



# FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA COM BASE EM CUSTOS: ESTUDO DE CASO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM UMA CLÍNICA ESTÉTICA DA SERRA GAÚCHA

*SALES PRICE FORMATION BASED ON COSTS: CASE STUDY IN THE PROVISION OF  
SERVICES IN AN AESTHETIC CLINIC IN SERRA GAÚCHA*

**Jéssica Luana Previdi**

Faculdade de Integração do Ensino Superior do Cone Sul, Garibaldi, RS, Brasil

**Marcelo Juarez Vizzotto**

Faculdade de Integração do Ensino Superior do Cone Sul e Instituto Federal do Rio Grande do Sul,  
RS, Brasil

**Lauri Paulus**

Instituto Federal do Rio Grande do Sul, RS, Brasil

---

DOI: <http://dx.doi.org/10.31512/gesto.v13i1.1734>    Recebido em: 12.06.2024    Aceito em: 16.12.2024

---

**Resumo:** O propósito deste trabalho foi calcular o preço de venda através do *mark-up*, para uma empresa localizada na região da Serra Gaúcha. Sua elaboração consistiu em uma pesquisa de natureza básica, que buscou alcançar os objetivos propostos por meio de uma abordagem exploratória e descritiva, utilizando procedimentos técnicos de um estudo de caso. A problemática foi abordada utilizando uma metodologia de pesquisa quantitativa. No estudo conduzido, foram adotadas as premissas do método de custeio por absorção. Inicialmente, os gastos relacionados à prestação do serviço durante o período de junho a agosto foram classificados em custos e despesas, diferenciando entre fixos e variáveis. Posteriormente, o preço foi formado a partir do índice *mark-up* e a partir do resultado obtido, foi comparado com o preço praticado atualmente. O *mark-up* médio encontrado foi de 0,68. A análise indicou que a empresa estava estabelecendo preços abaixo dos valores recomendados pelo método de *mark-up* para três serviços. Dos quatro serviços prestados, três serviços deveriam ter seus preços de venda aumentados, enquanto apenas um teve uma recomendação de redução no preço praticado. Os serviços A, B e D deveriam ter seus preços aumentados em 28,23%, 28,28% e 4,68% respectivamente, mas esses percentuais representavam um impacto relativamente baixo nos preços praticados. No entanto, para o serviço C, o preço de venda sugerido pelo *mark-up* deveria ser reduzido em 40,63%. A aplicação dos cálculos apresentados no estudo permitiu a obtenção de informações gerenciais de grande relevância, anteriormente não identificadas pela empresa.

**Palavras-chave:** Contabilidade de Custos. Preço de Venda. *Mark-up*. Serviços.

**Abstract:** The purpose of this work was to calculate the sales price through mark-up, for a company located in the Serra Gaúcha region. Its preparation consisted of basic research, which sought to achieve the proposed objectives through an exploratory and descriptive approach, using technical procedures from a case study. The problem was addressed using a quantitative research methodology. In the study conducted, the assumptions of the absorption costing method were adopted. Initially, expenses related to the provision of the service during the period from June to August were classified into costs and expenses,

differentiating between fixed and variable. Subsequently, the price was formed based on the mark-up index and, based on the result obtained, it was compared with the price currently charged. The average mark-up found was 0.68. The analysis indicated that the company was setting prices below the values recommended by the mark-up method for three services. Of the four services provided, three services should have their sales prices increased, while only one had a recommendation for a reduction in the price charged. Services A, B and D should have their prices increased by 28.23%, 28.28% and 4.68% respectively, but these percentages represented a relatively low impact on the prices charged. However, for service C, the sales price suggested by the mark-up should be reduced by 40.63%. The application of the calculations presented in the study allowed the obtaining of highly relevant management information, previously not identified by the company.

**Keywords:** Costs accounting, Sale Price. *Mark-up*. Services.

## Introdução

Conforme Crepaldi (2010), antes da Revolução Industrial no século XVIII, a contabilidade financeira era adequada para as empresas comerciais. No entanto, com o surgimento da indústria, avaliar os estoques tornou-se mais complexo. Para solucionar esse problema, os contadores desenvolveram a contabilidade de custos, uma técnica utilizada para identificar, mensurar e informar os custos dos produtos e/ou serviços, resolvendo questões de mensuração monetária dos estoques e resultados.

Para Corrêa (2019), a contabilidade de custos trouxe benefícios para as atividades empresariais ao permitir a apuração do custo dos produtos vendidos, das mercadorias vendidas e dos serviços realizados. Isso possibilitou uma precificação precisa dos itens a serem vendidos, sem depender apenas dos preços praticados pela concorrência. Por meio de métodos e ferramentas adequados, é possível analisar, controlar e otimizar os custos, contribuindo para a maximização dos resultados.

Visando responder a pergunta se o preço de venda praticado por uma Clínica Estética da Serra Gaúcha está de acordo com o preço de venda, considerando a sua estrutura de custos, foi aplicada a presente pesquisa. Nesse contexto, o objetivo geral foi calcular os preços de venda baseados na estrutura de custos da empresa, por meio do *mark-up*.

## Referencial Teórico

### Contabilidade de Custos

Conforme Padoveze (2013), o custo pode ser definido como uma medida econômica dos recursos (produtos, serviços ou direitos) adquiridos para obter e vender produtos ou serviços de uma empresa. Ainda, de acordo com o autor, com a ajuda da contabilidade de custos, foram definidos e organizados os principais conceitos de custo, que incluem: gastos, custos e despesas. Essas palavras são frequentemente usadas como sinônimos, mas é útil fazer distinções técnicas entre os termos, pois muitas das diferenças de terminologia surgiram por razões contábeis, legais e fiscais.

De acordo com Martins (2018), a contabilidade de custos modernizou-se para atender entidades que não são indústrias, como as empresas prestadoras de serviços, pois possui um grande potencial para o planejamento, controle e tomada de decisões.

Um dos objetivos da contabilidade de custos, segundo Megliorini (2012), além das informações relacionadas ao gerenciamento dos custos para a tomada de decisões, é auxiliar na solução de problemas relacionados à formação do preço de venda. Isso inclui compreender quanto cada produto contribui para o lucro da empresa e determinar o quanto a atividade de uma empresa precisa ser exigida para que se torne viável, entre outros aspectos.

### *Métodos de Custeio*

O método de custeio escolhido por uma empresa serve para atribuir ou não um determinado custo aos produtos produzidos. Conforme Marion e Ribeiro (2017), existem diferentes sistemas de custeamento que podem ser utilizados para atribuir os custos indiretos aos produtos ou para calcular o custo total de fabricação dos produtos.

De acordo com Dutra (2010), a análise dos custos de produção pode ser abordada de duas perspectivas: a econômica, que foca nos custos para a tomada de decisões, e a contábil, que lida com os custos relacionados à apuração do resultado. Os métodos mais utilizados são: por absorção, por atividade (ABC) e variável.

O custeio por absorção, segundo Viceconti (2018), é uma técnica que atribui todos os custos, fixos ou variáveis, à produção do período, excluindo gastos não fabris. A separação entre custos e despesas é importante, pois as despesas são contabilizadas imediatamente contra o resultado do período, enquanto somente os custos relativos aos produtos vendidos terão o mesmo tratamento. Os custos dos produtos em elaboração e dos produtos acabados que não foram vendidos estarão ativados nos estoques. Segundo Martins (2018), refere-se à alocação de todos os custos de produção exclusivamente aos bens fabricados; são considerados apenas os custos relacionados ao processo de produção, sendo que todos os gastos associados ao esforço de produção são distribuídos entre todos os produtos e serviços fabricados. O custeio por absorção é o único sistema aceito para determinar o custo do produto para fins contábeis e fiscais.

O custeio baseado em atividades, conhecido como ABC (Activity-Based Costing), nas palavras de Martins (2018, p. 77), “é um método de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos [...] é também um instrumento de gestão de custos”. Conforme Bertó e Beulke (2013:A, p. 89), “a característica básica do custeio por atividade (ABC) é a apropriação aos produtos, às mercadorias e aos serviços de todos os custos e despesas diretas possíveis, sejam eles fixos ou variáveis”. De acordo com Nakagawa (2012), o ABC é um método de análise de custos que permite monitorar os gastos da empresa e identificar as rotas de consumo dos recursos, ajudando a entender melhor as atividades mais relevantes e os produtos/serviços que mais consomem recursos.

Já o custeio variável, para Viceconti (2018), é um método em que apenas os custos que variam conforme os volumes de produção devem ser considerados. Os custos fixos, que não mudam independentemente do volume produzido, são contabilizados separadamente como despesas. De acordo com Martins (2018), o custeio variável é um método de contabilidade de custos em que apenas os custos variáveis são atribuídos aos produtos, enquanto os custos fixos

são considerados como despesas. Isso resulta em um lucro que varia de acordo com as vendas. No entanto, este método não é aceito para fins externos, como auditoria independente ou pelo fisco.

### *Formação do Preço de venda*

Conforme Bertó e Beulke (2013:B), o preço é importante para determinar a participação de mercado e a rentabilidade de um produto/serviço, além de ser uma forma de comunicar seu posicionamento. É possível entender o posicionamento de um produto pela faixa de preço escolhida para atingir determinado público-alvo. O preço pode ser um fator chave na comunicação do mercado-alvo pretendido para um produto. Ainda, de acordo com Bertó e Beulke (2013:B), o processo de fixação de preços de venda pode ser dividido em duas abordagens: uma que considera a estrutura de custos da empresa como principal critério e outra que se concentra nos fatores externos de mercado. Ambas são importantes e devem ser levadas em consideração pelo administrador.

### *Mark-up*

Conforme Ribeiro (2017, p. 834), “denomina-se taxa de marcação (*mark-up* multiplicador ou *mark-up* divisor) o indicador que, aplicado sobre o custo unitário de fabricação de um produto, resulta no preço de venda do referido produto”. Ribeiro (2017), ainda, explica que o cálculo da taxa de marcação requer a inclusão de todos os componentes que se pretendem incluir no preço de venda, com exceção do custo direto de fabricação do produto. Desta forma, o cálculo da taxa de marcação deve considerar as despesas variáveis, despesas fixas e custos fixos, juntamente com a margem de lucro.

Na definição de Megliorini (2012, p. 136), “*mark-up* consiste em uma margem, geralmente expressa na forma de um índice ou percentual, que é adicionado aos custos do produto”.

A forma de calcular é explicada por Ribeiro (2017). O processo de cálculo da taxa de marcação exige expressar os componentes que serão incorporados ao preço de venda como percentuais em relação ao próprio preço de venda. Ambas as modalidades de taxa de marcação, seja o multiplicador de marcação ou o divisor de marcação, convergem para o mesmo resultado. Ribeiro (2017) apresenta em sua obra a fórmula de cálculo pela modalidade *mark-up* multiplicador:  $100/(100 - \%DV + \%CF + \%DF + \%ML)$ .

### *Cálculo do Preço de Venda Utilizando o Mark-up*

Uma das formas de formar o preço de venda é utilizado o *mark-up*. Segundo Carneiro *et al.* (2006), algumas empresas estabelecem o preço de seus produtos usando o conceito de *mark-up*, o que significa que elevam o preço com base nos custos variáveis. Para Crepaldi (2010) o *mark-up* é o valor adicionado ao custo de um produto para determinar o preço de venda final e é calculado de duas formas.

Em valores percentuais:

$$\text{Percentual de Mark-up} = \frac{(1 - \text{Custo})}{\text{Preço de venda}} \times 100\%$$

Ou, pelo preço de venda:

$$\text{Preço} = \frac{(\text{Custo})}{100\% - \text{Percentual de Mark-up}} \times 100$$

Na sequência, apresentam-se os procedimentos metodológicos, seguido dos resultados e discussões.

## Procedimentos Metodológicos

O trabalho consiste em uma pesquisa de natureza básica, que buscou alcançar o objetivo proposto por meio de uma abordagem exploratória e descritiva, utilizando procedimentos técnicos de um estudo de caso.

Esta pesquisa foi considerada de natureza básica. Pesquisa básica de acordo com Casarin e Casarin (2012, p. 30), é uma “investigação que procura desenvolver o conhecimento científico, sem o compromisso com uma aplicação prática imediata”. Nas palavras de Appolinário (2011, p. 146), o objetivo da pesquisa básica é “o avanço do conhecimento científico, sem nenhuma preocupação com a aplicabilidade imediata dos resultados a serem colhidos”.

Para alcançar o propósito, o estudo foi categorizado como uma pesquisa de natureza exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória, segundo Diehl e Tatim (2004), busca aprofundar a compreensão do problema, tornando-o mais evidente e construindo hipóteses. Geralmente, envolve a revisão da literatura, entrevistas com especialistas práticos relacionados ao problema pesquisado e análise de exemplos para estimular a compreensão. Já a pesquisa descritiva, na perspectiva de Appolinário (2011, p. 147), é limitada a “descrever o fenômeno observado, sem inferir relações de causalidade entre as variáveis estudadas”.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa foi elaborada por meio de um estudo de caso que, de acordo com Gerring (2019, p. 2), “é um estudo intensivo de um caso singular ou de um pequeno número de casos que se baseia em dados e promessas de elucidar uma população maior de casos”. Para Yin (2005, p. 32), escreveu que o estudo de caso “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. A empresa que serviu como base para este estudo de caso é uma clínica estética localizada na cidade de Carlos Barbosa. A clínica oferece serviços como massagens corporais e procedimentos estéticos faciais.

No contexto da abordagem, esta pesquisa foi categorizada como quantitativa. Segundo a visão de Appolinário (2011), a pesquisa quantitativa é caracterizada pelo processo de mensurar e expressar numericamente variáveis previamente estabelecidas. Além disso, os resultados são predominantemente analisados utilizando métodos quantitativos, como a estatística. Fonseca (2002) entende que a pesquisa quantitativa é objetiva e baseada no positivismo, que acredita que a realidade pode ser compreendida apenas através de dados brutos coletados por instrumentos

padronizados e neutros. Ela usa a linguagem matemática para descrever as causas e relações entre variáveis em um fenômeno.

Este estudo coletou dados para a pesquisa por meio de análise documental. De acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007) a pesquisa documental investiga documentos para obter informações sobre usos, costumes, tendências e diferenças, possibilitando a análise e descrição tanto da realidade presente como do passado, incluindo a pesquisa histórica.

Os dados fornecidos foram registrados em uma planilha do Excel, contendo todos os gastos incorridos durante o período de 01 de junho a 31 de agosto de 2023, que foram entregues pela proprietária da empresa. Além disso, foi realizada a coleta do tempo utilizado em cada procedimento. Ao final desse período, foi possível realizar o custeio e calcular o preço de venda de cada serviço prestado pela clínica estética.

A técnica da análise dos dados foi realizada com base na metodologia do cálculo do preço de venda. Segundo Beuren *et al.* (2012), as técnicas de análise de dados são um processo de estudo, desde a avaliação da relevância das questões selecionadas em relação ao objeto de pesquisa até as conclusões finais.

## Resultados e Discussões

A empresa estudada é uma clínica estética localizada na cidade de Carlos Barbosa/RS. É uma microempresa que oferece serviços estéticos, com uma média de demanda de 120 atendimentos por mês. Entre os serviços oferecidos pela estética estão massagens com drenagem linfática, massagem relaxante, limpeza de pele e microagulhamento facial. A proprietária é a única pessoa responsável por todas as funções relacionadas à gestão e operação do negócio. No entanto, a empresa não utiliza nenhum método para mensurar os custos ou definir os preços dos serviços prestados. O preço é determinado exclusivamente de maneira empírica, fundamentado em dados históricos ou análise de mercado. Na tabela 1, listam-se os serviços prestados.

Tabela 1 - Serviços prestados

Código	Descrição
A	Massagem estética modeladora
B	Massagem relaxante
C	Limpeza de pele facial
D	Microagulhamento facial

Através dos dados coletados durante o período de três meses, que incluiu junho a agosto de 2023, em colaboração com a proprietária da empresa, foi possível identificar os gastos e calcular a média mensal correspondente a esse trimestre. Conforme demonstrado na Tabela 2, mensalmente, registra-se um gasto médio de R\$ 5.500,39, sendo que deste valor, 73% referem-se à mão de obra.

Tabela 2 - Gastos mensais

<b>Descrição</b>	<b>Junho</b>	<b>Julho</b>	<b>Agosto</b>	<b>Média</b>
Água	R\$ 17,79	R\$ 18,08	R\$ 18,67	R\$ 18,18
Algodão	R\$ 5,52	R\$ 5,52	R\$ 5,52	R\$ 5,52
Anestésico	R\$ 39,00	R\$ 39,00	R\$ 39,00	R\$ 39,00
Creme Emoliente	R\$ 1,34	R\$ 1,34	R\$ 1,34	R\$ 1,34
Creme Esfoliante	R\$ 1,54	R\$ 1,54	R\$ 1,54	R\$ 1,54
Crems Termogênico	R\$ 212,98	R\$ 215,57	R\$ 223,37	R\$ 217,31
Creme Preenchedor	R\$ 33,00	R\$ 33,00	R\$ 33,00	R\$ 33,00
Depreciação	R\$ 437,58	R\$ 437,58	R\$ 437,58	R\$ 437,58
Dermaroller Drs	R\$ 55,50	R\$ 55,50	R\$ 55,50	R\$ 55,50
Emulsão De Limpeza	R\$ 7,95	R\$ 7,95	R\$ 7,95	R\$ 7,95
Energia Elétrica	R\$ 14,57	R\$ 14,81	R\$ 15,29	R\$ 14,89
Imposto MEI	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Internet	R\$ 16,94	R\$ 17,22	R\$ 17,78	R\$ 17,31
Loção Tônica	R\$ 3,02	R\$ 3,02	R\$ 3,02	R\$ 3,02
Luvas	R\$ 0,66	R\$ 0,66	R\$ 0,66	R\$ 0,66
Mão De Obra	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Máscara Calmante	R\$ 4,45	R\$ 4,45	R\$ 4,45	R\$ 4,45
Máscara Descartável	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00
Máscara Fitomineral	R\$ 2,50	R\$ 2,50	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Material De Limpeza	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Material De Consumo	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00
Óleo Neutro	R\$ 91,46	R\$ 94,07	R\$ 96,68	R\$ 94,07
Protetor Solar	R\$ 14,16	R\$ 14,16	R\$ 14,16	R\$ 14,16
Rolo Papel	R\$ 103,68	R\$ 105,41	R\$ 108,86	R\$ 105,98
Sabonete Líquido	R\$ 2,88	R\$ 2,88	R\$ 2,88	R\$ 2,88
Sérum Dermo Plus	R\$ 22,54	R\$ 22,54	R\$ 22,54	R\$ 22,54
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 5.490,06</b>	<b>R\$ 5.497,81</b>	<b>R\$ 5.513,30</b>	<b>R\$ 5.500,39</b>

Após a identificação dos gastos, realizou-se a classificação entre custos e despesas. Para a empresa em estudo, foram identificados os custos como sendo fixos e variáveis, e as despesas como sendo fixas, conforme preconiza Viceconti (2018).

Para os custos fixos foram identificados os valores referentes à depreciação, internet, energia elétrica, água e à mão de obra. Esses custos fixos correspondem a uma média mensal de R\$ 4.487,97. Conforme demonstrado na Tabela 3, desse montante, 89% são representados pela mão de obra aplicada na execução dos serviços prestados, seguido de 10% representado pela depreciação mensal. Os gastos fixos com internet, energia elétrica e água não chegam a 1%.

Tabela 3 - Custos fixos mensais

Descrição	Junho	Julho	Agosto	Média
Depreciação	R\$ 437,58	R\$ 437,58	R\$ 437,58	R\$ 437,58
Internet	R\$ 16,94	R\$ 17,22	R\$ 17,78	R\$ 17,31
Energia Elétrica	R\$ 14,57	R\$ 14,81	R\$ 15,29	R\$ 14,89
Água	R\$ 17,79	R\$ 18,08	R\$ 18,67	R\$ 18,18
Mão de Obra	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 4.486,88</b>	<b>R\$ 4.487,69</b>	<b>R\$ 4.489,32</b>	<b>R\$ 4.487,97</b>

Para calcular a depreciação mensal foi aplicada a tabela de depreciação fornecida pela Receita Federal. Na Tabela 4, foram considerados todos os itens relacionados ao processo de prestação de serviços que terão variações de valor ao longo de sua vida útil. O resultado da depreciação anual foi calculado em R\$ 5.251,00, o que corresponde a uma depreciação mensal de R\$ 437,58.

Tabela 4 - Depreciação

Bem	Valor Total	Taxa Anual	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Imóvel	R\$ 100.000,00	4%	R\$ 4.000,00	R\$ 333,33
Móveis	R\$ 7.230,00	10%	R\$ 723,00	R\$ 60,25
Ar-Condicionado	R\$ 2.280,00	10%	R\$ 228,00	R\$ 19,00
Equipamentos	R\$ 3.000,00	10%	R\$ 300,00	R\$ 25,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 5.251,00</b>	<b>R\$ 437,58</b>

Para os custos variáveis foram identificados aqueles que variam de acordo com o volume, incluindo os relacionados à execução dos serviços. Conforme a Tabela 5, para a empresa estudada, a média mensal de custos variáveis é de R\$ 617,42. A maior representatividade, de 35%, corresponde ao creme termogênico.



Tabela 5 - Custos variáveis

<b>Descrição</b>	<b>Junho</b>	<b>Julho</b>	<b>Agosto</b>	<b>Média</b>
Creme Termogênico	R\$ 212,98	R\$ 215,57	R\$ 223,37	R\$ 217,31
Creme Preenchedor	R\$ 33,00	R\$ 33,00	R\$ 33,00	R\$ 33,00
Óleo Neutro	R\$ 91,46	R\$ 94,07	R\$ 96,68	R\$ 94,07
Emulsão De Limpeza	R\$ 7,95	R\$ 7,95	R\$ 7,95	R\$ 7,95
Sabonete Líquido	R\$ 2,88	R\$ 2,88	R\$ 2,88	R\$ 2,88
Creme Esfoliante	R\$ 1,54	R\$ 1,54	R\$ 1,54	R\$ 1,54
Creme Emoliente	R\$ 1,34	R\$ 1,34	R\$ 1,34	R\$ 1,34
Loção Tônica	R\$ 3,02	R\$ 3,02	R\$ 3,02	R\$ 3,02
Máscara Calmante	R\$ 4,45	R\$ 4,45	R\$ 4,45	R\$ 4,45
Máscara Fitomineral	R\$ 2,50	R\$ 2,50	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Protetor Solar	R\$ 14,16	R\$ 14,16	R\$ 14,16	R\$ 14,16
Anestésico	R\$ 39,00	R\$ 39,00	R\$ 39,00	R\$ 39,00
Sérum Dermo Plus	R\$ 22,54	R\$ 22,54	R\$ 22,54	R\$ 22,54
Dermaroller Drs	R\$ 55,50	R\$ 55,50	R\$ 55,50	R\$ 55,50
Rolo Papel	R\$ 103,68	R\$ 105,41	R\$ 108,86	R\$ 105,98
Luvas	R\$ 0,66	R\$ 0,66	R\$ 0,66	R\$ 0,66
Algodão	R\$ 5,52	R\$ 5,52	R\$ 5,52	R\$ 5,52
Máscara Descartável	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00	R\$ 6,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 608,18</b>	<b>R\$ 615,11</b>	<b>R\$ 628,98</b>	<b>R\$ 617,42</b>

Em relação às despesas, elas foram categorizadas exclusivamente como despesas fixas, com um desembolso médio mensal de R\$ 395,00 por parte da empresa, sendo o material de consumo responsável por 71% do total, conforme demonstrado na Tabela 6.

Tabela 6 - Despesas fixas mensais

Descrição	Junho	Julho	Agosto	Média
Material De Limpeza	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Material De Consumo	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00
Imposto MEI	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 395,00</b>	<b>R\$ 395,00</b>	<b>R\$ 395,00</b>	<b>R\$ 395,00</b>

Com base nos dados fornecidos nas Tabelas 3, 5 e 6, referentes aos gastos mensais, é evidente que a empresa enfrenta o maior desembolso mensal associado aos custos fixos, totalizando 82%. Logo em seguida, os custos variáveis correspondem a 11% dos gastos mensais, e as despesas fixas representam o menor percentual, correspondendo a 7%. A Tabela 7 proporciona uma visualização mais clara da contribuição de cada gasto para o total dos custos e despesas.

Tabela 7 - Representatividade dos gastos

Gasto	Valor	Representatividade
Custo fixo	R\$ 4.487,97	82%
Custo variável	R\$ 617,42	11%
Despesa fixa	R\$ 395,00	7%

Cada tipo de serviço demanda produtos em quantidades específicas. Portanto, foram apurados os custos variáveis, detalhando suas quantidades e custos correspondentes, com base nas aquisições realizadas junto aos fornecedores. Essas informações estão apresentadas na Tabela 8.

Tabela 8 - Custos variáveis

Descrição	Custo	Unidades	Custo Unid.
Cremes Termogênico	R\$ 84,67	750gr	R\$ 0,11
Creme Preenchedor	R\$ 198,00	6 unid.	R\$ 33,00
Óleo Neutro	R\$ 88,00	650gr	R\$ 0,14
Emulsão De Limpeza	R\$ 106,00	200gr	R\$ 0,53
Sabonete Líquido	R\$ 103,00	500gr	R\$ 0,21
Creme Esfoliante	R\$ 96,00	250gr	R\$ 0,38
Creme Emoliente	R\$ 84,00	250gr	R\$ 0,34
Loção Tônica	R\$ 84,00	500gr	R\$ 0,17
Máscara Calmante	R\$ 139,00	250gr	R\$ 0,56
Máscara Fitomineral	R\$ 104,00	250gr	R\$ 0,42
Protetor Solar	R\$ 118,00	50gr	R\$ 2,36
Anestésico	R\$ 78,00	30gr	R\$ 2,60
Sérum Dermo Plus	R\$ 161,00	50gr	R\$ 3,22
Dermaroller Drs	R\$ 55,00	1 unid.	R\$ 55,50
Rolo Papel	R\$ 27,00	5000cm	R\$ 0,01
Luvas	R\$ 22,00	100 unid.	R\$ 0,22
Algodão	R\$ 23,00	100 unid.	R\$ 0,23
Máscara Descartável	R\$ 20,00	10 unid.	R\$ 2,00

Após a verificação dos dados, procedeu-se ao cálculo dos preços por unidade de cada produto e distribuídos com base na média de utilização em cada serviço, proporcionando uma

visão dos custos variáveis individuais, seguindo a lição de Martins (2018). Conforme indicado na Tabela 9, o serviço A possui o menor custo, totalizando R\$ 3,46, e o serviço B tem um custo de R\$ 3,48.

Tabela 9 - Custo variável por serviço A e B

Serviço	A		B	
	Unid.	Custo	Unid.	Custo
Descrição				
Creme Termogênico	23gr	R\$ 2,60	-	-
Óleo Neutro	-	-	19gr	R\$ 2,61
Emulsão De Limpeza	-	-	-	-
Sabonete Líquido	-	-	-	-
Creme Esfoliante	-	-	-	-
Creme Emoliente	-	-	-	-
Loção Tônica	-	-	-	-
Máscara Calmante	-	-	-	-
Máscara Fitomineral	-	-	-	-
Protetor Solar	-	-	-	-
Anestésico	-	-	-	-
Creme Preenchedor	-	-	-	-
Sérum Dermo Plus	-	-	-	-
Dermaroller Drs	-	-	-	-
Rolo Papel	160cm	R\$ 0,86	160cm	R\$ 0,86
Luvas	-	-	-	-
Algodão	-	-	-	-
Máscara Descartável	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 3,46</b>		<b>R\$ 3,48</b>

Conforme apresentado na Tabela 10, os custos variáveis dos serviços C e D são R\$ 20,89 e R\$ 160,87, respectivamente.

Tabela 10 - Custo variável por serviço C e D

Serviço	C		D	
	Unid.	Custo	Unid.	Custo
Descrição				
Creme Termogênico	-	-	-	-
Óleo Neutro	-	-	-	-
Emulsão De Limpeza	3gr	R\$ 1,59	9gr	R\$ 4,77
Sabonete Líquido	2gr	R\$ 0,41	10gr	R\$ 2,06
Creme Esfoliante	2gr	R\$ 0,77	-	-
Creme Emoliente	2gr	R\$ 0,67	-	-
Loção Tônica	9gr	R\$ 1,51	-	-
Máscara Calmante	4gr	R\$ 2,22	-	-
Máscara Fitomineral	3gr	R\$ 1,25	-	-
Protetor Solar	3gr	R\$ 7,08	-	-
Anestésico	-	-	15gr	R\$ 39,00
Creme Preenchedor	-	-	1 unid.	R\$ 33,00
Sérum Dermo Plus	-	-	7gr	R\$ 22,54

Sérum Dermo Plus	-	-	7gr	R\$ 22,54
Dermaroller Drs	-	-	1 unid.	R\$ 55,50
Rolo Papel	160cm	R\$ 0,86	160cm	R\$ 0,86
Luvas	1 unid.	R\$ 0,22	1 unid.	R\$ 0,22
Algodão	10 unid.	R\$ 2,30	4 unid.	R\$ 0,92
Máscara Descartável	1 unid.	R\$ 2,00	1 unid.	R\$ 2,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 20,89</b>		<b>R\$ 160,87</b>

Os custos fixos mensais foram distribuídos entre os serviços prestados com base em critérios de rateio. Para este trabalho, o método de custeio por absorção serve de base para a formulação do preço de venda, conforme lecionam Viceconti (2018) e Martins (2018).

Para realizar os rateios, ao longo dos meses de junho, julho e agosto de 2023, calculou-se a média de atendimentos realizados pela proprietária. Conforme evidenciado na Tabela 11, o serviço A lidera com o maior número de atendimentos, totalizando 84. O serviço B, por sua vez, registra uma média de 36 atendimentos por mês. O serviço C é realizado em média duas vezes, enquanto o serviço D ocorre uma vez por mês.

Tabela 11- Média de atendimentos mensais

Serviço	Atendimentos Junho	Atendimentos Julho	Atendimentos Agosto	Atendimentos Médio
A	82	83	86	84
B	35	36	37	36
C	2	2	2	2
D	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>122</b>	<b>126</b>	<b>123</b>

Foram registrados os tempos de execução de cada serviço multiplicando pelos números médios de atendimento mensais. Dessa forma, obtivemos a capacidade de atendimento mensal. Os serviços A e B necessitam de 60 minutos por atendimento. O serviço C requer um tempo maior, totalizando 90 minutos. Já o serviço D necessita de 120 minutos por atendimento. Calculando o tempo de cada atendimento e aplicando ao número médio de atendimentos mensais, é possível identificar o tempo de execução total mensal.

Conforme a Tabela 12, a capacidade mensal de atendimento é de 7.480 minutos, sendo o serviço A o que representa o maior tempo dedicado no mês.

Tabela 12 - Capacidade de atendimentos

Serviço	Atendimentos médio	Tempo de execução	Tempo de execução total
A	84	60 minutos	5.020 minutos
B	36	60 minutos	2.160 minutos
C	2	90 minutos	180 minutos
D	1	120 minutos	120 minutos
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	-	<b>7.480 minutos</b>

Para calcular o custeio de maneira coerente é essencial considerar a diferença no tempo de execução de cada serviço, garantindo, assim, uma distribuição mais justa dos custos fixos da empresa. Desta forma, no processo de cálculo, os custos fixos de internet, energia elétrica, água e mão de obra foram alocados proporcionalmente ao tempo dedicado a cada atendimento. Quanto à depreciação, a distribuição foi realizada proporcionalmente ao número de atendimentos.

A empresa apresenta um custo fixo mensal de depreciação no montante de R\$ 437,58. Esse custo foi distribuído entre os serviços com base no número médio de atendimentos. Após aplicar a regra de três, concluiu-se que o serviço A absorve 68% da depreciação, o serviço B 29%, o serviço C 2%, e o serviço D 1%. Ao adotar o método do custeio por absorção, o custo unitário de cada serviço é de R\$ 3,57 conforme detalhado na Tabela 13.

Tabela 13 - Rateio da depreciação

Serviço	Atendimentos médio	%	Custo total	Custo por serviço
A	84	68%	R\$ 298,46	R\$ 3,57
B	36	29%	R\$ 128,42	R\$ 3,57
C	2	2%	R\$ 7,13	R\$ 3,57
D	1	1%	R\$ 3,57	R\$ 3,57
TOTAL	123	100%	R\$ 437,58	-

No que diz respeito aos custos fixos de internet, energia elétrica, água e mão de obra, é crucial determinar a porcentagem de contribuição de cada serviço no tempo dedicado, a fim de aplicá-la nos custos fixos. A distribuição em percentual da participação nos serviços é de 67% para o serviço A, 29% para o serviço B, e 2% para os serviços C e D.

A Tabela 14 exibe o custo da internet por serviço, com o custo de R\$ 0,14 para os serviços A e B, R\$ 0,21 para o serviço C e R\$ 0,28 para o serviço D.

Tabela 14 - Rateio da internet

Serviço	Atendimentos médio	Tempo de duração	Tempo total	%	Custo total	Custo por serviço
A	84	60 min	5.020 min	67%	R\$ 11,62	R\$ 0,14
B	36	60 min	2.160 min	29%	R\$ 5,00	R\$ 0,14
C	2	90 min	180 min	2%	R\$ 0,42	R\$ 0,21
D	1	120 min	120 min	2%	R\$ 0,28	R\$ 0,28
TOTAL	123		7.480 min	100%	R\$ 17,31	-

Na Tabela 15 são apresentados os custos da energia elétrica por serviço, com o custo de R\$ 0,12 para os serviços A e B, R\$ 0,18 para o serviço C e R\$ 0,24 para o serviço D.

Tabela 15 - Rateio da energia elétrica

Serviço	Atendimentos médio	Tempo de duração	Tempo total	%	Valor total	Custo por serviço
A	84	60 min	5.020 min	67%	R\$ 9,99	R\$ 0,12
B	36	60 min	2.160 min	29%	R\$ 4,30	R\$ 0,12
C	2	90 min	180 min	2%	R\$ 0,36	R\$ 0,18
D	1	120 min	120 min	2%	R\$ 0,24	R\$ 0,24
TOTAL	123		7.480 min	100%	R\$ 14,89	-

Para distribuir o custo fixo da água, que corresponde a R\$ 18,18, também foi utilizado o tempo de execução como critério de rateio. A Tabela 16 apresenta o rateio do custo correspondente à água e o valor unitário que será distribuído a cada serviço, sendo R\$ 12,20 e R\$ 5,55 para os serviços A e B, respectivamente. Dividindo pela quantidade de atendimentos mensais, resultou em R\$ 0,15 para os serviços A e B. Da mesma forma, foi calculado para os demais serviços, resultando nos custos de R\$ 0,22 para o serviço C e R\$ 0,29 para o serviço D.

Tabela 16 - Rateio da água

Serviço	Atendimentos médio	Tempo de duração	Tempo total	%	Custo total	Custo por serviço
A	84	60 min	5.020 min	67%	R\$ 12,20	R\$ 0,15
B	36	60 min	2.160 min	29%	R\$ 5,25	R\$ 0,15
C	2	90 min	180 min	2%	R\$ 0,44	R\$ 0,22
D	1	120 min	120 min	2%	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL	123		7.480 min	100%	R\$ 18,18	-

Na Tabela 17 é apresentado o cálculo para distribuir o custo fixo da mão de obra, utilizando o mesmo critério do tempo de execução. O valor para cada serviço é de R\$ 32,09 para os serviços A e B, R\$ 48,13 para o serviço C e R\$ 64,17 para o serviço D.

Tabela 17 - Rateio da mão de obra

Serviço	Atendimentos médio	Tempo de duração	Tempo total	%	Custo total	Custo por serviço
A	84	60 min	5.020 min	67%	R\$ 2.684,49	R\$ 32,09
B	36	60 min	2.160 min	29%	R\$ 1.155,08	R\$ 32,09
C	2	90 min	180 min	2%	R\$ 96,26	R\$ 48,13
D	1	120 min	120 min	2%	R\$ 64,17	R\$ 64,17
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>		<b>7.480 min</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 4.000,00</b>	-

Depois de calcular a distribuição proporcional dos custos fixos, foi possível determinar o custo fixo individual para cada serviço oferecido. Conforme indicado na Tabela 18, o custo fixo por unidade para o serviço A e o serviço B é de R\$ 36,06, para o serviço C é de R\$ 52,30 e para o serviço D é de R\$ 68,55.

Tabela 18 - Custo fixo unitário por serviço

Descrição	A	B	C	D
Depreciação	R\$ 3,57	R\$ 3,57	R\$ 3,57	R\$ 3,57
Internet	R\$ 0,14	R\$ 0,14	R\$ 0,21	R\$ 0,28
Energia Elétrica	R\$ 0,12	R\$ 0,12	R\$ 0,18	R\$ 0,24
Água	R\$ 0,15	R\$ 0,15	R\$ 0,22	R\$ 0,29
Mão De Obra	R\$ 32,09	R\$ 32,09	R\$ 48,13	R\$ 64,17
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 36,06</b>	<b>R\$ 36,06</b>	<b>R\$ 52,30</b>	<b>R\$ 68,55</b>

Com os custos fixos e variáveis calculados, foi possível determinar o custo total para cada serviço prestado, conforme apresentado na Tabela 19. Destaca-se que os serviços A e B apresentaram os menores custos, totalizando R\$ 39,52 e R\$ 39,53, respectivamente. Em contrapartida, o serviço C demandou um custo de R\$ 73,19, enquanto o serviço D resultou em um custo mais elevado, atingindo R\$ 229,42. É importante salientar que os serviços C e D requerem um tempo de atendimento mais extenso, e o custo da mão de obra impacta diretamente nesses dois serviços.

Tabela 19 - Custo total por serviço

Serviço	A	B	C	D
Creme Termogênico	R\$ 2,60	-	-	-
Óleo Neutro	-	R\$ 2,61	-	-
Emulsão De Limpeza	-	-	R\$ 1,59	R\$ 4,77
Sabonete Líquido	-	-	R\$ 0,41	R\$ 2,06
Creme Esfoliante	-	-	R\$ 0,77	-

Creme Emoliente	-	-	R\$ 0,67	-
Loção Tônica	-	-	R\$ 1,51	-
Máscara Calmante	-	-	R\$ 2,22	-
Máscara Fitomineral	-	-	R\$ 1,25	-
Protetor Solar	-	-	R\$ 7,08	-
Anestésico	-	-	-	R\$ 39,00
Creme Preenchedor	-	-	-	R\$ 33,00
Sérum Dermo Plus	-	-	-	R\$ 22,54
Dermaroller Drs	-	-	-	R\$ 55,50
Rolo Papel	R\$ 0,86	R\$ 0,86	R\$ 0,86	R\$ 0,86
Luvas	-	-	R\$ 0,22	R\$ 0,22
Algodão	-	-	R\$ 2,30	R\$ 0,92
Máscara Descartável	-	-	R\$ 2,00	R\$ 2,00
<b>Total Custos Variáveis</b>	<b>R\$ 3,46</b>	<b>R\$ 3,48</b>	<b>R\$ 20,89</b>	<b>R\$ 160,87</b>
Depreciação	R\$ 3,57	R\$ 3,57	R\$ 3,57	R\$ 3,57
Internet	R\$ 0,14	R\$ 0,14	R\$ 0,21	R\$ 0,28
Energia Elétrica	R\$ 0,12	R\$ 0,12	R\$ 0,18	R\$ 0,24
Água	R\$ 0,15	R\$ 0,15	R\$ 0,22	R\$ 0,29
Mão de obra	R\$ 32,09	R\$ 32,09	R\$ 48,13	R\$ 64,17
<b>Total Custos Fixos</b>	<b>R\$ 36,06</b>	<b>R\$ 36,06</b>	<b>R\$ 52,30</b>	<b>R\$ 68,55</b>
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 39,52</b>	<b>R\$ 39,53</b>	<b>R\$ 73,19</b>	<b>R\$ 229,42</b>

Para atingir o objetivo de estabelecer o preço de venda utilizando o *mark-up* com base nos custos é essencial calcular a porcentagem de participação das despesas variáveis, dos custos fixos e das despesas fixas em relação ao faturamento, seguindo Ribeiro (2017).

Com base na média dos três meses analisados da empresa deste estudo, apresentou-se uma demonstração das despesas, calculando os seus percentuais sobre o faturamento total.



Conforme indicado na Tabela 20, o total das despesas é de R\$ 395,00, equivalendo a 6,51% sobre o faturamento.

Tabela 20 - Representatividade das contas

Serviço	Preço	Atendimentos Mé- dio	Faturamento Médio	Percentual
A	R\$ 45,00	84	R\$ 3.765,00	
B	R\$ 45,00	36	R\$ 1.620,00	
C	R\$ 180,00	2	R\$ 360,00	
D	R\$ 320,00	1	R\$ 320,00	
<b>Total</b>		<b>123</b>	<b>R\$ 6.065,00</b>	<b>100%</b>
<b>Despesa Fixa</b>			<b>R\$ 395,00</b>	<b>6,51%</b>

Através dos percentuais identificados é possível avançar mais uma etapa para a formação do preço de venda considerando os custos. Para isso, é essencial conhecer a margem de lucro desejada pela empresa.

De acordo com o SEBRAE (2023), a margem de lucro é flexível e está sujeita a diversos fatores, incluindo o setor de atuação, natureza do produto ou serviço, custos operacionais e influências externas. Especialistas financeiros propõem médias de margem de lucro para diferentes setores: indústria (6% a 8%), atacadistas (4% a 6%), lojas e comércio (10% a 15%), e serviços (20%). Entretanto, essas médias servem como orientação, sendo fundamental para os gestores compreenderem o contexto interno e externo, realizando o cálculo específico da margem de lucro para avaliar a lucratividade em consonância com os objetivos da empresa.

É importante destacar que a empresa não estabelece uma margem de lucro definida e carece de critérios para sua determinação. Como resposta a essa lacuna, foi estabelecida uma margem de lucro fixa de 25% para todos os serviços. Considerando os percentuais relativos às despesas da empresa, acrescentou-se o lucro desejado de 25% sobre o faturamento, obtendo o *mark-up* de 0,68, conforme evidenciado na Tabela 21.

Tabela 21 - Cálculo do *mark-up*

Descrição	Percentual
Despesas Operacionais	6,51%
Margem De Lucro	25,00%
Custo Total De Venda (CTV)	31,51%
<b>Mark-Up Divisor (100-CTV/100)</b>	<b>0,68</b>

Estando definido o *mark-up* divisor é possível aplicar o resultado para calcular o preço de venda. O preço de venda, para alcançar o lucro desejado, é determinado dividindo o custo total de cada serviço pelo *mark-up*, como definido por Crepaldi (2010) e, conforme apresentado abaixo, ao aplicar este índice de 0,68 no custo dos serviços, origina-se o preço de venda sugerido

para cada serviço. Na Tabela 22, o preço dos serviços sugerido foi de R\$ 57,70 para o serviço A, R\$ 57,72 para o serviço B, R\$ 106,87 para o serviço C, e R\$ 334,98 para o serviço D.

Tabela 22 - Formação do preço

Serviço	Custo unitário	Mark-up divisor	Preço de venda sugerido
A	R\$ 39,52	0,68	R\$ 57,70
B	R\$ 39,53	0,68	R\$ 57,72
C	R\$ 73,19	0,68	R\$ 106,87
D	R\$ 229,42	0,68	R\$ 334,98

Os preços apresentados constituem uma recomendação para a formação do preço de venda, derivada dos custos calculados e da margem de lucro desejada. No entanto, é crucial destacar que o preço de venda não deve ser determinado exclusivamente pelos custos incorridos pela empresa. Diversos elementos necessitam de análise conjunta, incluindo os preços praticados no mercado, a disposição do cliente em pagar esse montante, a qualidade do produto oferecido, entre outros fatores relevantes.

O índice de *mark-up* permite uma comparação entre o preço de venda calculado e o preço de venda praticado, verificando se este último não está abaixo dos custos identificados. Na empresa estudada, os preços são estabelecidos de forma empírica, com base em dados históricos ou avaliação do mercado. A partir do levantamento desses dados, foi realizado um comparativo entre o preço atualmente praticado pela empresa e o preço que deveria ser praticado de acordo com esse estudo. O ponto inicial a ser considerado é a avaliação entre o preço de venda atualmente praticado e o preço de venda sugerido. A análise indica que a empresa está fixando preços abaixo do recomendado pelo método de *mark-up* para três serviços. Conforme a Tabela 23, os serviços A, B e D devem ter seus preços aumentados em percentuais de 28,23%, 28,28% e 4,68%, respectivamente. Já para o serviço C, o preço sugerido pelo *mark-up* deveria ser diminuído em 40,63%.

Tabela 23 - Comparação dos preços

Descrição	Preço praticado	Preço pelo <i>mark-up</i>	Variação
A	R\$ 45,00	R\$ 57,70	28,23%
B	R\$ 45,00	R\$ 57,72	28,28%
C	R\$ 180,00	R\$ 106,87	-40,63%
D	R\$ 320,00	R\$ 334,98	4,68%

Como forma de validar os cálculos foi desenvolvida a Demonstração do Resultado, conforme apresentado na Tabela 24. Nela pode-se observar que, ao aplicar o preço de venda determinado pelo método de *mark-up*, a empresa atinge a margem de lucro desejada, alcançando os 25%.

Tabela 24 - Demonstração do Resultado pelo *mark-up*

Descrição	Atendimentos	Preço <i>mark-up</i>	Valor	Percentual
Faturamento			R\$ 7.454,51	100%
A	84	R\$ 57,70	R\$ 4.827,70	
B	36	R\$ 57,72	R\$ 2.078,09	
C	2	R\$ 106,87	R\$ 213,74	
D	1	R\$ 334,98	R\$ 334,98	
(-) Custos			R\$ 5.105,39	68,49%
A	84	R\$ 39,52	R\$ 3.306,36	
B	36	R\$ 39,53	R\$ 1.423,22	
C	2	R\$ 73,19	R\$ 146,38	
D	1	R\$ 229,42	R\$ 229,42	
(-) Despesas Fixas			R\$ 485,50	6,51%
<b>(=) Lucro</b>			<b>R\$ 1.863,63</b>	<b>25,00%</b>

Caso a empresa opte por não reduzir os preços dos serviços, a segunda alternativa seria manter os preços praticados. Essa opção implica em manter uma margem de lucro menor em comparação com a margem desejada de 25%. Embora a empresa seja capaz de cobrir seus custos e despesas, um lucro menor pode afetar a sustentabilidade financeira a longo prazo. A decisão entre manter os preços atuais ou ajustá-los deve levar em consideração não apenas a cobertura de custos imediatos, mas também a visão de longo prazo e os objetivos estratégicos da empresa. Nesse cenário, ao identificar os custos e despesas, a empresa seria capaz de cobrir esses custos e despesas, mas o lucro seria de 9,31%, conforme evidenciado na Tabela 25.

Tabela 25 - Demonstração do Resultado pelo preço praticado

Descrição	Atendimentos	Preço Praticado	Valor	Percentual
Faturamento			R\$ 6.065,00	100%
A	84	R\$ 45,00	R\$ 3.765,00	
B	36	R\$ 45,00	R\$ 1.620,00	
C	2	R\$ 180,00	R\$ 360,00	
D	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00	
(-) Custos			R\$ 5.105,39	68,49%

A	84	R\$ 39,52	R\$ 3.306,36	
B	36	R\$ 39,53	R\$ 1.423,22	
C	2	R\$ 73,19	R\$ 146,38	
D	1	R\$ 229,42	R\$ 229,42	
(-) Despesas Fixas			R\$ 395,00	6,51%
<b>(=) Lucro</b>			<b>R\$ 564,61</b>	<b>9,31%</b>

Uma terceira possibilidade seria a empresa ajustar os preços dos serviços A, B e D conforme calculado pelo *mark-up*, enquanto o serviço C mantém o preço praticado. Conforme indicado na Tabela 26, esse ajuste resultaria em um lucro de 26,32%, configurando-se como o cenário mais favorável para sua empresa.

Tabela 26 - Demonstração do Resultado pelo preço praticado e *mark-up*

Descrição	Atendimentos	Preço <i>mark-up</i> e Praticado	Valor	Percentual
Faturamento			R\$ 7.600,77	100%
A	84	R\$ 57,70	R\$ 4.827,70	
B	36	R\$ 57,72	R\$ 2.078,09	
C	2	R\$ 180,00	R\$ 360,00	
D	1	R\$ 334,98	R\$ 334,98	
(-) Custos			R\$ 5.105,39	68,49%
A	84	R\$ 39,52	R\$ 3.306,36	
B	36	R\$ 39,53	R\$ 1.423,22	
C	2	R\$ 73,19	R\$ 146,38	
D	1	R\$ 229,42	R\$ 229,42	
(-) Despesas Fixas			R\$ 495,02	6,51%
<b>(=) Lucro</b>			<b>R\$ 2.000,36</b>	<b>26,32%</b>

Através dessa comparação entre os preços de venda sugeridos pelo *mark-up*, os preços praticados e a combinação de ambos, observa-se que na maioria dos serviços o preço de venda sugerido está acima do preço de venda praticado pela empresa. No entanto, mesmo que os preços estejam abaixo do sugerido, eles ainda são suficientes para cobrir seus custos e despesas.

A clínica estética seria mais rentável e eficaz ao adotar o preço de venda sugerido, uma vez que o uso e a compreensão das informações de custos, aliados a uma precificação adequada, podem auxiliar os empreendedores a aprimorar a lucratividade de seus negócios.

No entanto, a empresa pode decidir por precificar seus serviços pela junção do preço calculado pelo *mark-up* para os serviços que precisam ser reajustados, pois estes estão abaixo do que foi calculado. Para o serviço em que o *mark-up* calculou um preço de venda menor do que o preço praticado atualmente, ela pode manter o preço que já está em vigor.

## Considerações finais

Estabeleceu-se como objetivo geral dessa pesquisa a análise da estrutura de custos e a formação do preço dos serviços prestados através do *mark-up*. Esse objetivo foi atingido por meio do conjunto de processos delineados durante a pesquisa. A fusão do conhecimento teórico sobre o tema com os dados fornecidos pela empresa em estudo possibilitou a definição do *mark-up*, o índice que a empresa deve empregar na formação do preço para a prestação de seus serviços.

Ao considerar a representatividade dos custos totais de venda na empresa, determinouse o índice do *mark-up*, obtendo um valor de 0,68. O *mark-up* obtido representa o valor que cobre não apenas os custos, mas também a margem de lucro desejada. Os custos individuais de cada serviço prestado foram divididos pelo *mark-up*, resultando no estabelecimento do preço de venda sugerido, levando em consideração a estrutura de custos dessa empresa.

A metodologia de formação de preço aplicada pelo indicador do *mark-up* gerou preços distintos para o preço de venda praticado nos quatro serviços. Em três desses serviços, o *mark-up* sugeriu um preço mais elevado, enquanto, para um serviço, indicou um preço de venda inferior ao atualmente praticado pela empresa. Diante do exposto, foram apresentados três possíveis cenários de ação. O primeiro seria a empresa adotar o preço de venda sugerido pelo *mark-up* para todos os serviços, obtendo assim o lucro desejado de 25%. O segundo seria manter os preços atualmente praticados; nesse caso, ela conseguiria cobrir seus custos e despesas, porém o lucro seria de 9,31%. O terceiro, resultante da análise, consistiria em combinar os preços sugeridos pelo *mark-up* com os preços já em vigor, sendo esse o melhor cenário, pois a empresa alcançaria um lucro de 26,32%.

A ênfase desse estudo recaiu sobre a determinação dos preços de venda, fundamentada na estrutura de custos da empresa e na aplicação da metodologia do *mark-up*. A análise minuciosa dos custos proporcionou uma visão abrangente dos elementos que compõem o valor final dos serviços oferecidos pela empresa. O método do *mark-up*, ao incorporar tanto os custos quanto o lucro desejado, revelou-se uma ferramenta valiosa para estabelecer preços competitivos e sustentáveis no mercado. Dessa forma, a aplicação criteriosa do *mark-up* emerge como um instrumento estratégico para a precificação, alinhando a rentabilidade da empresa com as demandas do mercado e fortalecendo sua posição no cenário empresarial.

Uma limitação inerente a esse estudo é sua natureza de caso específico, aplicando-se exclusivamente à empresa analisada e, portanto, sem possibilidade de generalização. Como sugestão para pesquisas subsequentes, recomenda-se a expansão deste trabalho. Novos estudos voltados para casos similares, especialmente em relação aos custos em pequenas empresas no setor de prestação de serviços no mercado de beleza, são de grande importância, pois podem

contribuir para o entendimento e abordagem de questões específicas enfrentadas por empresas nesse segmento.

## Referências

APPOLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BERTÓ, Dalvio José; BEULKE, Rolando. **Precificação**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013:A.

BERTÓ, Dalvio José; BEULKE, Rolando. **Gestão de Custos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013:B.

BEUREN, Ilse Maria (org). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CARNEIRO, Jorge M. T. *et al.* **Formação e administração de preços**. 3. ed. Rio De Janeiro: FGV, 2015.

CASARIN, Helen De Castro Silva; CASARIN, Samuel José. **Pesquisa Científica: da teoria à prática**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto Da. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CORRÊA, Michel Dias. **Contabilidade de custos**. Curitiba: Intersaberes, 2019.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

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

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GERRING, John. **Pesquisa de estudo de caso: princípios e práticas** – Petrópolis: Vozes, 2019.

MARION, Jose Carlos; RIBEIRO, Osni Moura. **Introdução à contabilidade gerencial**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

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

NAKAGAWA, Masayuki. **ABC: custeio baseado em atividades**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade de custos**: teoria, prática, integração com sistemas de informações (ERP). São Paulo: Cengage Learning, 2013.

RECEITA FEDERAL. IN n 162, de 31 de dezembro de 1998. Fixa prazo de vida útil e taxa de depreciação dos bens que relaciona. <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=15004&cvisao=original>

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. E-book.

SEBRAE. **SAIBA como definir sua margem de lucro**. 2023. Artigos. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/saiba-como-definir-sua-margem-de-lucro,e361fcbf64756810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em 12 dez. 2023

VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério Das. **Contabilidade de custos**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.