

AS ARTESÃS DE PALMARES E O DESAFIO DA DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

ANDREZA CRISTIANE SILVA DE LIMA
UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO (UPE)

ELAYNE VICTÓRIA VIEIRA CHAGAS DE LIMA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)

GISELE TAVARES GONÇALVES
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)

EDVALDA ARAÚJO LEAL

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia de Pernambuco (FACEPE) pelo financiamento do projeto intitulado “Conhecimento Tecnológico como Base para a Tomada de Decisão a partir de Dados Econômico-financeiros”, aprovado no Edital FACEPE 22/2022 - Programa de Extensão Tecnológica - Segunda rodada 2022. Também agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) e ao Conselho de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo apoio e fomentos aos projetos na área de educação.

AS ARTESÃS DE PALMARES E O DESAFIO DA DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Um grupo unido pelo fazer artesanal

Era uma manhã ensolarada de sexta-feira, do ano de 2022, no município de Palmares, na Mata Sul de Pernambuco. Em frente ao Mercado Público de Nova Palmares, como de costume, o Grupo Mulheres de Atitude (GMA), vinculado à União Brasileira de Mulheres (UBM), composto por 17 artesãs, organizava suas bancas, arrumava suas peças com carinho e trocava sorrisos e ideias enquanto se preparavam para mais um dia de exposição e venda.

O grupo, formado por empreendedoras que residem tanto no campo (sítios) como na cidade, produziam seus artesanatos por conta própria em suas residências com a finalidade de obter ou complementar suas rendas, mas ao considerar o trabalho em comunidade como um meio de expandir produção e vendas, juntas, resolveram criar uma associação, caracterizada por não ter a finalidade de lucro.

A organização teria o intuito de facilitar o empreendedorismo feminino, e, por isso, entraram em contato com a Cássia, professora da rede pública estadual de ensino e também líder comunitária do bairro Nova Palmares, para averiguar essa possibilidade. Cássia era conhecida por sua atuação firme e dedicada na cidade. Moradora antiga do bairro, ela sempre esteve à frente de iniciativas voltadas ao fortalecimento da comunidade, como projetos sociais, mutirões de limpeza e ações de apoio às mulheres em situação de vulnerabilidade. Sua liderança não era formalmente política, mas seu envolvimento e reconhecimento a tornaram uma figura de confiança e referência local.

Ao ouvir a proposta das artesãs, Cássia prontamente adorou a ideia e levou o assunto à Maria do Carmo, representante da UBM Nacional. Em seguida, agendaram uma reunião online para que a Cássia pudesse apresentar mais detalhes sobre como tal associação funcionaria. Durante o encontro, ficou evidente que uma organização desse tipo no referido município poderia ajudar a incentivar a autonomia das mulheres da região.

Esse modelo mistura empreendedorismo social com geração de renda, e, ao mesmo tempo, promove a sustentabilidade econômica da associação, uma vez que ficou acordado que 10% do lucro que obtivessem seria direcionado à sua manutenção, sendo o recurso voltado para gastos como aluguel de tendas, cadeiras, bancas, transportes e alimentação quando fossem expor seus produtos fora do seu local de venda (Mercado Público de Nova Palmares), como as feiras externas, a exemplo da Feira Nacional de Negócios do Artesanato (FENEARTE), realizada em Recife, capital do estado, e que fica a aproximadamente 125 km de Palmares.

Além disso, o dinheiro também poderia ser usado para capacitações, confraternizações e demais gastos que pudessem vir a ocorrer para o funcionamento da instituição. Destaca-se que não havia custo com o aluguel do espaço, uma vez que, por ser um mercado público, o grupo recebeu autorização da prefeitura para expor seus materiais, sem cobrança financeira como contrapartida.

Essa concessão do espaço também foi negociada pela Cássia, a qual contactou o Presidente da Câmara dos Vereadores, Sr. Fábio Leal, que prontamente conversou com o prefeito Sr. José Carlos e todos averiguaram a viabilidade do uso desse espaço pelas artesãs, uma vez que poderia favorecer a economia local, incentivando o empreendedorismo feminino das mulheres da região, além de promover a inovação social no município.

Uma vez o grupo constituído, adotaram como base de atuação a filosofia da economia solidária: em vez de competir, cooperavam. Cada uma produzia de casa os artesanatos que sabia fazer melhor — crochês, bijuterias com pedrarias, bolsas de sisal, fuxicos coloridos, *biscuit*, bonecos de barro, bonecas de pano, enfeites com conchas de praia, quadros e suportes de celular de madeira reciclada e jarros de cimento com toalhas recicladas. Quando surgia uma encomenda maior, o trabalho era dividido entre aquelas que dominavam a técnica solicitada, garantindo

qualidade e agilidade na entrega. No entanto, Cássia apresentava preocupação com a sustentabilidade financeira do negócio, que se tornava ainda mais urgente diante da ausência de formação das integrantes em precificação ou gestão de custos.

A chegada de uma nova ideia

Durante uma das reuniões semanais em frente ao mercado, Rosilda, uma das artesãs mais experientes e criativas, apareceu animada, segurando algo diferente em mãos. Era uma vela aromática decorativa feita com cera vegetal (produzida com coco), pavio de algodão, recipiente de pote de vidro reciclado, óleos essenciais naturais, sisal e tinta para decoração. A peça tinha um aspecto moderno e cultural, chamando atenção pela originalidade e pelo uso de material reciclável.

— “Meninas, pensei que a gente poderia começar a criar uma nova linha de produtos usando recicláveis! É sustentável e chama a atenção!”, disse ela, entusiasmada.

As outras artesãs gostaram da ideia. Era uma oportunidade de inovar, reaproveitar materiais e atrair um novo tipo de público. Decidiram, juntas, testar a produção das velas aromáticas.

Assim sendo, todas as semanas, mais precisamente, nas segundas-feiras, as artesãs se reuniam para coletar os cocos secos dos coqueiros espalhados pela região. Com cuidado, quebravam cada um, separando a polpa da casca. Da polpa extraíam o precioso óleo de coco, que seria transformado, através de um processo artesanal e delicado, em uma cera vegetal macia e cremosa, perfeita para velas. Esta cera é valorizada por ser natural, biodegradável e por liberar uma queima limpa, sem prejudicar o meio ambiente.

Enquanto algumas se dedicavam à produção da cera, outras se encarregavam de preparar os recipientes recicláveis, vindos de materiais doados ou coletados em feiras e mercados, que limpavam, esterilizavam e transformavam em belíssimos suportes para as velas. Cada recipiente carrega sua própria história e passa a integrar o ciclo de reutilização que o grupo tanto preza.

O próximo passo é a confecção das tampas, feitas com pedaços do próprio endocarpo do coco — a casca dura interna. Com facões e lixas, as artesãs moldaram tampas rústicas, que se encaixaram perfeitamente nos frascos, conferindo um ar autêntico e natural ao produto. As tampas foram finalizadas com uma leve camada de óleo mineral ou cera de abelha, para realçar o tom e proteger a madeira.

Com tudo pronto, começa o momento mais esperado: o preparo das velas. A cera vegetal de coco foi derretida lentamente em banho-maria, enquanto as artesãs adicionaram os óleos essenciais naturais, cuidadosamente escolhidos para criar fragrâncias únicas: lavanda para acalmar, capim-limão para revigorar, ou ainda um mix de alecrim com laranja para energizar os ambientes.

Enquanto a cera líquida perfumada esfriava um pouco, elas posicionaram, com precisão, o pavio de algodão no centro de cada pote. Em seguida, derramaram a cera, com movimentos delicados, preenchendo os recipientes. O aroma invadiu o ateliê, misturando-se ao som das conversas e risadas.

Após a secagem completa, cada vela recebeu sua tampa artesanal de coco, garantindo proteção e reforçando a estética natural do produto. Por fim, as artesãs finalizaram com etiquetas simples, feitas de papel reciclado, amarradas com fios de sisal, produzido também pela comunidade, fechando o ciclo de um produto 100% sustentável e artesanal.

Para essas mulheres, cada vela representa mais do que uma fonte de renda: é um manifesto silencioso em defesa da natureza, da criatividade e da economia solidária. Produzir velas artesanais recicláveis, com cera vegetal de coco, recipientes reaproveitados e tampas naturais, é, para elas, um gesto de respeito ao meio ambiente e de valorização do saber tradicional que atravessa gerações.

Além da confecção das velas aromáticas, o grupo de mulheres artesãs também se dedica com maestria à produção artesanal de sisal, que não apenas embeleza o produto final, mas carrega um profundo significado cultural e sustentável para a comunidade. As fitas decorativas utilizadas nas velas, amarrando as etiquetas ou adornando os recipientes, são produzidas pelas próprias artesãs, seguindo um processo tradicional que exige habilidade e cuidado. Por isso, o processo de produção do sisal, ainda que paralelo, merece destaque.

A produção da fita de sisal tem início com o cultivo da planta *Agave sisalana*, comum nos quintais e pequenas propriedades da região. Por ser uma planta resistente e de fácil manejo, o custo inicial é praticamente nulo, exigindo apenas o cuidado básico até o momento da colheita. No entanto, em períodos de estiagem ou quando a demanda aumenta, é necessário adquirir folhas ou fibras, gerando um custo adicional para o grupo.

Após a colheita, inicia-se o processo artesanal: As folhas são cuidadosamente cortadas com facões, separando-se as fibras úteis. Em seguida, as fibras passam por um processo de secagem ao sol, preservando sua resistência. Após a secagem, as fibras são penteadas com pentes de madeira ou metal, garantindo um acabamento uniforme e alinhado. O tratamento continua com a aplicação de cera (vegetal ou carnaúba), que protege as fibras e confere brilho natural. Quando desejado, as artesãs utilizam corantes naturais — como urucum, folhas e cascas — para tingir as fibras em tons terrosos e vibrantes, destacando o apelo ecológico e artesanal do produto. Em algumas peças, aplicam ainda verniz à base d'água, conferindo maior resistência e sofisticação às fitas.

O resultado final são fitas decorativas de alta qualidade, sustentáveis e exclusivas, utilizadas tanto nas velas aromáticas quanto em outros produtos artesanais do grupo. Produzir o sisal artesanalmente vai além da estética. Para essas mulheres, ele representa autonomia, tradição e respeito ao meio ambiente — princípios que permeiam todo o trabalho coletivo desenvolvido pelo grupo. Esses cuidados valorizam o produto final, tornando cada peça única e mais atrativa ao consumidor. Os valores referentes a esses insumos e ferramentas estão apresentados na Tabela 1.

A força do trabalho dessas mulheres está no seu próprio esforço e dedicação. Quando a produção é pequena, cada uma realiza todas as etapas com as próprias mãos, do desfibramento à confecção das peças. Nas épocas de maior demanda, como festivais e feiras, elas se unem e, quando necessário, contratam ajuda de outras mulheres da comunidade, gerando uma cadeia solidária de trabalho e renda.

No resumo da experiência dessas artesãs, o sisal representa mais do que fibras entrelaçadas: é símbolo de sustentabilidade, de baixa agressão ao meio ambiente e de uma atividade rentável, que promove a valorização do trabalho manual e tradicional. Para elas, produzir sisal artesanalmente é mais do que um ofício; é um modo de vida que respeita a natureza e fortalece a comunidade.

A dificuldade na formação do preço

Passadas algumas semanas, as velas aromáticas começaram a fazer sucesso entre os visitantes da feira, tanto pela qualidade, quanto pelo preço. Na primeira tentativa, decidiram seguir uma lógica simples: como a maior parte dos materiais eram reciclados ou doados, pensaram em cobrar apenas o suficiente para "não sair no prejuízo". Fizeram uma conta rápida: somaram o custo do pavio de algodão (R\$ 0,50), dos óleos essenciais (aproximadamente R\$ 2,00 por vela), da tinta (dividida entre todas as peças), e chegaram a um custo estimado de R\$ 3,00 por unidade. Acrescentaram mais R\$ 2,00 por segurança e decidiram vender cada vela por R\$ 5,00.

Durante algumas feiras, esse valor parecia razoável — até que, em um sábado, uma cliente ficou surpresa com o preço.

— “Só cinco reais? Mas essa vela é artesanal, perfumada, com um vidro lindo... Eu compraria por muito mais. Vocês têm certeza que esse é o valor certo?”

Foi aí que surgiu a dúvida.

— “Será que estamos vendendo barato demais?”, questionou Ana, preocupada. E Lurdinha, sempre atenta aos detalhes, completou:

— “O material para fazer a cera da vela é reciclado, pois vem do endocarpo do coco, que constitui a parte interna do coco, a embalagem é reciclada, pois recebemos doações de embalagens de vidro e o sisal nós produzimos. Então a gente nem compra. Mas e o pavio de algodão? E os óleos essenciais naturais? E a tinta? E os pinceis que usamos? E o tempo que leva pra secar? Como a gente calcula isso?”, questionou Lurdinha, uma das artesãs mais organizadas do grupo.

Em meio aos sonhos de autonomia, o grupo enfrentava desafios antigos: dificuldades de gestão financeira, falta de estrutura e demanda de conhecimentos técnicos em precificação já comprometiam a sustentabilidade dos produtos mesmo antes do surgimento das velas aromáticas.

Todavia, o problema da precificação das velas aromáticas era ainda maior, pois o grupo se deu conta de que não estavam considerando todos os custos envolvidos — desde os insumos, como o pavio de algodão, os óleos essenciais, a produção do sisal, a tinta para a pintura e os pinceis utilizados na arte, até o tempo de trabalho e a energia gasta no processo de produção. Além disso, o preço final precisava garantir algum lucro, sem deixar de ser acessível. Sendo assim, o problema ficou muito evidente: ninguém sabia ao certo quanto cobrar por cada peça. As artesãs estavam acostumadas a calcular os preços dos produtos tradicionais, baseando-se no custo dos materiais e no tempo de produção. Mas, com as velas aromáticas isso se tornou mais complicado.

Esse era o conflito central: a dificuldade em determinar o preço de venda de um novo produto artesanal feito com materiais recicláveis, que envolvia diferentes etapas de produção, insumos e colaboração.

A urgência de resolver a questão

O problema se agravou quando uma cliente, chamada Madison, turista dos Estados Unidos, interessada em encomendar velas aromáticas pediu um orçamento de 100 velas aromáticas do tamanho “pote mini”, que possui capacidade aproximada de 150 ml e peso estimado de 120 a 150 g. As artesãs ficaram sem saber o que responder. Se cobrassem demais, poderiam perder a venda; se cobrassem de menos, sairiam no prejuízo. Diante desse dilema, decidiram aceitar a encomenda e precificar de acordo com o preço percebido pela cliente. Depois da venda, pararam para analisar e perceberam que tiveram prejuízo na venda.

— “Não podemos continuar assim. Se não aprendermos a calcular direitinho o preço, não vamos conseguir expandir essa ideia”, disse Rosilda, preocupada.

Antes de procurarem ajuda externa, as artesãs tentaram ajustar o preço com base na observação de feiras locais e conversas informais com outros artesãos. Nesse cenário, em uma feira local, Rosilda, conheceu Elisa, uma artesã que vendia toalhas de mesa bordadas. Comentou sobre o problema que estava enfrentando na precificação das velas aromáticas e Elisa já foi logo respondendo: — “Tenho uma neta que pode resolver esse problema, a Nicole. Ela me ajudou a manter as minhas contas em dia e pode ajudar você também. Ela é consultora contábil. Quer que eu pergunte quanto ela cobra para te ajudar?”

Rosilda gostou da ideia, mas sabia que no momento não poderia pagar pelos serviços contábeis da Nicole. Por isso, precisou dizer à Elisa: — “Eu agradeço, mas no momento não podemos pagar por esses serviços”. Nesse momento, Beatriz, que estava à procura de uma toalha de mesa ouviu a conversa e resolveu ajudar a Rosilda. — “Desculpe eu ter ouvido a conversa, mas acredito que posso te ajudar. Sou estudante de Ciências Contábeis na

Universidade Federal da Terra de Palmares (UFTP) e lá na temos um projeto de extensão que tem a finalidade de ajudar empreendedores da região na gestão de seus negócios”. Beatriz então explicou previamente como o curso de extensão funcionava e resumiu para a Rosilda o que deveria ser observado no modelo de negócios das artesãs, falando que os métodos que estavam sendo adotados não eram sistematizados nem suficientes para evitar prejuízos

Rosilda percebeu, então, que o grupo precisava aprender sobre formação de preço, considerando custo fixo, custo variável, tempo de produção, margem de lucro, valor percebido pelo cliente e concorrência. Era o momento de buscar conhecimento para profissionalizar ainda mais o trabalho que já faziam com tanta dedicação. Logo, Rosilda conversou com o grupo de artesãs sobre o ocorrido.

A busca por soluções

Decidiram, então, procurar apoio junto à UFTP, que oferecia oficinas de gestão para empreendedores populares. Participaram de um curso de extensão com estudantes universitários, sob a orientação da professora Flávia, especialista na resolução de problemas de empreendimentos da região por meio do uso de ferramentas gerenciais, especialmente relacionadas à formação de preços de produtos.

Inicialmente, diante do pedido de orçamento de uma cliente interessada em encomendar 100 velas aromáticas, os universitários orientaram as artesãs a apurar os custos envolvidos na produção, analisar a rentabilidade do negócio e identificar os principais desafios relacionados ao tipo de empreendimento, considerando os reflexos na precificação e na sustentabilidade do grupo, conforme o roteiro a seguir:

1. **Identificação de Custos**
 - a) Classificação dos itens apresentados como custos variáveis ou custos fixos;
 - b) Cálculo do custo total mensal de produção das 100 velas aromáticas;
2. **Cálculo do Custo Unitário**
 - a) Apuração do custo por unidade produzida;
 - b) Estimação do preço de venda por unidade, considerando uma margem de lucro de 40%.
3. **Análise de Rentabilidade**
 - a) Estimação do lucro líquido total da venda, considerando o preço venda de R\$ 9,72 por unidade;
 - b) Cálculo do ponto de equilíbrio em unidades, com base nos custos fixos e variáveis.
4. **Gestão Coletiva**
 - a) Identificação dos desafios contábeis e operacionais do modelo de economia solidária;
 - b) Reflexão sobre como o controle de custos pode contribuir para a sustentabilidade do grupo.

Com base nesse roteiro, os custos da encomenda foram mensurados (conforme Tabelas 2, 3 e 4). Durante a oficina na Universidade, as artesãs do Grupo Mulheres de Atitude puderam aprofundar seus conhecimentos não apenas sobre custos, mas também sobre estratégias de precificação. Os estudantes destacaram os seguintes direcionamentos:

1. **Identificação do markup** adequado à realidade do grupo;
2. **Percepção de valor:** considerar atributos como sustentabilidade, originalidade e design exclusivo;
3. **Pesquisa de mercado:** observar preços de produtos similares em feiras, lojas e plataformas digitais.

A formação trouxe à tona conceitos como valor percebido, preço de mercado e *markup* estratégico, até então pouco explorados pelas artesãs. Elas perceberam que, mesmo com o custo

corretamente calculado, ainda era necessário considerar outros fatores que influenciam o preço final. As facilitadoras explicaram que produtos artesanais, sustentáveis, exclusivos e carregados de significado, como as velas produzidas com cera vegetal de coco, embalagens recicladas e tampas de coco, possuem também um valor simbólico que pode justificar um preço mais elevado.

Com apoio dos estudantes, algumas artesãs acessaram sites como Elo7 e Mercado Livre, onde observaram velas semelhantes com preços entre R\$ 15,00 e R\$ 30,00 — significativamente superiores aos R\$ 9,72 estimados inicialmente.

Essa experiência foi reveladora. Compreenderam que a formação de preços não deve se basear apenas em custos e margens, mas também no valor atribuído pelo cliente e nos preços da concorrência. A lógica do *markup* fixo foi substituída por uma abordagem mais flexível, permitindo ajustes conforme o tipo de feira, o perfil do público e o nível de diferenciação percebido.

A oficina também gerou reflexões sobre o equilíbrio entre sustentabilidade, justiça no preço e viabilidade financeira. Como resultado, o grupo começou a planejar uma linha premium de velas, voltada para feiras maiores e vendas online, com precificação baseada no valor percebido, uma forma de valorizar o saber-fazer tradicional e a dedicação envolvida em cada peça.

Para as artesãs, esse aprendizado representou um avanço no caminho da profissionalização e sustentabilidade do grupo, sem abrir mão da essência solidária e cooperativa que as uniu desde o início. Entre os principais aprendizados, destacaram-se:

- Registrar todos os materiais utilizados, mesmo os reciclados, atribuindo-lhes valor simbólico ou de reposição;
- Calcular o tempo de produção e convertê-lo em valor, com base em um salário desejado por hora;
- Ratear os custos indiretos (energia elétrica, transporte etc.) entre os produtos fabricados;
- Acrescentar uma margem de lucro razoável;
- Avaliar o preço de mercado de produtos similares e o valor percebido pelo cliente.

Com esse novo conhecimento, as artesãs voltaram confiantes para a associação. Refizeram os cálculos, definiram um preço justo para as velas aromáticas e fecharam a encomenda da cliente Madison, uma turista dos Estados Unidos. O novo produto foi oficialmente incorporado à linha do grupo, que agora sabia não apenas criar com as mãos, mas também valorizar com consciência o próprio trabalho.

Contudo, os desafios continuaram. Uma nova encomenda foi recebida. Rosilda compartilhou:

"Recebemos uma nova proposta: uma empresa de cosméticos naturais demonstrou interesse em firmar contrato para fornecermos mensalmente 300 velas."

O dilema estava lançado:

- Devem aceitar a encomenda?
- Qual o preço adequado para essa nova demanda?
- A capacidade produtiva atual é suficiente?
- Será necessário contratar mão de obra externa?
- Como garantir o fornecimento de insumos?
- Quais os riscos financeiros envolvidos?
- Aceitar essa proposta compromete a dinâmica solidária do grupo?
- Qual caminho o grupo escolherá?

Apêndices

Tabela 1 - Insumos, Ferramentas, Tratamentos e Capacidade Produtiva na Produção Artesanal com Sisal

Item/Insumo	Descrição/Usos	Valor Aproximado (R\$)	Observações	Capacidade Produtiva Estimada
Folhas de sisal	Matéria-prima principal (folhas ou fibras)	R\$ 1,50 por kg	Pode ser gratuita em comunidades rurais; vista como subproduto agrícola	1 kg de folha gera cerca de 100 g de fibra utilizável
Facão	Ferramenta para cortar e raspar a fibra	R\$ 30,00	Essencial para o preparo inicial das folhas	Dura até 6 meses com uso contínuo
Luvas de proteção	Protegem as mãos das arestas cortantes	R\$ 20,00	Indispensável para segurança no manuseio	Duram cerca de 1 a 2 meses com uso contínuo
Pente (madeira/metal)	Alinha e penteia as fibras após a secagem	R\$ 30,00	Fundamental para o acabamento da fibra	1 ano
Balde	Lava e purifica as fibras antes da secagem	R\$ 10,00	Simples e acessível	Processa até 5 kg de fibra por dia
Cera (por litro)	Proteção e brilho às peças	R\$ 30,00 por litro	Pode ser cera de carnaúba, vegetal ou sintética	1 litro trata 100 peças médias
Corantes naturais	Tingimento com tons terrosos e vibrantes	R\$ 10,00 por frasco	À base de urucum, açafraão, folhas e cascas	Um frasco tingem 5 kg de fibra
Verniz	Resistência e sofisticação às peças	R\$ 25,00 por frasco	À base d'água; usado em pequena quantidade	Um frasco cobre 50 peças

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025)

Tabela 2 - Custo Variável por Unidade

Item	Quantidade por Vela	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (100 velas)	Observações
Cera vegetal de coco	100 g	R\$ 1,50	R\$ 150,00	Custo estimado caso precisassem adquirir a cera; atualmente, produzem artesanalmente.
Pavio de algodão	1 unidade	R\$ 0,34	R\$ 33,90	Comprado pelas artesãs
Recipiente reciclado	1 unidade	R\$ 0,00	R\$ 0,00	Proveniente de doações
Tampa de coco artesanal	1 unidade	R\$ 0,80	R\$ 80,00	Custo estimado da mão de obra para fabricação artesanal da tampa
Óleo essencial natural	5 ml	R\$ 2,80	R\$ 280,00	Essencial para aroma e valor percebido
Etiqueta reciclada	1 unidade	R\$ 1,20	R\$ 120,00	Papel reciclado com impressão simples
Fio de sisal artesanal	1 unidade	R\$ 0,50	R\$ 50,00	Inclui custo de tratamento e acabamento
Mão de obra artesanal total	~30 min por vela	R\$ 3,02	R\$ 302,00	Base: R\$ 6,04/hora (salário mínimo R\$ 1.412 / 234h/mês)

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025)

Tabela 3 - Custo Fixo Estimado (rateado para 100 velas):

Item	Valor Total (R\$)	Observações
Energia elétrica	R\$ 50,00	Estimativa baseada em uso semanal
Gás de cozinha	R\$ 40,00	Ajustado com base em consumo de ~1/3 do botijão
Ferramentas (desgaste)	R\$ 20,00	Facão, pincel, lixa etc.
Transporte	R\$ 100,00	Coleta e entrega local e para feiras

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025)

Tabela 4 - Cálculo da Encomenda

Descrição	Valor (R\$)
Custo Variável Total	R\$ 483,90
Custo Fixo Total	R\$ 210,00
Custo Total da Produção	R\$ 693,90
Custo Unitário Médio	R\$ 6,94
Precificação com Margem de Lucro de 40%	R\$ 9,72
Preço sugerido por unidade	R\$ 9,72
Lucro total estimado (100 unidades a R\$ 9,72)	R\$ 278,10

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025)

Anexo

Figura 1 - Vela aromática vendida pelas artesãs



Fonte: Imagem criada com suporte da Inteligência Artificial (2025)

Notas para Ensino

1. Procedimentos de Obtenção dos Dados

O presente caso foi elaborado com base em um contexto real vivenciado por uma docente do curso de Bacharelado em Administração de uma Universidade Pública em Pernambuco, a qual foi contactada por uma representante de um grupo de empreendedorismo feminino que atua com a produção artesanal, com o relato de que essas artesãs tinham dificuldades de estabelecer o preço de venda dos seus produtos, e, por conta disso, atuavam determinando o preço das peças com base no valor percebido pelo cliente, mesmo havendo um gasto de produção que superava o preço pelo qual vendiam suas peças.

A partir dessa demanda, a docente construiu um projeto de extensão, o qual foi aprovado e financiado por uma agência de fomento durante quatro meses, para que a proponente e um conjunto de dez estudantes extensionistas pudessem instruir essas artesãs com um curso cuja ementa foi moldada para abordar os aspectos que interferem na formação de preço, tais como, custos, despesas, margem de lucro e demais gastos vinculados nesse processo.

Destaca-se que projetos dessa natureza se tornam um meio de alinhar à teoria vista em sala de aula com a prática, sendo essa observada em uma realidade local e empregada como uma forma de propor soluções para pequenos negócios da região. Nesse contexto, os estudantes

extensionistas passaram pelo processo de imersão e se tornaram os próprios consultores e agentes transformadores das demandas dessas artesãs.

Logo, tal iniciativa mostra o papel fundamental das atividades de extensão, como uma forma de unir a universidade e a sociedade, favorecendo assim, a Responsabilidade Social Universitária (RSU), tratada por Vargas-Figueroa *et al.* (2025) como o meio das instituições de ensino superior gerenciarem propostas de solidariedade social, uma vez que envolvem o ativismo entre as partes interessadas, com a perspectiva de melhorar as competências dos estudantes em um contexto socialmente responsável, promovendo assim, o valor partilhado. Ações dessa natureza mostram a importância de integrar políticas que viabilizem o protagonismo de estudantes da área de gestão como forma de alcançar o perfil profissional almejado pelo mercado.

Ademais, as informações foram construídas a partir de revisão bibliográfica, pesquisa em documentos públicos sobre o artesanato em Pernambuco e consulta a referências acadêmicas da área de gestão, controladoria e precificação, iniciativas de economia solidária e práticas comuns de produção artesanal no Brasil. O caso busca retratar, de forma didática e contextualizada, os desafios enfrentados por empreendedoras populares no processo de formação de preço de novos produtos.

2. Objetivos Educacionais

Este caso tem por objetivo proporcionar aos estudantes o desenvolvimento das seguintes competências:

- Compreensão dos conceitos de custos fixos, variáveis e cálculo do custo unitário;
- Aplicação prática da metodologia de precificação com base em custos e margem de lucro;
- Análise crítica sobre a influência da percepção de valor e do mercado na formação de preços;
- Reflexão sobre os desafios de gestão em iniciativas de economia solidária;
- Desenvolvimento da capacidade de tomada de decisão em situações reais de gestão de custos e precificação.

3. Utilização Recomendada

O caso é recomendado para aplicação nos cursos da área de negócios, mais precisamente, na Graduação em Ciências Contábeis, Administração, Economia, Engenharia de Produção e áreas afins, nas disciplinas de Análise de Custos, Contabilidade de Custos, Contabilidade Gerencial, Controladoria, Gestão de Custos, Gestão Estratégica de Custos, Gestão Financeira, Empreendedorismo e também pode ser aplicado na disciplina de Extensão dos cursos da área de gestão, a qual passou a fazer parte dos componentes curriculares dos Projetos Pedagógicos de Curso (PPC). Ademais, a recomendação é de que o caso seja aplicado a partir do 5º período do curso de graduação no ensino superior. No que tange à Pós-Graduação, seja *lato sensu* ou *Stricto Sensu*, o caso também pode ser aplicado nos cursos da área de gestão que abordem o conteúdo em algum componente curricular da grade.

Quanto ao formato de aplicação, sugere-se, inicialmente, que o docente realize aulas expositivas dialogadas, sobre as seguintes temáticas: Terminologias da Contabilidade de Custos, Mensuração de Custos e Determinação do Preço de Venda. Em seguida, o caso pode ser aplicado por meio de sala de aula invertida, oficinas práticas, estudos dirigidos ou atividades avaliativas.

A sala de aula invertida é uma metodologia que conta com três momentos: o primeiro é reservado para que o estudante se aproprie do conteúdo de forma individual; no segundo momento é realizada uma aula expositiva dialogada entre professores e alunos para discussão

e aplicação do conteúdo por meio de alguma atividade; e, por fim, no terceiro momento, os estudantes são instigados a desenvolverem uma tarefa complementar (Blass, Rhoden & Pereira, 2024). Logo, para aplicação deste caso, o docente pode solicitar que os estudantes leiam as bibliografias sugeridas e que busquem outras fontes para complementar o seu processo de imersão ao tema. Em seguida, por meio de uma aula expositiva, instigar o debate e realizar atividades voltadas ao tema. Por fim, no terceiro momento, o docente pode solicitar que o caso possa ser avaliado e solucionado pelos estudantes, seja em grupo, ou no formato individual.

No que tange ao formato de oficinas práticas, o docente pode expor o conteúdo de forma simplificada, inclusive, por meio de infográficos estáticos ou interativos, fazer a leitura da situação apresentada no caso, e, em seguida, separar a turma em grupos para que cada um proponha soluções com base nas questões sugeridas. Sugere-se também, dividir as perguntas em módulos, distribuí-las entre os grupos, dar um tempo para que, conjuntamente, vejam os meios de solucioná-las, e, por fim, que essas sejam expostas em formato de debate.

Na concepção de Vieira *et al.* (2021), um estudo dirigido instiga que os estudantes aprendam por meio de esforços próprios, sendo esses guiados com base nos materiais propostos pelo professor, o qual, determina roteiros em observância ao desenvolvimento de múltiplas habilidades. Para aplicação deste caso no formato ora em destaque, inicialmente, o docente pode propor algumas referências a serem lidas pelos estudantes, as quais podem ser as que foram indicadas. Em seguida, informar as perguntas a serem respondidas, solicitar os pontos de reflexão que o estudante obteve por meio das leituras e resoluções das questões, e, por fim, resumir o que foi estudando, destacando os pontos mais importantes.

Como atividade avaliativa, o docente pode expor a situação apresentada no caso e solicitar que, com base nos dados expostos, os estudantes possam apontar soluções em observância aos conteúdos cuja avaliação busca averiguar se a aprendizagem foi concretizada. O docente poderá também aplicar avaliações por pares ou a autoavaliação, que será realizada pelos estudantes e complementada com a análise do professor. Como se trata de um caso real, o docente pode analisar, no processo de correção, as competências que foram desenvolvidas pelos estudantes por meio da qualidade da resposta apresentada. Tal estratégia se alinha com as novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) do curso de Ciências Contábeis, proposta pela Resolução CNE/CES nº 1, de 27 de março de 2024, a qual introduziu que o processo formativo deve passar a ser centrado no desenvolvimento de competências, habilidade e atitudes (Ministério da Educação, 2024).

4. Questões sugeridas:

- 1) Analisem a apuração dos custos apresentada no caso. Consideram que todos os custos relevantes para a produção das velas foram adequadamente considerados? Justifiquem.
- 2) De que forma o controle e a gestão de custos podem influenciar diretamente na definição de preços e na sustentabilidade financeira do grupo?
- 3) Quais são os principais desafios na determinação do preço de venda para as artesãs?
- 4) Quais os principais desafios enfrentados pelo Grupo Mulheres de Atitude ao adotar a precificação com base em custos? De que forma a aplicação do *markup* pode ajudar — ou limitar — o processo de formação do preço de venda nesse contexto?
- 5) De que maneira o valor percebido pelo cliente pode ser incorporado à precificação de produtos artesanais com forte apelo sustentável e simbólico, como as velas aromáticas do grupo?
- 6) Como o uso de materiais recicláveis e a lógica da economia solidária afetam a construção do preço e a percepção de justiça por parte do consumidor e das próprias produtoras?

- 7) Que fatores devem ser considerados em uma pesquisa de mercado para produtos artesanais, e como esses dados podem contribuir para precificar estrategicamente os produtos em diferentes canais (feiras, internet, encomendas)?
- 8) Diante da proposta de fornecimento mensal de 300 velas, feito por uma empresa de cosméticos naturais, o grupo deveria aceita-la e buscar escala, ou manter-se na lógica artesanal e comunitária? Justifique sua resposta com base nos conceitos de formação de preço, economia solidária e sustentabilidade financeira.

5. Análise do Caso e Direcionadores para o Professor e Respectivas Sugestões de Respostas

1) Analisem a apuração dos custos apresentada no caso. Consideram que todos os custos relevantes para a produção das velas foram adequadamente considerados? Justifiquem.

A apuração dos custos apresentada no caso contempla adequadamente os principais custos variáveis e fixos diretos, como óleos essenciais, pávio, energia, transporte e desgaste de ferramentas. Contudo, custos ocultos e intangíveis como tempo de trabalho, perdas no processo, descarte, e esforço de coordenação coletiva não foram monetariamente contabilizados. Além disso, não se evidenciam os custos de oportunidade, nem uma valoração simbólica do trabalho artesanal, comum em organizações baseadas em economia solidária.

Martins (2008), citado no caso da CALU, destaca que a contabilidade de custos deve considerar informações relevantes inclusive para tomadas de decisão de curto e longo prazo, o que inclui elementos intangíveis que afetam o desempenho econômico.

2) De que forma o controle e a gestão de custos podem influenciar diretamente na definição de preços e na sustentabilidade financeira do grupo?

Um bom controle de custos permite identificar margens de contribuição, precificar com maior precisão e, principalmente, garantir sustentabilidade a médio e longo prazo, evitando prejuízos por preços subestimados. Além disso, o grupo pode se planejar melhor para momentos de maior demanda, reduzindo riscos operacionais.

Alves et al. (2012) explicam que o controle de custos fornece elementos fundamentais para decisões de precificação, expansão e manutenção de produtos, especialmente quando os recursos são escassos e há objetivos sociais envolvidos. Martins (2008) também reforça que a contabilidade de custos cumpre papel essencial ao fornecer base segura para decisões de precificação e corte de produtos, ampliando a autonomia gerencial.

3) Quais são os principais desafios na determinação do preço de venda para as artesãs?

Os principais desafios na determinação do preço de venda para as artesãs, conforme apresentado no caso, incluem:

1. **Consideração de Avaliação de Custos Completos (ACC):** Na concepção de Pereira, Branchi e Ferreira (2019), a ACC se trata de uma ferramenta que viabiliza integrar, além dos custos econômicos, aqueles já mensurados pela contabilidade, e os custos ambientais e sociais incorridos no negócio, o que permite trabalhar elementos voltados à sustentabilidade e seus respectivos impactos. As artesãs enfrentam dificuldades em identificar e incorporar todos os custos envolvidos na produção, como materiais (óleos essenciais, pavios, tinta), tempo de trabalho, energia, perdas, descarte e custos de coordenação. Muitas vezes, custos intangíveis ou ocultos não são contabilizados adequadamente, o que compromete a precisão do preço.
2. **Valorização do Trabalho Artesanal e Ambiental:** O artesanato se trata de uma atividade manual, normalmente herdada de outras gerações e que revela características históricas,

porém, é submetido às regras do mercado, e por isso, precisa ser criativo para atender as expectativas dos consumidores, o que demanda cuidado ao fazer as escolhas dos preços a serem cobrados (Soratto et al, 2020). Logo, determinar um preço que reflita o valor simbólico, cultural e sustentável do produto é complexo. Há empresas que usam a intuição como *proxy* para determinação de preço (Milan et al., 2016), algo que é bem comum de acontecer com peças artesanais. Nesse contexto, as artesãs precisam equilibrar o reconhecimento do valor cultural do produto e a percepção de justiça social na fixação do preço, sem desvalorizar seu trabalho ou sobrecarregar o consumidor.

3. **Margem de Lucro Adequada:** Estabelecer uma margem de lucro que seja justa e compatível com o mercado, sem tornar o produto inviável ou perder competitividade, é um desafio. Margens exageradas podem afastar clientes, enquanto margens pequenas podem comprometer a sustentabilidade financeira. Nesse contexto, Santos, Bornia e Leite (2010) destacam que a margem de lucro pode ser otimizada ao ser implementado um sistema de gestão de custos associado à cadeia de valor.
 4. **Variações no Valor Percebido pelo Cliente:** O valor atribuído pelo cliente, especialmente em produtos com forte apelo sustentável e simbólico, pode variar. Milan et al (2016) mostraram que o preço baseado em valor percebido tem apresentado um maior reconhecimento em comparação com as outras abordagens. Nesse contexto, as artesãs precisam entender esse valor percebido e ajustá-lo às diferentes fontes de demanda, canais de venda e perfis de clientes, isso porque, Braga et al. (2012) enfatizam que o nível de conhecimento do mercado é capaz de determinar se o produto poderá ser vendido por um preço mais alto ou mais baixo, identificando assim, as camadas sociais de consumidores que demandarão esse produto.
 5. **Preços de Mercado e Concorrência:** Os preços adotados pelo mercado são tratados como informações da concorrência (Amaral & Guerreiro, 2018). Sendo assim, determinar preços competitivos levando em consideração os preços praticados por concorrentes nas feiras, internet e outros canais é desafiador, especialmente quando há diferença significativa entre o custo real e o valor de mercado percebido.
 6. **Resistência a Práticas Justas e Consistentes:** Podem existir inseguranças e resistências relacionadas à percepção de que preços muito baixos subestimam o valor do trabalho artesanal ou que preços altos podem afastar clientes, dificultando a formação de um preço justo e comunal. Tal discussão vai de encontro à perspectiva de Milan et al. (2016), os quais destacaram que a determinação de preços mais altos ou mais baixos estão relacionados à característica do mercado em que as empresas atuam. Além disso, clientes usam o preço como *proxy* para averiguar a qualidade do produto. Logo, enxergam produtos mais caros como melhores.
 7. **Influência de Fatores Sociais e Comunitários:** Como o projeto envolve economia solidária, há a preocupação de não explorar o esforço comunitário ou de desvalorizar o propósito social, o que pode dificultar a definição de uma estratégia de precificação que seja ao mesmo tempo justa e sustentável. Nesse contexto, Batista e Silva (2018) que os sistemas de comércio justo e de economia colaborativa são mecanismos de promover a justiça social e esses podem melhorar a qualidade de vida dos envolvidos nesse processo.
- 4) **Quais os principais desafios enfrentados pelo Grupo Mulheres de Atitude ao adotar a precificação com base em custos? De que forma a aplicação do *markup* pode ajudar — ou limitar — o processo de formação do preço de venda nesse contexto?**

O principal desafio enfrentado foi a limitação da abordagem de precificação puramente baseada em custos, que desconsiderava fatores como concorrência, percepção de valor e diferenciação do produto. Embora o método de *markup* (custo + margem) ofereça praticidade

e previsibilidade, ele pode subestimar o valor real de mercado dos produtos, especialmente quando há diferenciais artesanais e sustentáveis, como no caso das velas.

Segundo Canever et al. (2012), embora o custo continue sendo um referencial importante, utilizar apenas o custo como base de formação de preço pode levar à perda de competitividade, pois ignora as variáveis externas de mercado. Por outro lado, a aplicação do markup oferece um parâmetro interno de controle, útil especialmente para grupos que estão começando a profissionalizar sua gestão.

5) De que maneira o valor percebido pelo cliente pode ser incorporado à precificação de produtos artesanais com forte apelo sustentável e simbólico, como as velas aromáticas do grupo?

Produtos com valor simbólico, cultural e sustentável podem adotar uma abordagem baseada em valor percebido, que considera o quanto o cliente está disposto a pagar, e não apenas os custos envolvidos. No caso das velas do grupo, o uso de insumos recicláveis, design artesanal e vínculo comunitário aumentam a percepção de valor — justificando preços mais elevados.

O estudo de Milan et al. (2016) mostra que empresas que capturam esse valor percebido com mais precisão obtêm maior margem de lucro e desempenho superior, mesmo que pratiquem preços acima dos concorrentes. Nesse contexto, Kohli e Suri (2011) reforçam que preços devem ser definidos como arte e ciência, buscando capturar oportunidades e gratificação do consumidor com base em percepções subjetivas de valor.

6) Como o uso de materiais recicláveis e a lógica da economia solidária afetam a construção do preço e a percepção de justiça por parte do consumidor e das próprias produtoras?

A utilização de materiais recicláveis e o modelo de economia solidária influenciam positivamente a aceitação social do preço e a percepção de legitimidade. O consumidor tende a associar esses atributos a produtos com propósito, o que pode elevar a disposição a pagar. No entanto, as produtoras podem sentir insegurança em precificar de forma justa, por receio de "lucrar" com doações ou práticas comunitárias.

Segundo Canever et al. (2012), organizações com foco em diferenciação — como a economia solidária — têm maior liberdade para definir preços, pois o valor do produto está vinculado a aspectos além do custo, como a causa ou o propósito. Além disso, Santos e Flores (2017) apontam que preços justos são percebidos quando há clareza sobre os atributos e valores que compõem o produto, principalmente em mercados sensíveis como o artesanal e turístico.

7) Que fatores devem ser considerados em uma pesquisa de mercado para produtos artesanais, e como esses dados podem contribuir para precificar estrategicamente os produtos em diferentes canais (feiras, internet, encomendas)?

A pesquisa de mercado deve considerar: preços praticados por concorrentes diretos, canais de venda utilizados (feiras, e-commerce, lojas físicas), perfil do público-alvo e a elasticidade da demanda. Para produtos artesanais, essa investigação também deve incluir elementos simbólicos e sociais do produto.

Diante dessa abordagem, Canever et al. (2012) explicam que a concorrência pode ser analisada de diferentes formas, desde igualar-se à média do mercado até adotar uma estratégia de preço de penetração ou diferenciação. Sendo assim, Milan et al. (2016) recomendam que pequenas organizações, ao enfrentarem pressões competitivas, explorem a diferenciação e não apenas o preço baixo, garantindo sustentabilidade no longo prazo.

8) Diante da proposta de fornecimento mensal de 300 velas, feito por uma empresa de cosméticos naturais, o grupo deveria aceita-la e buscar escala, ou manter-se na lógica

artesanal e comunitária? Justifique sua resposta com base nos conceitos de formação de preço, economia solidária e sustentabilidade financeira.

1. Formação de Preço

A definição de preços com base em custos reais de produção (incluindo insumos, mão de obra, transporte e energia) combinada com a adição de uma margem de lucro é amplamente utilizada em empresas brasileiras. Essa prática é conhecida como "custo mais margem" e destaca a inclusão de todos os custos fixos e despesas operacionais na composição do preço final. A produção em maior escala, embora possa reduzir o custo unitário, exige investimentos significativos em estrutura, pessoal e insumos. Isso exige planejamento e análise da viabilidade econômica, conforme argumentam Canever et al. (2012), ao alertarem para a necessidade de avaliar não apenas custos, mas também a concorrência e o valor percebido pelo cliente na formação dos preços.

A análise de rentabilidade torna-se, portanto, essencial. Milan et al. (2016) destacam que estratégias de precificação que visam apenas aumento de volume pode ser menos eficazes do que aquelas que garantem margens de lucro consistentes, sugerindo uma orientação mais clara para o lucro e sustentabilidade financeira de longo prazo.

2. Economia Solidária

Na perspectiva da economia solidária, os princípios de cooperação, sustentabilidade social e valorização do trabalho coletivo são centrais. Segundo Alves et al. (2012), mudanças significativas na estrutura de produção, como a introdução de mão de obra externa ou a padronização de processos, podem comprometer esses princípios, afetando tanto a identidade do grupo quanto o valor simbólico do produto.

Além disso, a produção em grande escala pode gerar conflitos entre os objetivos econômicos e sociais da organização, exigindo decisões cuidadosas para manter o equilíbrio entre eficiência produtiva e fidelidade aos valores da economia solidária.

3. Sustentabilidade Financeira

Antes de aceitar propostas de grande porte, é essencial avaliar se a margem de lucro projetada é suficiente para cobrir os novos custos e ainda garantir a manutenção e o desenvolvimento da associação. Como observam Milan et al. (2016), pequenas variações nos preços de venda podem gerar impactos relevantes na rentabilidade, o que reforça a importância do planejamento estratégico da precificação.

Riscos como dependência de um único cliente, variação de demanda ou aumento nos custos operacionais devem ser considerados. A precificação consciente — inclusive baseada em valor percebido e não apenas em custos — pode ajudar a garantir a sustentabilidade de longo prazo.

5. Justificativa e Sugestão

O planejamento detalhado antes de aceitar grandes encomendas deve incluir análise de custos, viabilidade financeira e prazos. Segundo Amaral e Guerreiro (2018), mesmo empresas que utilizam a fórmula custo + margem ajustam as margens com base em fatores de mercado e valor, o que mostra que há espaço para negociação que preserve os princípios da organização.

Por fim, o equilíbrio entre atender à demanda de grandes clientes e manter a essência artesanal e solidária pode ser viável desde que haja clareza nas condições contratuais, preços justos e respeito ao trabalho coletivo. Essa abordagem híbrida — produtiva e identitária — é defendida por autores como Hinterhuber e Liozu (2012) citado por Milan et al. (2016), que ressaltam a importância do alinhamento entre precificação e valores organizacionais.

Bibliografia Indicada:

Alves, C. A.; Varotto, L. F.; Gonçalves, M. N. (2012). Objetivos e métodos de preço no varejo: estudo na Zona Sul de São Paulo. *Revista de Administração de Empresas*, 55(6), 595-612. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902012000600003>

- Amaral, J. V.; Guerreiro, R. (2018). Estabelecimento dos preços no Brasil. *Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 16(2), 186-216. DOI: <https://doi.org/10.19094/contextus.v16i2.1093>
- Batista, D. F. D.; Silva, V. M. (2018). Fair trade e economia colaborativa como mecanismos de persecução da justiça social. *Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável*, 4(1), 153-173. DOI: <https://doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0057/2018.v4i1.4414>
- Blass, L.; Rhoden, A. C.; Pereira, P. F. (2024). Sala de aula invertida: análise das percepções dos estudantes antes e depois de uma oficina prática. *Revista Insignare Scientia*, 7(2), 79-99. DOI: [10.36661/2595-4520.2024v7n2.13959](https://doi.org/10.36661/2595-4520.2024v7n2.13959)
- Borges, L. A.; Leal, E. A.; Pereira, J. M. (2022). A influência dos campos pessoal e organizacional na decisão do preço sob a perspectiva de tolerância ao risco. *Revista Contabilidade Vista & Revista*, 33(2), 129-156. DOI: <https://doi.org/10.22561/cvr.v33i2.6990>
- Braga, A. V.; Souza, M. A.; Kronbauer, C.; Braga, D. G. (2012). Costs, prices and results' management: a study conducted in fruit canning companies located in Rio Grande do Sul State, Brazil. *International Business Research*, 5(3), 58-70. DOI: [10.5539/ibr.v5n3p58](https://doi.org/10.5539/ibr.v5n3p58)
- Canaver, F. P.; Lunkes, R. J.; Schnorrenberger, D.; Gasparetto, V. (2012). Formação de preços: um estudo em empresas industriais de Santa Catarina. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 17(2), 14-27.
- Gama, M. A. F.; Nganga, C. S. N.; Silva, T. D.; Santana, A. R.; Miranda, G. J.; Leal, E. A. (2018). Formação de preços na cooperativa agropecuária CALU: o dilema da produção do leite. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 12(1), 6-21. <https://doi.org/10.17524/repec.v12i1.1574>
- Kohli, C.; Suri, R. (2011). The price is right? Guideline for pricing to enhance profitability. *Business Horizons*, 54, 563-573. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.08.001>
- Liozu, S. M.; Hinterhuber, A.; Boland, R. J.; Pirelli, S.; Boland, R. (2012). Mindful pricing: transforming organizations through value-based pricing. *Journal of Strategic Marketing*, pp. 1-13. DOI: [10.1080/0965254X.2011.643916](https://doi.org/10.1080/0965254X.2011.643916)
- Lucas, M. R. (2003). Pricing decisions and the neoclassical theory of the firm. *Management Accounting Research*, 14, 201-217. [https://doi.org/10.1016/S1044-5005\(03\)00044-1](https://doi.org/10.1016/S1044-5005(03)00044-1)
- Milan, G. S.; Saciloto, E. B.; Larentis, F.; Toni, D. D. (2016). As estratégias de precificação e o desempenho das empresas. *Revista Eletrônica de Administração*, 84(2), 419-453. <https://doi.org/10.1590/1413-2311.0982015.57273>
- Ministério da Educação (2024). *Resolução CNE/CES nº 1, de 27 de março de 2024*. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Ciências Contábeis. http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=257031-rces001-24&category_slug=marco-2024&Itemid=30192
- Pereira, R. C.; Branchi, B. A.; Ferreira, D. H. L. (2019). Avaliação de custos incompletos: combustíveis para transporte coletivo urbano de Campinas/SP. *Revista Tecnologia e Sociedade*, 15(36), 39-57. DOI: [10.3895/rts.v15n36.7830](https://doi.org/10.3895/rts.v15n36.7830)
- Santos, C. M. S.; Bornia, A. C.; Leite, M. S. A. (2010). Sistema de gestão de custos associado à cadeia de valor. *ABCustos*, 5(1), 01-33. <https://doi.org/10.47179/abcustos.v5i1.87>
- Santos, M.; Flores, L. C. S. (2017). Formação de preço dos hotéis turísticos da cidade de São Luís/Maranhão. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(1), 133-153. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i1.1169>

- Soares Junior, G.; Carvalho, A. A. (2021). O artesanato doméstico no cotidiano da mulher. *Research, Society and Development*, 10(4), 1-15, e45710414277. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i4.14277>
- Soratto, R. B.; Triweiller, A. C.; Vefago, Y. B.; Rotta, M. J. (2020). O trabalho artesanal no seguimento da moda sob a ótica de diferentes atores institucionais. *Ciências Sociais em Perspectiva*, 19(37), 124-148. <https://doi.org/10.48075/revistacsp.v19i37.24711>
- Vargas-Figueroa, J.; Linares-Guerrero, M.; Diaz-Ângulo, S. J.; Ramos-Cavero, M. J.; Cordova-Buiza, F. (2025). University social responsibility and knowledge management for a tax culture: Perception of internal stakeholders of tax advisory centers in Peru. *Knowledge and Performance Management*, 9(1), 16-30. [http://dx.doi.org/10.21511/kpm.09\(1\).2025.02](http://dx.doi.org/10.21511/kpm.09(1).2025.02)
- Vieira, J. A.; Vieira, M. M. M. (2021). O estudo dirigido como estratégia de ensino da educação profissional e tecnológica: singularidades e perspectivas. *Research, Society and Development*, 10(12), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i12.20242>

Uso de IAG nesta Pesquisa

Este caso de ensino foi construído com suporte da ferramenta de Inteligência Artificial Generativa (IAG) *ChatGPT*, a qual foi empregada para dar suporte na estruturação textual. Como a ideia do caso em destaque foi uma adaptação de um projeto de extensão executado por uma universidade pública em Pernambuco, foi apresentado um resumo do que deveria ser tratado no texto, sendo esse, produzido pelas autoras, e levando em consideração aspectos como: situação inicial, quebra da situação inicial, o conflito que emerge, o clímax alcançado e o desfecho. Com o retorno obtido por meio da ferramenta de IA, o texto foi passando por adaptações para que pudesse refletir o contexto em que o projeto foi executado. Ademais, todos os dados também foram propostos pela ferramenta, e, em seguida, analisados pelas pesquisadoras, sendo feitos os ajustes necessários, de modo a assegurar que a contribuição intelectual central, análises, interpretações e conclusões foram resultados do trabalho humano.