga tributária como destaca o texto divulgado pelo site Jucepar, (2023, p.01): “[...]”



O pagamento do MEI corresponde a 5% do salário mínimo, R\$ 1,00 de ICMS, caso seja contribuinte desse imposto e/ ou R\$ 5,00 (cinco reais), a título de ISS, caso seja contribuinte desse imposto.”.

Com auxílio de um profissional, os microempreendedores individuais poderão encontrar a forma mais adequada de formar seus preços. Para o setor de comércio, em especial onde foi realizada o estudo, nota-se que para alcançar com êxito o objetivo é imprescindível conhecer seus custos, despesas, seu público alvo, e os concorrentes, para então chegar a uma forma ideal de calcular e realizar a precificação.

### **3 Material e Métodos**

Para realização da pesquisa foi desenvolvido um estudo em materiais como sites, pesquisas bibliográficas, coleta de dados investigativa dentro de uma microempresa individual MEI para identificar a composição da formação de preço, destacando o conhecimento dos fatores significativos para tal conclusão. Sendo assim, buscou-se referências através de uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo bibliográfico e práticas para embasamento da pesquisa, utilizou-se quadro para organizar e expor as vantagens da utilização do mark-up.

### **4 Resultados e Discussão**

Conforme o já exposto acima, para utilizar o markup é fundamental destacar que o conhecimento dos custos e a decisão a se aplicar no momento da definição de preços é crucial para auxiliar na gestão financeira da empresa, como destacou:

O conhecimento e a aplicação das técnicas de análise que serão apresentadas deve ser uma preocupação constante dos gestores, pois, eles devem avaliar, no lucro, os reflexos da variação do volume de produção e vendas e dos custos fixos e variáveis. A significativa influência das variações de custos fixos e variáveis sobre os preços de venda fica clara no estudo dos conceitos de custo, volume e lucro. (LUZ, 2020, p. 59).

Conforme a pesquisa realizada na micro empresa individual MEI, foram analisados os benefícios que o método de precificação markup agrega no momento de definir o preço final como o ganho de eficiência, o uso do mark-up pode ajudar a empresa a ter resultados positivos em sua gestão financeira, pois oferece diferentes formas de calcular o preço atendendo suas necessidades como nota:

Para o cálculo do mark-up, são utilizados os valores de impostos, despesas e margem de lucro desejada, transformados em percentuais das vendas. O cálculo pode ser dividido em dois estágios: - Mark-up 1: índice que considera somente as despesas, como administrativas, comerciais, marketing, o custo financeiro, os impostos sobre o lucro e a margem de lucro. –Mark-up 2: índice que considera somente os impostos incidentes sobre as vendas, como ICMS, PIS, COFINS E ISS. A divisão em dois cálculos permite conhecer o preço sem os impostos sobre vendas e os preços com a inclusão deles. Caso a empresa venda seus produtos ou serviços para estados ou municípios com alíquotas de impostos diferentes, poderá determinar com o mark-up 1 o preço base a ser praticado e, posteriormente, de acordo com a carga tributária específica para aquele estado ou município, incluir os impostos com o mark-up 2. (SILVA; CARBRECHT, 2020, p. 68).

Assim, o markup ajuda a empresa a levar em conta todos os custos envolvidos na comercialização de seu produto ou serviço, pois pode ser calculado de forma ampla considerando também o ambiente externo como mostra a publicação:

Usar o markup para precificar os seus produtos proporciona uma visão mais ampla da sua empresa em relação aos concorrentes. Assim, você consegue praticar preços que não estejam muito descolados da média geral. Lembre-se de que a lucratividade é o principal. Por isso, o objetivo do markup não é ser o mais barato, mas ter um referencial preciso para que o empreendedor entenda onde ele quer colocar a sua companhia na competição. (SEBRAE, 2023, p. 01).

Contudo, o cálculo do preço de venda por markup ajuda a precificar corretamente os produtos e serviços. Isso evita problemas com margens de lucro abaixo do esperado ou até mesmo que os preços praticados fiquem acima do esperado ou que possam afastar os clientes, tendo o mark-up como ferramenta de fácil utilização como aponta pesquisa:

Uma das principais vantagens desta metodologia é que, como ela é muito simples, é possível estabelecer uma política de descontos ao determinar diferentes markups para um mesmo produto. Por exemplo: um produto pode ter um markup de 100% para o preço regular, mas pode ser de 90% para pagamento à vista ou de 80% para compras acima de “X” unidades. (IMPULSO CONSULT, 2020, p. 01).

Assim, pode-se concluir que o conhecimento da saúde financeira da empresa é fundamental para sobrevivência do negócio, escolher a forma ideal de precificar é essencial na rotina segundo o SEBRAE (2022, p. 01):

[...]o conhecimento básico sobre seu negócio e o uso das ferramentas de finanças são de extrema importância para a estabilidade de uma empresa. Organizando-se para colocar em prática os conhecimentos mencionados, se tornará possível ter um controle financeiro maior e, conseqüentemente, melhores resultados como MEI.

Além de todo estudo bibliográfico sobre o markup já expostos foi possível identificar as vantagens que a utilização do método agrega no momento da precificação, como demonstra o quadro abaixo:

**Quadro 02- Vantagens na utilização do mark-up**

<b>Ganho de eficiência:</b>	O uso do markup pode ajudar a gestão financeira da micro empresa individual MEI, oferece praticidade ao gerenciar os custos e preços.
<b>Maior competitividade:</b>	Pois pode ajustar seus preços de acordo com os custos e a concorrência.
<b>Transparência financeira:</b>	Visa cobrir custos e despesas, além de incluir a margem de lucro no preço.
<b>Precificação correta:</b>	Evita problemas como margens de lucro abaixo do esperado, ou preços muito altos que afastam os clientes.

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O processo de precificação varia de acordo com o tipo de produto ou serviço, assim como o mercado em que é comercializado, conhecer todos seus custos é de suma importância, tanto quanto os seus processos. Portanto, realizar uma análise detalhada antes de definir o preço final é importante, conforme o autor Dutra (2010, p. 23) colocou:

[...] são os necessários a movimentação, controle e distribuição dos produtos, desde sua compra e pagamento aos fornecedores até a distribuição e recebimento dos clientes, como por exemplo embalagem de expedição, fretes, alugueis de depósitos e lojas, propaganda, comissões e etc.

Assim, pode-se concluir que para definir o preço ideal de cada produto é necessário conhecer todos os custos, e margens de lucro desejada para cada item, considerando que a finalidade de toda empresa comercial é trazer benefícios significativos para a gestão financeira do negócio, como notou:

[...] os preços são calculados de dentro da empresa para fora, uma vez que o ponto de partida é o custo do bem ou serviço, apurado segundo um dos métodos de custeio, agregando-se uma margem denominada mark-up, a qual deve ser estimada para cobrir os gastos não inclusos no custo, os tributos e comissões incidentes sobre o preço e o lucro desejado pelos administradores. (SOUZA; BORINELLI, 2009, p. 160).

Desta forma, constata-se que a precificação eficaz auxilia as micro empresas individuais MEIs a se posicionar de forma competitiva no mercado, oferecendo

produtos ou serviços com preços justos e atrativos para o público alvo. E aumentar a satisfação dos clientes com produtos ou serviços e mitigar os riscos financeiros, a empresa pode destacar-se no mercado, .

## **5 Considerações Finais**

Esta pesquisa teve como principal objetivo relatar as vantagens na utilização do mark-up, visando uma melhoria na saúde financeira do MEI, averiguou-se diversos benefícios que apontam que a precificação é um fator determinante para sobrevivência do negócio.

A técnica do mark-up consiste em adicionar um percentual definido previamente como margem de lucro ao custo do produto, Esse cálculo é feito considerando todos os custos e despesas envolvidas no processo de produção ou comercialização, como materiais, salários, energia elétrica, impostos, entre outros. Atualmente o mark-up é uma importante ferramenta para auxiliar pequenos e médios negócios a calcular seus preços, pois leva em consideração os diversos tipos de custos e margens de lucros, visa atender à necessidade que cada item possui para cobrir seus custos, e assim gerar lucro.

Por meio de uma precificação adequada, as micro e pequenas empresas podem se posicionar de forma competitiva no mercado, oferecendo produtos ou serviços com preços justos e atrativos para seu público, ao aumentar a satisfação do cliente com seus produtos ou serviços e diminuir os riscos financeiros, a empresa pode destacar-se ainda mais no seu nicho.

Além disso pode-se destacar que precificar é um processo contínuo, por isso adequar-se ao processo exige um acompanhamento constante de variáveis como custos, preços da concorrência, demanda de mercado, entre outros. Conclui-se que adotar preços adequados e justos pode ser um fator decisivo para a sobrevivência de uma empresa, além de gerar um retorno equilibrado e sustentável para o negócio.

## **Referências**

BERTO, D. J.; BEULKE, R. **Precificação**.2. ed. São Paulo: SARAIVA, 2013.

BORGES, Ana. **Contabilidade de custos**. 1. ed. Érica, 2018.

DUTRA, René Gomes. **Custos uma abordagem prática**. 7. ed. Atlas, 2010.

IMPULSO CONSULT. Impulso Consultoria. **Vantagens e desafios da precificação por markup**.

Disponível em: <<https://www.impulsoconsult.com.br/vantagens-desafios-da-precificacao-por-markup/>>

JUCEPAR. Junta Comercial do Estado do Paraná. **Micro empreendedor individual-MEI**.

Disponível em <<https://www.juntacomercial.pr.gov.br/Pagina/MICRO-EMPREENDEDOR-INDIVIDUAL-MEI/>>

LUZ, Érico Eleuterio. Contabilidade de custos. 1 ed. Curitiba: Iesde Brasil, 2020.

MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 15 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

NAGLE, T. T.; HOGAN, J. E. **Estratégia e táticas de preço**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PEREIRA, A. S.; BISPO, P. L. **Custos e formação de preços**. 1. ed. Curitiba: Iesde Brasil, 2019.

PEREIRA, Mércia de Lima **Gestão de custos e preços**. 1. ed. Curitiba: Inter saberes, 2021.

RIBEIRO, Osni Moura **Contabilidade de Custos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2022) **Como a gestão financeira pode ajudar o MEI**.

Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-a-gestao-financieira-pode-ajudar-o-mei,eb6d16ba3f862810VgnVCM100000d701210aRCRD>>

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2023) **Descubra o que é markup e como calcular qual o ideal**.

Disponível em: < <https://blog.sebraealagoas.com.br/gestao/descubra-o-que-e-markup-e-como-calcular/>>

SILVA, E. J.; CARBRECHT, G. T. **Gestão e controle de custos**. 1. ed. Curitiba: Iesde Brasil, 2020.

SOUZA, B. C.; BORINELLI, M. L. **Controladoria**. 1. ed. Curitiba: Iesde Brasil, 2009.

WERNKE, R. **Análise de custos e preços de venda**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2018.