



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE
DEPARTAMENTO DE ODONTOLOGIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BACHARELADO EM ODONTOLOGIA**

IURY EMMANUEL LEAL CAMPOS SOUSA

**PRECIFICAÇÃO SIMPLIFICADA PARA CONSULTÓRIOS ODONTOLÓGICOS:
ENTENDENDO E APLICANDO CONCEITOS DA ATUALIDADE.**

**CAMPINA GRANDE
2024**

IURY EMMANUEL LEAL CAMPOS SOUSA

PRECIFICAÇÃO SIMPLIFICADA PARA CONSULTÓRIOS ODONTOLÓGICOS:
ENTENDENDO E APLICANDO CONCEITOS DA ATUALIDADE.

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Departamento do Curso de
Odontologia da Universidade Estadual da
Paraíba, UEPB, Campus I, Campina Grande,
como requisito parcial à obtenção do título de
Cirurgião-Dentista.

Área de concentração: Clínica
Odontológica.

Orientadora: Prof. Dra. Bruna Rafaela Martins dos Santos

CAMPINA GRANDE
2024

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S725p Sousa, Iury Emmanuel Leal Campos.

Precificação simplificada para consultórios odontológicos: entendendo e aplicando conceitos da atualidade [manuscrito] / Iury Emmanuel Leal Campos Sousa. - 2024.
21 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Odontologia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, 2024.

"Orientação : Profa. Dra. Bruna Rafaela Martins dos Santos, Coordenação do Curso de Odontologia - CCBS. "

1. Consultórios odontológico. 2. Análise econômica. 3.

Precificação. 4. Odontologia. I. Título

21. ed. CDD 617.6

IURY EMMANUEL LEAL CAMPOS SOUSA

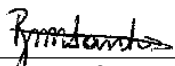
PRECIFICAÇÃO SIMPLIFICADA PARA CONSULTÓRIOS ODONTOLÓGICOS:
ENTENDENDO E APLICANDO CONCEITOS DA ATUALIDADE.

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Departamento do Curso de
Odontologia da Universidade Estadual da
Paraíba, UEPB, Campus I, Campina Grande,
como requisito parcial à obtenção do título de
Cirurgião-Dentista.

Área de concentração: Clínica Odontológica.

Aprovado em: 03/06/2024.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Bruha Rafaela Martins dos Santos
(Orientadora) Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Manuela Morgana Andrade Vasconcelos Cordeiro
Especialista em Implantodontia



Prof. Me. Cibele da Cruz Prates
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

À Deus e minha família, dedico.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Esquema de gastos.....	12
Figura 2 – Cenário 1: Dentista não possui seu consultório e faz o aluguel de turno.	15
Figura 3 - Cenário 2: Dentista possui consultório próprio ou aluga ponto comercial mensalmente.	17

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Caracterização das fontes selecionadas para compor a revisão de literatura. Campina Grande-PB, 2024.....	10
Tabela 2 – Comparativo de métodos de precificação.	13
Tabela 3: Cálculo de precificação a partir do Cenário 1 - Dentista não possui seu consultório e faz o aluguel de turno. Campina Grande-PB, 2024.....	16
Tabela 4: Cálculo de precificação a partir do Cenário 2 - Dentista possui consultório próprio ou aluga ponto comercial mensalmente. Campina Grande-PB, 2024.	17

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CFO	Conselho Federal de Odontologia
DeCS	Descritores em Ciências e Saúde
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MeSH	<i>Medical Subject Headings</i>
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	METODOLOGIA.....	8
2.1	Procedimentos metodológicos	10
2.2	Critérios de inclusão	10
3	RESULTADOS E DISCUSSÃO	11
3.1	Referencial teórico	11
3.1.1	<i>Conceitos sobre precificação</i>	11
3.1.2	<i>Gastos, despesas e custos</i>	12
3.2	Métodos de precificação	12
3.2.1	<i>Mark-up</i>	13
3.2.2	<i>Precificação baseada na concorrência</i>	13
3.2.3	<i>Margem de contribuição</i>	14
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
	REFERÊNCIAS	18
	AGRADECIMENTOS.....	20

PRECIFICAÇÃO SIMPLIFICADA PARA CONSULTÓRIOS ODONTOLÓGICOS: ENTENDENDO E APLICANDO CONCEITOS DA ATUALIDADE.

Iury Emmanuel Leal Campos Sousa*
Bruna Rafaela Martins dos Santos**

RESUMO

A competitividade do mercado odontológico no Brasil – evidenciada pela proporção desigual entre o número de cirurgiões-dentistas e a população – e o despreparo empreendedor dos recém-formados, aliado à falta de disciplinas de gestão nos currículos de Odontologia, torna vital a correta precificação dos serviços odontológicos para a sustentabilidade econômica dos profissionais. Diante desse contexto, o objetivo desse estudo é apresentar, por meio de uma revisão narrativa da literatura científica atual, uma forma dos cirurgiões-dentistas precificarem seus serviços. Para tanto, realizou-se uma busca nas bases Web of Science e PubMed utilizando descritores, estratégias e critérios preestabelecidos, somada à busca manual e pesquisa na literatura cinzenta. A busca resultou em 6 artigos que atenderam aos critérios pré-estabelecidos e foram selecionados para compor a revisão de literatura: "It's not a one operation fits all": A qualitative study exploring fee setting and participation in price transparency initiatives amongst medical specialists in the Australian private healthcare sector"; "Cost volume profit analysis for full paying patient services in Malaysia: A study protocol"; "Understanding common rationales adopted in healthcare price setting across the private healthcare sector in sri lanka: a qualitative study"; "A margem de contribuição como métrica de precificação visando lucro para a empresa."; "Análise da aplicação de métodos na formação do preço de venda em micro, pequenas e médias empresas."; "Manual de formação de preços.". A precificação de serviços odontológicos demanda uma análise profunda dos custos, uma compreensão clara dos métodos de precificação disponíveis e a escolha de uma abordagem que melhor se adapte às necessidades específicas da clínica. A utilização da Margem de Contribuição em combinação com a Precificação Baseada na Concorrência – ilustrada a partir de dois cálculos práticos – possibilita o gestor odontológico tomar decisões embasadas, garantindo não apenas a cobertura dos custos, mas também a geração de lucro desejada. Assim, pode-se concluir que, apesar da pouca literatura disponível, existem formas viáveis e práticas do Cirurgião-Dentista precificar seus serviços.

Palavras-chave: precificação; prática dental; prática individual; análise econômica.

ABSTRACT

The competitiveness of the dental market in Brazil – evidenced by the unequal proportion between the number of dentists and the population – and the lack of entrepreneurial preparedness among recent graduates, combined with the absence of management disciplines in Dentistry curricula, makes correct pricing of dental services vital for the economic sustainability of professionals. Given this context, the objective of this study is to present, through a narrative review of current scientific literature, a way for dentists to price their services. To do so, a search was conducted in the Web of Science and PubMed databases using pre-established descriptors, strategies, and criteria, supplemented by manual searches and exploration of grey literature. The search resulted in 6 articles that met the pre-established criteria and were selected to compose the literature review: "It's

*Aluno de Odontologia, Departamento de Odontologia, UEPB, Campina Grande, PB,
iury.sousa@aluno.uepb.edu.br

** Prof^a Dr^a de Odontologia, Orientadora, Dpt. de Odontologia, UEPB, Campina Grande, PB,
brunarafaela@servidor.uepb.edu.br

not a one operation fits all": A qualitative study exploring fee setting and participation in price transparency initiatives amongst medical specialists in the Australian private healthcare sector"; "Cost volume profit analysis for full paying patient services in Malaysia: A study protocol"; "Understanding common rationales adopted in healthcare price setting across the private healthcare sector in Sri Lanka: a qualitative study"; "Contribution margin as a pricing metric aiming for profit for the company."; "Analysis of the application of methods in the formation of selling price in micro, small and medium-sized enterprises."; "Pricing formation manual.". Pricing dental services requires a deep analysis of costs, a clear understanding of available pricing methods, and the selection of an approach that best suits the specific needs of the clinic. The use of Contribution Margin in combination with Competition-Based Pricing – illustrated through two practical calculations – enables dental managers to make informed decisions, ensuring not only cost coverage but also desired profit generation. Thus, it can be concluded that, despite the limited available literature, there are viable and practical ways for dentists to price their services.

Keywords: price; dental practices; private practice; economic analysis.

1 INTRODUÇÃO

Considerando dados demográficos preconizados pela Organização Mundial de Saúde (OMS), a concentração de cirurgiões-dentistas por quantidade de população é de um cirurgião-dentista para cada 1.500 habitantes (Amâncio Filho, 2008). No Estado da Paraíba, com população estimada de 3.974.495 pessoas (IBGE, 2022 (a)), há 6.854 profissionais cadastrados (CFO, 2023 (a)) e, especificamente, na cidade de Campina Grande-PB, concentram-se 1.165 odontólogos registrados (CFO, 2023(b)). Isso resulta numa proporção hiperbólica de, aproximadamente, um cirurgião-dentista para 579 habitantes, no primeiro cenário, e um profissional para cada 359 pessoas no segundo (IBGE, 2022 (b)).

A falta de uma compreensão completa do empreendimento, especialmente nos casos em que os empreendedores possuam expertise em uma área específica do negócio, emerge como um dos fatores primordiais que culminam na mortalidade de consultórios odontológicos recém-estabelecidos (Hashimoto e Borges, 2014). É nessa perspectiva que a extrema competitividade do mercado de trabalho e a escolha profissional de ter um consultório particular - por parte dos recém-formados no curso de Odontologia - impõem a correta precificação como fator crucial para a sustentabilidade econômica de cirurgiões-dentistas imersos neste cenário (Jerônimo, 2022).

O despreparo empreendedor dos profissionais formados corrobora com aspectos relacionados à própria formação acadêmica, notoriamente observado em parte das matrizes curriculares dos cursos de Odontologia do Brasil (Jerônimo, 2022). O espaço para disciplinas que abordam sobre gestão em Odontologia é diminuto e se configura como pouco relevante no contexto geral do curso, o que impacta diretamente na preparação do futuro profissional no que tange ao empreendedorismo (Limeira, 2018).

Ratifica-se, portanto, a importância de apresentar uma forma simplificada de precificar os serviços de um consultório odontológico como maneira de nortear profissionais que desejam adentrar ou ter mais sustentabilidade nesse contexto de mercado preenchendo uma lacuna identificada no segmento odontológico. Diante do exposto, o estudo em questão tem por objetivo realizar uma revisão narrativa dos estudos e de materiais disponíveis sobre empreendedorismo na Odontologia, compilando as informações mais relevantes sobre precificação em âmbito odontológico.

2 METODOLOGIA

2.1 Procedimentos metodológicos

O estudo em questão tratou-se de uma revisão narrativa da literatura sobre precificação simplificada para consultórios odontológicos, com propósito quantitativo e observacional. O levantamento bibliográfico foi realizado nas bases de dados *Web of Science - Coleção Principal* (Clarivate Analytics) e *National Center for Biotechnology Information – NCBI* (PubMed), utilizando-se os seguintes descritores: DeCS/MeSH “price”, “dental practices”, “private practice” e “economic analysis”, acrescido da literatura cinzenta (Google Acadêmico, livros e sites) e de busca manual, no período de 05 a 15 de dezembro de 2023.

A estratégia de busca incluiu a combinação de descritores entre si com o operador booleano “AND” da seguinte forma: price AND dental practices AND private practice AND economic analysis; price AND dental practices AND private practice; price AND dental practices AND economic analysis; price AND private practice AND economic analysis; dental practices AND private practice AND economic analysis. Na somatória de todas as possíveis combinações entre os descritores price AND dental practices AND private practice AND economic analysis) considerados na busca, foram encontrados 11.268 resultados na Web of Science e 26.118 no PubMed.

2.2 Critérios de inclusão

Para a avaliação quantitativa dos artigos disponíveis nas bases de dados referentes à precificação em Odontologia, foram usados os seguintes filtros como critérios de inclusão: idioma (português, inglês e espanhol); disponibilidade (texto disponível na íntegra), descritores (em inglês “price”, “dental practices”, “private practice” e “economic analysis”) e período de publicação (janeiro de 2019 a dezembro de 2023). Após a leitura do título, foram encontrados 20 artigos publicados, dos quais 10 foram excluídos a partir da leitura do resumo por não apresentarem relação direta/indireta com precificação no contexto da saúde e/ou na Odontologia. Em leitura na íntegra, 3 artigos atenderam a todos os critérios pré-estabelecidos e foram selecionados para compor a revisão de literatura.

Foram consideradas ainda fontes adicionais provenientes da literatura cinzenta que apresentaram relevância para este trabalho, fornecendo uma visão mais abrangente e completa do assunto em estudo. A escolha dos materiais se baseou na interdisciplinaridade entre os conteúdos, inovação e expertise prática dos conhecimentos abordados, visto que é mais viável enriquecer o estudo com a análise de perspectivas da realidade e casos práticos que não são facilmente encontrados nas bases de dados acadêmicas. Ao final dessa busca, 14 fontes foram selecionadas para compor a revisão de literatura (Tabela 1).

Tabela 1. Caracterização das fontes selecionadas para compor a revisão de literatura. Campina Grande-PB, 2024.

Titulo	Autores	Fonte
It's not a one operation fits all": A qualitative study exploring fee setting and participation in price transparency initiatives amongst medical specialists in the Australian private healthcare sector.	Hana <i>et al.</i> , 2023	PubMed
Cost volume profit analysis for full paying patient services in Malaysia: A study protocol.	Mohd <i>et al.</i> , 2023	PubMed
Understanding common rationales adopted in healthcare price setting across the private healthcare sector in sri lanka: a qualitative study.	Narangoda <i>et al.</i> , 2022	Web of Science
A margem de contribuição como métrica de precificação visando lucro para a empresa.	Pissinati e Dias, 2022	Artigo (Google academico)

O que é margem de contribuição e como ela influencia nos meus lucros?	SEBRAE	Site (manual)
Margem de contribuição: o que é, como calcular e melhorar os resultados. Blog nubank.	Leite, 2022	Site (manual)
Análise da aplicação de métodos na formação do preço de venda em micro, pequenas e médias empresas.	Lemes, 2019	Artigo (Google Acadêmico)
Custos e despesas: entenda quais são as diferenças entre os dois.	Reis, 2018	Site (manual)
O preço é o lucro: como multiplicar a lucratividade do seu negócio por meio da gestão profissional dos preços.	Hill, 2020	Livro versão kindle (manual)
Custos e formação de preços: importante ferramenta para tomada de decisões.	Yanase, 2018	Livro kindle (manual)
Empreendedorismo: gestão financeira para micro e pequenas empresas.	Antonik, 2016	Livro físico (manual)
Administração de marketing.	Kotler e Keller, 2013	Livro (manual)
Manual de formação de preços.	Bernardi, 2009	Artigo (Google acadêmico)

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Referencial teórico

3.1.1 Conceitos sobre precificação

Decidir o valor a ser cobrado é uma tarefa crucial para os gestores, visto que é por meio da fixação do preço de venda que a empresa efetivamente ingressa na arena competitiva do mercado Hill (2020). Para alcançar o lucro desejado, é necessário que o preço do produto ou do serviço englobe, adequadamente, os custos e despesas, sem prejudicar a margem de lucro esperada. Para calcular o preço de maneira precisa, o gestor deve considerar a margem de lucro desejada, garantindo que o valor do produto cubra os custos essenciais e alcance os resultados desejados que seja competitivo e atrativo para os clientes e concorrentes, o que torna essencial o emprego de um método correto de precificação.

Narangoda *et al.* (2023) e Hana *et al.* (2023) identificam fatores relevantes na precificação de serviços dentro do contexto hospitalar, os quais podem ser adaptados ao contexto dos consultórios odontológicos. Aquele, no Sri Lanka, destaca: influência/experiência dos profissionais, preço dos competidores, margens alvos, custos de produtos/recursos humanos e demanda econômica. Este, na Austrália, complementa e amplia esta visão e elucida: Fatores relacionados ao paciente: Complexidade do paciente e do procedimento; Demografia e circunstâncias do paciente; Valor percebido de cuidado pelo paciente. (2) Fatores relacionados ao profissional: Experiência e nível de habilidade do especialista; Considerações éticas; Gênero. (3) Fatores relacionados ao sistema: Oferta e Demanda; Percepção dos preços dos concorrentes; Localização geográfica; Custos de execução do serviço; Contratos com seguradoras; Preços recomendados por associações/conselho.

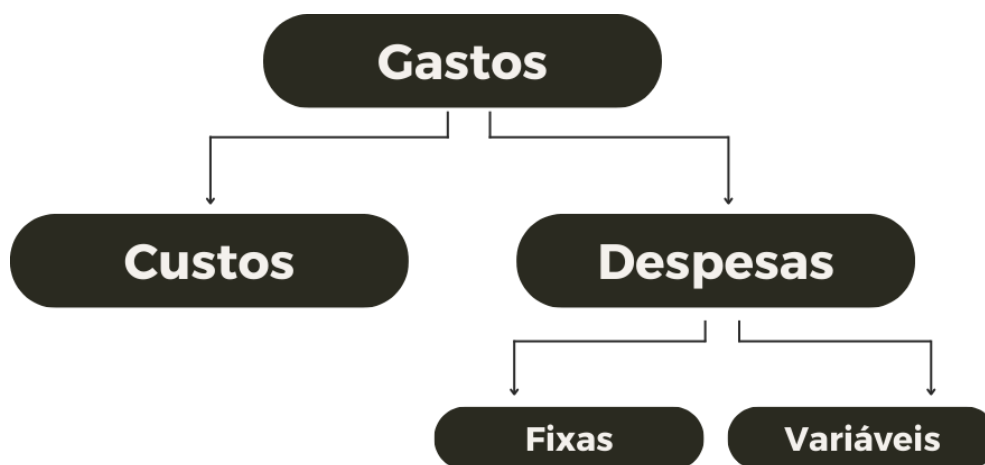
Para alcançar o lucro desejado, é necessário que o preço do produto ou do serviço

englobe, adequadamente, os custos e despesas, sem prejudicar a margem de lucro esperada - isso implica formar os preços considerando o custo de aquisição da mercadoria, acrescentando uma margem de lucro e incluindo os demais gastos associados à compra do produto (Pissinati e Dias, 2022). Assim, o cirurgião-dentista empreendedor - responsável por uma instituição com despesas fixas, variáveis e investimentos contínuos - precisa empregar princípios fundamentais de administração de custos para destacar-se entre os concorrentes (Soldara, 2018 apud Jesus 2023).

3.1.2 Gastos, despesas e custos

Gastos são saídas de caixa (dinheiro) de uma empresa – podendo ser subdivididos em custos e despesas, conforme ilustrado na figura 1 (Reis, 2018). Custo é um gasto envolvido diretamente no serviço prestado e varia diretamente com a quantidade de serviços prestados. Por exemplo, corresponde ao valor das horas de trabalho do prestador de serviço somado ao valor dos materiais utilizados como touca, resina, ácido fosfórico, entre outros (Antonik, 2016).

Figura 1 – Esquema de gastos.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

As despesas (aluguel, contas de telefone e internet, salários do setor administrativo, comissões de vendedores, taxa de maquineta, etc) podem ser consideradas gastos relacionados à manutenção do negócio, não estando intimamente relacionadas à prestação do serviço (Reis, 2018). Podem se subdividir em fixas e variáveis - enquanto aquelas independem de alterações no nível de atividades do negócio, mantendo-se relativamente constantes, estas aumentam ou diminuem em proporção aumentos ou às diminuições no nível de atividade do negócio. Aluguel, contas de telefone/internet e salários do setor administrativo são exemplos de despesas fixas enquanto comissões de vendedores e taxa de maquineta são exemplos de despesas variáveis (Antonik, 2016).

3.2 Métodos de precificação

Entre os variados métodos de estabelecimento de preços, este estudo se concentrará nos três mais relevantes (Pissinati e Dias, 2022): Mark-up, precificação fundamentada na concorrência e margem de contribuição, resumidos na Tabela 2, que serão apresentados a seguir.

Tabela 2 – Comparativo de métodos de precificação. Campina Grande-PB, 2024.

	Mark-Up	Baseado na concorrência	Margem de contribuição
Considera a disposição do consumidor em pagar o preço estipulado	Não	Sim	Sim
Incorpora despesas fixas no cálculo	Sim	Indefinido	Não
Facilidade para realizar cálculo	Alta	Alta	Baixa
Agilidade para realizar cálculo	Alta	Alta	Baixa

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

3.2.1 Mark-up

O Mark-Up é um método básico e simples, no qual, a partir da análise da estrutura de custos, despesas e do lucro pretendido, é aplicado um fator, divisor ou multiplicador, para determinar o preço. Desse modo, o valor estabelecido cobrirá todos os custos, despesas e impostos, reservando como remanescente o lucro desejado das vendas (Bernardi, 2009).

O Mark-Up Multiplicador é um coeficiente que resulta no preço de venda, quando aplicado e multiplicado ao custo, cujo cálculo é realizado por meio da seguinte fórmula (Yanase, 2018):

$$\text{Mark up multiplicador} = 1 / 1 - (DF + DT + DC + Mg)$$

Onde: DF = Despesas Fixas DT = Despesas Tributárias DC = Despesas Comerciais Mg = Margem Desejada

Assim como no cálculo do Mark-Up Multiplicador, o Mark-Up Divisor segue uma abordagem inversa em sua equação, ou seja (Yanase, 2018):

$$\text{Mark up divisor} = 1 - (DF + DT + DC + Mg)$$

Onde: DF = Despesas Fixas DT = Despesas Tributárias DC = Despesas Comerciais Mg = Margem Desejada

Aplicando-se, portanto, o Mark-Up Multiplicador e Mark-Up Divisor na formação de preços tem-se, respectivamente: Preço = Custo * Mark-Up Multiplicador; Preço = Custo / Mark-Up Divisor.

Sendo assim, o Mark-up é uma medida que leva em conta o custo do produto ou serviço, as despesas, impostos e o lucro almejado, assegurando que a venda do produto ou serviço não apenas gere lucro, mas também sustente o negócio. Contudo, na prática, o Mark-up não considera a disposição do consumidor em pagar o preço estipulado pelo produto ou serviço, uma situação que pode compelir o empreendedor a reduzir o preço do bem (Pissinati e Dias, 2022).

3.2.2 Precificação baseada na concorrência

A análise de preços envolve a investigação dos valores adotados pelos concorrentes, visando à comparação com os preços praticados no mercado para estabelecer o preço de venda dos produtos pela empresa. A concorrência abrange todas as ofertas e os substitutos rivais, tanto reais quanto potenciais, que um comprador possa contemplar (Kotler e Keller, 2013), sendo

recomendável escolher diversos concorrentes que ofereçam produtos semelhantes, incluindo aqueles com preços mais altos e mais baixos, a fim de estabelecer uma média de preços segura e mais satisfatória (Pissinati e Dias, 2022).

No entanto, é crucial exercer cautela ao empregar esse método, pois é imperativo analisar as características específicas da empresa, evitando que a precificação adotada prejudique a lucratividade e a saúde financeira da organização (Pissinati e Dias, 2022). É válido ressaltar ainda que a eficácia desse método de precificação é mais evidente em produtos com pouca ou nenhuma diferenciação, sendo que a vantagem de preço em relação aos concorrentes destaca-se especialmente em vendas em larga escala, o que pode resultar em lucratividade em um intervalo de tempo relativamente curto. (Morais, 2013 apud Lemes, 2019).

3.2.3 Margem de contribuição

Segundo Mohd *et al.* (2023), a Margem de Contribuição (MC) refere-se à diferença entre a receita e a soma dos custos e despesas variáveis, expressa pela fórmula:

$$\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO} = \text{VALOR DA VENDA} - (\text{CUSTO VARIÁVEL E DESPESA VARIÁVEL})$$

Esta ferramenta gerencial desempenha um papel fundamental ao simplificar e destacar o potencial de cada produto, revelando como cada um contribui para cobrir inicialmente os gastos fixos e, conseqüentemente, para alcançar o lucro desejado (SEBRAE, 2022).

Ao contrário do Mark-up, a Margem de Contribuição (MC) não incorpora custos fixos no processo de definição de preços, o que resulta em um preço de venda mais competitivo. Seu cálculo total pode ser obtido multiplicando a quantidade de vendas de um produto ou serviço por sua margem unitária correspondente. Portanto, quando o valor da MC excede o montante total das despesas fixas, a empresa está gerando lucro; caso contrário, se for inferior, o resultado será interpretado como prejuízo (SEBRAE, 2016 apud Pissinati e Dias, 2022).

Entretanto, é importante notar que um produto específico pode ter uma margem que não contribui diretamente para cobrir as despesas fixas e gerar lucro. Isso pode ser uma escolha consciente do empreendedor, como em uma ação promocional para atrair clientes, contanto que a margem de contribuição total permaneça positiva. Isso significa que a empresa continua a dispor de recursos para quitar os custos e despesas fixas, ao mesmo tempo em que gera lucro (Leite, 2022).

Conforme exposto por Pissinati e Dias (2022), a formação tradicional na área da saúde muitas vezes negligencia aspectos de gestão e administração, deixando os profissionais despreparados para lidar com os desafios do mercado. A falta de conhecimento sobre precificação e gestão financeira pode impactar diretamente a sustentabilidade e competitividade dos consultórios odontológicos. A comparação entre os métodos de precificação apresentados - Mark-up, Precificação Baseada na Concorrência e Margem de Contribuição - revela diferentes abordagens e implicações para os cirurgiões-dentistas empreendedores.

O Mark-up, embora seja uma ferramenta simples, é questionado por não considerar a disposição do consumidor em pagar o preço estipulado, o que pode levar a necessidade de reduções de preço para atrair clientes. Isso destaca a importância de entender não apenas os custos, mas também as dinâmicas do mercado e as expectativas dos consumidores.

A precificação baseada na concorrência, ao analisar os valores praticados pelos concorrentes, pode oferecer uma referência valiosa e acelerar o processo de precificação. No entanto, é crucial destacar que a aplicação cega desse método pode comprometer a lucratividade e a saúde financeira da empresa. A diferenciação de serviços odontológicos pode não ser considerada adequadamente nesse método, podendo levar a precificações que não refletem o valor real do serviço.

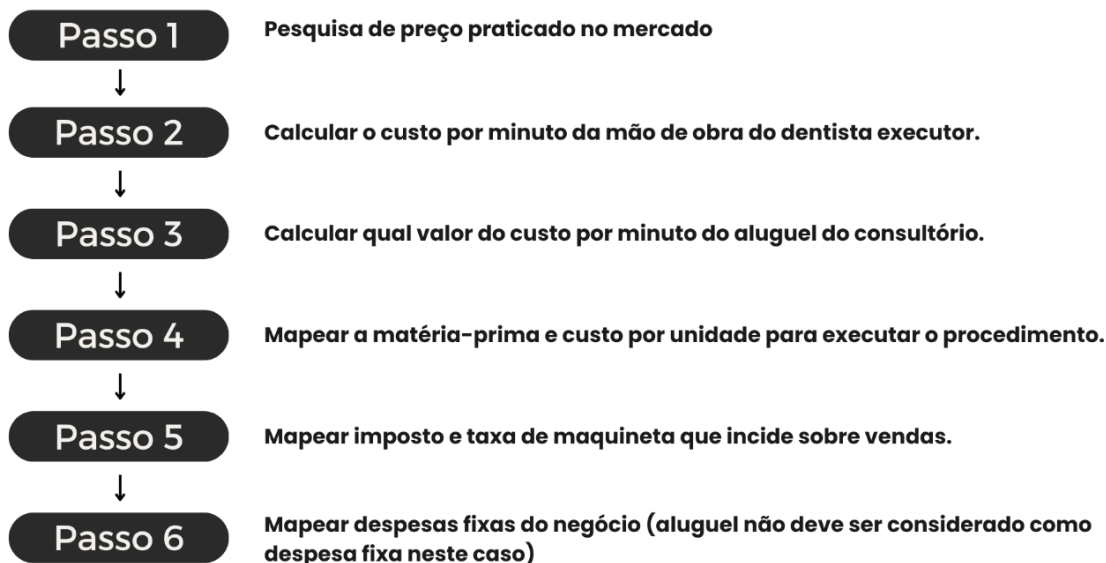
A margem de contribuição, por sua vez, é elogiada por sua capacidade de simplificar e destacar o potencial de cada produto ou serviço. A não incorporação de custos fixos na definição de preços permite uma abordagem mais flexível e competitiva. Concomitantemente, é importante notar que essa abordagem requer uma compreensão detalhada dos custos e despesas

variáveis, sendo essencial uma gestão cuidadosa para garantir a sustentabilidade financeira.

Com o objetivo de considerar os custos adequadamente, captar as nuances do mercado e as expectativas dos consumidores para assegurar a competitividade no mercado odontológico, realizou-se a aplicação da Precificação Baseada na Concorrência combinada à Margem de Contribuição para precificar um serviço odontológico, considerando dois cenários (figura 2) (figura 3):

Figura 2 – Cenário 1: Dentista não possui seu consultório e faz o aluguel de turno.

CENÁRIO 1 – Dentista não possui seu consultório e faz o aluguel de turno.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Passo 1: Realizar uma pesquisa de preço praticado no mercado – por concorrentes com posicionamento semelhante ao seu - para o procedimento em análise.

Passo 2: Calcular o custo por minuto da mão de obra do dentista executor. Para tanto, deve-se, primeiramente, identificar, como parâmetro, quanto um dentista, com experiência equivalente, na sua região, recebe para trabalhar. Neste caso, hipotético, vamos supor que seja R\$3000 reais por mês (40h/semana). Portanto, o custo por minuto deste dentista seria $R\$3000 \text{ reais} / 9600 \text{ minutos} = R\$0,3125 \text{ reais/minuto}$.

Passo 3: Calcular qual valor do custo por minuto do aluguel do consultório. Neste caso hipotético, vamos supor que custa R\$220 reais/4h. Portanto, o custo por minuto é $R\$0,91 \text{ reais/minuto}$. Ressalta-se que o aluguel, neste caso, é considerado custo variável – uma vez que acontece apenas quando o procedimento é realizado; não devendo ser contabilizado nas despesas fixas do negócio.

Passo 4: Mapear a matéria-prima necessária bem como a quantidade e o custo por unidade para executar o procedimento.

Passo 5: Mapear imposto que incide sobre vendas bem como taxa de maquineta que incide sobre vendas.

Passo 6: Mapear despesas fixas do negócio – neste cenário vamos considerar despesas fixas mensais, cujo valor totaliza R\$2.000 reais.

Tem-se, portanto (Tabela 3):

Tabela 3: Cálculo de precificação a partir do Cenário 1 - Dentista não possui seu consultório e faz o aluguel de turno. Campina Grande-PB, 2024.

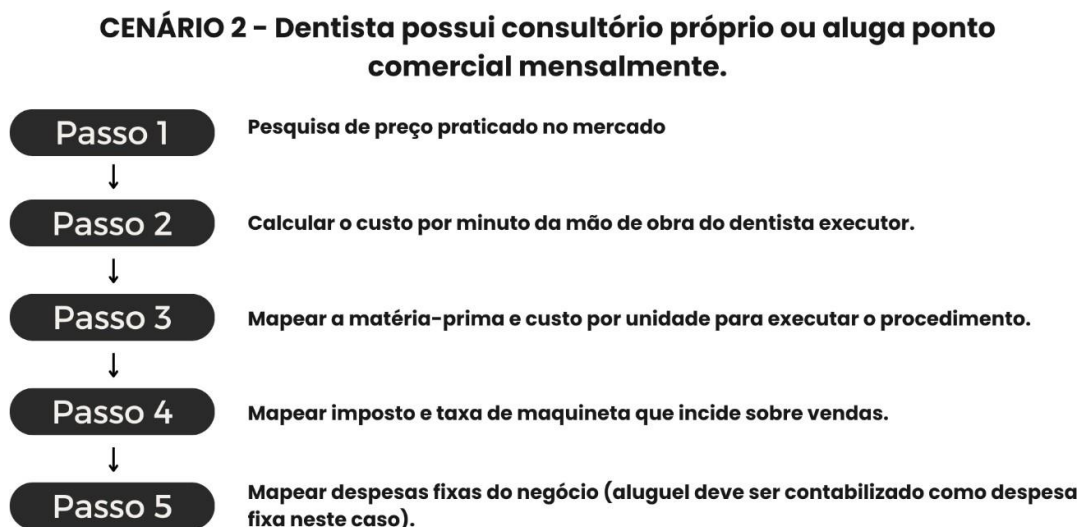
CENÁRIO 1 - PROFILAXIA		
	Unidade	Valor (em R\$)
Preço de venda		R\$ 100,00
(-) Impostos sobre vendas	6% do faturamento	R\$ 6,00
(-) Custo de serviço prestado	-	R\$ 40,41
(-) Aluguel do consultório por turno	-	R\$ 27,30
Aluguel por turno	30 minutos	R\$ 27,30
(-) Mão de obra	-	R\$ 9,37
Dentista executor	30 minutos	R\$ 9,37
(-) Matéria-prima	-	R\$ 3,74
Luva procedimento com pó	2 unidades	R\$ 0,32
Máscara	1 unidade	R\$ 0,40
Touca	1 unidade	R\$ 0,14
Babador	1 unidade	R\$ 0,14
Propé	2 unidades	R\$ 0,36
Algodão rolete	5 unidades	R\$ 0,30
Sugador	1 unidade	R\$ 0,22
Saco dindim	6 unidades	R\$ 0,18
Plástico filme	200 centímetros	R\$ 0,22
Fita crepe	50 centímetros	R\$ 0,16
Clorexidina	3 ml	R\$ 0,47
Álcool	10 ml	R\$ 0,10
Copinho de plástico	1 unidade	R\$ 0,06
Pedra pomes	1 grama	R\$ 0,19
Flúor	10 ml	R\$ 0,49
(-) Despesas variáveis	-	R\$ 3,00
(-) Taxa maquineta	3% do faturamento	R\$ 3,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Diante deste cenário, a partir de uma receita de R\$ 100 reais, a Margem de Contribuição = Preço de Venda – (Impostos sobre vendas + Custo do serviço prestado + Despesas Variáveis). Em valores monetários: Margem de Contribuição = R\$50,59 reais (R\$100 – R\$49,41).

Considerando despesas fixas mensais de R\$ 2.000 reais e um objetivo de lucro mensal de R\$ 1.500 reais, seria necessário realizar, no mínimo, 70 procedimentos (R\$ 2.000 + R\$ 1.500) / (R\$50,59).

Figura 3 - Cenário 2: Dentista possui consultório próprio ou aluga ponto comercial mensalmente.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Passo 1: Realizar uma pesquisa de preço praticado no mercado – por concorrentes com posicionamento semelhante ao seu - para o procedimento em análise.

Passo 2: Calcular o custo por minuto da mão de obra do dentista executor. Para tanto, deve-se, primeiramente, identificar, como parâmetro, quanto um dentista, com experiência equivalente, na sua região, recebe para trabalhar. Neste caso, hipotético, vamos supor que seja R\$3000 reais por mês (40h/semana). Portanto, o custo por minuto deste dentista seria R\$3000 reais / 9600 minutos = R\$0,3125 reais /minuto. Ressalta-se que o aluguel, neste caso, é considerado despesa fixa – uma vez que acontece independentemente de um procedimento ser realizado ou não.

Passo 3: Mapear a matéria-prima necessária bem como a quantidade e o custo por unidade para executar o procedimento.

Passo 4: Mapear imposto que incide sobre vendas bem como taxa de maquineta que incide sobre vendas.

Passo 5: Mapear despesas fixas do negócio — neste cenário vamos considerar despesas fixas mensal cujo valor totaliza os mesmos R\$2.000 reais do cenário passado somados, agora, a um aluguel mensal de R\$1.500 reais.

Tem-se, portanto (Tabela 4):

Tabela 4: Cálculo de precificação a partir do Cenário 2 - Dentista possui consultório próprio ou aluga ponto comercial mensalmente. Campina Grande-PB, 2024.

CENÁRIO 2 - PROFILAXIA		
	Unidade	Valor (em R\$)
Preço de venda		R\$ 100,00
(-) Impostos sobre vendas	6% do faturamento	R\$ 6,00
(-) Custo de serviço prestado	-	R\$ 16,11
(-) Mão de obra	-	R\$ 9,37
Dentista executor	30 minutos	R\$ 9,37
(-) Matéria-prima	-	R\$ 3,74
Luva procedimento com pó	2 unidades	R\$ 0,32
Máscara	1 unidade	R\$ 0,40
Touca	1 unidade	R\$ 0,14

Babador	1 unidade	R\$ 0,14
Propé	2 unidades	R\$ 0,36
Algodão rolete	5 unidades	R\$ 0,30
Sugador	1 unidade	R\$ 0,22
Saco dindin	6 unidades	R\$ 0,18
Plástico filme	200 centímetros	R\$ 0,22
Fita crepe	50 centímetros	R\$ 0,16
Clorexidina	3 ml	R\$ 0,47
Álcool	10 ml	R\$ 0,10
Copinho de plástico	1 unidade	R\$ 0,06
Pedra pomes	1 grama	R\$ 0,19
Flúor	10 ml	R\$ 0,49
(-) Despesas variáveis	-	R\$ 3,00
(-) Taxa maquineta	3% do faturamento	R\$ 3,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Diante deste cenário, a partir de uma receita de R\$ 100 reais, a Margem de Contribuição = Preço de Venda – (Impostos sobre vendas + Custo do serviço prestado + Despesas Variáveis). Em valores monetários: Margem de Contribuição = R\$74,89 reais (R\$100 – R\$25,11).

Considerando despesas fixas mensais de R\$3.500 reais (somando-se R\$ 2.000 da mesma estrutura de despesas fixas do cenário 1 a um aluguel mensal de R\$1.500 reais) e um objetivo de lucro mensal de R\$ 1.500 reais, seria necessário realizar, no mínimo, 67 procedimentos $(R\$ 3.500 + R\$ 1.500) / (R\$74,89)$.

É relevante ressaltar que a pesquisa de preços praticados pela concorrência tem como objetivo acelerar o processo de precificação e servir de parametro de preço para o serviço em questão. O preço efetivo, a ser praticado pelo empreendimento, pode e deve sofrer alterações (para cima ou para baixo), visando otimizar a margem de contribuição.

Essa abordagem prática permite ao cirurgião-dentista empreendedor uma compreensão tangível de como a Margem de Contribuição associada à Precificação Baseada na Concorrência fornece uma metodologia sólida para decisões financeiras estratégicas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A precificação de serviços odontológicos demanda uma análise profunda dos custos, uma compreensão clara dos métodos de precificação disponíveis e a escolha de uma abordagem que melhor se adapte às necessidades específicas da clínica. A Margem de Contribuição, ao não incorporar custos fixos na formação de preços, emerge como uma ferramenta flexível e estratégica para os cirurgiões-dentistas, possibilitando uma gestão financeira mais eficaz e adaptativa – especialmente em combinação com a Precificação Baseada na Concorrência.

Ao aplicar a Margem de Contribuição em um cálculo prático, o gestor odontológico pode tomar decisões embasadas, garantindo não apenas a cobertura dos custos, mas também a geração de lucro desejada - proporcionando uma vantagem competitiva no mercado ao oferecer preços atraentes e sustentáveis a longo prazo.

REFERÊNCIAS

AMÂNCIO FILHO, Antenor; LUCIETTO, Deison Alencar; DE OLIVERIA, Sérgio Pacheco. Revisão e discussão sobre indicadores para a previsão de demanda por

cirurgões-dentistas no Brasil. **Revista da Faculdade de Odontologia de Porto Alegre**, v. 49, n. 3, p. 28-35, 2008.

ANTONIK, Luis Roberto. **Empreendedorismo: Gestão Financeira Para Micro e Pequenas Empresas**. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta books, 2016. 288 p.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Formação de Preços. Políticas, Estratégias e Fundamentos**. 3. ed. São Paulo: [s. n.], 2009. 304 p.

CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA (Brasil) (a). Quantidade Geral de Profissionais e Entidades Ativas. *In*: CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA (Brasil). **Estatísticas**. Brasil, 2023. Disponível em: https://website.cfo.org.br/estatisticas/quantidade-geral-de-entidades-e-profissionais-ativos/?doing_wp_cron=1690051915.6228349208831787109375. Acesso em: 22 jul. 2023.

CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA (Brasil) (b). Dados Estatísticos de Profissionais e Entidades Ativas Por Localidade. *In*: CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA (Brasil). **Estatísticas**. Disponível em: https://website.cfo.org.br/dados-estatisticos-de-profissionais-e-entidades-ativas-por-localidade/?doing_wp_cron=1690053252.2214610576629638671875. Acesso em: 22 jul. 2023.

HASHIMOTO, Marcos; BORGES JR, Candido Vieira. **Empreendedorismo-plano de negócios em 40 lições**. Saraiva Educação SA, 2019.

HILL, Peter. **O preço é o lucro: Como multiplicar a lucratividade do seu negócio por meio da gestão profissional dos preços**. 1. ed. [S. l.]: Autêntica Business, 2020. *E-book*.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (Brasil) (a). Panorama Campina Grande. *In*: IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama**. Brasil, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb>. Acesso em: 22 jul. 2023

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (Brasil) (b). Panorama Campina Grande. *In*: IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panoramas**. Brasil: Panorama Campina Grande, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/campina-grande/panorama>. Acesso em: 22 jul. 2023.

JERÔNIMO, Leonardo; MORAIS, Andréa Pereira de; TINOCO, Rachel. CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS EM CONSULTÓRIOS ODONTOLÓGICOS DO LESTE FLUMINENSE. **PESQUISA & EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA**, n. 10, 2022.

JESUS, Maria Gabriela Felga de. Implementação do sistema de custeio baseado em atividades (ABC) em uma empresa prestadora de serviços odontológicos. 2022. 79 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Produção) - Escola de Engenharia de Petrópolis, Universidade Federal Fluminense, Petrópolis, 2022.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LEITE, Vitor. Margem de contribuição: o que é, como calcular e melhorar os resultados. **Blog Nubank**, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/margem-de-contribuicao/>. Acesso em: 13 dez. 2023.

LEMES, Heber Alves. Análise da aplicação de métodos na formação do preço de venda

em micro, pequenas e médias empresas. Artigo em Administração – Fundação de Desenvolvimento da Universidade Estadual de Campinas, 2019.

LIMEIRA, Francisco Ivison Rodrigues et al. O ensino de gestão nos cursos de graduação em Odontologia no Brasil. **Revista da ABENO**, v. 18, n. 1, p. 161-169, 2018.

MOHD, Malindawati et al. Cost volume profit analysis for full paying patient services in Malaysia: A study protocol. **Plos one**, v. 18, n. 11, p. e0294623, 2023.

NARANGODA, Kanchana Sajeeva et al. Understanding the common rationales adopted in healthcare price setting across the private healthcare sector in Sri Lanka: A qualitative study. **Asia Pacific Journal of Health Management**, v. 17, n. 3, p. 94-101, 2022.

PISSINATI, Larissa Gabrielly; DIAS, Edson. A margem de contribuição como métrica de precificação visando lucro para a empresa. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 10, p. 4334-4347, 2022.

REIS, Tiago. Custos e despesas: entenda quais são as diferenças entre os dois. **SUNO artigos**, [s. l.], 20 fev. 2018. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/custos-despesas/>. Acesso em: 13 dez. 2023.

SABANOVIC, Hana et al. “It's not a one operation fits all”: A qualitative study exploring fee setting and participation in price transparency initiatives amongst medical specialists in the Australian private healthcare sector. **Social Science & Medicine**, v. 339, p. 116353, 2023.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Brasil). O que é margem de contribuição e como ela influencia nos meus lucros?. **Portal Sebrae**, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-margem-de-contribuicao-e-como-ela-influencia-nos-meus-lucros,0300f67c54d54810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 13 dez. 2023.

YANASE, João. **Custos e formação de preços: Importante ferramenta para tomada de decisões**. (Portuguese Edition). Trevisan Editora, 2018. *E-book*.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que me amparou e me fez resiliente e corajoso durante toda esta jornada.

À minha família - especialmente meus pais, Herundina e Januário, e minha avó Rosa - por todo o amor, suporte, orações e investimento financeiro. Vocês foram fundamentais para que eu pudesse chegar até aqui.

À minha irmã Myrelle, sinônimo de excelência, resiliência e perseverança. Sua força e determinação sempre me inspira(ra)m a ser melhor todos os dias.

À minha namorada Maria Clara, minha fortaleza durante esta jornada, por ser meu suporte físico e mental. Obrigado por estar presente em todos os momentos, transbordando amor, leveza e felicidade. Estou orgulhoso do que estamos construindo e da mulher/ profissional que você está se tornando. Agradecimento especial a Dona Lilian, Sr Matias e Maria Mell – gratidão por todo acolhimento, receptividade e ensinamentos de amor e leveza.

À minha orientadora Dra. Bruna Rafaela Martins dos Santos, que aceitou o desafio prontamente. Sua solicitude e presença constante foram cruciais para a realização deste trabalho. Saiba que a bondade em seu coração, profissionalismo e busca por excelência constante são algumas de suas marcas registradas – as quais são referência para mim: profissional e pessoal.

Às minhas amigas Laís Maia, Natália Gonçalves e Natália Valverde. Um agradecimento especial à Natália Valverde, minha dupla de graduação, por ter superado comigo muitos desafios e partilhado momentos de felicidade e evolução. Sua parceria foi uma fonte de aprendizado em múltiplos aspectos.

À Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), na pessoa da Dra. Daniela Pita de Melo, pelo apoio financeiro como bolsista de extensão. Aos funcionários e professores do departamento que se dedicam

para que nos tornemos profissionais melhores.

A todos, o meu mais sincero agradecimento.