

Mark-up como método de precificação aplicado a uma microempresa de produção de alimentos da culinária oriental na cidade de Ji-Paraná/RO

Larissa Moura de Carvalho^{1*}, Elias Caetano da Silva², Helionai M. Rodrigues³

¹Acadêmica do curso de Ciências Contábeis – Centro Universitário Afya, Ji-Paraná – RO, Brasil – Email: larissajipa@hotmail.com

²Prof. Coorientador Esp. em Administração Pública pela Universidade Federal de Rondônia. Docente na Afya Centro Universitário Ji-Paraná - RO. Email: eliascaetano@hotmail.com

³Prof. Esp do dep. ciências contábeis do centro universitário Afya Ji-Paraná, RO e-mail. helionaimr@gmail.com

1. Introdução

A correta formação do preço de venda é um dos fatores cruciais para a sustentabilidade de qualquer negócio, especialmente no contexto das microempresas do setor alimentício.

A ausência de critérios técnicos para a precificação pode comprometer significativamente os resultados financeiros, dificultando a obtenção de lucro e a permanência no mercado. Diante desse cenário, a contabilidade gerencial desempenha um papel estratégico ao oferecer ferramentas capazes de auxiliar na tomada de decisão, como os métodos de custeio e de precificação.

A pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem mista, integrando dados qualitativos e quantitativos, e fundamenta-se no método dedutivo. A escolha metodológica busca oferecer uma compreensão ampla e fundamentada sobre o processo de precificação e seus impactos na gestão empresarial.

Assim, parte-se da seguinte problemática: como a aplicação do método de precificação *Mark up* pode possibilitar a definição do preço de venda em uma microempresa de produção de alimentos da culinária oriental?

Diante desse cenário, este estudo tem como propósito aplicar o método de precificação *Mark up* como instrumento de avaliação comparativa dos preços de venda dos três produtos mais vendidos por uma microempresa do ramo alimentício voltada à culinária oriental.

Para alcançar esse propósito, buscou-se identificar os custos e despesas relacionados à produção dos alimentos, comparar os preços obtidos pelo método *Mark up* com os valores praticados pela empresa e, a partir dessa análise, propor possíveis ajustes no processo de

precificação, de modo a contribuir para a viabilidade econômica e o equilíbrio financeiro da empresa.

Este estudo justifica-se pela necessidade de demonstrar a vantagem da aplicação desse método como ferramenta eficaz para assegurar que os preços praticados cubram todos os custos e despesas envolvidos na gestão, além de permitir a margem de lucro desejada.

Desta forma, o trabalho busca evidenciar como o uso de um método técnico de precificação pode oferecer maior segurança na gestão financeira e servir como suporte para decisões estratégicas em microempresas do setor alimentício.

2. Metodologia

Segundo Lakatos (2021, p. 93) o método científico é o “conjunto das atividades sistemáticas e racionais” que proporciona atingir o objetivo de desenvolver conhecimentos válidos e verdadeiros, de forma segura e econômica, estruturando o caminho a ser percorrido, evidenciando erros e contribuindo para as decisões.

Diante disso, esta pesquisa foi estruturada de forma organizada para alcançar seus objetivos, utilizando métodos adequados à realidade estudada.

Este estudo está inserido na área de conhecimento da Contabilidade, que é considerada uma ciência social aplicada, mais especificamente na Contabilidade Gerencial e de Custos, com foco na aplicação do método de precificação *Mark up*.

2.1 Tipo de Estudo

A pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem mista, integrando dados

qualitativos e quantitativos, e fundamenta-se no método dedutivo.

Segundo Gil (2022, p. 41), a pesquisa exploratória tem a finalidade de proporcionar maior proximidade com o problema, a fim de torná-lo mais compreensível e a partir disso desenvolver hipóteses. A pesquisa descritiva tem o objetivo de descrever as características de um determinado fato.

Neste contexto, os métodos escolhidos serão utilizados para ampliar o conhecimento sobre a aplicação do método de precificação *Mark-up*, detalhar como o método é aplicado na prática e quais são os resultados obtidos a partir da sua utilização no processo de formação do preço de venda.

De acordo com Alves e Silva (2022), o *Mark up*,

trata de um índice que será aplicado para chegar ao preço de venda ideal de cada produto, garantindo que todos os custos e despesas atribuídos ao produto durante sua cadeia de produção até as vendas estejam embutidos ao seu valor final de forma benéfica para a empresa, permitindo um melhor gerenciamento de vendas.

2.2 Local e Período do Estudo

O estudo foi realizado em uma microempresa de produção de alimentos da culinária japonesa, localizada na cidade de Ji-Paraná/RO, escolhida com o objetivo de auxiliar na precificação correta de seus produtos. O período da pesquisa abrangeu entre os meses de fevereiro a setembro de 2025.

2.3 População e Amostra

O estudo foi desenvolvido em uma microempresa do setor alimentício, especializada na produção de pratos da culinária japonesa. A empresa atua na preparação e venda de produtos como sushi, poke e yakisoba, sendo reconhecida na região pela qualidade dos alimentos oferecidos. Seu modelo de operação é voltado para o sistema *delivery*, atendendo aos pedidos por meio de aplicativos.

A escolha da empresa ocorreu de forma intencional, tendo em vista a dificuldade encontrada na definição dos preços de venda de seus produtos, o que motivou a realização do estudo. A empresa está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional.

2.4 Instrumentos de Coleta de Dados

A coleta de dados foi realizada por meio de observação direta das atividades da empresa e análise de

documentos internos, como notas fiscais de compra e relatórios de vendas.

Os dados foram organizados em planilhas digitais no programa Excel, o que possibilitou a aplicação do método *Mark up* na precificação dos produtos, uma vez que foi possível identificar e reunir todos os custos e despesas envolvidos no processo produtivo.

2.5 Procedimentos para Coleta de Dados

A coleta de dados ocorreu dentro da própria empresa, por meio da observação direta, acompanhando a preparação dos itens escolhidos (poke, hot roll e yakisoba) para aplicação do método de precificação *mark-up*.

Além disso, foram analisados os documentos disponibilizados pela empresa, tais como: as notas fiscais de compras, folha de pagamento, documentos de arrecadação de tributos e os relatórios de vendas.

O tempo médio de coleta foi de aproximadamente um mês, variando conforme a atividade observada e a disponibilidade de informações, e foi realizado de forma a não interferir nas operações da empresa. Para garantir a qualidade e a confidencialidade dos dados, todas as informações foram registradas em planilhas digitais no Excel, sem identificar dados sensíveis de clientes ou fornecedores.

2.6 Tratamento e Análise dos Dados

A análise dos dados seguiu uma abordagem mista, combinando métodos quantitativos e qualitativos. Os dados quantitativos, referentes aos custos de produção, despesas e registros de vendas, foram organizados em planilhas digitais no Excel, permitindo cálculos precisos para aplicação do método de precificação *Mark up*.

A análise qualitativa foi realizada por meio de observação direta das atividades da empresa e interpretação de informações obtidas em documentos internos, o que permitiu compreender como os preços são formados, pela própria empresa, e identificar eventuais inconsistências ou oportunidades de melhoria no processo de precificação.

Dessa forma, a análise ocorreu de maneira descritiva, integrando os resultados quantitativos e qualitativos para oferecer uma visão completa do processo de formação de preços e dos impactos das decisões de precificação na gestão da empresa.

2.7 Aspectos Éticos

Foram adotados cuidados para garantir a ética e a transparência da pesquisa, seguindo os princípios da Resolução Nº 466/2012.

A empresa participante autorizou a coleta e o uso das informações, assegurando que todos os dados seriam

tratados de forma confidencial e utilizados exclusivamente para fins acadêmicos. Para preservar sua identidade, a empresa será mantida em anonimato neste estudo.

Todos os registros obtidos, incluindo documentos financeiros e operacionais, foram mantidos em planilhas digitais seguras, sem divulgação de informações sensíveis de clientes, fornecedores ou colaboradores. Dessa forma, foi respeitada a privacidade da empresa e adotadas práticas que asseguram o sigilo e a integridade das informações coletadas.

3. Resultados

Por meio da observação direta e de conversas com a gestora, foi possível identificar que a empresa não realiza o levantamento de custos e despesas para a formação de seus preços de venda. A precificação é feita de forma intuitiva, sem o uso de métodos técnicos, o que pode levar a preços desalinhados e comprometer a lucratividade do negócio.

Devido ao seu sistema de operação por delivery, a empresa utiliza duas plataformas digitais. Com a aplicação do método de precificação *Mark up*, foram analisados três produtos do cardápio: Poke Monte, Yakisoba de Carne e Sushi Hot Roll, considerando as duas plataformas digitais utilizadas.

Para o cálculo do *Mark up*, foram levantados todos os custos relacionados à produção dos produtos, incluindo custos fixos e variáveis, bem como todas as despesas operacionais e administrativas da empresa. Após esse levantamento, foram adicionados os percentuais correspondentes a impostos federais (7,485%) e estaduais (12%), taxa de máquina de cartão (4%) e margem de lucro.

O método de calcular o *Mark up* escolhido foi o divisor, no qual compreende a seguinte fórmula: $Mark\ up\ divisor = 100 - \text{Somatória das \% apuradas (lucro, impostos, despesas, etc.)} / 100$

Para a plataforma iFood®, o produto Poke Monte apresentou um total de custos e despesas de R\$34,80 (trinta e quatro reais e oitenta centavos). Após a aplicação dos percentuais, gerou-se um *Mark up* com coeficiente de 0,49, resultando em um preço de venda calculado de R\$ 70,27 (setenta reais e vinte e sete centavos), valor superior ao praticado pela empresa, que é de R\$ 59,99 (cinquenta e nove reais e noventa e nove centavos) para o mesmo item. Para este item foi utilizada uma margem de lucro de 15%, como pode ser visto na tabela 1.

O item Yakisoba de Carne, com o total de custos de despesas de R\$39,96 (trinta e nove reais e noventa e seis centavos), coeficiente de *Mark up* de 0,54, margem de lucro de 10%, obtendo um preço ideal de venda de R\$73,31 (setenta e três reais e trinta e um centavos), também acima

do valor atual da empresa que é de R\$ 54,99 (cinquenta e quatro reais e noventa e nove centavos), como demonstrado na tabela 1.

Já o item Hot Roll, apresentou um total de despesas e custos de R\$ 15,39 (quinze reais e trinta e nove centavos) (tabela 1), coeficiente de *Mark up* de 0,44, margem de lucro de 20%, totalizando um preço de venda sugerido de R\$ 34,58 (trinta e quatro reais e cinquenta e oito centavos). Assim como os outros itens, o valor obtido está acima do valor praticado pela empresa que é de R\$29,90 (vinte e nove reais e noventa centavos).

Tabela 1 – Resultado preço de vendas, para a plataforma iFood®

Produtos	Cust. e Desp.	%	Mark up	Preços Mark up	Preços empresa
Poke Monte	R\$ 34,79	50,485	0,49	R\$ 70,27	R\$ 59,99
Yakisoba de Carne	R\$ 39,96	45,485	0,54	R\$ 73,31	R\$ 54,99
Hot Roll	R\$ 15,39	55,485	0,44	R\$ 34,58	R\$ 29,90

Fonte: Desenvolvida pela autora, 2025.

Com base nas quantidades vendidas em setembro de 2025, sendo 353 unidades de Poke Monte, 46 unidades de Yakisoba de carne e 270 unidades de Hot Roll, foi elaborado um comparativo entre as receitas calculadas pelo método *Mark up* e as receitas obtidas com os preços utilizados pela empresa, como pode ser observado no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Comparativo da receita mensal: preços praticados x preços calculados pelo método *Mark up*



Fonte: Desenvolvida pela autora, 2025.

Os resultados mostraram que, se os preços sugeridos pelo *Mark up* fossem aplicados, o Poke Monte apresentaria uma receita de R\$ 24.805,31 (vinte e quatro

mil oitocentos e cinco reais e trinta e um centavos), enquanto com o preço praticado o valor seria de R\$ 21.176,47 (vinte e um mil cento e setenta e seis reais e quarenta e sete centavos), gerando uma diferença positiva de R\$ 3.628,84 (três mil seiscentos e vinte e oito reais e oitenta e quatro centavos).

O Yakisoba de carne teria um acréscimo de R\$ 842,72 (oitocentos e quarenta e dois reais e setenta e dois centavos), e o Hot Roll, de R\$ 1.263,60 (mil duzentos e sessenta e três reais e sessenta centavos).

Somando os três produtos, o estudo aponta uma diferença total de R\$5.735,16 (cinco mil setecentos e trinta e cinco reais e dezesseis centavos) na receita mensal, valor que evidencia o impacto positivo da aplicação de uma precificação baseada em critérios técnicos. Dessa forma, o método Mark-up mostrou-se eficiente para a definição de preços de venda mais coerentes com os custos e despesas da empresa, contribuindo para o aumento da rentabilidade e o aprimoramento do processo de tomada de decisão.

4. Conclusão

A partir dos resultados obtidos, verificou-se que a ausência de um controle sistemático dos custos e despesas compromete a definição adequada dos preços de venda. A precificação intuitiva, sem respaldo técnico, pode resultar em margens de lucro reduzidas e em uma percepção incorreta sobre a real rentabilidade dos produtos. Com a aplicação do método de precificação *Mark up*, foi possível identificar valores mais coerentes com a estrutura de custos da empresa, evidenciando que o uso de ferramentas contábeis auxilia diretamente na tomada de decisão gerencial.

Os resultados demonstraram que a aplicação do método proporciona um incremento na receita mensal, mostrando-se uma alternativa viável para o aprimoramento da gestão financeira e para o fortalecimento da competitividade da empresa no mercado. Assim, o estudo reforça a importância da utilização de métodos técnicos de precificação como instrumento de apoio à sustentabilidade e crescimento das microempresas do setor alimentício.

5. Referências

ALVES, Daniela Beatriz; SILVA, Rafael.

CONTABILIDADE GERENCIAL: a importância do mark-up como ferramenta estratégica na formação do preço de venda. v. 1, n. 6, p. 322-336, abril, 2022.

Disponível em:

<https://revistas.unicerp.edu.br/index.php/rumos/article/view/2525-278x-v1n6-6/id84>. Acesso em 24 jun. 2025

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. E-book. pág.32. ISBN 9786559771653. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559771653/>. Acesso em: 24 fev. 2025.

LAKATOS, Eva M. **Técnicas de Pesquisa**. 9. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. pág.26 e 28. ISBN 9788597026610. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026610/>. Acesso em: 24 fev. 2025.