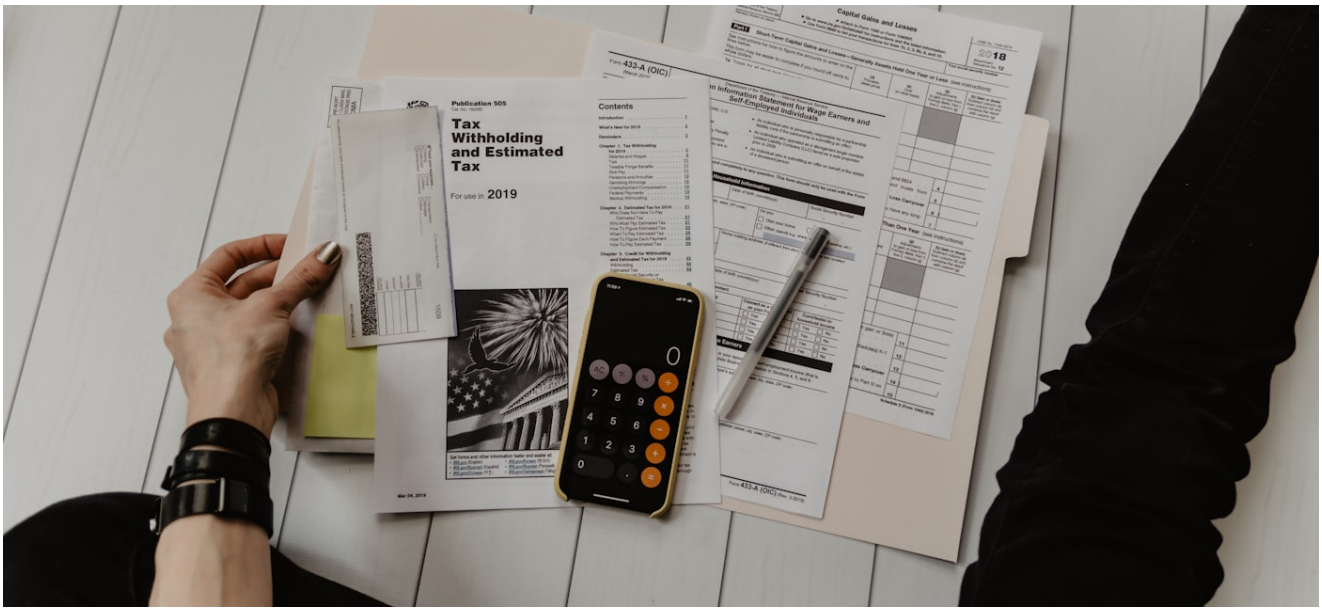
Markup vs margem: a diferença que todo empresário precisa saber

Um empresário achava que tinha 30% de margem quando na verdade tinha só 23%. Veja como entender a diferença entre markup e margem, usar as fórmulas de conversão e calcular os dois na hora.

Autor: Lubor Šimůnek · Publicado: April 20, 2026 · Finanças

Versão online: https://appstoryo.com/pt/blog/markup-vs-margin-difference



A confusão cara entre markup e margem

Imagine que você tem uma pequena loja de e-commerce. Compra um produto por US$ 100 e vende por US$ 130. Você diz a si mesmo que está obtendo uma margem de lucro de 30%. As contas parecem saudáveis, então você cresce, contrata gente e investe em anúncios. Seis meses depois, seu contador traz a má notícia: sua margem de lucro real era de apenas 23,1%, não 30%. Aqueles 6,9 pontos percentuais que faltaram consumiram o lucro previsto e deixaram você correndo atrás para cobrir os custos.

Isso não é hipotético. Acontece todos os dias com empresários que confundem **markup e margem**. Os dois conceitos usam os mesmos valores em dinheiro e ainda assim produzem porcentagens diferentes, e trocá-los leva a produtos mal precificados, lucros superestimados e surpresas dolorosas na hora dos impostos.

Neste guia você vai aprender a **diferença exata entre markup e margem**, ver as fórmulas de conversão, percorrer exemplos reais por setor e descobrir como **calcular a margem de lucro a partir do custo** em segundos. Se quiser a resposta agora mesmo, o PercentSnap (também no Android) tem uma calculadora dedicada de markup e margem que faz a conta na hora, offline, sem anúncios e sem precisar de conta.

Baixe o PercentSnap grátis: iOS | Android

O que é markup?

Markup é a porcentagem que você acrescenta sobre o seu custo para chegar ao preço de venda. Ele responde à pergunta: "Quanto a mais do que meu custo estou cobrando?"

A fórmula é simples:

Markup % = ((Receita - Custo) / Custo) x 100

Vamos a um exemplo. Você compra um produto por US$ 50 e vende por US$ 75. Seu lucro em dinheiro é de US$ 25. Divida esses US$ 25 pelo custo (US$ 50) e multiplique por 100:

Markup = (75 - 50) / 50 x 100 = **50%**

Esses 50% dizem que você cobrou 50% a mais do que pagou. O markup olha para frente: você parte de um custo conhecido e decide quanto acrescentar. Isso o torna a ferramenta natural para **definir preços**. Entre em qualquer showroom atacadista e você ouvirá falar em "keystone markup" (100%) ou "triple key" (200%). Esses são números de markup, não de margem.

Uma variação comum é o uso de uma **calculadora de porcentagem de markup para pequenas empresas**: informe seu custo, informe o markup desejado e obtenha o preço de venda. A fórmula reorganizada para o preço é:

Preço de venda = Custo x (1 + Markup% / 100)

Então, se seu custo é US$ 50 e você quer 50% de markup: US$ 50 x 1,50 = US$ 75.

O que é margem (margem de lucro)?

A margem, especificamente a margem de lucro bruto, é a porcentagem da receita que sobra como lucro depois de cobrir o custo direto do produto. Ela responde a outra pergunta: "De cada real que recebo, quantos centavos são lucro?"

A fórmula é:

Margem % = ((Receita - Custo) / Receita) x 100

Usando os mesmos números de antes, custo de US$ 50 e preço de venda de US$ 75:

Margem = (75 - 50) / 75 x 100 = **33,3%**

Repare na diferença. Mesmo produto, mesmos valores, mas uma porcentagem completamente diferente. Onde o markup dividia pelo custo, a margem divide pela receita. A receita é sempre maior que o custo (supondo que você venda acima do custo), então a margem é sempre um número menor que o markup para a mesma transação.

A margem olha para trás: avalia a lucratividade depois da venda. Quando seu contador fala em "margem bruta" ou quando investidores perguntam sobre suas "margens", é desse número que estão falando. Demonstrações financeiras, referências setoriais e metas de lucro são quase sempre expressas em margens, não em markups.

A diferença crítica (e por que ela custa dinheiro)

É aqui que a coisa fica perigosa. Como os dois números descrevem lucro, muitos empresários os trocam sem perceber. Definem preços com a linguagem do markup ("marquei 30% em cima") e depois reportam a lucratividade com a linguagem da margem ("temos 30% de margem"). Essas duas frases descrevem realidades financeiras bem diferentes.

Vejamos exatamente o quanto diferentes:

- Um **markup de 30%** sobre um custo de US$ 100 dá um preço de venda de US$ 130. O lucro é de US$ 30. A margem é US$ 30 / US$ 130 = **23,1%**.
- Uma **margem de 30%** significa que, para cada US$ 130 de receita, US$ 30 são lucro. Para atingir 30% de margem sobre um custo de US$ 100, você precisaria vender a US$ 142,86 (porque 42,86 / 142,86 = 30%).

Isso é uma diferença de US$ 12,86 por unidade. Multiplique por milhares de unidades e a diferença fica enorme. **Um markup de 50% só resulta em uma margem de 33,3%.** Se você prometeu 50% de margem aos investidores mas na verdade usava 50% de markup, superestimou sua lucratividade em quase 17 pontos percentuais.

A razão central da discrepância é o denominador. O markup usa o custo como base; a margem usa a receita. Como a receita é igual ao custo mais o lucro, a base da margem é sempre maior, e dividir por um número maior sempre produz um resultado menor.

Pense assim: o markup descreve quanto você acrescentou em relação ao que pagou. A margem descreve quanto você fica em relação ao que o cliente pagou. Ambos são úteis, mas não são intercambiáveis.

Tabela de conversão de markup para margem

Em vez de fazer a conta à mão toda vez, use esta tabela de referência. Ela cobre as porcentagens de markup mais comuns e suas margens equivalentes.

Markup %	Margem %
10%	9,1%
15%	13,0%
20%	16,7%
25%	20,0%
30%	23,1%
40%	28,6%
50%	33,3%
75%	42,9%
100%	50,0%
150%	60,0%
200%	66,7%

As fórmulas de conversão por trás desta tabela são:

Margem = Markup / (1 + Markup) (com ambos expressos em decimais)

Markup = Margem / (1 - Margem)

Por exemplo, para **converter markup em margem** com um markup de 50%: 0,50 / (1 + 0,50) = 0,50 / 1,50 = 0,333 = 33,3%.

No sentido inverso, se você quer 40% de margem: 0,40 / (1 - 0,40) = 0,40 / 0,60 = 0,667 = é preciso um markup de 66,7%.

Se preferir não decorar fórmulas, o PercentSnap converte automaticamente. Basta informar custo e preço de venda e ele mostra markup e margem lado a lado.

Baixe o PercentSnap grátis: iOS | Android

Quando usar markup e quando usar margem

As duas métricas têm seu papel, e saber quando recorrer a cada uma deixará sua precificação e seus relatórios mais claros.

Use markup para definir preços (precificação para frente). Você conhece seu custo. Você decide quanto acrescentar. O markup é intuitivo aqui porque a base é o número que você já conhece (o custo). Compradores do varejo, atacadistas e gerentes de compras costumam pensar em markup porque isso se conecta diretamente ao pedido de compra.

Use margem para avaliar a lucratividade (análise para trás). Uma vez registrada a receita, a margem diz que fração dela você guardou. Analistas financeiros, investidores e seu contador pensam em margem porque ela se conecta diretamente à demonstração de resultados e aos benchmarks. Quando alguém diz que um setor trabalha com "margens de 10%", quer dizer que 10 centavos de cada real de receita são lucro.

Na prática, uma empresa bem administrada usa os dois. O time de compras define preços com um markup-alvo, e o time financeiro revisa os resultados com relatórios de margem. O passo crítico é garantir que todos saibam qual número estão olhando.

Exemplos por setor

Varejo e e-commerce

O termo mais comum no varejo é **keystone markup**, que significa dobrar o custo. Um produto que custa US$ 20 no atacado ganha etiqueta de US$ 40. Isso é 100% de markup, mas a margem é de apenas 50%. Varejistas experientes sabem disso e precificam de acordo. A moda rápida pode usar markups de 150-300% (margens de 60-75%), enquanto supermercados trabalham com markups apertadíssimos de 25-50% (margens de 20-33%).

Se você vende na Amazon ou na Shopify, também precisa considerar taxas da plataforma, frete e devoluções antes de fechar seu markup final. Um **markup de varejo** de 100% que parece generoso pode encolher para uma margem de um dígito depois das taxas.

Restaurantes e alimentação

O setor de restaurantes costuma mirar um custo de insumos de 28-35% do preço do cardápio. Invertendo a conta, isso significa que o preço do cardápio é cerca de 3 a 3,5 vezes o custo dos ingredientes, ou um **markup sobre o custo do alimento** de 200-250%.

Por exemplo, se os ingredientes de um prato de massa custam US$ 4, um markup de 250% dá um preço de cardápio de US$ 14. A margem só sobre a comida é (US$ 14 - US$ 4) / US$ 14 = 71,4%. Isso parece espetacular até você incluir mão de obra, aluguel, contas e desperdício, que normalmente consomem outros 55-60% da receita. A margem líquida real da maioria dos restaurantes fica entre 3% e 9%.

É a ilustração perfeita de por que markup e margem precisam ser entendidos no contexto. Um markup de 250% entrega apenas um lucro líquido de um dígito em um setor de custos fixos altos.

Serviços e trabalho autônomo

Para prestadores de serviço, o "custo" é mais difícil de definir porque você vende tempo e conhecimento. Comece pelo seu custo total por hora: salário (ou renda desejada), encargos, plano de saúde, assinaturas de software, depreciação de equipamentos e espaço de escritório. Some tudo e divida pelas horas faturáveis para obter seu custo por hora.

A partir daí, aplique um markup para chegar à sua tarifa. Uma meta comum em agências é um markup de 100-150% sobre o custo de mão de obra, o que se traduz em uma margem de 50-60% sobre a receita de serviços. Freelancers costumam mirar mais baixo, em torno de 50-80% de markup (33-44% de margem), dependendo da pressão competitiva e do valor da especialização.

A percepção-chave: se você calcula sua tarifa usando markup mas seu cliente avalia você pela margem que precisa no projeto, os dois estão certos, mas falando línguas diferentes. Deixe claro qual número está em discussão em qualquer negociação.

Como calcular os dois na hora com o PercentSnap

Se você chegou até aqui, entendeu a teoria. Mas no dia a dia do negócio você precisa de respostas rápidas. Você está no depósito de um fornecedor, um cliente pede um orçamento por telefone ou você está atualizando seus preços na Shopify à meia-noite. Abrir uma planilha toda vez não é prático.

O PercentSnap tem uma **calculadora de markup e margem** dedicada embutida. Veja como funciona:

1. Abra o app e selecione o modo Markup/Margem.
2. Informe seu custo e seu preço de venda (ou informe o custo e o markup desejado para obter o preço de venda).
3. O app mostra na hora a porcentagem de markup e a de margem lado a lado, para você nunca confundir as duas.

Além de markup e margem, o PercentSnap também resolve cálculos de preço promocional e desconto, cálculos de porcentagem reversa (por exemplo, descobrir o preço original antes

do desconto), cálculos de IVA (incluindo IVA reverso) e diferenças em pontos percentuais. Todos os cálculos ficam salvos em um histórico local, você pode fixar resultados importantes para consulta rápida e tudo funciona offline. Não há anúncios, assinaturas nem necessidade de conta. O app suporta 17 idiomas, então serve também para equipes internacionais.

Baixe o PercentSnap grátis: iOS | Android

Perguntas frequentes

30% de markup é a mesma coisa que 30% de margem?

Não, não são a mesma coisa. Um markup de 30% sobre um custo de US$ 100 dá um preço de venda de US$ 130 e um lucro de US$ 30. Mas a margem dessa venda é apenas US$ 30 / US$ 130 = 23,1%. Para atingir uma margem real de 30% sobre um custo de US$ 100, você precisaria precificar o item a US$ 142,86 (um markup de 42,86%). A diferença se acumula rápido ao longo de muitas transações.

Que markup preciso para uma margem de 40%?

Use a fórmula: Markup = Margem / (1 - Margem). Para 40% de margem: 0,40 / (1 - 0,40) = 0,40 / 0,60 = 0,667, ou seja, 66,7% de markup. Então, se seu produto custa US$ 100, você precisaria vendê-lo a US$ 166,70 para atingir 40% de margem. O PercentSnap faz essa conversão automaticamente.

Como precificar produtos com lucro?

Comece calculando seu custo total por unidade, incluindo o custo do produto, frete, embalagem e quaisquer taxas de plataforma ou de transação. Defina uma margem-alvo com base nos benchmarks do seu setor. Converta essa margem em markup usando a fórmula acima e aplique o markup ao seu custo total. Sempre confira a margem resultante com a fórmula da margem para garantir que você atingiu a meta. Acompanhe as margens reais mensalmente e ajuste os preços se os custos mudarem.

Por que contadores usam margem em vez de markup?

As demonstrações financeiras reportam primeiro a receita e depois subtraem os custos. A margem se encaixa naturalmente nessa estrutura de cima para baixo porque expressa o lucro como fração da receita. Ela também facilita comparar empresas de tamanhos e setores diferentes. O markup é mais útil no lado operacional, em que você parte do custo para cima para definir preços.

O markup pode passar de 100%?

Com certeza. Um markup de 200% significa que você cobra três vezes o seu custo: se o custo é US$ 10, você vende por US$ 30. A margem nesse caso é (US$ 30 - US$ 10) / US$ 30 = 66,7%. Produtos de luxo, itens gourmet e software costumam ter markups bem acima de 100%.

Como citar: Lubor Šimůnek (2026). *Markup vs margem: a diferença que todo empresário precisa saber*. AppStoryo, lapnito.cz s.r.o.. https://appstoryo.com/pt/blog/markup-vs-margin-difference

© 2026 lapnito.cz s.r.o.