



XVIII Congresso Internacional de Custos  
XXX Congresso Brasileiro de Custos

15 a 17 de novembro de 2023  
Natal / RN / Brasil



## **Decifrando preços na pele: Uma investigação sobre a formação de preços para serviços de tatuagens em Maringá, PR**

**Caroline LAZARETTI MACHADO** (UNINGÁ) - lazarettimachadocaroline@gmail.com

**Luis Gustavo De Marchi de Mendonça** (Uningá) - gusttavvo.luis@gmail.com

**Raianny Mariani Ferreira** (PR) - raianny\_mariani@hotmail.com

**Flávia Mayara Segate** (UNINGA) - flavia@uninga.edu.br

**Ana Carolina da Costa** (Uningá) - anacarolcostta@gmail.com

### **Resumo:**

*O presente estudo busca analisar a formação de preços praticados em estúdios de tatuagens e por tatuadores localizados na cidade de Maringá, PR, por meio da identificação e compreensão dos elementos de custos envolvidos na prestação desses serviços. Para atingir esse propósito, uma abordagem metodológica descritiva e qualitativa foi empregada, com a técnica de análise de conteúdo como ferramenta analítica. A população de interesse compreende estúdios de tatuagem e profissionais tatuadores, localizados na cidade de Maringá. Como resultado identificou-se elementos de custos diretos e indiretos, como mão de obra, materiais diretos, aluguéis, energia elétrica, água, internet e depreciação. Para a formação do preço dos serviços prestados, a maioria dos entrevistados (90%) considera esses elementos na determinação de uma taxa fixa, que atrelada a fatores de mercado como oferta, demanda, preferências dos clientes e a reputação do profissional, resultam na definição do preço final. Com exceção de um entrevistado, que define seu preço exclusivamente com base nos valores praticados por concorrentes, o conduz a menor lucratividade, evidenciando a importância de considerar uma gama abrangente de elementos de custo para alicerçar decisões de precificação. Além disso, percebeu-se que a maneira pela qual os serviços são executados e o grau de compreensão dos custos inerentes à prestação de serviços impactam tanto na fixação do preço final quanto na lucratividade geral do empreendimento.*

**Palavras-chave:** *Elementos de custos. Precificação. Serviços de tatuagens.*

**Área temática:** *Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões*

## **Decifrando preços na pele: Uma investigação sobre a formação de preços para serviços de tatuagens em Maringá, PR**

### **RESUMO**

O presente estudo busca analisar a formação de preços praticados em estúdios de tatuagens e por tatuadores localizados na cidade de Maringá, PR, por meio da identificação e compreensão dos elementos de custos envolvidos na prestação desses serviços. Para atingir esse propósito, uma abordagem metodológica descritiva e qualitativa foi empregada, com a técnica de análise de conteúdo como ferramenta analítica. A população de interesse compreende estúdios de tatuagem e profissionais tatuadores, localizados na cidade de Maringá. Como resultado identificou-se elementos de custos diretos e indiretos, como mão de obra, materiais diretos, aluguéis, energia elétrica, água, internet e depreciação. Para a formação do preço dos serviços prestados, a maioria dos entrevistados (90%) considera esses elementos na determinação de uma taxa fixa, que atrelada a fatores de mercado como oferta, demanda, preferências dos clientes e a reputação do profissional, resultam na definição do preço final. Com exceção de um entrevistado, que define seu preço exclusivamente com base nos valores praticados por concorrentes, o conduz a menor lucratividade, evidenciando a importância de considerar uma gama abrangente de elementos de custo para alicerçar decisões de precificação. Além disso, percebeu-se que a maneira pela qual os serviços são executados e o grau de compreensão dos custos inerentes à prestação de serviços impactam tanto na fixação do preço final quanto na lucratividade geral do empreendimento.

Palavras-chave: Elementos de custos. Precificação. Serviços de tatuagens.

Área Temática: Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões. Uso das metodologias de custeio na controladoria, no processo de planejamento e controle empresarial, na gestão estratégica e no apoio à tomada de decisões.

### **1 INTRODUÇÃO**

A arte da tatuagem, embora profundamente enraizada em tempos antigos, ganhou intensidade a partir dos anos 90, quando se difundiu entre a população em geral, especialmente entre os jovens, como uma expressão artística de individualidade (Dumaszak, Miranda & Leal, 2018). Nesse contexto, artistas passaram a dedicar-se exclusivamente à tatuagem, acompanhados por práticas mais seguras de higiene e ferramentas aprimoradas para facilitar a atividade (Dumaszak, Miranda & Leal, 2018).

Até a metade dos anos 70, o número de tatuadores no Brasil era limitado, principalmente devido à escassez de equipamentos adequados e estabelecimentos apropriados para a prática (Costa, 2004). No entanto, a criação da primeira máquina rotativa impulsionou significativamente o mercado de tatuagens, modificando a atividade e tornando-a mais acessível e difundida na sociedade (Oliveira, 2022).

Nas últimas décadas, os serviços de tatuagem têm conquistado espaço de forma crescente, resultando em um expressivo crescimento do setor não apenas no Brasil, mas também ao redor do mundo. De acordo com o Serviço Brasileiro de

Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2020), o Brasil possui mais de 20.000 pequenas empresas registradas sob o CNAE 9609-2/06 - Serviços de tatuagem e colocação de piercing. Dados do Ministério da Economia (2023) indicam que somente no Paraná, até julho de 2023, havia 2.337 estúdios de tatuagens formalizados como Microempreendedores Individuais (MEI) e pequenas empresas, tornando o estado um dos principais cenários para os serviços de tatuagem, sendo o terceiro em maior quantidade de estabelecimentos.

Na região de Maringá, no Paraná, a relevância do setor é ainda mais evidente. De acordo com o Ministério da Economia (2023), o número de estúdios de tatuagem formalizados cresceu mais de 50% em menos de três anos, passando de 51 unidades para 104 registros até junho de 2023. Esses números destacam a importância econômica e o crescimento expressivo do setor de serviços de tatuagem na região.

Entretanto, apesar do crescente sucesso do setor, é crucial abordar um desafio significativo enfrentado pelos empreendedores: a determinação do preço de venda. Em um cenário em que a democratização da informação e tecnologia permite aos consumidores comparar preços de forma rápida e fácil (Bernardi, 2017), a fixação de preços adequados é fundamental para atrair clientes e garantir o sucesso dos negócios. Nesse contexto, a compreensão dos elementos de custos que influenciam a formação do preço de venda dos serviços de tatuagem torna-se crucial.

Contudo, é observado que muitos microempreendedores e pequenos empresários enfrentam desafios na utilização de ferramentas de apoio à tomada de decisão, seja na gestão financeira, de custos ou precificação (Neto & Cruz, 2016; Silva & Amorim, 2023). Diante dessa conjuntura, surge a seguinte indagação: **Quais são os elementos de custos que influenciam a formação do preço de venda dos serviços de tatuagem na região de Maringá, PR, e como esses elementos são considerados pelos estúdios de tatuagem e tatuadores ao estabelecer suas estratégias de precificação?**

Portanto, o objetivo do estudo consiste em **analisar a formação de preços praticados em estúdios de tatuagens e por tatuadores localizados na cidade de Maringá, PR, por meio da identificação e compreensão dos elementos de custos envolvidos na prestação desses serviços**. Para alcançar esse objetivo, a primeira parte do estudo apresenta um panorama histórico do desenvolvimento da prática de tatuagens e a evolução dos estúdios. Em seguida, explora as diferentes abordagens de determinação de preços, com foco na utilização dos custos como base para a precificação. O estudo segue com a descrição da metodologia de pesquisa, análise dos dados obtidos e conclusão.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Desenvolvimento da prática da tatuagem no Brasil**

A história da tatuagem é tão antiga quanto a do próprio homem. Acredita-se que a prática de tatuar começou a se difundir pelo planeta, a partir das civilizações mais antigas, como a do Egito (Marques, 1997; Martins & Behling, 2012). Apesar de ser definida como marcas ou desenhos na pele, as tatuagens tinham um significado específico para cada época e povo e, por este motivo, a prática de tatuar-se foi surgindo de uma forma diferente a cada parte do mundo e mudando com o tempo (Lise, Gauer, & Neto, 2013; Buss & Hodges, 2017). Porém, foi durante o período

colonial que a tatuagem começou a ser vista como algo negativo e associado aos grupos marginalizados e criminosos (Buss; Hodges, 2017).

No Ocidente, o ato de tatuar-se começou a ganhar popularidade no final do século XIX, quando marinheiros e soldados começaram a adotá-lo como forma de marcar seus corpos para identificação dos grupos ao qual pertenciam (Leitão, 2004; Rossi, 2011). Já no século XX, a tatuagem foi adotada pela contracultura e pelo movimento punk, tornando-se mais convencional, a partir da década de 1990, com a abertura de estúdios de tatuagem em várias cidades do mundo (Leitão, 2004).

No Brasil, a história da tatuagem é influenciada por uma variedade de cultura e tradições. Seu uso era comum entre os índios e entre pessoas que desejavam segmentar seu status social e religiosidade. Em algumas tribos, como os índios do Xingu, as técnicas utilizadas eram desde a escarificação à simples pintura corporal (Martins & Behling, 2012). Com a chegada dos colonizadores portugueses no século XVI, a prática da tatuagem começou a ser desencorajada e até mesmo proibida, visto que era considerada um símbolo de paganismo e barbarismo. No entanto, continuou a ser praticada entre as populações negras escravizadas, que utilizavam a técnica para marcar sua resistência e identidade cultural (Martins & Behling, 2012).

Até 1960 ainda não existia um lugar específico no Brasil o qual as pessoas podiam ir para fazer uma tatuagem, elas eram feitas nas ruas, nos navios, em bares, nas igrejas de matriz africana, com objetos como cacos, espinhos de palmeiras, dentes de peixe, e até mesmo facas (Patriota, 2020). Até meados dos anos 70 ainda não existiam muitos tatuadores no Brasil, principalmente pela falta de bons equipamentos e estabelecimento adequado para se trabalhar (Costa, 2004). Porém, com a criação da máquina rotativa, iniciou-se um grande avanço no mercado, modificando a arte da época (Oliveira, 2022).

Dumaszak, Miranda e Leal (2018) afirmam que somente a partir dos anos 90 é que a tatuagem começou a ser praticada entre a população em geral, especialmente, entre os jovens. A partir desse período, a tatuagem começou a ser vista como uma forma de expressão artística e individualidade, e muitos artistas começaram a se dedicar exclusivamente à arte da tatuagem. Além disso, a tecnologia e a higiene também evoluíram, tornando a prática mais segura e acessível (Dumaszak, Miranda, & Leal, 2018).

No início dos anos 80 a 90, devido ao crescimento da procura por tatuagens no mundo todo e a crescente facilitação da execução da atividade, frente ao avanço de máquinas específicas para esta atividade e práticas mais seguras de higiene, começam a surgir cada vez mais estúdios que centralizam estes serviços, tornando o ramo atrativo economicamente (Oliveira, 2022), além de se tornar uma prática amplamente utilizada no contexto atual (Radael, Segate, Pépece & Nenkoetter, 2020). Em 1990 houve a “Primeira convenção internacional de tatuagem no Brasil” em São Paulo, incentivando a troca de experiências e técnicas de tatuagens, contribuindo para o aperfeiçoamento destes profissionais e de estúdios de tatuagens no Brasil (Lima, 2018).

Seguindo o crescimento deste segmento, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2023), aponta que os estúdios de tatuagens regularizados no Brasil têm crescido. Somente entre 2016 e 2017, o crescimento foi de 24,1%. Já entre os anos 2020 a 2022 o número de empresas de tatuagem cresceu cerca de 50%, em relação aos anos anteriores. Contudo, no Brasil, estúdios de tatuagens são formadas por Microempreendedores Individuais ou empresas de pequeno porte (IBGE, 2023), no qual, tradicionalmente, existe desconhecimento ou pouco conhecimento, por parte destes empreendedores, em relação ao uso de

ferramentas de gestão e análise contábil/financeira, embora possuam conhecimento do setor em que atuam (Neto & da Cruz, 2016; Silva & Amorim, 2023).

## **2.2 Formação do preço de venda**

A formação dos preços de venda é um ponto decisivo para os clientes na escolha ou não de determinado produto ou serviços, ainda mais com a democratização da informação e tecnologia, o que permite aos consumidores comparar preços de forma rápida e fácil (Bernardi, 2017). Desta forma, saber determinar o preço adequado do produto, mercadoria ou serviços, é fundamental para a sobrevivência e alavancagem das empresas (Crepaldi & Crepaldi, 2017; Martins, 2018).

Crepaldi e Crepaldi (2017) evidenciam que, para se fixar o preço de venda, é importante conhecer o tipo de mercado em que a empresa atua, em que a oferta e procura desse produto ou serviço levarão a determinação de seu valor. Portanto, mudanças no gosto, nas preferências e acesso a informações com maior agilidade modificam a fixação dos preços. Além disso, o preço concorrente, estratégia de marketing, demanda de produto, volume da concorrência e ambiente socioeconômico, também podem determinar a precificação dos produtos e serviços (Martins, 2018). Neste sentido, quando se avalia tais pontos para a formação do preço, configura-se precificação a partir do mercado, atribuindo valor ao produto, mercadoria ou serviços, a partir de preços já aplicados por outros empreendedores (Silva & Ferreira, 2017).

Sob o ponto de vista de Bernardi (2017), para se fixar os preços de venda, deve-se considerar não apenas o posicionamento de mercado, demanda e concorrência, mas, também, condições internas, como os custos. Na precificação, considerando os custos de produtos, mercadorias ou serviços, a análise é feita de dentro para fora, ou seja, são condições internas que, atreladas às condições externas, formulam o preço de venda. Portanto, embora a determinação dos preços de venda ou serviços possa considerar fatores externos, como o mercado, dados extraídos dos custos desempenham um papel decisivo para se chegar ao preço ideal (Martins, 2018).

Por outro lado, atribuir um preço de venda aos serviços não é algo sugestivo, nem mesmo lógico, dada as particularidades dos serviços, como a intangibilidade e a dificuldade na separação entre o processo de produção, transferência e consumo dos serviços (Castells, 2010; Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2014; Segate, 2020). Desta forma, o preço de venda dos serviços pode ser praticado de forma equivocada, principalmente pela dificuldade de empreendedores em identificar os custos de suas atividades e usá-los como informações úteis à gestão de seu negócio (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2014; Silva & Amorim, 2023).

## **2.3 Contabilidade de custos e a formação do preço de venda**

Conforme aponta Martins (2018) a apuração de custos ganhou notoriedade com o surgimento das empresas industriais durante a Revolução Industrial. Isso permitiu uma valoração mais precisa dos estoques, diferentemente da abordagem anterior na qual o custo era baseado unicamente no valor de aquisição de cada item. Essa abordagem inadequada, que consistia em simplesmente considerar o valor pago por cada item, não era adequada para as indústrias, já que estas tinham elementos adicionais a considerar na formação de seus custos, além do valor de aquisição das mercadorias (Crepaldi & Crepaldi, 2017; Martins, 2018).

À medida que os estudos e técnicas relacionados à contabilidade de custos avançaram, o conhecimento e a apuração dos custos tornaram-se essenciais em diversas áreas de atuação, abrangendo setores comerciais, industriais e de serviços (Crepaldi & Crepaldi, 2017). No entanto, a atribuição de custos e, conseqüentemente, a determinação de preços para bens e serviços não é uma tarefa simples, especialmente quando se trata de serviços, que são caracterizados pela sua intangibilidade (Castells, 2010).

No contexto da precificação baseada em custos de produtos, é imprescindível compreender as diferentes classificações dos custos, uma vez que essas classificações são fundamentais para essa atividade. Martins (2018) explana que os custos podem ser classificados como diretos, indiretos fixos ou indiretos variáveis. Essa compreensão e classificação dos custos desempenham um papel crucial na escolha entre a precificação baseada em custos ou no mercado.

De acordo com Crepaldi e Crepaldi (2017), **custos diretos** são aqueles que podem ser diretamente associados a um produto ou serviço, ou seja, seu consumo pode ser mensurado de forma clara e objetiva. Exemplos de custos diretos incluem embalagens, matéria-prima e mão de obra direta na produção (Martins, 2018). Já os **custos indiretos**, são apontados por Ribeiro (2017) como aqueles que fazem parte do processo produtivo, mas não são facilmente atribuídos aos produtos, uma vez que beneficiam a todos produtos e serviços de forma genérica. Por esse motivo, torna-se difícil alocar estes custos aos produtos de forma segura, sendo necessário a utilização de critérios de rateio (Martins, 2018). Como exemplo de custos indiretos pode-se citar o aluguel da fábrica, a depreciação das máquinas que são utilizadas para a produção, o salário do gerente da fábrica, entre outros (Ribeiro, 2017).

A avaliação dos custos em relação ao volume de produção leva à distinção entre custos fixos e custos variáveis. Os **custos fixos**, como definidos por Ribeiro (2017), permanecem constantes, independentemente das variações no volume de produção. Exemplos de custos fixos incluem aluguel, depreciação, seguros e salários de supervisores (Crepaldi & Crepaldi, 2017). Em contrapartida, os **custos variáveis** flutuam de acordo com o volume de produção. Isso significa que esses custos existem somente quando há produção; se a produção for zero, os custos variáveis também serão inexistentes (Martins, 2018). Exemplos de custos variáveis incluem matéria-prima, embalagens, materiais diretos, entre outros (Crepaldi & Crepaldi, 2017).

Após a compreensão dos diferentes tipos de custos, a aplicação de métodos de atribuição de custos a um bem ou serviço é essencial. Entre os métodos tradicionais, destacam-se o custeio variável, o custeio por absorção e o custeio ABC (Megliorini, 2012).

Finalmente, segundo Marion e Ribeiro (2018), a composição do preço de venda com base nos custos requer a consideração dos custos apurados, das despesas e da margem de lucro esperada. Para isso, utiliza-se uma ferramenta conhecida como *mark-up*. Na prática, o *mark-up* assegura que o preço de venda cubra custos e despesas, além de proporcionar uma margem de lucro planejada (Martins, 2018). No qual, normalmente é utilizado por empresas industriais e comerciais.

Quando se aborda a precificação baseada em custos para serviços, é comum que as empresas tenham conhecimento dos custos diretos, como mão de obra e materiais diretos, bem como dos preços praticados pela concorrência, para chegar ao preço final (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2014). No entanto, é importante destacar



que existem várias outras variáveis frequentemente negligenciadas, o que pode levar a precificação equivocadas e prejudicar o crescimento saudável das empresas.

### **3 METODOLOGIA**

Partindo do objetivo geral deste estudo, optou-se pela abordagem qualitativa de pesquisa, considerando-a mais adequada para a compreensão profunda das relações e fenômenos estudados (Gil, 2008). A pesquisa qualitativa é especialmente eficaz para responder questões específicas e explorar aspectos subjetivos, como comportamentos, opiniões, expectativas e diferentes conhecimentos sobre um mesmo assunto, contribuindo para uma análise aprofundada dos processos de tomada de decisão (Neves, 1996).

O método utilizado neste estudo é o descritivo, pois tem como objetivo principal expor as características de uma população, experiência ou fenômeno, estabelecendo relações entre os fatos (Gil, 2008). A população alvo do estudo compreende os estúdios de tatuagens na região de Maringá, no Paraná, uma vez que esses estúdios representam os prestadores de serviços no ramo de tatuagens.

Além disso, a escolha pela região de Maringá, no Paraná se deve ao fato de que conforme aponta o Ministério da Economia (2023), nos Painéis do Mapa de Empresas — Empresas & Negócios, o setor de serviços representam cerca de 66,22% do PIB do local, possuindo 104 registros de estúdios de tatuagens formalizados até junho de 2023, apresentando crescimento em mais de 50% do número de estúdios, em menos de 3 anos, evidenciando a importância do setor de serviços para o desenvolvimento local e o crescimento expressivo do ramo de serviços de tatuagens.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas aplicadas por questionários online, utilizando o método survey, na plataforma Google Forms. Essa abordagem permitiu a obtenção de dados sobre as características, ações e opiniões dos estúdios de tatuagens da região, representando uma amostra da população alvo (Gil, 2008). O questionário foi enviado para 25 estúdios de tatuagens por meio de redes sociais e WhatsApp, contendo 16 questões de alternativas, com espaço para respostas dissertativas, e 3 questões dissertativas, abordando elementos e métodos considerados na formulação de preços de serviços. Obteve-se, como resposta, 10 questionários, no qual o primeiro serviu como um teste piloto, a fim de verificar ajustes e melhorias que poderiam ser feitas.

Para a análise de resultados, foi aplicado o método de análise de conteúdo, seguindo recomendações apresentadas por Bardin (2011), na qual deve-se realizar a análise de conteúdo em três etapas, sendo a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, objetivando a interpretação (Bardin, (2011). Desta forma, utilizando a análise de conteúdo, será possível compactar as informações de textos em poucas categorias de conteúdo, baseado em pressupostos teóricos (Lima & Pacheco, 2006).

A análise dos resultados foi conduzida por meio do método de análise de conteúdo, seguindo as diretrizes apresentadas por Bardin (2011). A análise de conteúdo consiste em uma abordagem sistemática para extrair significados e mensagens subjacentes em textos, buscando identificar padrões e categorias que emergem dos dados coletados. Essa abordagem permitiu a interpretação profunda das respostas dos entrevistados, proporcionando insights sobre os elementos de custos que influenciam a formação do preço de venda dos serviços de tatuagem na região de Maringá, PR (Lima & Pacheco, 2006).

## 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 Análise geral dos entrevistados

Nesta etapa do estudo, buscou-se identificar dados relacionados ao grupo de entrevistados, com intuito de compreender o contexto dos participantes e os elementos de custos envolvidos na prestação dos serviços. Os dados e construção do questionário foram levantados a partir da teoria de contabilidade de custos e estudos que investigam o mercado de tatuagens, buscando evidenciar custos diretos e indiretos, fixos e variáveis, e sua contribuição para formação do preço de venda neste segmento. Neste sentido, abaixo estão identificados alguns dados referentes ao grupo de entrevistados, indicando o formato de trabalho e tempo de experiência:

Dados dos entrevistados	
<b>Dias de trabalho</b>	
Não tem dias fixos	70%
Segunda a sábado	30%
<b>Fontes de renda</b>	
Sem renda extra	80%
Outras rendas	20%
<b>Experiência no mercado</b>	
Atua no mercado a mais de 5 anos	60%
Atua no mercado entre 0 a 2 anos	20%
Atua no mercado entre 2 a 5 anos	20%

#### Gráfico 1.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Custos indiretos à prestação de serviços podem ser identificados a partir do estabelecimento físico e gastos associados a ele, tais como aluguel, energia elétrica, água e internet. Isso porque, conforme aponta Martins (2018) custos indiretos referem-se a elementos que permitem a produção acontecer, embora não estejam diretamente ligados ao produto final, beneficiando todas as unidades de produtos (ou serviços) de maneira genérica. Nesse sentido, os entrevistados mencionaram a existência de quatro modalidades de prestação de serviços em relação ao estabelecimento físico:





**Gráfico 2.**

Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando de maneira ampla, de acordo com os dados coletados pelos entrevistados, são elementos relacionados à prestação de serviços de tatuagens: aluguel, água, energia elétrica, depreciação de máquinas, impressora, material de limpeza, porcentagem paga ao dono do estúdio, combustível para se deslocar até o estúdio, régua, canetas, computador ou Ipad, fita adesiva, cadeiras, papel filme, ring light ou luminária, fonte de energia e cabos. Tais elementos, podem ser considerados como custos indiretos, já que são gastos necessários à prestação de serviços, mas que não são facilmente identificados em relação a cada unidade de serviço realizado (Crepaldi & Crepaldi, 2017).

Quanto aos elementos levantados pelos entrevistados, que podem ser considerados como custos diretos, ou seja, aqueles que estão diretamente relacionados com a prestação de serviços e podem ser facilmente identificados (Martins, 2018) são citados: Mão de obra, tintas, agulhas, papel ecográfico, biqueiras, cartucho, luvas, material de higiene pessoal, lâmina de barbear, papel filme, papel para impressão, vaselina, palito descartável, babador, papel transferidor.

Já para formação do preço de venda, considera-se os elementos descritos no Gráfico 2:

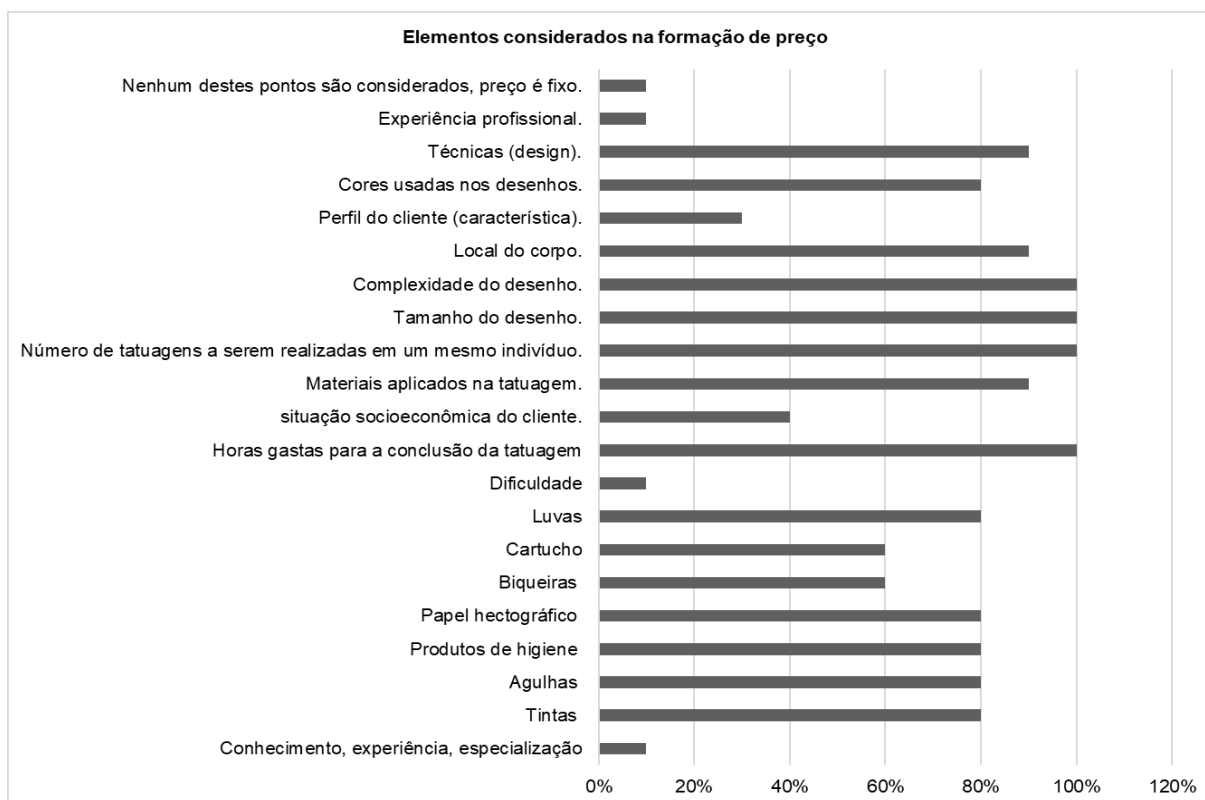


Figura 3.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com base no Gráfico 2, é possível observar uma diversidade de elementos de custo que estão sendo considerados, juntamente com outras variáveis. A interligação dessas informações e a formulação do preço correspondente serão abordadas na análise subsequente.

## 4.2 Análises individuais

O foco desta etapa reside na análise individual de cada entrevistado, com o propósito de aprofundar a compreensão sobre como os profissionais estabelecem o preço de venda de seus serviços. Nesse sentido, o primeiro passo consistiu em identificar os elementos que esses profissionais percebem como essenciais para a prestação de serviços de tatuagem. Posteriormente, busca-se compreender quais desses elementos, combinados com outros fatores ou não, são efetivamente empregados na determinação do preço a ser aplicado aos serviços oferecidos.

### 4.2.1 Entrevistado 1

O entrevistado 1 atua em um estúdio alugado de terceiros, estando a mais de 5 anos no ramo de serviços de tatuagens, que é sua única fonte de renda. Seu faturamento mensal gira em torno de 5 a 10 mil Reais e ele acredita lucrar mais de 51% em cada tatuagem realizada. No entanto, ao questionar se o entrevistado sabe dizer qual o mínimo de tatuagens a serem feitas, para que seus custos e despesas sejam cobertos, a resposta é não, evidenciando pouco entendimento entre a relação de seu lucro e os gastos existentes na prestação de serviços.

Em relação aos elementos de custos para a prestação de serviços, o entrevistado declara compreender a existência de custo com energia elétrica,

internet e materiais aplicados aos desenhos. Porém, ao questionar os itens que considera necessários para atribuir valor à prestação dos serviços, desconsidera custos fixos, como o aluguel, mesmo identificando este item como um custo que consome de 30% a 50% do valor recebido pelas tatuagens. Logo, ainda que esteja ciente de boa parte dos elementos utilizados para a prestação dos serviços, alega não considerar estes fatores para a formação do preço a ser cobrado pelo desenho e sim a arte desenvolvida e a qualidade que entrega no desenho final.

Além da qualidade e técnica aplicada ao desenho, para a formação do preço do serviço prestado, o entrevistado 1 considera, também, elementos como horas trabalhadas (mão de obra), tamanho e complexidade do desenho, cores utilizadas (relacionando-se ao valor da aquisição de tintas), técnicas e experiência do profissional. Desta forma, é possível compreender que a fixação do preço de venda baseia-se mais em questões reputacionais e de experiência do profissional que nos custos para prestação dos serviços. Nem mesmo o preço praticado no mercado é considerado por este profissional, pois o item “concorrentes” não foi identificado como relevante.

Ainda assim, o entrevistado 1 afirma fixar um valor mínimo a ser cobrado pelas tatuagens que levam em consideração custo de materiais aplicados, dos quais relacionou como tintas, agulhas, biqueiras, luvas, cartuchos e papel ecográfico, evidenciando conhecimento de elementos de custos diretos e variáveis, para atribuição do preço de venda. Portanto, os custos diretos, mesmo que entendidos como pouco relevantes no momento da atribuição final do valor cobrado, são base para formação do preço dos serviços, que atrelado à reputação e experiência do profissional, permitem que se chegue a um valor final. Ademais, elementos de custos indiretos como aluguel e energia elétrica são desprezados, embora se conheça sua existência e relevância para o funcionamento adequado do estúdio.

Embora o entrevistado 1 desconheça termos técnicos de precificação, é possível associar o valor mínimo fixado a cada serviço prestado, como taxa semelhante ao o *mark-up*, afinal, fixa seu preço baseado em custos e o associa ao lucro desejado, identificado a partir de questões reputacionais.

#### **4.2.2 Entrevistado 2**

O entrevistado 2 atua em um estúdio que é propriedade de outro profissional e o mesmo só paga quando utiliza o espaço, portanto os dias de trabalho são definidos de acordo com a demanda. O entrevistado, atua na área a mais de 2 anos e tem renda mensal entre 2 e 5 mil reais, dos quais considera que sua margem de lucro está entre 11% e 50%, porém, ao questionar qual a quantidade mínima de tatuagens que o entrevistado precisa fazer no mês para cobrir seus gastos mensais, o mesmo não soube dizer, assim como ocorre com o entrevistado 1.

O entrevistado 2 declara que os custos com energia elétrica, água e internet são importantes para a execução dos serviços, porém não são relevantes em seu dia a dia. Isso porque, geralmente, estes custos estão associados ao estabelecimento para a prestação de serviços, no qual o entrevistado não possui vínculo. Porém, ao avaliar os gastos necessários para a formação do preço cobrado, tais custos são considerados separadamente por este profissional, evidenciando que o mesmo compreende que tais custos podem estar inclusos na taxa paga ao proprietário do estabelecimento, ao realizar cada serviço.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, na formação de preço para as tatuagens, o entrevistado considera, ainda, horas gastas para a conclusão, evidenciando preocupação com custo com mão de obra direta, materiais aplicados

na tatuagem (materiais diretos), tamanho do desenho (pois quanto maior, mais materiais serão aplicados), cores, complexidade, local em que o desenho será realizado e, por fim, número de tatuagens que seu cliente irá realizar de uma única vez. Este último ponto sugere a possibilidade de negociação de valores, já que o entrevistado 2 paga uma taxa ao estabelecimento, por uso. Logo, ao utilizar o estabelecimento uma única vez para realização de diversas tatuagens, percebe que quanto mais se produzir, maior sua margem de lucro, afinal o custo fixo será diluído entre o número de unidades de tatuagens realizadas.

Outro ponto a se considerar pelo o entrevistado 2, são as técnicas necessárias para o desenvolvimento da tatuagem e sua experiência profissional, evidenciando que o conhecimento e reputação do profissional são relevantes na formação de seu preço. Porém, dados como concorrência também são desprezados pelo entrevistado 2, assim como ocorre com o entrevistado 1.

Ao se questionar a existência de um valor mínimo a ser cobrado por tatuagem, o entrevistado 2 aponta que considera um valor fixo para todas, justificando que: “Todos os gastos são bem parecidos até para fazer tatuagem pequena”. Logo, nota-se que o profissional considera os custos diretos, como materiais e mão de obra, e indiretos, como os elementos que compõem o valor da taxa paga ao estabelecimento, para formar a base de seu valor, que junto às outras questões como reputação, conhecimento e gosto do consumidor (técnica escolhida), formam seu preço final.

#### **4.2.3 Entrevistado 3**

O entrevistado 3 atua em um estúdio de tatuagem alugado de terceiros, de segunda a sábado, não possuindo outra fonte de renda. Sua média de rendimentos mensais ultrapassam os 10 mil reais e sua atuação no mercado, também ultrapassa 5 anos. De sua renda mensal, o entrevistado acredita estar lucrando de 51% a 100%, precisando realizar em torno de 10 tatuagens para cobrir seus gastos mensais.

Em relação aos elementos que considera como custos necessários à prestação de serviços, o responde 3 soube identificar com precisão quais são seus custos diretos (materiais diretos) e indiretos (aluguel). Além disso, De acordo com a afirmação de que quanto mais tatuagens realiza, mais custos como energia elétrica, água e materiais, são consumidos, é possível constatar que o entrevistado 3, tem conhecimento de que determinados custos são variáveis, ou seja tem relação com o volume de serviços prestados, e outros são fixos, justificando o conhecimento deste entrevistado, a respeito do número mínimo de tatuagens a serem feitas para cobrir custos e despesas.

Ao se questionar a porcentagem que cada elemento consome de seu valor recebido por serviço prestado, o entrevistado 3 considera aluguel, tintas, agulhas, produtos de higiene e cartuchos como os itens que mais consomem, sendo de 11% e 30% do valor recebido. Já itens como água, internet, papel hectográfico, luvas e impostos, consomem até 10% do seu valor. Assim sendo, entende-se que o entrevistado 3 tem controle e conhece os gastos com a sua prestação de serviços, afinal, os percentuais levantados por item estão de acordo com o que acredita estar lucrando em seu negócio, sendo mais de 51%.

Quanto aos elementos que considera relevantes para formar o preço a ser cobrado por suas tatuagens, o entrevistado considera todos aqueles que estão diretamente associadas ao seu serviço, como materiais aplicados, horas gastas, tamanho e complexidade do desenho. Elementos como número de tatuagens que

seu cliente irá realizar, além de sua experiência e técnicas utilizadas também são relevantes. Porém, aspectos relacionados a valor de mercado, como de “concorrentes” são desconsiderados para sua formação de preço.

#### **4.2.4 Entrevistado 4**

O entrevistado 4 afirma trabalhar em seu próprio estabelecimento, e não ter dia fixo de trabalho. A prestação de serviços de tatuagens é sua única fonte de renda e trabalho com isso a mais de 5 anos, apresentando faturamento mensal de mais de 10 mil Reais por mês. Assim como o entrevistado 3, o entrevistado 4, afirma obter lucro entre 51% a 100% por serviço prestado, estimando ser necessário concluir até 10 tatuagens por mês para cobrir todos os seus gastos.

Como custos necessários à prestação dos serviços, o entrevistado 4, aponta energia elétrica, água, internet, tintas, agulhas, cartuchos e biqueira, além do aluguel do estabelecimento, embora não seja sua própria realidade, evidenciando preocupação em se considerar todos os elementos necessários à prestação de serviços, do ramo de tatuagens como um todo.

Com relação a formação de seu preço, o entrevistado 4, afirma possuir um valor fixo por cada serviço, que é baseado nos materiais diretos aplicados ao desenho. Além disso, considerar o número de horas gastas para realizar o desenho, local do corpo, material, técnica, cor e complexidade do desenho. Porém, diferente dos entrevistados 1,2 e 3, afirma considerar a concorrência para basear seu preço, além de outros elementos que envolvem o comportamento do consumidor, oferta e demanda, como datas comemorativas, estação do ano e região demográfica.

#### **4.2.5 Entrevistado 5**

O entrevistado 5 afirma trabalhar no estabelecimento de outro profissional tatuador e paga um valor fixo por mês para utilizar o local. Neste caso, o que o diferencia do entrevistado 2, em relação ao estabelecimento, é que o valor pago mensalmente, tal qual um aluguel mensal, é destinado a um estúdio de tatuagem pertencente a outro tatuador.

Semelhante aos entrevistados 3 e 4, o faturamento mensal do entrevistado 5 gira em torno de 5 a 10 mil reais, proporcionando lucro de mais de 51% por tatuagem. Além disso, trabalha a mais de 5 anos no setor, evidenciando ser necessário a realização de 11 a 30 tatuagens por mês para cobrir seus custos e despesas mensais. Logo, pode-se compreender que para atingir o mesmo faturamento e margem de lucro que os entrevistados 3 e 4, o profissional 5 precisa de um volume maior de serviços prestados. Este fato pode evidenciar duas situações: o preço do entrevistado 5 pode estar abaixo do praticado por seu concorrente ou seus custos e despesas mensais podem ser maiores.

Neste sentido, observou-se que o entrevistado 5, levanta elementos necessários para a realização de tatuagens não apontados por nenhum outro entrevistado, como papel de impressora, régua, canetas, fita adesiva, papel filme e vaselina, além de considerar o desgaste das máquinas utilizadas como um custo, o qual identifica-se como depreciação. Logo, percebe-se que a identificação dos custos necessários à prestação de serviços para este profissional, envolve uma gama maior de elementos, que possivelmente é desprezado ou não existente para os demais profissionais, justificando o volume maior de serviços prestados para obtenção de faturamento similar ao dos entrevistados 3 e 4.

Similar aos demais entrevistados, cita como materiais necessários à prestação de serviços luvas, agulhas e biqueiras, além de aluguel, energia elétrica, internet e água. Porém, o que o difere dos demais, é que para fixar um valor mínimo a ser cobrado em cada serviço, considera a média de materiais diretos, parte do aluguel e do desgaste (depreciação) das máquinas. No entanto, além de considerar os elementos de custo para formação do preço, o entrevistado 5 levanta outros elementos como complexidade do desenho, quantidade de horas trabalhadas (mão de obra), tamanho do desenho, local do corpo, técnica aplicada ao desenho, experiência profissional e cor. Também afirma que fatores como a região geográfica, estação do ano e datas comemorativas influenciam na formação do seu preço. Dado que aponta a consideração de questões que influenciam o comportamento do mercado, no que tange a oferta e demanda.

#### **4.2.6 Entrevistado 6**

Atuando em seu próprio estúdio, há quase dois anos, o entrevistado 6 tem a prestação de serviços de tatuagem como sua única fonte de renda. Seu faturamento mensal gira em torno de 2 a 5 mil Reais e seu lucro está em torno de 10% por tatuagem. O entrevistado 6 não possui gastos com aluguel, pois atua em seu próprio estabelecimento.

O entrevistado 6 afirma ter controle de seus gastos e saber a importância de separar os gastos pessoais dos profissionais. Identifica como custos necessários à prestação dos serviços, elementos como energia elétrica, internet, água e materiais aplicados à tatuagem, tais como: tintas, agulhas, produtos de higiene, papel ecográfico, cartuchos, luvas e lâmina de barbear, no qual todos são considerados no momento de formar seu preço.

Já para a formação do preço de venda, além da complexidade do desenho, o entrevistado 6 afirma considerar fatores como a quantidade de horas trabalhadas (mão de obra), os materiais aplicados à tatuagem (materiais diretos), tamanho do desenho, local do corpo, técnica de desenho e experiência profissional. Além disso, afirma que seu preço leva em consideração o preço praticado por seus concorrentes, demonstrando utilizar elementos de custos, reputação e experiência para formação de preço, além de dados obtidos através do mercado.

O entrevistado 6, assim como os demais, aplica um valor mínimo a ser cobrado em cada tatuagem, no qual este valor mínimo é construído a partir de custos diretos aplicados a tatuagens, independentemente de seu tamanho, técnica, cor e local do corpo.

#### **4.2.7 Entrevistado 7**

O entrevistado 7 atua em estúdio alugado de terceiros, fato que impacta em seus custos fixos. Atua como tatuador há mais de cinco anos, com faturamento mensal de R\$2.001,00 a R\$5.000,00 e acredita que sua margem de lucro seja de 51% a 100%, sendo necessário realizar até 10 tatuagens para cobrir todos os seus gastos mensais. No entanto, o entrevistado 7, diferente dos demais respondentes, não separa seus gastos pessoais dos gastos relacionados à prestação de serviços. O que evidencia que dados relacionados ao lucro e volume de vendas, podem não estar convergentes com a realidade de seu negócio.

O entrevistado 7 afirma não possuir nenhum tipo de controle sobre gastos, o que não possibilita a identificação de um valor mínimo a ser gasto por cada serviço prestado. Ainda assim, reconhece elementos necessários à prestação de serviços



como energia elétrica, aluguel, materiais para a realização da tatuagem, mesmo desconsiderando todos estes elementos para formação de seu preço final.

Para a formação do preço dos serviços, o entrevistado 7, afirma considerar complexidade do desenho, horas gastas, situação socioeconômica do cliente e tamanho da tatuagem, além de experiência profissional. Também afirma possuir um valor mínimo a ser cobrado pelas tatuagens, mesmo não sabendo justificar com base em quais informações formam este valor, levando a compreender que o preço é exclusivamente baseado em questões de mercado como oferta, demanda e preço dos concorrentes.

#### **4.2.8 Entrevistado 8**

O entrevistado 8 atua em seu próprio estabelecimento, atendendo somente sob demanda, já que se dedica a outras atividades como fonte de renda. É o profissional que está a menos tempo no mercado, prestando serviços a menos de 2 anos, com renda de até 2.000 reais mensais, com lucro de 11% a 50% do valor recebido. Para cobrir seus gastos mensais, acredita que seja necessário concluir de 11 a 30 tatuagens, fato que demonstra praticar preço muito abaixo de seus concorrentes, já que alguns concluem o mesmo número de tatuagens, ou até mesmo, menos números de tatuagens, para faturamento maior. Isso pode se justificar pela pouca experiência do profissional na área, que é uma variável apontada como relevante para a precificação, por todos os outros profissionais.

O entrevistado 8, afirma relacionar todos seus gastos em planilhas de excel, para identificar o preço a ser cobrado em cada serviço, evidenciando uso de ferramentas de controle e análise de custos. Considera, ainda, custos indiretos como água, energia elétrica e internet, com a mesma relevância para a formação de seu preço, que incluem custos diretos, como papel hectográfico, biqueiras, luvas, tinta, agulha e produtos de higiene. Além disso, quanto aos custos diretos, aponta que estes consomem uma parcela de 51% a 70% do seu valor recebido.

No que tange a formação de seu preço final, além de elementos de custos, o entrevistado 8 considera as variáveis como tempo do serviço, tamanho do desenho, local do corpo, complexidade do desenho, número de tatuagens a serem realizadas em um mesmo indivíduo e a experiência profissional. Além disso, assim como outros entrevistados, possui um valor mínimo a ser cobrado por tatuagem, que é definido a partir do monitoramento do consumo dos materiais e demais elementos que utiliza para realizar cada uma das tatuagens. Porém, diferente dos outros entrevistados, mesmo que atue em seu próprio estabelecimento, considera como um custo fixo, necessário para a precificação, possíveis gastos que venha a ter com a manutenção e conservação do local físico, evidenciando conhecimento de elementos de custos como depreciação.

#### **4.2.9 Entrevistado 9**

O entrevistado 9 atua há mais de 5 anos como tatuador, sem um local fixo para trabalhar. Afirma obter como receita, até 2.000 Reais por mês, com lucro de apenas 10% do valor cobrado. Diante do fato de considerar os serviços menos lucrativos que os demais entrevistados, é possível presumir problemas na identificação do preço cobrado em seus serviços ou na identificação destes dados, já que afirma não possuir nenhum recurso que o ajude na gestão de seus gastos, além de não conseguir separar gastos pessoais dos gastos profissionais.

Como custos necessários à prestação de serviços, o entrevistado considera o tempo gasto em cada desenho (mão de obra), materiais diretos como tintas, agulhas, produtos de higiene, papel ecográfico, biqueiras, cartucho e luvas, além de energia elétrica, água e internet, embora estes três últimos não sejam diretamente percebidos por ele, já que não possui local fixo para trabalhar. Além disso, como não atua em local fixo, considera o aluguel dos espaços como seu maior custo, consumindo de 71% a 100% do seu preço final, pois ocupa locais diferentes, sob demanda.

Diferente dos demais entrevistados, o entrevistado 9 afirma não possuir um valor mínimo a ser cobrado em cada tatuagem realizada, fato que se justifica pela falta de controle dos custos consumidos para execução de seus serviços. Desta forma, para formação do preço, afirma considerar a complexidade e localização do desenho, cores, técnica e experiência. Além de variáveis baseadas em mercado como preço dos concorrentes e a situação socioeconômica do país.

#### **4.2.10 Entrevistado 10**

O entrevistado 10 atua a mais de 2 anos no ramo, prestando serviços em um estabelecimento alugado de terceiros, com renda de 5.000 a 10.000 reais mensal, cujo lucro varia entre 51% a 100% de cada serviço prestado. Afirma ser necessário concluir até 10 tatuagens mensais para cobrir seus gastos e evidencia possuir custo de, no mínimo, 1.000 Reais por mês, que se mantém mesmo que o volume de serviços prestados tenha oscilações.

Considera que os custos necessários à prestação de serviços são horas gastas (mão de obra), energia elétrica, aluguel, água, internet, tintas, agulhas, produtos de higiene, papel histográfico, biqueira, cartucho, luvas e, até mesmo, os impostos. Ademais, afirma que tais custos consomem de 31 % a 50 % do seu preço final, fato que justifica o que considera lucrar em cada serviço prestado. Para a precificação de seus serviços, aponta a região geográfica, número de tatuagem por pessoa, o tamanho e a complexidade do desenho, técnicas e a experiência profissional, como uma variável relevante, atreladas a um valor mínimo a ser cobrado por tatuagem, formado a partir dos custos com materiais diretos.

## **5 CONCLUSÃO**

Este estudo lançou luz sobre a formação de preços praticados por estúdios de tatuagem e tatuadores na cidade de Maringá, PR. Ao adotar uma abordagem metodológica qualitativa, foi possível aprofundar a compreensão dos elementos de custo que desempenham um papel crítico nesse processo, em que cada entrevistado revelou abordagens distintas, destacando a complexidade e a subjetividade envolvidas no processo de precificação.

Ao examinar o quadro geral, torna-se evidente que a percepção dos custos varia consideravelmente entre os entrevistados. Alguns demonstraram um entendimento claro dos elementos de custo diretos e indiretos, incluindo materiais, aluguel e desgaste de equipamentos. Esses profissionais baseiam seus preços em uma avaliação minuciosa desses componentes, associados à sua experiência e reputação.

Por outro lado, observou-se a presença de entrevistados que, apesar de identificarem elementos de custo, optaram por focar mais nas características subjetivas dos serviços, como qualidade da arte, técnica e experiência do profissional. Embora essa abordagem possa resultar em uma identificação menos

precisa dos custos envolvidos, esses entrevistados podem estar explorando estratégias competitivas baseadas em diferenciação e posicionamento de mercado

Neste sentido, a constatação de que 90% dos entrevistados integram esses elementos de custo na definição de um valor fixo para seus serviços ressalta a importância desse enfoque como base para a precificação. Ainda, mais quando avaliado que exceção observada, em que um respondente baseia seus preços exclusivamente em valores praticados por concorrentes diretos, enfatiza a necessidade de uma consideração abrangente dos elementos de custo, já que a lucratividade inferior associada a essa abordagem destaca os benefícios de adotar uma estratégia mais ampla, abarcando todos os custos envolvidos.

Logo, visto que práticas de gestão também se mostraram distintas entre os entrevistados, em que alguns mantêm um controle rigoroso de seus custos, empregando ferramentas como planilhas para rastrear e calcular preços, outros carecem desse nível de organização, confiando em estimativas subjetivas, vê-se que o conhecimento informacional impacta diretamente a eficácia da precificação e a margem de lucro alcançada.

Em última análise, este estudo oferece insights significativos para os profissionais de tatuagem em Maringá, PR, ao fornecer uma compreensão mais profunda das complexidades associadas à formação de preços. As descobertas aqui apresentadas podem servir como orientação valiosa para os profissionais do setor na tomada de decisões e estratégias em relação à precificação e à gestão de custos, contribuindo assim para o crescimento sustentável e a prosperidade do setor.

## REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (2011). **Análise de Conteúdo** (3ª ed.). Edições 70.
- Bernardi, L. A. (2017). **Formação de Preços: Estratégia, Custos e Resultados** (5ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Bornia, A. C. (2017). **Análise Gerencial dos Custos: Aplicações em Empresas Modernas** (3ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Buss, L., & Hodges, K. (2017). **Market: Tattoo as an Expression of Psyche. Psychological Perspectives**, 60(1), 4-38.
- Castells, M. (2010). **The Rise of the Network Society** (2ª ed.). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Costa, Z. (2004). **Do Porão ao Estúdio: Trajetórias e práticas de tatuadores e transformações no universo da tatuagem**. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina.
- Crepaldi, S. A., & Crepaldi, G. S. (2017). **Contabilidade Gerencial** (8ª ed.). Editora Atlas.
- Datasebrae. (2020, 11 de maio). Total de empresas. Recuperado de <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas-11-05-2020/>. Acesso em 10/08/2023.

- Dumaszak, M. A. Miranda, G. J., & Leal, E. A. (2018). Formação do preço de venda no mercado de Dermopigmentação: Variáveis percebidas pelos profissionais. **Revista Ambiente Contábil**, 10(1), 255. doi:10.21680/2176-9036.2018v10n1id11924. Acesso em 05/08/2023.
- Gil, A. C. (2008). **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social** (6ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Gusso, F. B. (2016). A Tatuagem como linguagem artística na contemporaneidade. **Revista Vernáculo**, (37).
- Leitão, D. K. (2004). À flor da pele: estudo antropológico sobre a prática da tatuagem em grupos urbanos. **Revista Iluminuras**, 5(10).
- Lima, J. Á. de, & Pacheco, J. A. (2006). **Fazer investigação: Contributos para a elaboração de dissertações e teses**. Porto: Porto Editora.
- Lise, M. L. Z., Gauer, G. J. C., & Neto, A. C. (2013). Tatuagem: Aspectos Históricos e Hipóteses Sobre a Origem do Estigma. **Brazilian Journal of Forensic Science Medical**, 2(3), 294-316.
- Marion, J. C., & Ribeiro, O. M. (2018). **Introdução à contabilidade gerencial** (3ª ed.). São Paulo: Saraiva.
- Marques, T. (1997). **O Brasil tatuado e outros mundos**. Rio de Janeiro.
- Martins, C. J., & Behling, H. P. (2012). Tatuagem e Comunicação - O corpo como meio e a tatuagem como mensagem. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. **Anais do 13º Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. p. 1-15.
- Martins, E. (2018). **Contabilidade de Custos** (11ª ed.). Editora Atlas.
- Meglitorini, E. (2012). **Custos: análise e gestão** (3ª ed.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Neto, A. S. C., & da Cruz, H. A. (2016). Fatores relevantes na gestão financeira e contábil das microempresas: um estudo de caso em uma empresa comercial de Florianópolis/SC. **Revista Educação e Tecnologia**, 2(1), 1-15. Acesso em: 23/07/2023
- Neves, J. L. (1996). **Pesquisa qualitativa - Características, usos e possibilidades**. **Caderno de Pesquisas em Administração**, 1(3).
- Oliveira, D. (2022). **Corpo-desenho: Notas sobre o processo de criação em arte-tatuagem**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação de Artes Visuais – Licenciatura), Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Artes Visuais.
- Padoveze, C. L. (2014). **Contabilidade de Custos** (3ª ed.). Editora Cengage Learning.

- Patriota, B. (2020). **Narrativas e relatos sobre a tatuagem no Brasil do Século XIX à década de 1970. Contemporânea** - Revista de Sociologia da UFSCar, 10(1), 357-364.
- Radael, W. R., Segate, F. M., Pépece, O. M. C. & Nienkoetter, M. B. (2020). **Significado do Consumo de Tatuagem por Diferentes Profissões**. Revista Teoria e Prática em Administração, 11(1), p. 152-164.
- Ribeiro, O. M. (2017). **Contabilidade de Custos** (5ª ed.). Editora Saraiva.
- Rossi, S. M. (2011). La Piel como Superfície Simbólica: processo de transculturación en el Arte Contemporánea. Madrid: **FCE**.
- Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (s.d.). Ideia de negócios, estúdio de tatuagem. Páginas 4-6. Recuperado de <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/estudio-de-tatuagem,ed83251092cff610VgnVCM1000004c00210aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em: 25/07/2023
- Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (s.d.). Estúdio de tatuagem. Recuperado de <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/estudio-de-tatuagem,ed83251092cff610VgnVCM1000004c00210aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em: 25/07/2023
- Segate, F. M. (2020). **Atributos da transação, direitos de propriedade e capital intelectual: estudo da relação contratual entre prestador e tomador de serviços de Tecnologia de Informação** (Dissertação de mestrado, Universidade Estadual de Maringá).
- Silva, J. N. B., & Amorim, D. A. (2023). Planejamento Estratégico nas empresas de pequeno porte. **Revista GeTeC**, 12(38), 70-85.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2014). **Marketing de Serviços: A empresa com foco no cliente** (6ª ed.). São Paulo: AMGH Editora Ltda. Acesso em 25/07/2023
- Ministério da Economia. (s.d.). **Empresas & Negócios. Painéis do Mapa de Empresas**. Recuperado de <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em: 28/07/2023