



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MARIA EDUARDA LOPES VIEIRA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: Estudo de caso em um escritório de contabilidade

Recife

2024

MARIA EDUARDA LOPES VIEIRA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: Estudo de caso em um escritório de contabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Professora Dra. Cacilda Soares de Andrade

Recife

2024

MARIA EDUARDA LOPES VIEIRA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: estudo de caso em um escritório de contabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em 18 de março de 2024.

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente

CACILDA SOARES DE ANDRADE

Data: 02/05/2024 10:43:44-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professora Dra. Cacilda Soares de Andrade
Universidade Federal de Pernambuco



Documento assinado digitalmente

JOAQUIM OSORIO LIBERALQUINO FERREIRA

Data: 10/05/2024 08:07:36-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Joaquim Osório Liberalquino Ferreira
Universidade Federal de Pernambuco



Documento assinado digitalmente

FRANCISCO DE ASSIS GALVAO BARRETO PINHO

Data: 07/05/2024 19:30:49-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Francisco de Assis Galvão Barreto Pinho
Presidente da Academia Pernambucana de Ciências Contábeis

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Vieira, Maria Eduarda Lopes.

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: estudo de caso em um
escritório de contabilidade / Maria Eduarda Lopes Vieira. - Recife, 2024.
42 p.

Orientador(a): Cacilda Soares de Andrade

Coorientador(a): Joaquim Osório Liberalquino Ferreira

Coorientador(a): Francisco de Assis Galvão Barreto Pinho

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Contábeis -
Bacharelado, 2024.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Custeio. 2. Precificação. 3. Serviços contábeis. I. Andrade, Cacilda Soares
de. (Orientação). II. Ferreira, Joaquim Osório Liberalquino. (Coorientação). IV.
Pinho, Francisco de Assis Galvão Barreto. (Coorientação). V. Título.

300 CDD (22.ed.)

FOLHA DE APROVAÇÃO

MARIA EDUARDA LOPES VIEIRA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: estudo de caso em um escritório de contabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em 18 de março de 2024.

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente
CACILDA SOARES DE ANDRADE
Data: 02/05/2024 10:48:12-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professora Dra. Cacilda Soares de Andrade
Universidade Federal de Pernambuco



Documento assinado digitalmente
JOAQUIM OSÓRIO LIBERALQUINO FERREIRA
Data: 10/05/2024 08:17:08-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Joaquim Osório Liberalquino Ferreira
Universidade Federal de Pernambuco



Documento assinado digitalmente
FRANCISCO DE ASSIS GALVÃO BARRETO PINHO
Data: 07/05/2024 19:38:11-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Francisco de Assis Galvão Barreto Pinho
Presidente da Academia Pernambucana de Ciências Contábeis

DEDICATÓRIA

A Deus que rege minha vida e a todos que, diretamente ou indiretamente, contribuíram para este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por conduzir minha vida e me trazer até este momento.

Agradeço aos meus pais que dedicaram suas vidas para que eu chegasse até aqui, essa conquista não é só minha, mas deles também.

Agradeço a todos meus familiares que me apoiam em todos os momentos, em especial meu avô Milton Lopes, que não está entre nós, mas acredito que esteja muito feliz pela minha graduação.

Agradeço ao meu companheiro de vida Martiniano Almeida, que compartilha comigo todas as frustrações e alegrias.

Agradeço à minha orientadora que dedicou seu tempo para me auxiliar nesta etapa importante da minha vida.

Agradeço ao todo corpo docente da UFPE que deu base para meu conhecimento.

EPÍGRAFE

“Sê todo em cada coisa / Põe quanto és no mínimo que fazes. / Assim em cada lago a lua toda
brilha, porque alta vive”. (PESSOA, 1933).

RESUMO

O trabalho efetuado tem como objetivo analisar a precificação utilizada por um escritório prestador de serviços contábeis, localizado em Recife, Pernambuco. Como metodologia utilizada no trabalho, foi sucedido um estudo de caso, exercido por uma abordagem do tipo exploratória e de cunho qualitativo. Para estruturar este trabalho, foi realizada uma pesquisa bibliográfica acerca dos tipos de classe empresariais, função da contabilidade e métodos de custeio e precificação. Contudo, para efeitos de resultado, foi executada uma entrevista exemplificando o tipo de empresa e como esta está inserida, adicionadas de informações financeiras simplificadas de demonstração de resultado, para ser realizada uma análise da precificação dos honorários contábeis aplicados aos clientes. Conclui-se que para se estabelecer uma precificação mais justa para a empresa prestadora de serviços, é necessária a verificação dos preços médios a serem aplicados e uma segregação mais eficiente dos custos e despesas fixos e variáveis.

Palavras-chave: Custeio. Serviços contábeis. Precificação.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the pricing used by an accounting service provider located in Recife, Pernambuco. As a methodology used in the work, a case study was carried out by an exploratory and qualitative approach. To structure this work, bibliographic research was carried out about the types of business class, accounting function, and costing and pricing methods. However, for the purposes of results, an interview was carried out exemplifying the type of company and how it is inserted, added to simplified financial information from the income statement, to carry out an analysis of the pricing of the accounting fees applied to clients. It is concluded that to establish a fairer pricing for the service provider, it is necessary to verify the average prices to be applied and a more efficient segregation of fixed and variable costs and expenses.

Keywords: Costing. Accounting Services. Pricing.

LISTA DE QUADROS/TABELAS

Quadro 1 – Tipos de regimes tributários.....	18
Quadro 2 – Categorias de custo.....	23
Quadro 3 – Preço m ² x Quantidade de metros quadrados.....	32
Quadro 4 – Perguntas abordadas na entrevista.....	42

LISTA DE GRÁFICOS/FIGURAS

Figura 1 – Representação do Ponto de Equilíbrio.....	20
Figura 2 – Pontos de Equilíbrio.....	21
Figura 3 – Markup.....	21
Figura 4 – Diferenciação entre Custo e Despesa.....	22
Figura 5 – Esquema básico custeio variável.....	24
Figura 6 – Custeio por absorção prestadoras de serviços.....	25
Figura 7 – Comparação do sistema tradicional e ABC.....	26
Figura 8 – Demonstrativo financeiro do resultado.....	34
Figura 9 – Margem de contribuição.....	34
Figura 10 – Margem de contribuição por cliente.....	35
Figura 11 – Ponto de Equilíbrio Contábil.....	35
Figura 12 – Lucro líquido real x Lucro líquido ponto de equilíbrio.....	35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABC	Activity Based Costing
CCSA	Centro de Ciências Sociais Aplicadas
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
EPP	Empresa de Pequeno Porte
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MEI	Microempreendedor Individual
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco

LISTA DE SÍMBOLOS

§	Parágrafo
%	Porcentagem
\$	Cifrão

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.2	JUSTIFICATIVA	13
1.3	OBJETIVOS	14
1.3.1	<i>Objetivo Geral</i>	14
1.3.2	<i>Objetivos Específicos</i>	15
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1	CONTABILIDADE	16
2.2	EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS CONTÁBEIS	16
2.2.1	<i>Serviços oferecidos por Empresas Prestadoras de Serviços Contábeis</i>	16
2.2.2	<i>Categorias das organizações</i>	17
2.3	ASPECTOS TRIBUTÁRIOS	17
2.4	PRECIFICAÇÃO	18
2.4.1	<i>Visão Geral</i>	18
2.4.2	<i>Métodos de formação de preço</i>	19
2.4.2.1	<i>Métodos de precificação baseado nos custos</i>	19
2.4.2.1.1	<i>Classificação de custo</i>	21
2.4.2.1.2	<i>Métodos de custeio</i>	23
2.4.2.1.2.1	<i>Custeio Variável ou direto</i>	23
2.4.2.1.2.2	<i>Custeio por absorção</i>	24
2.4.2.1.2.3	<i>Custeio ABC (Activity Based Costing)</i>	25
2.4.2.2	<i>Métodos de precificação baseado na concorrência</i>	26
2.4.2.3	<i>Métodos de precificação baseado na percepção do cliente</i>	26
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
3.1	TIPO DE PESQUISA	28
3.2	MÉTODO DA PESQUISA	28
3.3	DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	28
3.4	COLETA DE DADOS	29
3.5	ANÁLISE DOS DADOS	29
4.	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	30
4.3.1.	Perfil societário da empresa prestadora de serviço	30
4.3.1.1.	Análise do conteúdo	30
4.3.1.1.1.	Pergunta 1 – Qual tipo de empresa, o escritório de contabilidade se enquadra?	30
4.3.1.1.2.	Pergunta 2 – Qual regime tributário a empresa está inserida?	31
4.3.1.1.3.	Pergunta 3 – A empresa possui quantos sócios?	31
4.3.1.1.4.	Pergunta 4 – Qual número de colaboradores a empresa possui?	31
4.3.1.1.5.	Pergunta 5 – Qual é a data de fundação da empresa?	31
4.3.1.1.6.	Pergunta 6 – O local físico da empresa é alugado ou próprio? Possui aproximadamente quantos m²?	31
4.3.1.1.7.	Pergunta 7 – Quantos clientes a empresa possui? Qual o porte de seus clientes?	32

4.3.1.1.8.	Perguntas 8 e 9 – Há uma divisão de colaboradores por departamento (ex: fiscal, contábil, pessoal, adm)? Descreva as funções de cada uma. Quais e quantos serviços a empresa oferta?	32
4.3.1.1.9.	Perguntas 10 e 11 – Há uma tabela de preços fixos para cada serviço? Como a empresa faz o cálculo para precificar os serviços ofertados? É utilizado algum método de custo?	32
4.3.1.1.10.	Pergunta 12 – Justifique a importância na precificação dos serviços ofertados por sua empresa.	33
4.3.1.1.11.	Pergunta 13 – No cálculo dos preços dos serviços, qual o percentual ou valor de lucro almejado?	33
4.3.1.2.	Interpretação dos resultados	33
4.3.1.2.1.	Dados Financeiros	33
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
	REFERÊNCIAS	38
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA	42

1. INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A economia brasileira passou, nos últimos anos, por diversas oscilações mercadológicas, devido às crises políticas e socioeconômicas. Entretanto, de acordo com (IPEA, 2023), podemos contemplar uma recuperação gradual da economia, a qual viabiliza o aumento de novos investimentos e cenários positivos às organizações. Tais melhorias podem ser constatadas pelo aumento de empresas registradas no ano 2023. De acordo com informações concedidas pelo governo, foram abertas 1,3 milhão no primeiro quadrimestre de 2023.

Diante disso, há um crescimento na demanda de serviços contábeis, para regularização e gestão dessas novas empresas. Além disso, há também um impacto na concorrência entre as organizações prestadoras de serviços contábeis, já que atualmente, de acordo com o (CFC, 2023), existem 86.922 organizações contábeis em todo o Brasil.

A fim de superar a competitividade no mercado, as empresas precisam utilizar de estratégias bem definidas. Para (PORTER, 2004), há um modelo de cinco forças que são decisivas em elevar a performance de uma organização no setor que estão inseridas, permitindo a visualização dos fatores que influenciam o mercado e os consumidores. Uma das cinco forças de Porter retrata o poder de negociação com os clientes, analisando os melhores preços de venda para fidelização do comprador.

Paralelamente ao exposto, é importante a implementação de um sistema de gestão de custos eficaz. Isso permite uma análise mais precisa do valor agregado aos clientes em relação aos custos incorridos. Baseando-se nessas informações, é possível tomar decisões estratégicas em relação à precificação dos serviços, identificar áreas que necessitam de melhorias e adotar medidas para aumentar a eficiência operacional.

Além disso, essa gestão de custos contribui no estabelecimento de metas e no acompanhamento do desempenho financeiro da empresa. Por meio de indicadores de desempenho e relatórios contábeis adequados, os gestores podem monitorar a saúde financeira

do negócio, identificar desvios em relação ao planejado e tomar ações assertivas para atingir resultados mais favoráveis.

Assim, é imprescindível que as empresas possuam uma boa análise de seus custos, a fim de melhorar seus resultados econômicos, ofertar um melhor preço aos seus clientes e se destacar positivamente entre as empresas.

A precificação está atrelada à sustentabilidade financeira dos negócios e às necessidades e expectativas estabelecidas pelo mercado, o que a torna uma tarefa desafiadora. As empresas de contabilidade, conforme a resolução do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), nº 1.590 (CFC, 2020), necessitam definir honorários profissionais para cada serviço prestado, eventual, habitual ou permanente. Entretanto, segundo o CFC, os Conselhos de Contabilidade não possuem competência para legislar sobre a cobrança de honorários e, recomenda que os profissionais consultem tabelas de preços divulgadas pelos Sindicatos dos Contabilistas de cada Estado.

Todavia, apesar das tabelas divulgadas pelos sindicatos nortear os preços dos serviços, não seria adequado o uso para todas as organizações, uma vez que para a formação de preço devem ser considerados vários fatores, como análise do valor, cálculos de custos, competitividade de mercado e demanda. Conforme (SERASA, 2022), muitas empresas cometem alguns erros quando precificam os serviços: determinando um valor abaixo do mercado, não considerando tributos, deixando de contabilizar despesas fixas e praticando o mesmo preço que a concorrência.

De acordo com o exposto, surge a questão que motiva esta pesquisa: **a precificação dos serviços prestados por organizações contábeis está sendo calculada de forma adequada?**

1.2 JUSTIFICATIVA

Instituir um negócio e fazê-lo prosperar em um ambiente econômico como o Brasil requer resiliência, conhecimento e habilidade na gestão. De acordo com o (SEBRAE, 2017), as empresas que possuem uma gestão empresarial de melhor qualidade e eficiência, sobrevive

mais tempo no mercado. E conforme (VALOR, 2021), quase 80% das empresas brasileiras não dura dez anos.

Dessa forma, é evidente que um bom gerenciamento do negócio, acarreta impactos positivos para os empreendimentos. Segundo o (SEBRAE, 2020), existem pilares de gestão que são fundamentais para analisar e detectar pontos de melhoria é a gestão financeira.

O gerenciamento das finanças empresariais envolve o planejamento, controle e monitoramento dos recursos econômicos da organização, vislumbrando melhorar os resultados financeiros. O faturamento é o que viabiliza o funcionamento da operação e assegura a continuidade da organização. Entretanto, para auferir receita, o empresário necessita refletir sobre os serviços que irão ser ofertados, os custos e despesas decorrentes da atividade e precificação de cada serviços.

Contudo, a precificação torna-se um ofício árduo, dado que envolve uma análise sensata, para que seja garantida a sustentabilidade econômica de uma organização. Com isso, em meio a equívocos e carência de informações, faz com que muitos gestores não realizem adequadamente a precificação dos seus serviços.

A finalidade desse estudo, é motivada em demonstrar a complexidade em determinar o valor dos serviços prestados, em específico para empresas prestadoras de serviços contábeis, com o intuito de melhorar o entendimento acerca dos fatores essenciais e métodos de precificação, proporcionando conhecimento a gestores, acadêmicos, contadores e a quem possa interessar.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Este estudo teve como objetivo analisar e evidenciar a precificação praticada em um escritório de contabilidade, com o propósito de contribuir para formação do preço de serviços ofertados de forma coerente, levando em consideração o contexto no qual a organização está inserida.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analisar os custos e despesas de forma sintética ocorridos na organização;
- Destacar o ponto de equilíbrio contábil da empresa estudada, aplicando a margem de lucro estabelecida pela empresa;
- Calcular uma estimativa de precificação média a ser cobrada com base no total das receitas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contabilidade

A contabilidade é uma ciência social que estuda, explana e registra os eventos que afetam o patrimônio de uma entidade, seja esta pública ou privada. Nesse sentido, Marion (2009, p. 28) afirma que “a contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisão dentro e fora da empresa”.

De maneira concisa, a contabilidade é essencial para que as empresas possam gerir com maior assertividade seus negócios, para atingir os seus objetivos fins, sejam estes de expansão, continuidade e aumento de lucratividade. Expondo seus pensamentos, ainda cita Marion (2009, p. 28) “uma empresa sem boa contabilidade é como um barco, em alto-mar, sem bússola, totalmente à deriva.”

2.2 Empresas prestadoras de serviços contábeis

2.2.1 Serviços oferecidos por Empresas Prestadoras de Serviços Contábeis

Os escritórios contábeis podem desempenhar diversas funções, com o propósito de fornecer conhecimento, melhorar a gestão e cumprir obrigações legais de uma empresa. Com isso abrangendo uma cadeia de serviços realizáveis, tais como assessoria financeira, auditoria e planejamento tributário. Conforme o Decreto-Lei nº 9.295, de 27 de maio de 1946, capítulo IV, art. 25) explana.

Art. 25. São considerados trabalhos técnicos de contabilidade:

- a) Organização e execução de serviços de contabilidade em geral;
- b) Escrituração dos livros de contabilidade obrigatórios, bem como de todos os necessários no conjunto da organização contábil e levantamento dos respectivos balanços e demonstrações;
- c) Perícias judiciais ou extrajudiciais, revisão de balanços e de contas em geral, verificação de haveres, revisão permanente ou periódica de escritas, regulações judiciais ou extrajudiciais de avarias grossas ou comuns, assistência aos Conselhos Fiscais das sociedades anônimas e quaisquer outras atribuições de natureza técnica conferidas por lei aos profissionais de contabilidade.

Diante do exposto, as empresas prestadoras de serviços contábeis conseguem reunir e oferecer múltiplos serviços capazes de auxiliar as organizações a desempenhar de maneira mais satisfatória os seus negócios.

2.2.2 Categorias das organizações

Para ser realizada a prestação de serviços contábeis, as organizações precisam estar enquadradas em tipos de organizações específicos, obtendo Registro Cadastral. Para ser realizado o Registro Cadastral no Conselho Regional apropriado, a organização prestadora de serviços tem que estar inserida em categorias determinadas pelo CFC, por meio da Resolução nº 1390 de 30 de março de 2012, onde são inseridas empresas de responsabilidade individual, como o MEI e, de responsabilidade coletivo, a exemplo das sociedades limitadas.

2.3 Aspectos tributários

Atualmente no Brasil, há mais de uma forma de cumprir com as obrigações tributárias. De acordo com o tipo de empresa e faturamento, pode-se optar por mais de um método de tributação a cada ano, dependendo da estratégia vislumbrada por cada empresa, pode-se optar pelo Lucro Real, Lucro Presumido, Simples Nacional e o MEI.

O Lucro Real, conforme dispõe o artigo 258 do Decreto Nº 9.580 de 25 de novembro de 2018, é o lucro líquido do período de apuração, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas por este regulamento. De forma geral, qualquer empresa pessoa jurídica pode optar pelo uso deste método de tributação, exceto algumas organizações que são obrigadas a apurar seus tributos pelo Lucro Real.

O Lucro Presumido, é apurado pela presunção do lucro, com base em uma margem pré-determinada pela Receita Federal. Para as empresa pessoa jurídica que não são obrigadas a tributar pelo Lucro Real, podem optar pela tributação no Lucro Presumido, desde que cumpra requisitos estabelecidos, conforme Decreto Nº 9.580 de 25 de novembro de 2018 que, em uma das premissas delimita um faturamento de até R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais).

O Simples Nacional oferece uma tributação simplificada para micro e pequenas empresas, onde os impostos federais, municipais e estaduais são unificados e o pagamento dos tributos, depende basicamente do faturamento da organização e do tipo de organização, sendo regido pela Lei Complementar Nº 123 de 14 de dezembro de 2006.

O MEI é um regime simplificado para formalização de negócios, mas não se configura como regime tributário propriamente dito. Entretanto, há unificação dos tributos cabíveis, sendo sujeitos a critérios específicos.

Quadro 1 – Tipos de regimes tributários

Tipo	Critério faturamento	Indicado para
MEI	Até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil	Microempresários, profissionais liberais e profissões regulamentadas no MEI.
Simplex Nacional	Até R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais anuais.	Micro e pequenas empresas.
Lucro Presumido	Até R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) anuais.	Toda e qualquer empresa.
Lucro Real	Sem limite de faturamento.	Toda e qualquer empresa.

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

2.4 Precificação

2.4.1 Visão Geral

A precificação é o método pelo qual se determina um valor a ser cobrado, seja para um produto ou serviço, não sendo representado como um processo estático e deve ser incessantemente revisitado e adaptado, conforme as mudanças no mercado, custos e concorrência. Uma precificação apropriada pode impulsionar as vendas, a lucratividade e a sustentabilidade do negócio, enquanto uma precificação inapropriada pode resultar em perda de clientes, margens baixas e dificuldades financeiras. Por isso, é essencial que as empresas dediquem tempo e recursos para estudar e implementar estratégias de precificação eficazes.

A correta formação de preços de venda é questão fundamental para a sobrevivência e o crescimento autossustentado das empresas, independentemente de seus portes e de suas áreas de atuação. Somente através de uma política eficiente de preços, as empresas poderão atingir seus objetivos de lucro, crescimento a longo prazo, desenvolvimento de seus funcionários, atendimento qualificado a seus clientes, entre outras melhorias. (ASSEF, 2003, p. 4)

2.4.2 Métodos de formação de preço

Contrário ao pensamento de grande parte da população, não há um único método de precificar os serviços ou produtos ofertados. O método mais comum de se precificar é baseado nos custos, ou seja, são determinados os custos envolvidos na produção ou prestação de serviço, acrescido da margem de lucro desejada. Entretanto, há outros métodos que podem e são práticos no mercado como baseado na concorrência, onde o preço aplicado é influenciado pelos preços praticados pelos concorrentes e a precificação por valor percebido, onde a base é estabelecida pela percepção que o cliente possui sobre o valor do produto ou serviço.

Afinal, existem alternativas à disposição do gestor identificar àquela que melhor se encaixa com o modelo de organização, expectativas comerciais e estratégicas e a situação econômica a qual a empresa está situada.

Uma boa política de preços é aquela que estabelece uma boa margem de retorno, uma reposição de custos (inclusive mercadológicos) adequada, um preço competitivo e uma relação justa entre satisfação e preço para o consumidor. (BERTO; BEULKE, 2012, p. 497)

2.4.2.1 Métodos de precificação baseado nos custos

Conforme exposto anteriormente, a precificação baseada em custos é um método utilizado para estabelecer o preço de um produto ou serviço com base nos custos e expectativas do gestor sobre a margem de lucro, nomeada de *markup*.

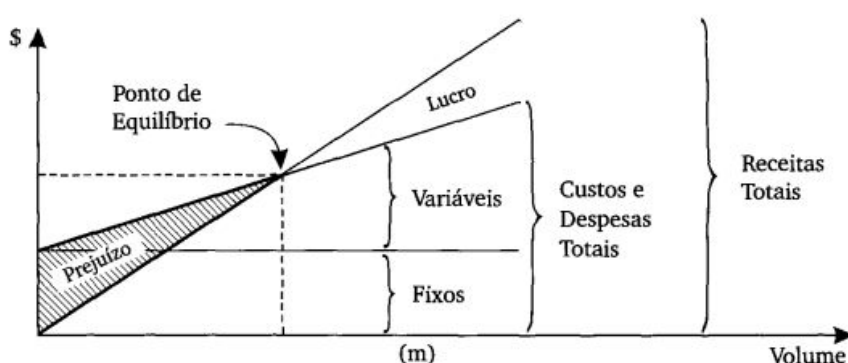
A precificação com base no custo-mais-margem é, historicamente, o procedimento mais comum de fixação de preço, porque carrega uma aura de prudência financeira. A prudência financeira, de acordo com essa visão, é alcançada por meio da precificação de todo produto e serviço de modo a gerar um retorno justo sobre todos os custos, desde que completa e corretamente alocados. (NAGLE; HOGAN, 2007, p. 3)

O markup é um instrumento utilizado para a formação do preço, através dele é permitido decompor o preço de venda até chegar no custo do produto, deixando transparente o que compõe esse preço, facilitando o gerenciamento do mesmo, possibilitando ao empresário informações tais como até que ponto pode conceder descontos, alterar o preço, quanto está lucrando deixando ciente de tudo. (MONTEIRO; SILVA; SILVA, 2015, p. 4)

Para definir um markup, a empresa precisa entender o ponto de equilíbrio para os seus serviços, uma vez que o ponto de equilíbrio é um conceito usado para indicar o nível de produção ou vendas em que uma empresa não está gerando lucro ou prejuízo, ou seja, o momento em que as receitas são iguais aos custos e despesas totais.

Segundo Martins (2003), “o ponto de equilíbrio (também denominado Ponto de Ruptura — Break-even Point) nasce da conjugação dos Custos e Despesas Totais com as Receitas Totais”.

Figura 1 – Representação do Ponto de Equilíbrio



Fonte: Martins (2003)

Há mais de uma maneira de identificar o ponto de equilíbrio em uma empresa, sendo o ponto de equilíbrio contábil, ponto de equilíbrio financeiro e ponto de equilíbrio econômico.

Conforme Martins (2003), o ponto de equilíbrio contábil será obtido quando a soma das margens de contribuição totalizarem o montante suficiente para cobrir todos os custos e despesas fixos. O ponto de equilíbrio econômico será obtido quando as margens de contribuição, após a dedução dos custos e despesas fixos sejam suficiente para sobrar o lucro mínimo desejado, para remuneração do capital próprio. O ponto de equilíbrio financeiro deve levar em consideração, as margens de contribuição, custos e despesas fixos e os desembolsos financeiros, como empréstimos.

Figura 2 – Pontos de Equilíbrio

$\text{Ponto de equilíbrio contábil (PEC)} = \frac{\text{Gastos fixos}}{\text{Preço} - \text{Gastos variáveis}}$
$\text{Ponto de equilíbrio econômico (PEE)} = \frac{\text{Gastos fixos} + \text{Remuneração capital próprio}}{\text{Preço} - \text{Gastos variáveis}}$
$\text{Ponto de equilíbrio financeiro (PEF)} = \frac{\text{Gastos fixos} - \text{Gastos financeiros}}{\text{Preço} - \text{Gastos variáveis}}$

Fonte: Adaptado Martins (2003)

Conforme Martins (2003), o markup deve ser estimado para cobrir os gastos não incluídos no custo, os tributos e comissões incidentes sobre o preço e o lucro desejado pelos administradores.

Figura 3 – Markup

Markup = (% DGA + % COM + % IMP + % MLD) Preço de venda = Custo unitário x Markup Onde: • DGA: Despesas Gerais e Administrativas • COM: Comissão dos vendedores • IMP: Tributos incidentes sobre o preço de venda • MLD: Margem de lucro desejada
--

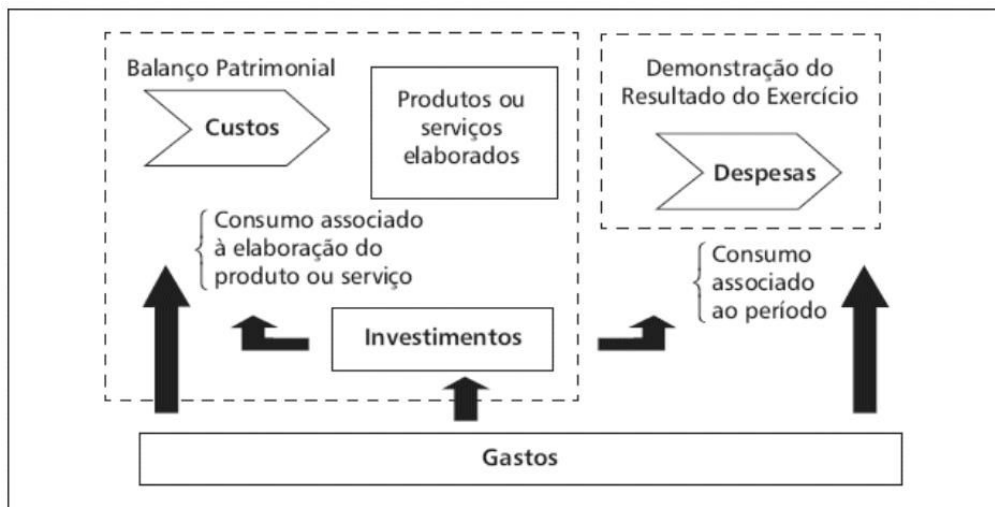
Fonte: Adaptado Martins (2003)

2.4.2.1.1 Classificação de custo

De acordo com Bruni e Famá (2019), a contabilidade de custos pode ser definida como o processo ordenado de usar os princípios da contabilidade geral para registrar os custos de operação de um negócio.

Para muitos, existe a dificuldade de diferenciar os custos e as despesas, uma vez que representam algum tipo de desembolso para empresa e, para algumas organizações esses dois grupos são bastante similares e difíceis de serem segregados. Entretanto, os custos representam gastos utilizados na produção de bens e serviços e despesas não estão diretamente associadas à produção.

Figura 4 – Diferenciação entre custo e despesa



Fonte: Bruni e Famá (2019)

Contudo, os custos são categorizados de diversas formas quanto à aplicabilidade e variabilidade, de uma maneira mais simplória em diretos, indiretos, de transformação, variáveis, fixos, semi variáveis e semifixos.

Quadro 2 – Categorias de custo

Categoria de custo	Conceito
Custo direto	Apresentam a propriedade de serem perfeitamente mensuráveis de maneira objetiva.
Custo indireto	Necessitam de aproximações, isto é, algum critério de rateio, para serem atribuídos aos produtos.
Custo de transformação	Consiste no esforço agregado pela empresa na obtenção do produto.
Custo variável	Se encontra diretamente em função das atividades da empresa.
Custo semivariável	Correspondem a custos variáveis que não acompanham linearmente a variação da produção, mantendo-se fixos dentro de certos limites.
Custo fixo	Em determinado período de tempo e em certa capacidade instalada, não variam, qualquer que seja o volume de atividade da empresa.
Custo semifixo	Correspondem a custos que são fixos em determinado patamar, passando a ser variáveis quando esse patamar for excedido.

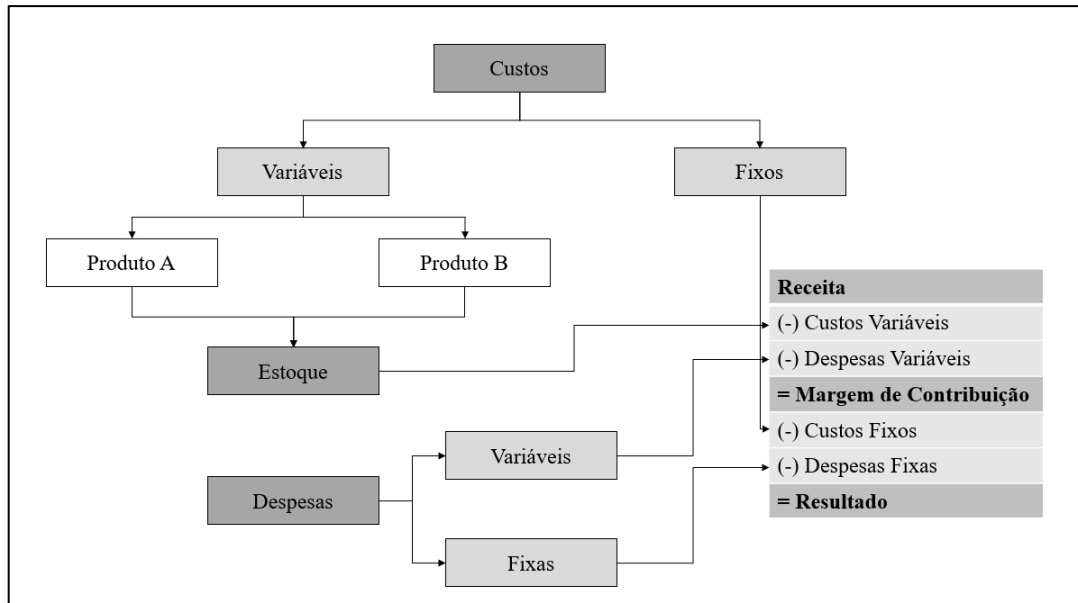
Fonte: Adaptado Bruni e Famá (2019)

2.4.2.1.2 Métodos de custeio

2.4.2.1.2.1 Custeio Variável ou direto

Para algumas organizações, devido à dificuldade de rateio dos custos fixos, é optado pelo método de custeio variável ou direto. Segundo Martins (2003), no custeio variável, só são alocados aos produtos os custos variáveis, ficando os custos fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado.

Para este método de custeio variável, é utilizado o conceito de margem de contribuição para o cálculo do lucro e segundo Crepaldi e Crepaldi (2014), a margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda e o custo variável.

Figura 5 – Esquema básico custeio variável

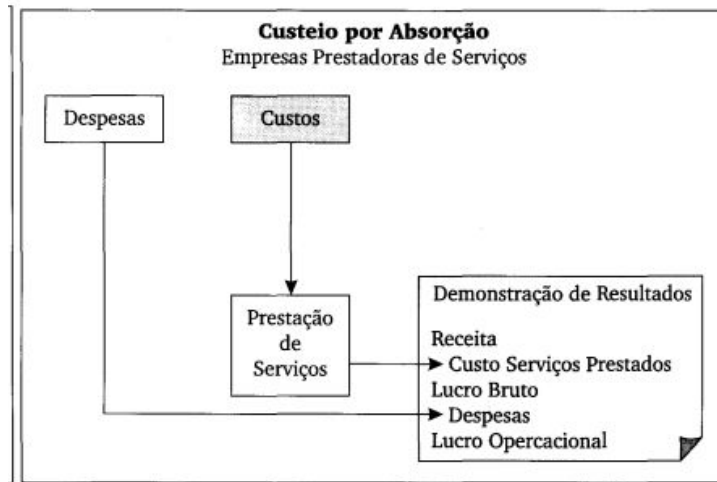
Fonte: Adaptado Ferreira (2021)

2.4.2.1.2.2 Custeio por absorção

O custeio por absorção compõe-se na alocação de todos os custos diretos e indiretos aos produtos e/ou serviços e, para adequar o CPC às normas contidas no IFRS, o método de custeio por absorção é o utilizado para cumprir exigências tributárias.

Custeio por Absorção é o método derivado da aplicação dos princípios de contabilidade geralmente aceitos, nascido da situação histórica mencionada. Consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos ou serviços feitos. (MARTINS, 2003, p. 24)

Figura 6 – Custeio por absorção prestadoras de serviços



Fonte: Martins (2003)

2.4.2.1.2.3 Custeio ABC (Activity Based Costing)

O custeio baseado em atividades ou activity based costing (ABC), é um método que atribui custos às atividades que consomem recursos e, em seguida, aloca esses custos aos produtos os serviços com base na quantidade de atividades necessárias para produzi-los.

Segundo Martins (2003, p. 60), “O Custeio Baseado em Atividades, conhecido como ABC (Activity-Based Costing), é uma metodologia de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos”.

Figura 7 – Comparação do sistema tradicional e ABC

Fonte: Ferreira (2021)

2.4.2.2 Métodos de precificação baseado na concorrência

Segundo Nagle e Hogan (2007, p. 7), “a política de deixar a precificação ser ditada pelas condições competitivas. Nessa visão, a precificação é uma ferramenta para atingir objetivos de vendas.”

Utilizando desse método, é considerado o valor praticado pelo mercado concorrente, a fim de estar em mesma posição competitiva e impedir a redução no número de clientes e vendas, envolvendo análises de preços de mercado, para produtos e serviços similares de concorrentes diretos.

Neste método a empresa não dá muita atenção a seus custos ou a sua demanda, pois tem na concorrência seu único referencial de preço. Este é o método mais simples, pois consiste basicamente em observar os preços praticados por concorrentes diretos e segui-los ou não de acordo com os objetivos traçados para a empresa. (PINTO; MOURA, 2011, p. 6)

2.4.2.3 Métodos de precificação baseado na percepção do cliente

Esse método é aplicável, quando a empresa se baseia no valor atribuído pelo cliente ao produto ou serviço, em outras palavras, o valor que o consumidor está disposto a pagar. Conforme Sartori (2004, p. 21) aborda “os compradores confrontam o que eles esperam obter

com o que eles terão que dar em troca. A comparação desses dois elementos resulta no valor percebido para a transação”.

Através deste método o valor percebido pelo consumidor é tomado como parâmetro balizador do preço a ser cobrado pelo produto/serviço. O preço assim definido tem como característica principal o fato de ser ajustado/adequado ao valor percebido pelo seu público-alvo. (PINTO; MOURA, 2011, p. 6)

Preço baseado no valor: Nessa nova forma de pensamento temos um preço definido pelo mercado a partir de quanto o cliente está disposto a pagar por um produto ou serviço. Por isso, esse modelo também é conhecido por preço-meta. O objetivo é aprender o que os clientes valorizam e com isso reorganizar toda a empresa para ofertar apenas esses aspectos (Porto, 2014, p. 233)

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipo de Pesquisa

Esse estudo foi caracterizado pelo tipo de pesquisa exploratória, possuindo uma abordagem de cunho qualitativo, baseando-se em pesquisas bibliográficas e levantamento de dados.

Exploratórios - são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos. (LAKATOS, 2003, p. 187)

De acordo Gonçalves e Meirelles (2004, p. 59) definem que “na pesquisa qualitativa os dados são de natureza interpretativa e semântica, enquanto na pesquisa quantitativa os dados são representados por métricas quantitativas, tendo como elemento de apoio principal a linguagem matemática”.

3.2 Método da Pesquisa

Nesta pesquisa, foram utilizados os métodos de pesquisa bibliográficos e estudo de caso em uma empresa prestadora de serviços contábeis.

Para concluir o objetivo deste trabalho de pesquisa acerca da precificação, existiu a necessidade de pesquisa bibliográfica.

Conforme destacado por Yin (2005, p. 32) “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real”.

3.3 Delimitação da Pesquisa

O estudo de caso presente neste trabalho foi realizado a partir de informações contábeis de custos e despesas incorridos no período de análise, características da organização e percentual de lucro estabelecidos por uma empresa prestadora de serviços contábeis, localizada no município de Recife, Pernambuco.

3.4 Coleta de Dados

Foi elaborado um questionário e solicitações para empresa, que é base de estudo deste trabalho e, nos foram fornecidos dados para análise de desenvolvimento desse estudo, como uma demonstração simplificada dos resultados e foi realizada uma entrevista a respeito das características da empresa.

3.5 Análise dos Dados

Para análise de dados, esse estudo utilizou as informações fornecidas pela empresa prestadora de serviço, em conjunto com o entendimento bibliográfico apreciado por meio de livros e artigos científicos.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Para análise dos resultados, acerca do assunto abordado neste trabalho, foram exploradas temáticas a respeito do contexto das organizações brasileiras, aspectos tributários, rotinas de serviços contábeis, metodologias de precificação e custeio e dados sobre a empresa base desse estudo.

4.3.1. Perfil societário da empresa prestadora de serviço

A empresa prestadora de serviço está localizada no município de Recife em Pernambuco, que está em atuação no mercado desde 2014. A empresa possui dois sócios e está inserida na categoria empresarial de Empresa de Pequeno Porte, optante pelo regime tributário do Simples Nacional.

4.3.1.1. Análise do conteúdo

Foram enviadas as perguntas pertinentes para os sócios responderem. Foram realizadas 13 perguntas, que foram respondidas em conjunto pelos sócios.

4.3.1.1.1. Pergunta 1 – Qual tipo de empresa, o escritório de contabilidade se enquadra?

A pergunta em questão teve o objetivo de identificar o tipo de empresa e qual legislação a ela é aplicável. Conforme a resposta enviada, a empresa se enquadra como Empresa de Pequeno Porte (EPP), conforme enquadrada na Lei Complementar N° 123, de 14 de dezembro de 2006, Art. 3°, inciso II:

II - no caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

4.3.1.1.2. Pergunta 2 – Qual regime tributário a empresa está inserida?

O objetivo da pergunta foi analisar qual regime tributário a empresa optou e assim, analisar o impacto os tributos no custeio dos serviços. As empresas optantes pelo Simples Nacional, estão ligadas a Lei Complementar N° 123, de 14 de dezembro de 2006, a qual institui o recolhimento mensal dos impostos, de maneira simplificada, sujeito a alíquotas determinadas a depender do setor empresarial e faturamento bruto acumulado nos últimos 12 meses.

4.3.1.1.3. Pergunta 3 – A empresa possui quantos sócios?

A pergunta teve como finalidade a quantificação dos sócios e analisar a distribuição dos lucros ao final do fechamento mensal.

4.3.1.1.4. Pergunta 4 – Qual número de colaboradores a empresa possui?

A pergunta teve como propósito a análises de gastos com funcionários e foi respondido que a empresa possui 10 colaboradores, distribuídos em mais de um setor dentro da empresa.

4.3.1.1.5. Pergunta 5 – Qual é a data de fundação da empresa?

A pergunta teve como finalidade de identificar quanto tempo a empresa tem no mercado, se esta possui expertise de mercado e pretensão de continuidade. Os sócios informaram que a empresa possui 10 anos de funcionamento.

4.3.1.1.6. Pergunta 6 – O local físico da empresa é alugado ou próprio? Possui aproximadamente quantos m²?

A pergunta teve como objetivo avaliar se a empresa possui um gasto mensal de aluguel e quanto ela paga por esse serviço. Os sócios responderam que a empresa possui 60 m² e é alugada. Analisando os dados do FipeZap, os aluguéis em Recife possuem um preço médio de R\$ 47,78 por m².

Quadro 3 – Preço m² x Quantidade de metros quadrados

Quantidade metros quadrados do imóvel	R\$/m ²	Valor total
60 m ²	R\$ 47,78	R\$ 2.866,80

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

4.3.1.1.7. Pergunta 7 – Quantos clientes a empresa possui? Qual o porte de seus clientes?

A pergunta teve como finalidade analisar a quantidade de clientes e a complexidade dos serviços prestados. Os sócios responderam que a empresa possui uma carteira de 50 clientes de médio porte, pequeno porte e MEI.

4.3.1.1.8. Perguntas 8 e 9 – Há uma divisão de colaboradores por departamento (ex: fiscal, contábil, pessoal, adm)? Descreva as funções de cada uma. Quais e quantos serviços a empresa oferta?

A pergunta teve como objetivo avaliar os serviços ofertados para os clientes e então observar o tempo necessário que cada setor dispõe. Os serviços ofertados são de rotina contábil, departamento pessoal, consultoria e fiscal.

4.3.1.1.9. Perguntas 10 e 11 – Há uma tabela de preços fixos para cada serviço? Como a empresa faz o cálculo para precificar os serviços ofertados? É utilizado algum método de custo?

A finalidade da pergunta se detêm em avaliar os preços praticados e como são precificados os serviços ofertados. Os sócios nos responderam que a precificação dos serviços depende muito do cliente, os serviços ofertados para o cliente e análise de mercado e que o custo apurado está ligado a quantidade de horas trabalhadas em cada serviço.

4.3.1.1.10. Pergunta 12 – Justifique a importância na precificação dos serviços ofertados por sua empresa.

O propósito dessa pergunta foi corroborar a importância desse trabalho para os usuários dessa informação e empresas prestadoras de serviços. Os sócios nos informaram que é fundamental, pois se análise não for realizada corretamente, o custo pode se tornar ainda maior que o preço, causando prejuízos.

4.3.1.1.11. Pergunta 13 – No cálculo dos preços dos serviços, qual o percentual ou valor de lucro almejado?

O propósito da pergunta foi analisar a pretensão de lucro da empresa, para que esta consiga pagar adequadamente suas despesas e gere uma boa remuneração ao sócios e promova a continuidade de entidade. O sócios responderam que o percentual pretendido é de 30% a 40%.

4.3.1.2. Interpretação dos resultados

Para análise dos resultados, foram utilizadas as informações obtidas nas perguntas realizadas na seção acima e as análises de mercado, uma vez que não foram disponibilizados dados sensíveis financeiros, apenas uma média de gastos, devido a política de dados da empresa. Com isso, estão sendo analisadas a precificação dos serviços, avaliando se há um retorno esperado de 30% a 40% de lucro.

4.3.1.2.1. Dados Financeiros

Para análise financeira dos custos, foram analisadas as médias de informações financeiras fornecidas pelo escritório de contabilidade.

Figura 8 – Demonstrativo financeiro do resultado

DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
a. Receita Bruta	80.000,00
b. Simples Nacional	7.664,00
c. Receita Líquida (a - b)	72.336,00
d. Custos	40.000,00
e. Lucro Bruto (c - d)	32.336,00
f. Despesas	5.000,00
g. Lucro Líquido (e - f)	27.336,00

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Levando em consideração que a margem de contribuição, para situação exposta, é o valor do lucro bruto R\$ 32.336,00 sobre o valor da receita bruta R\$ 80.000,00, estimou-se uma margem de contribuição de 40,42%.

Figura 9 – Margem de contribuição

DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
a. Receita Bruta	80.000,00
b. Simples Nacional	7.664,00
c. Receita Líquida (a - b)	72.336,00
d. Custos	40.000,00
e. Lucro Bruto (c - d)	32.336,00
f. Despesas	5.000,00
g. Lucro Líquido (e - f)	27.336,00
% Margem de contribuição	40,42%

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Levando em consideração que a margem de contribuição, para situação exposta, é o valor do lucro bruto R\$ 32.336,00 sobre o valor da receita bruta R\$ 80.000,00, estimou-se uma margem de contribuição de 40,42%.

A margem de contribuição é um importante indicador financeiro que mostra a parcela de cada real de venda que sobra após o pagamento dos custos e despesas variáveis, e que contribuirá para a cobertura dos custos e despesas fixos. Considerando que a empresa possui 50 clientes ativos, realizando a divisão da margem de contribuição pela quantidade de clientes, conseguimos obter a margem média de contribuição para cada cliente.

Figura 10 – Margem de contribuição por cliente

DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)	VALOR (R\$) por cliente
a. Receita Bruta	80.000,00	1.600,00
b. Simples Nacional	7.664,00	153,28
c. Receita Líquida (a - b)	72.336,00	1.446,72
d. Custos	40.000,00	800,00
e. Lucro Bruto (c - d)	32.336,00	646,72
f. Despesas	5.000,00	100,00
g. Lucro Líquido (e - f)	27.336,00	546,72
% Margem de contribuição	40,42%	40,42%

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Após o cálculo da margem de contribuição, foi calculado o ponto de equilíbrio contábil, uma vez que o ponto de equilíbrio reflete o quanto de receita precisa ser gerada, para que sejam pagos todos os custos e despesas, considerando que a margem de contribuição, após deduções de custos e despesas fixas, é suficiente para remunerar o capital próprio, com o mínimo desejado. Dessa forma, foi considerado como base para cálculo do ponto de equilíbrio contábil, os custos e despesas fixos sobre a margem de contribuição.

Figura 11 – Ponto de Equilíbrio Contábil

$$\text{Ponto de Equilíbrio Contábil} = \frac{\text{Custos e despesas fixos}}{\text{Margem de contribuição}} = \frac{40.000,00}{0,4042} = 98.960,91$$

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Após a análise do ponto de equilíbrio contábil, foi observado que a empresa deveria ter R\$ 98.960.91 de receita mensal.

Figura 12 – Lucro líquido real x Lucro líquido ponto de equilíbrio

Real			Considerando o cálculo de ponto de equilíbrio contábil		
DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)	VALOR (R\$) por cliente	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)	VALOR (R\$) por cliente
a. Receita Bruta	80.000,00	1.600,00	a. Receita Bruta	98.960,61	1.979,21
b. Simples Nacional	7.664,00	153,28	b. Simples Nacional	9.480,43	189,61
c. Receita Líquida (a - b)	72.336,00	1.446,72	c. Receita Líquida (a - b)	89.480,18	1.789,60
d. Custos	40.000,00	800,00	d. Custos	40.000,00	800,00
e. Lucro Bruto (c - d)	32.336,00	646,72	e. Lucro Bruto (c - d)	49.480,18	989,60
f. Despesas	5.000,00	100,00	f. Despesas	5.000,00	100,00
g. Lucro Líquido (e - f)	27.336,00	546,72	g. Lucro Líquido (e - f)	44.480,18	889,60
% Margem de contribuição	40,42%	40,42%	% Margem de contribuição	50,00%	50,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Para a análise do saldo do Simples Nacional, estamos considerando que a empresa está adequada ao Anexo III, presente na Lei Complementar N° 123, de 14 de dezembro de 2006, tendo como a receita bruta dos últimos 12 meses totalizadas em R\$ 450.000,00, conforme receita aproximada informada pelo escritório de contabilidade.

Utilizando a receita mínima calculada de ponto de equilíbrio contábil, podemos observar que o lucro bruto passa de R\$ 27.336,00 para R\$ 44.480,18, representando um aumento de aproximadamente 63% de uma base para outra. Por fim, conclui-se que deve-se avaliar os preços de equilíbrio a serem utilizados no escritório. Entretanto, para melhorar a visualização dos preços aplicados, necessita-se de uma segregação eficiente dos custos e despesas fixos e variáveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para se atingir os resultados deste trabalho, procurou-se explicar acerca da importância das empresas prestadoras de serviços contábeis e seus desafios, assim como abordou os aspectos tributários, econômicos e métodos de custeios existentes. Conclui-se que a precificação de serviços contábeis é uma etapa crucial para a sustentabilidade e o sucesso dos escritórios de contabilidade. A abordagem estratégica na definição de preços, considerando custos, concorrência e valor percebido pelo cliente, é essencial para garantir a rentabilidade e a competitividade do negócio. Além disso, a utilização de metodologias modernas e a adaptação às demandas do mercado são fundamentais para acompanhar as mudanças no ambiente empresarial e garantir a excelência na prestação de serviços contábeis. Entretanto, durante o estudo, a empresa objeto da pesquisa não forneceu dados suficientes para apuração dos custos e despesas, para classificação destes como fixos, variáveis ou semivariáveis, assim como não forneceu os preços considerados por cada serviço prestado e como estes são calculados na prática. Para o trabalho em questão, foi fornecido um resumo estimado e simplificado do resultado da empresa que, possibilitou analisar o preço médio por cliente da entidade, assim como o ponto de equilíbrio contábil e estimar uma receita, para que sejam pagos todos os custos e despesas, considerando que a margem de contribuição existente. Assim, para o devido fim, a precificação dos serviços contábeis para empresa objeto de estudo não foi como o desejado, devido as razões indicadas anteriormente. Contudo, apesar dos dados não serem suficientes para tal análise, a pesquisa bibliográfica demonstra a necessidade e importância do aprimoramento das práticas de precificação nesse setor, fornecendo insights valiosos para os profissionais e gestores contábeis enfrentarem os desafios e aproveitarem as oportunidades do mercado atual, podendo otimizar e melhorar seus métodos de precificação e aumentar a margem de lucro.

REFERÊNCIAS

ASSEF, Roberto. **Guia Prático de Formação de Preços**. Brasil, Editora Elsevier, 2013.

BERNARDES, Jéssica. **Análise e Precificação de Serviços Contábeis: estudo de caso em um escritório de contabilidade localizado em um município do Centro-Oeste de Minas Gerais**. Disponível em:
<http://dspace.fasf.edu.br/bitstream/handle/123456789/53/TCC%20segunda%20-%20JESSICA%20OLIVEIRA%20BERNARDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>; Acesso em: 20 agosto 2023.

BERTÓ, Dalvio José; BEULKE, Rolando. **Precificação: Sinergia do marketing + finanças**. São Paulo, Saraiva, 2012.

BRASIL. Decreto-Lei nº 9.295, de 27 de maio de 1946. **Cria o Conselho Federal de Contabilidade, define as atribuições do Contador e do Guarda-Livros, e dá outras providências**. Disponível em: DEL9295 (planalto.go
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del9295.htm#art41v.br); Acesso em: 25 junho 2023.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos de formação de preços: com aplicações na calculadora Hp 12C e excel**. São Paulo, Atlas, 2019.

CFC. **Profissionais da Contabilidade e Organizações Contábeis**. Disponível em:
www3.cfc.org.br/spw/crcs/ConselhoRegionalAtivo.aspx?_ga=2.250615878.1976915633.1687010682-706733960.1651755870; Acesso em: 17 junho 2023.

CREPALDO, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. São Paulo, Atlas, 2014.

FERREIRA, Reginaldo Fernandes. **Gestão de Estratégica de Custos: análise de custos com estudos**. Bahia, Editora Motres, 2021.

FOLHA PE. **Recife tem o terceiro aluguel mais caro do Brasil, mostra índice.** Disponível em: <https://www.folhape.com.br/economia/recife-tem-o-terceiro-metro-quadrado-mais-carodo-brasil-mostra-indice/311422/>; Acesso em: 16 janeiro 2024.

GONÇALVES, C. A; MEIRELLES, A de M. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo, Atlas, 2004.

IPEA. **Visão Geral da Conjuntura.** Disponível em: Previsões <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/tag/previsoes-macroeconomicas/#:~:text=Para%20o%20acumulado%20em%202023,2%2C0%25%20em%202024macroeconômicas> | Carta de Conjuntura (ipea.gov.br); Acesso em: 31 março 2023.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo, Atlas, 2003.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica.** São Paulo, Atlas, 2009.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** São Paulo, Atlas, 2003.

MONTEIRO, Margarete Fatima Mezzomo; SILVA, Natalia Tomas da; SILVA, Andre Luiz Gomes da. **Análise do Método de Custeio ABC e Formação de Preços por Mark-Up: Um Estudo de Caso numa Empresa de Varejo de Madeiras.** Disponível em: Tit https://abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_208_234_27767.pdf (abepro.org.br); Acesso em: 02 julho 2023.

NAGLE, Thomas T; HOGAN, John E. **Estratégia e táticas de preço: Um guia para crescer com lucratividade.** São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2007.

PINTO, Leonardo José Seixas; MOURA, Paola Cristina Cardoso. **Formação do Preço de Venda e Estratégias de Precificação: o Caso da Leader Magazine.** Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/25414331.pdf>; Acesso em: 02 julho 2023.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva - Técnicas Para Análise de Indústrias e da Concorrência.** Brasil, ELSEVIER EDITORA, 2004.

PORTO, Gilberto. **Formação e gestão de preços**. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2014.

SARTORI, Eloi. **Gestão de Preços: Estratégia e Flexibilização de Preços, Fidelização de Clientes e Aumento de Rentabilidade**. São Paulo, Atlas, 2004.

SEBRAE. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. Disponível em: Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas - Se <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD?codUf=26brae>; Acesso em: 17 junho 2023.

SEBRAE. **Os 6 pilares de uma gestão eficiente**. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/gestao-eficiente>; Acesso em: 17 junho 2023.

SERASA. **Precificação de produtos: Como definir preço em seus produtos e serviços**. Disponível em: <https://empresas.serasaexperian.com.br/blog/precificacao-de-produtos-como-definir-preco-em-seus-produtos-e-servicos>/cação de produtos e serviços: como definir preço e entender o valor ([serasaexperian.com.br](https://empresas.serasaexperian.com.br)); Acesso em: 17 junho 2023.

VALOR INVESTE. **Quase 80% das empresas brasileiras não dura dez anos**. Disponível em: Quase 80% das empresas bra <https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2021/10/22/quase-80-pontos-percentuais-das-empresas-brasileiras-no-dura-dez-anos-diz-ibge.ghhtmlsileiras> não dura dez anos, diz IBGE | Empreenda | Valor Investe ([globo.com](https://valorinveste.globo.com)); Acesso em: 17 junho 2023.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e método**. Porto Alegre, Bookman, 2005.

_____. **Decreto Nº 9.580, de 25 de novembro de 2018**. Regulamenta a tributação, a fiscalização, a arrecadação e a administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza. D.O.U. Brasília, 2018. Disponível em: D9580 ([planalto.gov](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Decreto/D9580.htm) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Decreto/D9580.htm); Acesso em: 11 setembro 2023.

_____. **Lei Complementar N° 123, de 14 de dezembro de 2006.** Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999.. D.O.U. Brasília, 2006. Disponível em: Lcp
1https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm#art8823 (planalto.gov.br); Acesso em: 15 setembro 2023.

_____. **Resolução CFC N° 1.390, de 30 de março de 2012.** Dispõe sobre o Registro Cadastral das Organizações Contábeis.. Disponível em: RES_1390.pdf (cfc.org.
https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/RES_1390.pdf) ; Acesso em: 27 agosto 2023.

_____. **Resolução CFC N° 1.590, de 19 de março de 2020.** Regulamenta a obrigatoriedade do contrato de prestação de serviços contábeis e dá outras providências. D.O.U. Brasília, 2020. Disponível em: SRE - Sistema de Resoluções
(https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2020/001590&arquivo=Res_1590.doccfc.org.br); Acesso em: 17 junho 2023.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

Quadro 4 – Perguntas abordadas na entrevista

Qual tipo de empresa, o escritório de contabilidade se enquadra?
Qual regime tributário a empresa está inserida?
A empresa é composta por quantos sócios?
Qual número de colaboradores a empresa possui?
Qual é a data de fundação da empresa?
Quantos clientes a empresa possui?
O local físico da empresa é alugado ou próprio? Possui aproximadamente quantos m ² ?
Há uma divisão de colaboradores por departamento (ex: fiscal, contábil, pessoal, adm)?
Quais e quantos serviços a empresa oferta?
Há uma tabela de preços fixos para cada serviço?
Como a empresa precifica os serviços ofertados? É utilizado algum método de custo?
Em sua opinião, qual a importância na precificação dos serviços ofertados?
No cálculo dos preços dos serviços, qual o percentual ou valor de lucro almejado?

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)