



## MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO E RENTABILIDADE: PRECIFICAÇÃO PARA SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA

## CONTRIBUTION MARGIN AND PROFITABILITY: PRICING FOR FINANCIAL SUSTAINABILITY

Pedro de Azevedo Trodo Lima<sup>1</sup>  
Christian Venzon<sup>2</sup>

### RESUMO

Para determinar a viabilidade econômica de uma empresa prestadora de serviços, é essencial avaliar o público-alvo, a concorrência e a precificação dos serviços prestados. Além disso, a análise de custos, receitas e lucros é crucial para verificar a sustentabilidade da empresa no mercado. Este estudo teve como objetivo calcular o valor mínimo viável da hora trabalhada por meio da precificação dos serviços de uma empresa de design de marcas, além de levantar seus custos, receitas e despesas, projetar o retorno de capital esperado e calcular o ponto de equilíbrio. A metodologia utilizada foi um estudo de caso descritivo, com abordagem quantitativa dos dados, focada na gestão de custos de uma microempresa. Verificou-se que, para a empresa ser economicamente viável, o valor mínimo a ser cobrado pela hora trabalhada é de R\$ 22,39. Além disso, para atingir o retorno anual projetado, o valor da hora trabalhada deve ser de R\$ 53,42.

**Palavras-chave:** Administração financeira. Ponto de equilíbrio. Viabilidade econômica.

### ABSTRACT

To determine the economic viability of a service provider company, it is essential to assess the target audience, competition, and service pricing. Additionally, analyzing costs, revenues, and profits is crucial to verify the company's market sustainability. This study aimed to calculate the minimum viable hourly rate through service pricing in a branding design company, in addition to identifying its revenues, costs, and expenses, calculating the break-even point, and projecting the expected capital return. The methodology used was a descriptive case study with a quantitative data approach, focused on cost management in a microenterprise. It was found that, for the company to be economically viable, the minimum hourly rate should be R\$ 22.39. Furthermore, to achieve the projected annual return, the hourly rate should be R\$ 53.42.

**Keywords:** Break-even. Economic viability. Financial management.

<sup>1</sup> Graduando em Administração pela Faculdade Dom Alberto.

<sup>2</sup> Administrador, MBA em Gestão Empresarial, Esp. em Educação Superior. Faculdade Dom Alberto - Santa Cruz do Sul/RS. E-mail: christian.venzon@domalberto.edu.br



## INTRODUÇÃO

A viabilidade econômica de uma empresa prestadora de serviços depende de diversos fatores que influenciam diretamente a sua capacidade de gerar lucros e garantir a continuidade das operações. Para as microempresas, essa questão é ainda mais relevante, uma vez que possuem recursos limitados e enfrentam desafios, como a alta competitividade e a flutuação da demanda (Oliveira, 2013). Nesse contexto, a precificação adequada dos serviços, baseada em uma análise rigorosa de custos, receitas e despesas, é essencial para garantir a sustentabilidade do negócio e o retorno esperado pelos sócios (Padoveze, 2015).

A precificação de serviços envolve a definição de um valor monetário que leve em consideração os custos de produção, as despesas fixas e variáveis, os impostos incidentes e, principalmente, o lucro desejado, alinhando-se a uma estratégia que maximize os resultados financeiros da empresa (Saes, 2010). Além de cobrir os custos, a precificação também deve considerar o posicionamento no mercado, a percepção de valor pelo cliente e a competitividade em relação aos concorrentes diretos (Kotler; Keller, 2018).

No setor de design de marcas, a precificação se torna uma questão estratégica, visto que os serviços oferecidos possuem um caráter intangível e dependem de fatores como criatividade, inovação e personalização (Kotler; Keller, 2018). Assim, determinar o valor mínimo da hora trabalhada para garantir a viabilidade econômica é um desafio para pequenas empresas que atuam nesse segmento, exigindo uma gestão financeira precisa e uma compreensão clara dos custos fixos e variáveis envolvidos na operação (Ching, 2017).

Este estudo de caso teve como alvo a empresa Alpha, nome fictício para preservação da privacidade dos dados da empresa, situada em Santa Cruz do Sul/RS e fundada em 2022. A empresa presta serviços de criação de marcas, desde a construção da sua identidade visual e suas aplicações, até o posicionamento da marca no mercado. A partir desse contexto, o presente estudo teve como problema de pesquisa o seguinte questionamento: Qual o valor mínimo viável da hora trabalhada em uma empresa de design de marcas?



Buscou-se, como objetivo geral, calcular o valor mínimo viável da hora trabalhada em uma empresa de design de marcas. Dessa forma, os objetivos específicos corresponderam a identificar os custos, receitas e despesas da empresa; avaliar o retorno de capital esperado e calcular o ponto de equilíbrio.

A compreensão da precificação de serviços é crucial para o sucesso de microempresas, como a Alpha, que enfrentam recursos limitados e alta competitividade. Desta forma, este estudo se justifica pela necessidade de calcular o valor mínimo viável da hora trabalhada, essencial para garantir a viabilidade econômica e o retorno desejado pela empresa. Ao levantar custos, receitas e despesas, além de projetar o retorno de capital e calcular o ponto de equilíbrio, a pesquisa visa oferecer uma base sólida para decisões estratégicas, contribuindo para a literatura sobre gestão de serviços e fornecendo insights práticos para outras microempresas no setor criativo.

Por fim, este trabalho está estruturado em cinco seções, iniciando-se com a presente introdução. Na sequência, será apresentado o referencial teórico que fundamenta a pesquisa. A terceira seção aborda a metodologia empregada, que viabilizou o desenvolvimento do estudo. Em seguida, a quarta seção é dedicada à apresentação e análise dos dados coletados. Por último, a quinta parte do estudo apresenta as conclusões e as recomendações para futuras investigações.

## **1 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **1.1 Contabilidade de Custos**

#### **Gasto**

Os gastos são os compromissos financeiros da empresa, para adquirir recursos fabris para a fabricação de um produto; mercadorias a serem revendidas; produtos para a execução de serviços; recursos para a parte administrativa, como material de escritório; recursos a serem usados pelo setor comercial (Megliorini, 2018).

Além da finalidade de adquirir bens, desembolsos para a aquisição de serviços também são considerados gastos. Para Marion (2022, p. 62), gastos são “todo sacrifício para aquisição de um bem ou serviço com pagamento no ato (desembolso) ou no futuro (cria uma dívida)”.



## **Custo**

Para Megliorini (2018, p. 6), os custos se referem à “parcela dos gastos consumida no ambiente fabril para fabricação dos produtos na empresa industrial; na aquisição de mercadorias para revenda na empresa comercial; e na realização de serviços nas empresas prestadoras de serviços”.

Eles podem ser divididos em custos fixos e custos variáveis. Custos fixos são aqueles que permanecem constantes, independentemente do volume de produção, como aluguel ou salários de funcionários diretos. Por outro lado, custos variáveis variam de acordo com a produção, como a aquisição de matérias-primas e insumos. A correta identificação dos custos é crucial para a formação do preço de venda e para a gestão da lucratividade da empresa (Martins, 2018).

## **Investimento**

Refere-se à alocação de recursos financeiros em bens ou atividades com o objetivo de obter retornos futuros. O investimento é geralmente voltado para a expansão, inovação ou melhoria da capacidade produtiva de uma organização, sendo considerado um gasto que traz benefícios econômicos ao longo do tempo. Diferente das despesas, que são consumidas imediatamente, os investimentos têm impacto duradouro e geram resultados que podem ser aproveitados em períodos futuros. Em micro e pequenas empresas, decisões de investimento são cruciais para garantir o crescimento sustentável e a competitividade no mercado (Assaf Neto, 2019).

## **Despesa**

Despesas são os gastos relacionados às atividades operacionais de uma empresa, porém, sem ligação direta com a produção de bens ou serviços. Elas são essenciais para o funcionamento do negócio e estão associadas a áreas administrativas, comerciais e financeiras. Exemplos de despesas incluem salários administrativos, gastos com marketing e despesas de manutenção. Esses gastos não são diretamente atribuíveis ao processo produtivo, mas são necessários para a continuidade das operações da empresa. A gestão eficaz das despesas é vital para assegurar a sustentabilidade financeira de uma organização (Marion, 2018).



Despesas operacionais podem ser classificadas como administrativas, financeiras ou comerciais, dependendo de sua natureza e impacto na organização. As despesas administrativas, por exemplo, estão relacionadas à estrutura de suporte da empresa, como a gestão de recursos humanos e infraestrutura, enquanto as despesas financeiras englobam os juros pagos sobre empréstimos e financiamentos. Entender essas diferentes categorias auxilia no desenvolvimento de estratégias financeiras mais assertivas, promovendo uma melhor alocação de recursos (Gitman, 2015).

A literatura ressalta que o controle sobre as despesas operacionais é um componente chave da saúde financeira de qualquer organização. Em muitos casos, o sucesso de uma empresa está ligado à sua capacidade de reduzir despesas sem comprometer a qualidade dos serviços ou produtos oferecidos, sendo este um desafio constante para gestores de pequenas e grandes empresas (Iudícibus, 2010).

Nesse ponto, observa-se que gastos é uma categoria geral, e custos, despesas e investimentos se subdividem dela. Com isso, classificando corretamente seus gastos, a empresa consegue apurar seus custos de forma adequada com a utilização de um método de custeio (Megliorini, 2018).

### **Diferença entre custo e despesa**

Ao fazer a análise de uma demonstração de resultados de uma empresa, encontram-se os termos custos e despesas, em diversos tipos de empresa, como industriais, comerciais e prestadoras de serviços. Para Megliorini (2018, p. 8), em relação aos custos, “referem-se a produtos, mercadorias ou serviços entregues ou prestados aos clientes, gerando as respectivas receitas”. Desta forma, os custos corresponderão à mesma quantidade de produtos vendidos ou serviços prestados, ou seja, para 100 produtos vendidos ou serviços prestados, o custo será sobre 100 unidades desse produto ou serviço, sendo assim os custos associados às respectivas receitas na demonstração de resultados.

Por outro lado, as despesas são relacionadas à administração da empresa e todos os esforços para a geração de receita. Por conta disso, as despesas são lançadas de acordo com o período da demonstração. Sendo uma demonstração de resultado anual, as despesas representarão o acumulado de janeiro a dezembro do ano analisado (Megliorini, 2018).



## **Empresa prestadora de serviços**

Assim como outros tipos de empresa, a prestadora de serviços também tem diversos gastos para suportar suas operações. Alguns exemplos dados por Megliorini (2018, p. 11) são: “a compra de materiais a serem aplicados na execução dos serviços, a aquisição de material de escritório, o pagamento de taxas e impostos, a manutenção dos bens patrimoniais, a folha de pagamentos etc.”.

Em uma empresa prestadora de serviços, os custos se referem aos gastos usados para a execução do serviço. Já as despesas se referem aos gastos destinados à administração da empresa e à geração de receitas durante o exercício (Megliorini, 2018).

## **Custos diretos e indiretos**

Na divisão fabril, todos os gastos são considerados custos, agregando tudo, desde a matéria-prima para produção do produto até o cafezinho consumido pela divisão de fábrica. Para que esses custos possam ser atribuídos ao produto, é feita a divisão de custo direto e indireto. Megliorini (2018, p. 15) simplifica que, “se for possível identificar a quantidade do elemento de custo aplicada no produto, o custo será direto. Se não for possível identificar essa quantidade, o custo será indireto”. Desta forma, o custo direto é apropriado ao produto conforme o que foi consumido de fato pelo produto, já os custos indiretos são apropriados por meio de rateio.

## **Custos fixos e variáveis**

Ao estudar o comportamento dos custos, outra distinção é feita, a de custos fixos e a de variáveis. Essa distinção ocorre em função das mudanças dos custos de acordo com as alterações no volume produzido, ou seja, em caso de aumento ou diminuição do volume produzido, alguns custos acompanharão essas mudanças, outros não, sendo estes que não acompanham os custos fixos e os que aumentam ou diminuem os custos variáveis (Megliorini, 2018).

Além disso, há também os custos semifixos e semivariáveis; os semifixos são custos fixos que variam de acordo com mudanças da capacidade de produção, por exemplo, no aluguel de um novo galpão ou nova máquina para suprir a demanda de



produção, dessa forma, aumentando o custo fixo de aluguel. Por conta disso, os custos semifixos crescem em patamares, pois, seguindo esse exemplo, o custo do novo aluguel se manterá constante até que haja uma nova mudança na capacidade produtiva. Já os semivariáveis são os elementos de custos que são compostos por parte fixa e parte variável. Exemplos desses custos são a energia elétrica e a água, visto que é cobrada uma taxa fixa quando não há a utilização do serviço ou não passa da quantidade mínima, mas, quando há a utilização, o custo cresce conforme o aumento da produção (Megliorini, 2018).

### **Gestão de despesas**

As despesas, por sua vez, devem ser geridas com o mesmo rigor que os custos. Segundo Gitman (2015), as despesas operacionais, como salários administrativos, despesas de marketing e custos de vendas, impactam diretamente a margem operacional da empresa. A análise detalhada dessas despesas pode auxiliar a identificar áreas de ineficiência e possíveis cortes, contribuindo para a melhoria da rentabilidade.

A gestão eficiente de despesas também envolve a análise de despesas financeiras, como juros de empréstimos e financiamentos. A utilização inadequada de capital de terceiros pode gerar despesas financeiras excessivas, impactando a liquidez e a rentabilidade da empresa. Portanto, o monitoramento contínuo do custo de capital e das despesas financeiras é essencial para garantir a saúde financeira do negócio (Martins, 2018).

### **Margem de contribuição e Ponto de Equilíbrio**

#### **Margem de contribuição unitária**

Ribeiro (2017, p. 437) afirma que “margem de contribuição unitária é a diferença entre a receita bruta auferida na venda de uma unidade de produto e o total dos custos variáveis incorridos na fabricação dessa unidade de produto”. Dessa forma, a margem de contribuição unitária representa o que resta à empresa para cobrir seus custos fixos, despesas e lucro, a cada unidade vendida. Ribeiro (2017) ainda



alerta que despesas com fretes, seguros, comissões a vendedores, material de embalagem e tributos também devem ser levadas em conta no cálculo.

### **Margem de contribuição total**

Quanto à margem de contribuição total, trata-se da diferença entre receita bruta total de vendas e o total de custos e despesas variáveis incorridos na fabricação do lote de produtos avaliados. Dessa forma, ao se subtraírem os custos e despesas fixas da margem de contribuição, será encontrado o lucro proporcionado no período em questão.

### **Ponto de equilíbrio**

Referente ao ponto de equilíbrio contábil (PEC), Ribeiro (2017, p. 447) define o ponto de equilíbrio como “o estágio alcançado pela empresa no momento em que as receitas totais se igualam aos custos e despesas totais”. Nesse cenário, a empresa não apresenta lucro, nem prejuízo, considerando-se em pleno equilíbrio. Com isso, quando a empresa trabalha abaixo do ponto de equilíbrio, ou seja, não cobre os seus custos e despesas, tecnicamente, a empresa está operando com prejuízo e, quando está acima do ponto de equilíbrio, operando com lucro (Ribeiro, 2017).

Segundo Ribeiro (2017, p. 448), “o ponto de equilíbrio pode receber outras denominações, como ponto de nivelamento, ponto neutro, ponto de ruptura etc.”. Tem como principal objetivo revelar o volume mínimo de vendas para que a empresa possa cobrir seus custos e despesas totais (Ribeiro, 2017).

Segundo Lorentz (2021, p. 208), também pode ser chamado de “ponto de equilíbrio operacional (PEO), ponto de ruptura, ponto de nivelamento, ponto crítico ou ponto de quebra”.

Já no ponto de equilíbrio econômico (PEE), além da soma dos custos e despesas, acresce-se uma remuneração mínima sobre o capital investido pela empresa. Essa remuneração, geralmente, é a taxa de juros do mercado multiplicada pelo capital investido, também denominada de custo de oportunidade (Lorentz, 2021).

Quanto ao ponto de equilíbrio financeiro (PEF), apenas são consideradas as despesas e os custos que representam desembolso financeiro para a empresa. Dessa forma, excluem-se os encargos e depreciação, por exemplo (Lorentz, 2021).



Como será observado na subseção 1.2, além da contabilização e gestão dos custos e despesas, uma administração financeira eficiente e com objetivo é crucial para a viabilidade econômica da empresa no longo prazo.

## **1.2 Administração Financeira**

Uma administração financeira eficiente precisa de um objetivo, visto que, para que se possam julgar as decisões tomadas como eficientes ou não, é necessário que se conheça algo como o padrão. No livro de Van Horne (2002), e comumente usado por administradores financeiros, o objetivo a ser almejado pela empresa é a geração de valor para seus acionistas ou proprietários.

Com o objetivo de gerar valor aos acionistas ou proprietários, há duas abordagens distintas que podem ser avaliadas, a maximização dos lucros e a maximização de riqueza. A maximização do lucro vem da equação contábil tradicional, que, basicamente, consiste no resultado das receitas, menos as despesas de um determinado período (Padoveze, 2016). Conforme retratado por Padoveze em sua obra, “apesar de lógico, esse conceito, tomado e utilizado de forma restrita, pode não conduzir as empresas a uma melhor situação” (2016, p. 6). O lucro, por si só, não garante que o futuro da empresa seja beneficiado por conta dele, pois algumas decisões da gestão podem maximizar o lucro em determinado período, mas serem prejudiciais ao futuro da empresa, como, por exemplo, redução de gastos com treinamentos e capacitação, redução de gastos com manutenção de ativos fixos, redução de gastos com propaganda, entre outras decisões (Padoveze, 2016).

Por outro lado, a maximização de riqueza, diferentemente da maximização do lucro, tem uma abordagem de longo prazo, visando ao aumento do lucro futuro, não apenas do lucro do período. E, portanto, tende a ser uma abordagem que agrada mais os investidores e proprietários, que buscam dividendos recorrentes e contínuos ao longo do tempo. A maximização de riqueza pode ser vista também como a criação de valor para a empresa; contabilmente e financeiramente, trata-se da diferença entre o valor do Patrimônio Líquido Final (PLF) e o valor do Patrimônio Líquido Inicial (PLI), ou seja, diferentemente da equação do lucro, deixa de avaliar receitas e despesas e passa a avaliar o patrimônio líquido da empresa (Padoveze, 2016).



Para que haja um aumento na riqueza dos acionistas ou proprietários da empresa, um dos indicadores avaliados ao realizar um investimento é o EVA (valor econômico adicionado). O cálculo desse indicador é feito subtraindo dos lucros operacionais líquidos de um investimento o custo que tivera para financiá-lo. Caso o resultado seja positivo, é um investimento que agregou valor à empresa e seus acionistas; caso seja negativo, diminuiu a riqueza da empresa e de seus acionistas (Gitman, 2015).

Embora a maximização da riqueza seja o foco, a cooperação com os grupos de interesse ajuda a ter maior facilidade nesse objetivo, podendo os grupos de interesse serem compostos por funcionários, fornecedores, clientes, credores, proprietários e outros com vínculo econômico direto com a empresa. Manter o bem-estar desses grupos não altera o objetivo de maximização de riqueza, mas entra na parte de responsabilidade social da empresa, que espera que essa preocupação gere benefícios no longo prazo, com relações positivas e evitando conflitos (Gitman, 2015).

Uma forma de fazer essa gestão com foco na geração de valor é ver o ativo como sendo os recursos necessários para gerar o valor agregado, por meio de compra, produção e venda, ou seja, a operacionalização e geração de valor da empresa. Já o passivo representa, nesse modelo, a criação de valor por meio da adoção do EVA, que também pode ser chamado de custo de oportunidade de capital, visto que capta recursos de acionistas ou outras fontes e espera um retorno positivo desse investimento, conforme calculado pelo EVA ou custo de oportunidade (Padoveze, 2016).

No que diz respeito ao valor agregado pela empresa, pode ser observado no processo produtivo, em que se tem a entrada de recursos (*input*) e a saída de produtos ou serviços (*output*). O valor agregado pode ser encontrado quando se verifica a diferença entre o valor da saída (*output*) e o valor da entrada (*input*). Em um exemplo, em que os recursos para a produção custassem R\$ 100,00, e o produto final tivesse valor de R\$ 150,00, o valor agregado pela empresa no processo seria de 50 reais ( $VA=150-100=50$ ). Com o valor agregado, a empresa precisa ser capaz de arcar com os custos do processo e ainda remunerar seus acionistas ou proprietários, por meio de juros e distribuição de lucro. Além disso, é ideal também que haja um excedente para que a empresa possa operar de forma sustentável, sem depender tanto de



capitais de terceiros (bancos) ou dos acionistas e proprietários, desta forma, também possibilitando reinvestimentos na própria empresa (Hoji, 2017).

Com tantas obrigações e remunerações a serem feitas, o administrador financeiro precisa tomar diversas decisões fundamentais em seu cotidiano, enquanto desempenha suas atividades, para que haja essa criação de valor para a empresa, sendo elas decisões de investimento, financiamento e dividendos (Padoveze, 2016). Considerada por Padoveze a mais importante de todas, “é a própria razão de ser de um empreendimento – investimento para gerar produtos e serviços e, conseqüentemente, por meio destes resultados” (2016, p. 15).

A decisão de investimento, devido a muitas incertezas, é uma das mais complexas a serem tomadas pelo administrador. O investimento se trata de uma alocação de capital em que os benefícios só poderão ser vistos no futuro e ainda sem a certeza de que serão vistos, pois pode haver uma mudança no cenário que altere os planos e faça com que esse investimento seja desperdiçado, por isso, deve ser sempre considerado o risco, que deve ser justificado pelo retorno esperado, para que haja sentido o investimento (Padoveze, 2016).

Algumas das variáveis indicadas por Padoveze (2016) para avaliar uma decisão de investimento são o empreendimento ou projeto de investimento; o valor do investimento; o período previsto de operacionalização do investimento; o risco envolvido no investimento e o custo do capital.

Quanto à decisão de financiamento, o administrador precisa determinar a melhor combinação de financiamentos para determinado projeto ou estrutura de capital da empresa, utilizando capital próprio e/ou capital de terceiros. Visto que para que um investimento aconteça, é necessário um financiamento de igual montante. Para que se tome essa decisão, é avaliado novamente o risco do investimento, assim como o seu montante total. Também são avaliados pelo administrador a disponibilidade de fundos de capital, próprios e/ou de terceiros, e o custo desse capital (Padoveze, 2016).

Já a terceira decisão, a de dividendos, é um complemento das decisões anteriores, uma vez que se refere ao retorno dos investimentos dos acionistas ou proprietários, assim como a geração de lucro e criação de valor. Essa decisão implica na porcentagem do lucro que será distribuído e o quanto será retido na empresa para futuros investimentos. Na decisão, se inclui, também, qual a recorrência desses



pagamentos de dividendos, se serão fixos ou não, entre outros modelos, como bonificações ou recompra de ações (Padoveze, 2016).

Para Padoveze (2016), há três decisões financeiras fundamentais, que são inter-relacionadas e resolvidas conjuntamente, formando o modelo genérico de gestão financeira. Com isso, o autor afirma:

O custo de capital é o elemento decisório integrador das três funções ou decisões financeiras. O custo de capital das fontes de financiamento determina a avaliação do projeto de investimento e sua aceitação ou não. Os lucros gerados pelo investimento devem cobrir o custo de capital, remunerando as fontes próprias e de terceiros e gerando valor adicionado para a empresa e os acionistas. Após a remuneração das fontes de financiamento de terceiros, a distribuição de dividendos justifica o investimento de capital dos acionistas (2016, p. 16).

Dessa forma, o custo de capital compreende as decisões de investimento, financiamento e dividendos.

### **1.3 Viabilidade Econômica**

Viabilidade econômica refere-se à capacidade de uma empresa gerar receitas suficientes para cobrir seus custos, atingir margens de lucro e proporcionar um retorno satisfatório sobre os investimentos (Gitman, 2015).

A estrutura de custos é um elemento crítico para a viabilidade econômica. Em microempresas, é essencial que os gestores entendam e classifiquem seus custos em variáveis e fixos, facilitando o cálculo do ponto de equilíbrio. Este ponto representa o volume de vendas necessário para cobrir todos os custos, sendo um indicador que revela a viabilidade do negócio. A análise de ponto de equilíbrio oferece informações valiosas sobre os limites de rentabilidade e apoia a tomada de decisões em relação à precificação e ao controle de custos (Brigham; Houston, 2016).

O retorno sobre o investimento (ROI) é um indicador amplamente utilizado para avaliar a rentabilidade e a eficiência de recursos aplicados em um negócio, refletindo diretamente na análise de viabilidade econômica. Para microempresas, o ROI representa uma métrica importante, pois permite que o gestor compreenda o retorno gerado pelos recursos limitados investidos e avalie se os resultados compensam o capital comprometido. O ROI deve considerar não apenas o lucro gerado, mas também os custos de oportunidade, uma vez que esses recursos poderiam ser



direcionados para alternativas de investimento com retornos mais elevados ou de menor risco, caso se apresentem inviáveis no contexto atual (Assaf Neto, 2019).

#### **1.4 Precificação de Serviços**

A precificação de serviços é um tema relevante, especialmente em setores criativos, como o de design de marcas, em que o valor percebido pelos clientes desempenha um papel fundamental na definição de preços. Kotler e Keller (2018) definem a precificação como uma função estratégica que vai além do simples cálculo de custos; ela deve considerar também a percepção de valor dos clientes e a capacidade da empresa de se posicionar de forma competitiva no mercado.

O processo de precificação em serviços deve considerar tanto os custos operacionais quanto o valor percebido pelo cliente. Diferentemente dos produtos tangíveis, em que o custo de produção é mais claramente definido, os serviços envolvem uma maior subjetividade, especialmente em áreas criativas. Segundo Kotler e Keller (2018), a precificação de serviços deve equilibrar três componentes principais: custos, concorrência e valor percebido pelo cliente.

Em relação aos custos, a empresa precisa assegurar que o preço cobrado cubra os custos diretos e indiretos associados à prestação do serviço, incluindo custos de mão de obra, infraestrutura, ferramentas e tecnologia.

Na concorrência, é necessário analisar o mercado e os preços praticados por empresas concorrentes, especialmente em um setor competitivo como o de design de marcas. Embora a diferenciação seja importante, os preços também precisam ser competitivos o suficiente para atrair clientes.

Quanto ao valor percebido, este é especialmente relevante no ramo de design. Clientes pagam não apenas pelo tempo gasto ou pelas ferramentas utilizadas, mas pela criatividade, inovação e impacto que o design pode ter sobre o sucesso da marca.

Como os serviços são intangíveis e personalizados, a percepção de valor varia significativamente de cliente para cliente. Um bom design de marca, por exemplo, pode melhorar a identidade corporativa, aumentar o reconhecimento e fortalecer a reputação da empresa no mercado, o que, por sua vez, pode justificar um preço mais elevado (Osterwalder; Pigneur, 2011).



## 2 METODOLOGIA

O presente estudo de caso se trata de uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa e teve como alvo uma microempresa de design de marcas. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas e com suporte de documentação financeira como extratos bancários e faturas de cartões de crédito.

Para Lozada e Nunes (2019, p. 139), “a pesquisa descritiva objetiva reunir e analisar muitas informações sobre o assunto estudado”. Assim, a pesquisa descritiva se distingue da exploratória pelo fato de abordar um tema já conhecido, permitindo ao pesquisador agregar novas perspectivas sobre uma realidade previamente mapeada. Portanto, o presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, uma vez que descreve as características do tema em questão e estabelece relações entre as variáveis analisadas. Além disso, visou observar, descrever e analisar a viabilidade econômica de uma microempresa de design de marcas, utilizando-se os custos e despesas para calcular a precificação da hora trabalhada. Esta auxiliará a empresa a administrar, de forma saudável, as finanças de sua empresa e tomar decisões assertivas em relação a investimentos, despesas e precificação de seu serviço.

Para implementar uma gestão de custos eficaz e identificar os valores mínimos de precificação dos serviços da empresa, para que o negócio seja viável e sustentável, foram coletados dados referentes aos gastos da organização durante o primeiro semestre de 2024, classificando-os em despesas e custos, fixos ou variáveis. Utilizou-se a ferramenta Microsoft Excel para consolidar os dados de gastos e receitas, determinar a margem de contribuição mínima necessária para cobrir as despesas e custos da organização e estabelecer a precificação ideal para que a empresa alcance os resultados desejados.

Conforme Lozada e Nunes (2019, p. 133), “a pesquisa quantitativa pode ser utilizada em diversas situações, pois busca descrever significados diretamente a partir da análise de dados brutos e objetivos”. Assim, a pesquisa foi conduzida de forma quantitativa, avaliando os resultados com base nos números obtidos ao longo do estudo. Foram verificados, ao final da pesquisa, as médias de gastos fixos e variáveis, o ponto de equilíbrio e os valores mínimos a serem praticados na precificação dos serviços.



Durante o presente estudo, algumas ferramentas e técnicas de pesquisa foram utilizadas, destacando-se a entrevista, que consiste em uma conversa orientada pelo investigador com um objetivo definido, visando coletar informações relevantes para a pesquisa. Essa técnica é frequentemente utilizada para obter dados que não estão documentados ou registrados, mas que são fornecidos diretamente por indivíduos que detêm conhecimento sobre o tema (Cervo; Silva, 2006).

Conforme Gil (2017), existem diversas modalidades de entrevistas, incluindo a entrevista aberta, que possui um roteiro de questões com ampla liberdade nas respostas; a entrevista guiada, cuja formulação e sequência são definidas durante a conversa; a entrevista pautada, orientada por uma lista de tópicos a serem explorados; e a entrevista informal, que se assemelha a uma conversa casual.

### 3 DESCRIÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

#### 3.1 Levantamento de dados

Com a verificação de extratos bancários e faturas de cartões de crédito, foram levantadas as receitas e despesas da empresa, consolidando-as em um balancete gerencial. Nesta etapa, foi possível verificar as médias de custos e despesas da empresa, que foram usadas no cálculo do ponto de equilíbrio.

Tabela 1 – Balancete Gerencial

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	MÉDIA
<b>RECEITAS</b>	<b>15.342,50</b>	<b>18.770,00</b>	<b>23.214,00</b>	<b>17.038,00</b>	<b>7.510,00</b>	<b>6.187,00</b>	<b>14.676,92</b>
Projetos	12.542,50	16.920,00	21.364,00	17.038,00	7.510,00	6.187,00	
Assessoria	2.800,00	1.850,00	1.850,00				
<b>CUSTOS E DESPESAS</b>	<b>4.044,43</b>	<b>4.049,77</b>	<b>4.112,19</b>	<b>7.710,35</b>	<b>6.179,81</b>	<b>5.697,01</b>	<b>6.319,10</b>
Pró-labore	1.256,00	1.256,00	1.256,00	1.256,00	1.256,00	1.256,00	1.256,00
Contadora				220,00	220,00	220,00	220,00
Bolsa-auxílio				1.273,00	1.273,00	1.273,00	1.273,00
Impostos				1.022,28	450,60	371,22	614,7
Aluguel	1.006,00	1.006,00	1.006,00	1.006,00	1.006,00	1.006,00	1.006,00
Água	110,00	40,00	53,00	47,50	60,00	50,00	50,10
Internet	102,00	102,00	102,00	102,00	102,00	102,00	102,00
Energia elétrica	331,00	150,00	452,00	408,52	180,00	238,00	293,25



Limpeza	110,00	110,00	152,50	162,50	207,50	152,50	149,16
Assinaturas Softwares	222,38	221,62	98,80	633,93	130,90	130,90	239,75
Cursos		250,00	250,00	879,92	821,11	807,00	501,33
Despesas de serviços	25,00	84,60	160,67	176,25	471,05	87,09	167,44
Gastos estúdio	811,05	758,55	581,22	517,50	0,00	0,00	444,72
MEI	71,00	71,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desenquadramento MEI	0,00	480,00	299,10	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>RESULTADO</b>	<b>11.298,07</b>	<b>14.720,23</b>	<b>19.101,81</b>	<b>9.327,65</b>	<b>1.330,19</b>	<b>489,99</b>	

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

No cálculo da média de gastos dos itens “Contadora”, “Bolsa-auxílio” e “Impostos”, foram considerados apenas os meses de abril, maio e junho, visto que, nos meses anteriores, a empresa não tinha estes gastos em suas operações. A fim de trazer maior precisão e previsibilidade aos custos fixos, a média do item “Água” não considerou o mês de janeiro, em razão de um vazamento de água ocorrido durante a obra de renovação do estúdio. Além disso, as médias dos itens “MEI” e “Desenquadramento MEI” foram zeradas, em virtude da troca de regime tributário da empresa durante o semestre, passando a recolher impostos pelo Simples Nacional e não mais pelo regime MEI.

Analisando os resultados encontrados neste levantamento, também foi possível observar que a empresa tem uma média total de custos e despesas de R\$ 6.319,10 e uma média de receitas de R\$ 14.676,92.

Já para o cálculo das horas trabalhadas mensais, foram consideradas 4 semanas para cada mês, nas quais a empresária faz 40 horas semanais e a sua estagiária, 20 horas semanais. Desta forma, foram consideradas 160 horas trabalhadas mensais para a empresária e 80 horas trabalhadas mensais para a estagiária, totalizando 240 horas trabalhadas mensais pela empresa.

Com isso, dividindo as receitas levantadas no balancete gerencial (tabela 1) e as dividindo pelo número de horas trabalhadas mensais, foram encontrados os valores recebidos por hora trabalhada em casa mês.



Tabela 2 – Receita por hora

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
95,89	117,31	145,09	70,99	31,29	25,78

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

De acordo com a definição de custo para Megliorini (2018, p. 6), é a “parcela dos gastos consumida no ambiente fabril para fabricação dos produtos na empresa industrial; na aquisição de mercadorias para revenda na empresa comercial; e na realização de serviços nas empresas prestadoras de serviços”. Foram separados os gastos fixos que fazem parte diretamente do processo produtivo da empresa, sendo as assinaturas *softwares* programas essenciais para a prestação de serviços. As despesas de serviços são ligadas diretamente a serviço realizado, como materiais impressos, fontes, vetores, banco de imagens e outros itens diversos necessários para a particularidade de cada serviço. E os custos de mão de obra da empresária e de sua estagiária, separados em pró-labore e bolsa-auxílio.

Tabela 3 – Custos fixos

Custo	Valor
Assinaturas Softwares	R\$ 239,76
Despesas de serviços	R\$ 167,44
Pró-labore	R\$ 1.256,00
Bolsa-auxílio	R\$ 1.273,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.936,20</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Em relação aos valores dos custos fixos, foram levantados de acordo com as médias de gastos mensais em cada categoria durante o semestre, calculadas no Balancete Gerencial (tabela 1).

Na definição de Padoveze (2015, p. 16), as despesas são “os gastos necessários para vender e distribuir os produtos da empresa. São os gastos ligados às áreas administrativas e comerciais”.

Desta forma, foram separadas as despesas fixas necessárias para a operação da empresa, sendo elas divididas nos itens “Aluguel”, “Água”, “Internet”, “Energia elétrica”, “Limpeza” e “Cursos”.



Tabela 4 – Despesas fixas

Despesa	Valor
Aluguel	R\$ 1.006,00
Água	R\$ 60,08
Internet	R\$ 102,00
Energia elétrica	R\$ 293,25
Limpeza	R\$ 149,17
Cursos	R\$ 501,33
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.111,83</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Vale ressaltar que, no levantamento de gastos realizados, não foram encontradas despesas variáveis, e o único custo variável dos serviços é a alíquota de 6% sobre a receita da empresa.

### 3.2 Margem de contribuição mínima

A fim de identificar a margem de contribuição mínima (MCm), para que a empresa pudesse arcar com seus gastos fixos, foram somados os custos fixos e as despesas fixas, e o resultado da soma foi dividido pelo número de horas trabalhadas mensalmente. Desta forma, foi encontrado o valor de R\$ 21,04, que é o necessário para o pagamento dos gastos fixos da empresa. O cálculo pode ser representado da seguinte forma:

$$MCm = \frac{\text{Custos fixos} + \text{Despesas fixas}}{\text{Número de horas trabalhadas}} = \frac{2.936,20 + 2.111,83}{240} = 21,04$$

### 3.3 Precificação mínima da hora trabalhada

O único custo variável da empresa se trata de um percentual de 6% de impostos que incidem na receita. Visando encontrar o valor mínimo a ser cobrado por hora trabalhada, o valor de margem de contribuição mínima (MCm) foi dividido por 1-0,06, considerando o desconto referente aos 6% da alíquota de imposto, e o resultado



encontrado foi de R\$ 22,39. Desta forma, o cálculo do valor mínimo a ser cobrado por hora (VMh) pode ser representado da seguinte forma:

$$VMh = \frac{21,04}{1 - 0,06} = 22,39$$

Com isso, foi possível verificar que, para que a empresa atinja o equilíbrio, ou seja, consiga arcar com seus compromissos financeiros, o valor mínimo a ser cobrado por hora trabalhada do serviço é de R\$ 22,39.

### **3.4 Margem de contribuição com retorno de capital projetado**

Buscando ainda ampliar o escopo, com base no ponto de equilíbrio econômico, que considera também o retorno esperado pela empresa, foram feitos cálculos para descobrir o valor a ser cobrado pela hora trabalhada para que a empresa pudesse ter um resultado de R\$ 84.000,00 ao final do exercício.

Assim como a margem de contribuição mínima, foram somados os custos fixos e despesas fixas, entretanto, desta vez, acrescidos do ganho de capital mensal esperado. O resultado da soma foi dividido pelo número de horas mensais trabalhadas pela empresa, a fim de encontrar a margem de contribuição para atingir o resultado pretendido (MCrp).

$$MCrp = \frac{\text{Custos fixos} + \text{Despesas fixas} + \text{Ganho de capital mensal}}{\text{Horas trabalhadas}}$$

$$MCrp = \frac{2.936,20 + 2.111,83 + 7.000}{240} = 50,21$$

### **3.5 Precificação da hora trabalhada com retorno de capital projetado**

Com objetivo de encontrar o valor mínimo a ser cobrado pela hora trabalhada, para que, ao final do exercício, a empresa pudesse, além de arcar com seus custos, ter um ganho de capital de R\$ 84.000,00, a margem de contribuição mínima encontrada foi dividida por 1-0,06, considerando o desconto referente aos 6% da



alíquota de imposto. Foi elaborado o seguinte cálculo do valor hora com retorno projetado ( $V_{hrp}$ ):

$$V_{hrp} = \frac{50,21}{1 - 0,06} = 53,42$$

Com resultado encontrado de R\$ 53,42, foi possível entender que o mínimo que a empresa precisa cobrar por hora trabalhada para que honre seus compromissos mensais e atinja sua meta de ganho de capital anual de R\$ 84.000,00 é de R\$ 53,42.

## CONCLUSÃO

As análises realizadas com base nos resultados obtidos permitiram uma compreensão abrangente sobre a saúde financeira da empresa e os ajustes necessários para garantir sua sustentabilidade a longo prazo. O levantamento das receitas e despesas, consolidado no balancete gerencial, forneceu uma visão detalhada dos custos e da rentabilidade das atividades desenvolvidas ao longo do semestre. A média das receitas mensais, de R\$ 14.676,92, comparada à média de custos e despesas, de R\$ 6.319,10, indica que a empresa possui uma margem positiva.

O cálculo do ponto de equilíbrio mostrou-se essencial para entender o desempenho financeiro da empresa, evidenciando que o valor mínimo de R\$ 22,39 por hora trabalhada é necessário para cobrir os custos fixos e variáveis. A identificação da margem de contribuição mínima, aliada à análise dos custos fixos e das despesas fixas, possibilitou uma visão clara sobre o valor necessário para manter a operação em funcionamento sem prejuízos financeiros.

A partir da projeção de um ganho de capital anual de R\$ 84.000,00, foi determinado que a empresa precisa cobrar, no mínimo, R\$ 53,42 por hora trabalhada para alcançar o retorno pretendido. Esse valor reflete não apenas a necessidade de cobrir os custos operacionais, mas também de garantir um retorno financeiro que viabilize o crescimento e a estabilidade do negócio.

Dessa forma, é possível concluir que a empresa, apesar de enfrentar desafios relacionados à flutuação das receitas, possui uma estrutura de custos e despesas que pode ser gerida com mais precisão, considerando os valores mínimos calculados para



a precificação dos serviços. As informações obtidas ao longo deste estudo fornecem uma base sólida para a tomada de decisões estratégicas, como o ajuste de preços, a gestão dos recursos e o planejamento de novos projetos que contribuam para a consolidação financeira da empresa no mercado.

Além dos resultados obtidos nas análises financeiras, foi desenvolvida uma ferramenta prática e automatizada para auxiliar a empresa na gestão contínua de seus custos e receitas. Com base nos dados levantados, foi elaborada uma planilha que permite o recálculo automático dos valores mínimos a serem praticados conforme as despesas e custos operacionais evoluem e em função do ganho de capital anual almejado pela empresa.

Com isso, a empresa passa a ter maior flexibilidade e controle sobre sua estratégia de precificação, assegurando que os valores mínimos cobrados por hora trabalhada sejam sempre suficientes para garantir a viabilidade financeira e o cumprimento de suas metas de crescimento. Tal recurso se revela fundamental para a sustentabilidade e adaptação da empresa em um mercado dinâmico, oferecendo um apoio decisivo para o processo de tomada de decisões estratégicas e o planejamento financeiro a longo prazo.

Durante o desenvolvimento do estudo, foram verificadas algumas limitações que impactaram o processo de coleta e análise de dados. A principal limitação referiu-se à obtenção de informações financeiras precisas e atualizadas, uma vez que a empresa não mantinha um controle rigoroso de suas despesas e receitas em alguns períodos.

Como sugestões de pesquisas futuras, recomenda-se que seja realizado um orçamento bem estruturado, que permitirá não apenas a previsão de receitas e despesas, mas também a definição de metas financeiras claras, auxiliando na gestão de recursos e no controle de custos.

O trabalho poderia envolver a criação de um modelo orçamentário que considere as particularidades da microempresa de design de marcas, incluindo a previsão de receitas baseadas em dados históricos e tendências do mercado. Além disso, a inclusão de um sistema de acompanhamento orçamentário permitiria a análise contínua do desempenho financeiro em relação às metas estabelecidas, possibilitando ajustes em tempo hábil.



A implementação de um orçamento empresarial também poderá ajudar na identificação de áreas que necessitam de melhorias, como a redução de custos ou a maximização das receitas, contribuindo para a sustentabilidade financeira e o crescimento da empresa em um ambiente competitivo.

O estudo contribui diretamente para empresas, especialmente microempresas do setor criativo, ao oferecer uma metodologia prática para cálculo de precificação de serviços, enfatizando a sustentabilidade financeira. Ao definir parâmetros claros para o valor mínimo da hora trabalhada, o trabalho fornece um modelo replicável que pode ajudar outras organizações a melhorar sua eficiência econômica e capacidade de competição. Para a sociedade, o impacto se reflete no fortalecimento do empreendedorismo, promovendo a estabilidade e o crescimento de pequenas empresas que, em conjunto, desempenham um papel crucial na geração de empregos e no desenvolvimento socioeconômico de comunidades locais.

Em síntese, este estudo não apenas reforça a importância da gestão financeira eficaz para a sustentabilidade de microempresas, mas também fornece ferramentas e *insights* práticos que podem ser aplicados em diferentes contextos empresariais e acadêmicos. Ao propor soluções baseadas em análises detalhadas e metodologias replicáveis, a pesquisa contribui para a evolução do conhecimento na área de administração financeira, enquanto apoia o fortalecimento das empresas no mercado competitivo, incentivando o desenvolvimento sustentável.

## REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BRIGHAM, Eugene; HOUSTON, Joel. **Fundamentos da administração financeira**. 14. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

CERVO, Amado Luiz; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 6. ed. [S. l.]: Editora Pearson, 2006. ISBN 9788576050476. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/341/epub/0?code=+9jgT0OLBJZ+Dv0gllTLuljEQZn fHPiMzLJRIObjxiqg9ILW5ivzPAKAI5bs85sbWPXFKeQkjfMkOiABoiaDEg==>. Acesso em: 17 jun. 2023.

CHING, Hong Yuh. **Gestão financeira: uma abordagem prática**. São Paulo: Pearson, 2017.



GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

HOJI, Masakazu. **Orçamento Empresarial**. [S. l.]: Editora Saraiva, 2017. E-book. ISBN 9788547221904. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547221904/>. Acesso em: 27 mar. 2023.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2018.

LORENTZ, Francisco. **Contabilidade e análise de custos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 31 out. 2023.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina. **Metodologia científica**. [S. l.]: Grupo A, 2019. E-book. ISBN 9788595029576. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029576/>. Acesso em: 12 jun. 2023.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial e Gerencial: Instrumentos de Análise, Gerência e Decisão**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559773206. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559773206/>. Acesso em: 21 ago. 2024.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 11. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. E-book. p.i. ISBN 9788597018080. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597018080/>. Acesso em: 22 out. 2024.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2018. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 30 out. 2023.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Gestão estratégica de micro e pequenas empresas**. São Paulo: Atlas, 2013.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial: conceitos e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2015.



PADOVEZE, Clóvis Luís. **Administração financeira:** uma abordagem global. [S. l.]: Saraiva, 2016. *E-book*. ISBN 978-85-472-0497-6. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-472-0497-6/>. Acesso em: 17 jun. 2023.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos.** [S. l.]: Saraiva, 2017. *E-book*. ISBN 9788547228392. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547228392/>. Acesso em: 23 out. 2023.

SAES, Carlos Alexandre. **Formação de preços:** como aliar estratégia e custos para a maximização dos lucros. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VAN HORNE, James Carter. **Financial Management and Policy.** 12. ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2002.