UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS

CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANA CARLA GOMES DA SILVA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: uma percepção dos futuros profissionais

Recife

2024

ANA CARLA GOMES DA SILVA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: uma percepção dos futuros profissionais

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 Andrade

Recife

2024

ANA CARLA GOMES DA SILVA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: uma percepção dos futuros profissionais

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 26 de setembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Cacilda Soares de Andrade
Universidade Federal de Pernambuco

Joaquim Osório Liberalquino Ferreira
Universidade Federal de Pernambuco

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

Silva, Ana Carla Gomes da.
PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: uma percepção dos futuros profissionais / Ana Carla Gomes da Silva. - Recife, 2024.
38 : il., tab.

Orientador(a): Cacilda Soares de Andrade
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Contábeis - Bacharelado, 2024.
Inclui referências, apêndices.

1. Precificação. 2. Custos. 3. Serviços. I. Andrade, Cacilda Soares de . (Orientação). II. Título.

330 CDD (22.ed.)

FOLHA DE APROVAÇÃO

ANA CARLA GOMES DA SILVA

PRECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS: uma percepção dos futuros profissionais

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 26 de setembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

_____

Profa. Dra. Cacilda Andrade (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Joaquim Liberalquino (Avaliador)
Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Francisco Galvão (Avaliador)

Academia Pernambucana de Ciências Contábeis

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todas as pessoas especiais que estiveram ao meu lado durante esta jornada desafiadora e gratificante. Aos meus pais, cujo amor e sacrifício são a base de tudo que conquistei. Aos meus amigos, que foram meu refúgio nos momentos de cansaço e minha fonte de alegria nos momentos de celebração. Aos meus professores, que não só me guiaram academicamente, mas também me inspiraram a buscar sempre o melhor de mim. Cada página deste trabalho reflete não apenas meu esforço, mas também o apoio inabalável de cada um de vocês. Muito obrigada por serem minha motivação e minha força.

“Não quero ter a terrível limitação de quem vive apenas do que é passível de fazer sentido”. (LISPECTOR, 1973).

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a percepção dos futuros profissionais acerca das metodologias de precificação dos serviços contábeis. A pesquisa foi realizada com alunos do último ano do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), investigando os critérios mais relevantes para a formação de preços, como custos, valor percebido pelo cliente, concorrência e complexidade do serviço. Utilizando uma abordagem qualitativa, foram aplicados questionários aos estudantes, que relataram as percepções que consideram adequadas para o mercado de trabalho. Os resultados revelaram que a maioria dos futuros contadores tende a adotar uma metodologia de precificação baseada em custos, embora haja o reconhecimento da importância de fatores como o valor percebido e a análise de mercado. A pesquisa também destacou a falta de consenso sobre uma metodologia ideal, que varia conforme o perfil do cliente e a especificidade do serviço. Conclui-se que a precificação em contabilidade é uma atividade complexa, que exige dos profissionais contábeis a consideração tanto da necessidade de atrair clientes quanto da necessidade de manter a rentabilidade e viabilidade dos serviços prestados.

Palavras-chave: Precificação. Custos. Serviços.

ABSTRACT

This work aims to analyze the perception of future professionals regarding the methodologies for pricing accounting services. The research was conducted with final-year students of the accounting program at the Federal University of Pernambuco (UFPE), investigating the most relevant criteria for pricing, such as costs, perceived value by the client, competition, and service complexity. Using a qualitative approach, questionnaires were applied to the students, who reported the perceptions they consider appropriate for the job market. The results revealed that most future accountants tend to adopt a cost-based pricing methodology, although there is an acknowledgment of the importance of factors such as perceived value and market analysis. The research also highlighted the lack of consensus on an ideal methodology, which varies according to the client's profile and the specificity of the service. It is concluded that pricing in accounting is a complex activity that requires accounting professionals to consider both the need to attract clients and the need to maintain the profitability and viability of the services provided.

Keywords: Pricing. Costs. Services.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Familiarização com o tema 24
Gráfico 2 – Experiência em precificação de serviços contábeis.....24
Gráfico 3 – Nível de conforto ao precificar serviços contábeis.....25
Gráfico 4 – Principais dificuldades ao precificar serviços contábeis.....26

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CFC	Conselho Federal de Contabilidade
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 8
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA 8
1.2. JUSTIFICATIVA 9
1.3. OBJETIVOS 10
1.3.1. Objetivo Geral 10
1.3.2. Objetivos Específicos 10
2. REFERENCIAL TEÓRICO 12
2.1. CUSTOS E DESPESAS 12
2.2. CUSTOS NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÁBEIS 13
2.3. PREÇO X VALOR 15
2.4. FORMAÇÃO DE PREÇO DOS HONORÁRIOS CONTÁBEIS 16
2.5. DETERMINAÇÃO DE PREÇO COM BASE NO CONSUMO DE HORAS 17
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 19
3.1 TIPO DE PESQUISA 19
3.2 MÉTODO DA PESQUISA 19
3.3 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA 19
3.4 COLETA DE DADOS 20
3.5 ANÁLISE DOS DADOS 20
4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS 21
4.1. PERFIL DOS RESPONDENTES 21
4.2. FAMILIARIDADE COM O TEMA 21
4.3. NÍVEL DE CONFORTO NA PRECIFICAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÁBEIS 23
4.4. DESAFIOS NA PRECIFICAÇÃO E ESTRATÉGIAS PARA SUPERÁ-LOS 24
4.5. PERCEPÇÃO DE VALOR E PREÇO 25
CONSIDERAÇÕES FINAIS 27
REFERÊNCIAS 29
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO 31

1. INTRODUÇÃO

A precificação dos serviços contábeis é uma questão desafiadora para os futuros profissionais, principalmente pela ausência de uma regulamentação específica que guie esse processo. O Conselho Federal de Contabilidade (CFC) não estabelece normas para a formação de preços, deixando aos contadores a responsabilidade de determinar seus honorários com base em suas próprias percepções, experiências e critérios.

Este trabalho se propõe a analisar a percepção dos futuros profissionais acerca da precificação dos serviços contábeis. Para tanto, foi realizada uma pesquisa com alunos concluintes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), utilizando um questionário que buscou explorar suas percepções sobre o tema.

No referencial teórico, são discutidos conceitos importantes, como o conceito de custos e despesas, a diferença entre preço e valor e a apuração prévia dos custos envolvidos na prestação de serviços. Além disso, são abordados métodos como a precificação baseada no consumo de horas e no valor percebido pelo cliente, fundamentais para a prestação de serviços intangíveis.

O objetivo deste trabalho é oferecer uma análise sobre a percepção dos futuros profissionais sobre as práticas de precificação, destacando os principais desafios e propondo estratégias para superá-los.

1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

A precificação dos honorários contábeis tem sido um tema de intensos debates ao longo dos anos, refletindo a complexidade inerente à determinação do valor justo pelos serviços prestados. Enquanto alguns profissionais recorrem a tabelas de honorários padrão da classe, outros confiam em abordagens baseadas no senso comum, e há ainda aqueles que desenvolvem seus próprios modelos de cálculo para estabelecer orçamentos. Essa diversidade de métodos evidencia a inexistência de uma fórmula única e universalmente aceita, resultando em um grande conflito sobre qual abordagem é a mais eficiente para encontrar o preço adequado.

A falta de consenso na precificação dos serviços contábeis é atribuída a uma série de fatores. Em primeiro lugar, a natureza altamente personalizada e variável dos

serviços contábeis impede a aplicação de uma abordagem padronizada. Cada cliente pode apresentar necessidades, exigências e complexidades diferentes, o que torna difícil estabelecer um modelo de precificação que se aplique uniformemente a todas as situações. Além disso, o contexto econômico, regulatório e competitivo em constante mudança adiciona uma camada adicional de complexidade, influenciando as percepções de valor e as expectativas dos clientes em relação aos serviços contábeis.

Outro desafio significativo é a falta de clareza sobre os critérios que devem orientar a precificação dos serviços contábeis. Enquanto alguns profissionais priorizam a maximização dos lucros, outros buscam estabelecer preços competitivos que garantam a aquisição e a retenção de clientes. Essas abordagens muitas vezes conflitantes refletem diferentes concepções de valor e estratégias comerciais, tornando ainda mais difícil chegar a um consenso sobre as melhores práticas de precificação.

Diante desse contexto complexo e multifacetado, surge a necessidade de investigar e compreender as diversas percepções de precificação dos serviços contábeis dos futuros profissionais. Ao explorar as estratégias, desafios e oportunidades associados à precificação na perspectiva dos graduandos, este projeto de pesquisa visa fornecer insights valiosos que possam informar e aprimorar as práticas de precificação no campo contábil. Dessa forma, busca-se contribuir para o desenvolvimento de uma abordagem mais informada e eficaz para a precificação dos serviços contábeis, promovendo assim o sucesso e a sustentabilidade das práticas profissionais e empresariais nesta área.

Diante das premissas apresentadas, pergunta-se: Qual a percepção dos futuros profissionais contábeis acerca dos desafios na precificação dos serviços contábeis?

1.2. JUSTIFICATIVA

A pesquisa sobre a precificação dos serviços contábeis para futuros profissionais é fundamental por diversas razões, a primeira delas é o fato de existir uma lacuna significativa de conhecimento sobre como os profissionais abordam esse desafio.

Compreender suas práticas e estratégias é essencial para orientar futuras ações e melhorias.

Também pode-se destacar o impacto na sustentabilidade profissional que a habilidade de precificar adequadamente os serviços contábeis pode promover. Os futuros profissionais podem enfrentar desafios únicos nesse aspecto, dado seu estágio inicial de carreira e falta de experiência prática.

Ao investigar a percepção dos futuros profissionais sobre as estratégias de precificação, esta pesquisa pode fornecer diretrizes valiosas que contribuirão para o desenvolvimento profissional contínuo desses indivíduos. Isso pode incluir orientações sobre melhores práticas, identificação de áreas de melhoria e estímulo à inovação.

A pesquisa sobre a precificação dos serviços contábeis tem implicações diretas para a formação acadêmica em contabilidade. Ao compreender as práticas do mundo real, os educadores podem adaptar seus currículos para melhor preparar os estudantes para os desafios enfrentados na profissão contábil.

As percepções derivadas desta pesquisa podem ajudar as empresas contábeis a tomar decisões mais informadas sobre suas estratégias de precificação, resultando em uma melhor gestão financeira, competitividade no mercado e satisfação do cliente.

Portanto, esta pesquisa é justificada pela sua capacidade de preencher lacunas de conhecimento, contribuir para o desenvolvimento profissional, beneficiar a formação acadêmica e impactar positivamente a tomada de decisão empresarial no campo contábil.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo Geral

Analisar a percepção dos futuros profissionais sobre a precificação dos serviços contábeis, destacando os principais desafios.

1.3.2. Objetivos Específicos

Explorar os métodos de precificação de serviços contábeis, disponíveis na literatura;

Mapear os métodos de precificação mais comuns percebidos pelos futuros profissionais contábeis;

Coletar dados sobre as dificuldades percebidas pelos futuros profissionais na precificação de serviços contábeis;

Analisar as estratégias específicas percebidas pelos futuros profissionais para superar os desafios da precificação dos serviços contábeis;

Estudar a relação entre a percepção de valor e a precificação dos serviços.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. CUSTOS E DESPESAS

Uma gestão de custos eficiente, com as devidas apropriações, tanto na prestação de serviços contábeis quanto em outras áreas, constitui uma ferramenta essencial para que os prestadores de serviços alcancem seus objetivos. De acordo com Silva (2006), os custos são uma importante ferramenta de gestão nas empresas de serviços, sendo fundamentais tanto para o gerenciamento das operações quanto para a tomada de decisões em investimentos.

É relevante compreender a definição de custos e despesas de maneira geral, pois a apropriação de custos varia entre atividades comerciais, industriais e de serviços. Conforme Marion e Ribeiro (2011), para um gerenciamento eficaz de qualquer organização, é necessário considerar não apenas a estrutura organizacional, mas também a composição dos custos do serviço que se pretende prestar.

Os custos podem ser classificados como diretos ou indiretos, fixos ou variáveis. Os custos diretos, por definição, estão diretamente relacionados à atividade, enquanto os indiretos podem ter uma relação mais dispersa, envolvendo diversos centros de custos. Além disso, existem os chamados custos semifixos e semivariáveis, que apresentam componentes fixos e variáveis em suas estruturas (MARION; RIBEIRO, 2011).

De acordo com Garrison, Noreen e Brewer (2013), um custo direto é aquele que pode ser associado de forma fácil e conveniente a um objeto de custo específico. Souza e Clemente (2011) reforçam que os custos diretos são identificáveis por unidade de produto ou serviço.

Já os custos indiretos, segundo Garrison, Noreen e Brewer (2013) são custos que não podem ser atribuídos diretamente a um objeto de custo específico, necessitando de um rateio proporcional.

Quanto à variabilidade, os custos fixos são aqueles que permanecem constantes independentemente da quantidade produzida ou do volume de serviços prestados.

Souza e Clemente (2011) destacam que esses custos não variam de acordo com o nível de atividade da empresa. Garrison, Noreen e Brewer (2013) reforçam que os custos fixos se mantêm estáveis dentro de certos limites de produção, como ocorre com despesas de aluguel e depreciação.

Por outro lado, os custos variáveis são aqueles que aumentam ou diminuem de acordo com o volume de produção ou a prestação de serviços. Souza e Clemente (2011) afirmam que esses custos estão diretamente relacionados ao nível de atividade da empresa, ou seja, quanto maior o volume produzido ou de serviços prestados, maior será o valor total desses custos. Exemplos típicos incluem matérias-primas e mão de obra diretamente associada à produção ou execução de serviços.

Embora a estratégia competitiva não seja o foco central desta pesquisa, é relevante mencionar que o controle de custos pode ser uma estratégia importante para prestação de serviços contábeis. Conhecer detalhadamente todos os custos e despesas envolvidos nas operações permite ao prestador de serviços ajustar sua precificação de maneira adequada.

2.2. CUSTOS NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÁBEIS

Quando se discute o conceito de custos no contexto dos serviços, muitas vezes a primeira ideia associada é a de um desembolso financeiro realizado pelo prestador de serviços. Contudo, é importante diferenciar que o custo, no âmbito da contabilidade, refere-se especificamente aos recursos utilizados na prestação de serviços ou produção de bens. Ou seja, o desembolso só é considerado custo quando está diretamente relacionado à aquisição ou utilização de fatores produtivos.

Para compreender melhor os conceitos básicos sobre custos, é necessário entender os seus principais elementos. No ambiente de produção, eles costumam ser classificados em três grandes categorias: materiais, mão de obra e custos indiretos de produção (gastos gerais de fabricação). Mesmo que esses elementos sejam amplamente discutidos no contexto industrial, alguns desses conceitos também podem ser adaptados ao setor de serviços.

De acordo com Marion e Ribeiro (2011), "materiais" referem-se a objetos que fazem parte do processo produtivo, mas que podem ou não compor o produto final. Quando transferido para a prestação de serviços, esse conceito abrange, por exemplo, os insumos e materiais de escritório necessários para a execução das atividades contábeis. Estes podem ser subdivididos em matérias-primas, materiais secundários e materiais de suporte, que no caso dos serviços seriam recursos operacionais e tecnológicos usados no trabalho.

A mão de obra, essencial em qualquer setor, representa o custo associado ao trabalho humano. Segundo Marion e Ribeiro (2011), é o esforço empregado no processo produtivo. No setor de serviços contábeis, a mão de obra é central, visto que o valor agregado está diretamente relacionado ao conhecimento técnico e expertise dos profissionais envolvidos.

Os custos indiretos de produção, ou gastos gerais, abrangem todos os outros dispêndios necessários para a entrega dos serviços, como aluguel de escritórios, tecnologia da informação e despesas administrativas. Esses custos, embora não estejam diretamente ligados à prestação de serviços em si, são fundamentais para garantir a estrutura operacional dos prestadores de serviços contábeis (MARION; RIBEIRO, 2011).

Sobre o conceito de custo especificamente aplicado ao setor de serviços, Souza e Clemente (2011) definem como os valores gastos em bens e serviços que foram consumidos durante a execução das atividades. Assim, no contexto da prestação de serviços contábeis, o custo está relacionado à utilização de recursos durante a execução de tarefas como a elaboração de relatórios financeiros, consultorias e auditorias.

Iudícibus (2006) também acrescenta que, na contabilidade, o custo só ocorre quando os recursos são transferidos para o processo produtivo. Aplicando essa ideia ao setor de serviços, pode-se interpretar que o custo é registrado quando o trabalho do contador é efetivamente utilizado para entregar um serviço ao cliente.

Embora os conceitos de custos sejam frequentemente aplicados a empresas manufatureiras, Garrison (2013) destaca que muitas das práticas utilizadas por essas

empresas também são relevantes para prestadores de serviços, uma vez que envolvem processos semelhantes de controle e alocação de custos.

Parisi e Megliorini (2011) ressaltam a importância da mensuração adequada dos custos. No contexto da contabilidade de custos, medir os custos significa atribuir um valor monetário aos recursos consumidos na execução de serviços. Dessa forma, ao precificar serviços contábeis, é essencial considerar não apenas os custos diretos, como mão de obra, mas também os custos indiretos, que garantem a estrutura necessária para a execução dos serviços.

2.3. PREÇO X VALOR

O valor é um conceito subjetivo que somente pode ser determinado pelos clientes (Brooks 2006). Diversas variáveis, como idade, sexo, classe social e cultura, exercem influência nesse processo. No entanto, tais características não são as únicas que determinam o valor percebido pelo cliente. A capacidade de criar valor na prestação de serviços é uma tarefa desafiadora devido à intangibilidade do serviço. Dessa forma o prestador de serviços deve compreender as necessidades de seus clientes e os desafios do mercado. A principal estratégia do negócio deve ser conhecer e entender as demandas dos clientes, desenvolvendo estratégias para oferecer vantagens competitivas com relação aos seus concorrentes, dessa forma, o valor será criado e a importância do preço diminuirá.

O preço representa a quantia monetária associada à troca de um bem ou serviço. Nesse contexto, empresas que não conseguem agregar valor aos seus serviços e se baseiam unicamente no preço correm o risco de perder lucratividade e comprometer a viabilidade contínua de seus negócios. Segundo Kotler (2001), o preço desprovido de valor agregado pode ser considerado apenas uma estratégia de sobrevivência empresarial. Por outro lado, quando o valor é agregado aos produtos ou serviços oferecidos, isso se torna um motor impulsionador para conquistar espaço no mercado.

O valor desempenha um papel fundamental na definição do preço de um produto ou serviço. Uma empresa capaz de agregar valor aos seus produtos ou serviços tem

a capacidade de estabelecer seu preço levando em consideração seus custos, despesas e a margem de lucro desejada. Consequentemente, como aponta Casas (2007), os preços são estabelecidos não apenas para cobrir os custos operacionais, mas também para garantir a lucratividade. Por outro lado, Kotler e Keller (2006) destacam que a determinação inadequada dos preços pode levar uma empresa ao desenvolvimento ou, por outro lado, pode ser um catalisador para sua falência.

2.4. FORMAÇÃO DE PREÇO DOS HONORÁRIOS CONTÁBEIS

No Brasil, não há uma legislação específica que regule de maneira detalhada a formação dos honorários contábeis. Este é um aspecto que fica a cargo do profissional e da organização, os quais devem ajustar os valores de acordo com as peculiaridades do mercado e as necessidades gerenciais. Como destacado por Monteiro (2002), a definição dos honorários contábeis é uma responsabilidade que recai sobre o profissional e a empresa, demandando uma análise cuidadosa das circunstâncias específicas, como a complexidade do trabalho, o tempo dedicado, a expertise exigida e até mesmo as condições econômicas e competitivas do setor.

Conforme diretrizes do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), não cabe aos Conselhos de Contabilidade legislarem sobre a definição de honorários, mas sim zelar pela elaboração de contratos de prestação de serviços, visando proteger e garantir os direitos dos profissionais contábeis em relação aos seus clientes.

O Código de Ética Profissional do Contabilista, regulamentado pela Resolução CFC nº 803/96, Art. 6, estipula que o contador deve formalizar um contrato de prestação de serviços e estabelecer o valor correspondente ao trabalho realizado. Esse contrato deve especificar de maneira clara quais serão as tarefas executadas e qual será o montante cobrado por cada uma delas.

No que tange à definição dos preços dos honorários contábeis, o CFC orienta os profissionais a consultarem os sindicatos de classe regionais. Estes sindicatos divulgam anualmente tabelas que sugerem valores mínimos para os honorários a serem cobrados pelos serviços prestados. Essas tabelas servem como referência e

direcionam os profissionais quanto ao estabelecimento de um valor mínimo adequado para seus serviços.

2.5. DETERMINAÇÃO DE PREÇO COM BASE NO CONSUMO DE HORAS

De acordo com Figueiredo e Fabri (2000), estabelecer os preços é uma empreitada complexa para empresas, especialmente aquelas que oferecem serviços, pois envolve uma série de variáveis. Além dos custos diretos como mão de obra e encargos sociais, há outros fatores a serem considerados. Estes incluem a qualificação do profissional, a diversidade de clientes atendidos, a complexidade das tarefas, o tempo necessário para completar o trabalho, a possibilidade de comprometer a disponibilidade para outros clientes, os resultados positivos obtidos com o serviço prestado, o local da prestação do serviço, se o cliente é recorrente ou não, a sofisticação dos equipamentos utilizados, e ainda a situação financeira do cliente e sua disposição em pagar pelo serviço requisitado. Cada um desses elementos influencia de maneira significativa na definição do preço final do serviço oferecido.

A determinação de preços apresenta uma dinâmica peculiar no campo da Contabilidade Gerencial, escapando assim de leis e normativas específicas, o que diversifica ainda mais as abordagens para precificar serviços. A Contabilidade Gerencial, como ressalta Monteiro (2002), tem como foco primordial atender às demandas internas de gestão.

Para estabelecer o preço final, é essencial considerar todos os custos diretos e indiretos, despesas, investimentos e a carga tributária incidente sobre o prestador, além do lucro almejado, como apontado por Leão (2008). Esses elementos também são contemplados em outros métodos de precificação, porém, a particularidade deste em específico reside na forma como os custos relacionados ao capital humano são quantificados.

Segundo Figueiredo e Fabri (2000), neste método específico, a mensuração dos custos se baseia na quantidade de horas dedicadas por cada profissional direto ou indireto na execução da tarefa. Isso implica em calcular o tempo gasto por cada

setor ou profissional envolvido na operação, como contadores, departamentos fiscais, recursos humanos, financeiros, recepcionistas, entre outros.

Os autores enfatizam a importância de compreender detalhadamente o serviço a ser prestado e o tipo de cliente a ser atendido, a fim de determinar com precisão quais profissionais serão necessários e quantas horas serão dedicadas por cada um na realização do trabalho.

Para obter informações detalhadas sobre o serviço e o cliente, Figueiredo e Fabri (2000) recomendam a aplicação de questionários, a fim de conhecer aspectos como atividade, porte, número de funcionários, fornecedores, clientes, notas fiscais emitidas, filiais, estrutura societária, regime tributário, entre outros.

A metodologia proposta sugere, em essência, uma distribuição proporcional de todos os gastos envolvidos na execução da tarefa, o que só é viável após uma compreensão completa do tipo de cliente a ser atendido e dos serviços necessários.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 TIPO DE PESQUISA

Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, a qual, de acordo com Lozada (2018), é um tipo de investigação voltada para as características qualitativas do fenômeno estudado, considerando a parte subjetiva do problema. Ela se preocupa com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e na explicação da dinâmica das relações sociais.

Este estudo também é uma pesquisa descritiva com o objetivo básico de descrever as características do assunto estudado. A pesquisa descritiva busca reunir e analisar muitas informações sobre o assunto estudado. Assim, o pesquisador poderá proporcionar novas visões sobre uma realidade já mapeada. Também é uma pesquisa de campo, que, de acordo com Prodanov e Freitas (2013), é aquela utilizada com o objetivo de obter informações e/ou conhecimentos sobre um problema para o qual procuramos uma resposta.

3.2 MÉTODO DA PESQUISA

A pesquisa utilizou o método indutivo, partindo da observação de dados específicos coletados através de questionários com estudantes da área contábil, para identificar padrões e formular hipóteses sobre os desafios enfrentados na precificação de serviços contábeis.

3.3 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada com alunos concluintes do Curso de Ciências Contábeis da UFPE durante os meses de maio e agosto de 2024.

3.4 COLETA DE DADOS

A pesquisa empírica foi realizada por meio da aplicação de um questionário com alunos concluintes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com o objetivo de coletar informações sobre a percepção dos futuros profissionais a respeito das práticas de precificação de serviços contábeis e sua relevância para o início de carreira. O questionário foi elaborado com base nos objetivos específicos do estudo e nas temáticas abordadas no referencial teórico.

A amostra da pesquisa foi composta por 21 estudantes em fase final de graduação. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, com o intuito de obter informações detalhadas sobre os métodos de precificação, as dificuldades percebidas e as estratégias utilizadas para superar esses desafios.

Além da pesquisa empírica, foi realizada uma revisão bibliográfica, com base em livros, artigos científicos e publicações acadêmicas. O objetivo dessa revisão é aprofundar o embasamento teórico sobre a importância da precificação adequada no setor contábil e compreender o cenário atual da precificação de serviços nesse contexto.

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados coletados por meio do questionário foi realizada de forma qualitativa, utilizando técnicas de categorização e interpretação dos resultados. Aplicou-se a análise de conteúdo para identificar padrões, tendências e os principais desafios enfrentados pelos futuros contadores em relação à precificação de serviços contábeis.

O questionário, composto por 10 perguntas, foi dividido em blocos temáticos, organizados da seguinte forma: **bloco 1** – perfil dos respondentes, questões 1 a 3; **bloco 2** – familiaridade com a precificação de serviços contábeis, questões 4 a 6; **bloco 3** – dificuldades e desafios na precificação, questões 7 e 8; **bloco 4** – estratégias para superar os desafios, questões 9 e 10.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Com base nas respostas fornecidas no questionário sobre a percepção dos concluintes acerca da precificação de serviços contábeis, foram realizadas análises dos principais pontos abordados. Esses dados foram examinados à luz do referencial teórico pertinente, permitindo uma interpretação e a identificação de correlações importantes entre a teoria observada entre os estudantes de Ciências Contábeis da UFPE.

4.1. PERFIL DOS RESPONDENTES

A pesquisa contou com a participação de estudantes do curso de Ciências Contábeis da UFPE.

Com relação ao gênero dos participantes, 52,4% são do sexo feminino, enquanto 47,6% são do sexo masculino. A Faixa etária predominante é de 20 a 30 anos (85,7%), seguido pela faixa de 30 a 40 anos (9,5%).

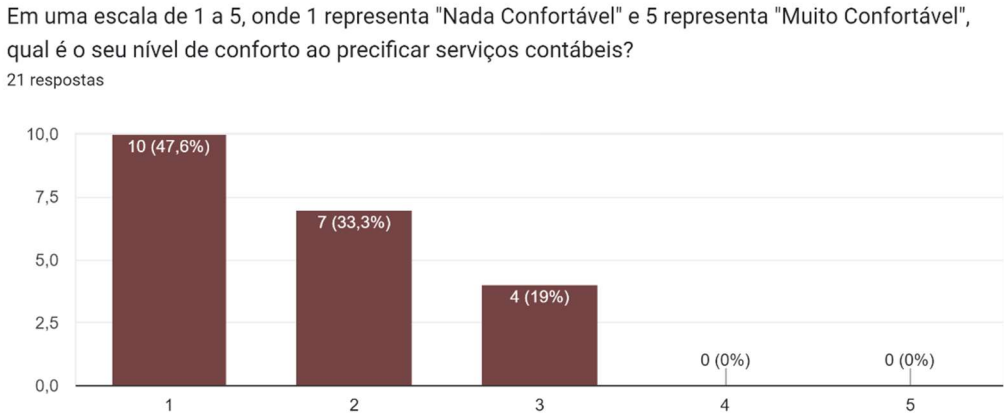
4.2. FAMILIARIDADE COM O TEMA

Quando questionados sobre a familiaridade com o conceito de precificação de serviços contábeis, foram obtidos os seguintes resultados:

4.3. NÍVEL DE CONFORTO NA PRECIFICAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÁBEIS

Os estudantes foram solicitados a avaliar seu nível de conforto ao simular a precificação de serviços contábeis utilizando uma escala de 1 a 5. Nesta escala, o valor 1 representa "nada confortável" e o valor 5 representa "muito confortável". Os resultados dessa avaliação, que refletem a percepção dos estudantes sobre sua capacidade e confiança em realizar a precificação de serviços contábeis, estão ilustrados no gráfico a seguir:

Gráfico 3: Nível de conforto ao precificar serviços contábeis



Fonte: Dados da Pesquisa

A maioria dos participantes, conforme o Gráfico 3, classificou seu nível de conforto entre 1 e 2, o que sugere que, embora esses futuros profissionais tenham adquirido algum conhecimento teórico sobre a precificação de serviços contábeis, eles ainda enfrentam consideráveis inseguranças e desafios na aplicação prática desse conhecimento. Essa classificação revela que os estudantes não se sentem suficientemente confiantes ou preparados para precificar serviços de maneira eficaz e segura, destacando a necessidade de mais treinamento e experiência prática nessa área específica.

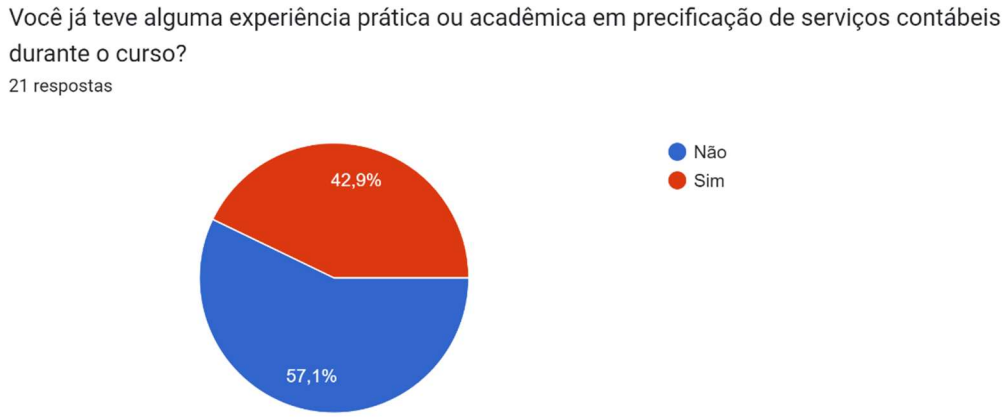
Gráfico 1: Familiarização com o tema

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme o Gráfico 1, pode-se observar que 81% dos participantes não estão familiarizados com o conceito de precificação de serviços contábeis e apenas 19% informam ter familiaridade com o tema.

A prática efetiva de precificação durante o curso está ilustrada no Gráfico 2:

Gráfico 2: Experiência em precificação de serviços contábeis

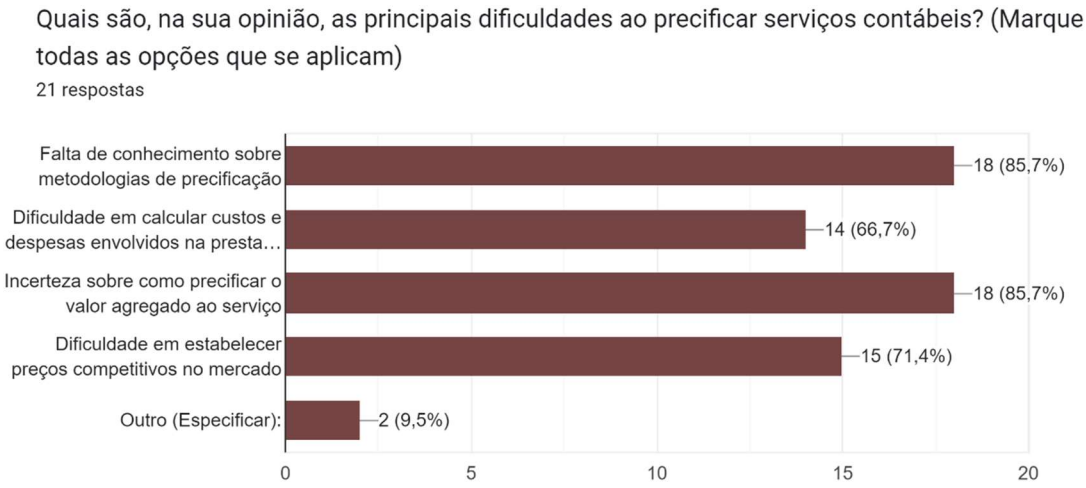


Fonte: Dados da Pesquisa

4.4. DESAFIOS NA PRECIFICAÇÃO E ESTRATÉGIAS PARA SUPERÁ-LOS

Os principais desafios apontados pelos participantes da pesquisa incluem a falta de conhecimento sobre metodologias de precificação, dificuldade em calcular custos e despesas envolvidos na prestação do serviço, incerteza sobre como precificar o valor agregado ao serviço e a dificuldade em estabelecer preços competitivos no mercado. O resultado obtido é ilustrado no Gráfico 4:

Gráfico 4: Principais dificuldades ao precificar serviços contábeis



Fonte: Dados da pesquisa

Para superar as dificuldades na precificação de serviços contábeis, os respondentes mencionaram várias estratégias utilizadas. Primeiramente, muitos futuros profissionais buscam se atualizar por meio de cursos adicionais e capacitações específicas sobre precificação. Esses cursos e *workshops* oferecem conhecimentos práticos e teóricos avançados, permitindo que os graduandos aprimorem suas habilidades e adquiram novas técnicas para uma precificação mais precisa e competitiva.

Outro método amplamente utilizado é a troca de experiências entre futuros profissionais. Participar de grupos de discussão, fóruns e redes de contatos com outros contadores permite a troca de conhecimento e a disseminação de práticas bem-sucedidas. Essas interações proporcionam um ambiente de aprendizado colaborativo, onde os graduandos podem compartilhar desafios e estratégias, obtendo novas perspectivas e soluções que podem ser adaptadas e implementadas em suas futuras práticas contábeis.

Além disso, a contratação de consultores especializados é uma prática pouco comum, porém foi mencionada na pesquisa. Esses consultores trazem uma visão externa e experiente, proporcionando *insights* valiosos e soluções personalizadas para melhorar os processos de precificação.

4.5. PERCEPÇÃO DE VALOR E PREÇO

Os participantes da pesquisa foram questionados sobre a diferença entre preço e valor, oferecendo uma perspectiva interessante sobre esses conceitos. A maioria destacou que o preço é simplesmente o montante financeiro cobrado pelo serviço contábil, representando a quantia específica que o cliente deve pagar. Segundo Duarte (2015), formar preço é atribuir valor monetário a um produto ou serviço, em que o fornecedor está disposto a aceitar em trocar e o cliente disposto a pagar para obtê-lo.

Além disso os participantes ressaltaram que o valor se refere à percepção dos benefícios e da qualidade que o serviço proporciona ao cliente. Esse valor percebido engloba aspectos como a confiança na precisão das informações fornecidas, a eficiência na resolução de problemas contábeis e o impacto positivo nos processos financeiros do cliente. A distinção entre preço e valor é fundamental para a formação de preços que sejam não apenas competitivos, mas também justos e atrativos. Ao entender essa diferença, os profissionais de contabilidade podem precificar seus serviços de maneira que reflitam adequadamente a qualidade e os benefícios oferecidos, garantindo a satisfação do cliente e a sustentabilidade financeira do

negócio. Essa abordagem holística à precificação ajuda a criar um equilíbrio entre custo e valor, facilitando uma percepção positiva e duradoura dos serviços prestados.

Os participantes também tiveram a oportunidade de compartilhar informações adicionais e comentários detalhados sobre a precificação de serviços contábeis. Muitos enfatizaram a importância de o tema ser abordado no ambiente acadêmico, com o argumento de que ao ter contato com as metodologias de precificação desde o início da graduação, os futuros profissionais estarão mais preparados para enfrentar os desafios do mercado de trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal foi compreender a percepção dos futuros profissionais sobre os desafios enfrentados na formação de preços desses serviços, bem como identificar as estratégias que eles consideram mais adequadas para superar tais desafios.

A pesquisa buscou compreender a percepção dos futuros profissionais acerca das metodologias de precificação de serviços contábeis, que através da análise dos dados fornecidos por eles comprovou-se que estes futuros profissionais possuem pouca experiência na definição de preços adequados para seus serviços. A falta de conhecimento prático e a ausência de um referencial claro para a precificação fazem com que os futuros profissionais sintam insegurança aos estabelecer seus honorários, o que pode levar a uma subvalorização do trabalho realizado e, consequentemente, à insatisfação profissional e financeira.

A ausência de mentorias e treinamentos específicos sobre precificação ao longo da formação acadêmica revelou-se um obstáculo significativo para a capacitação efetiva desses novos contadores. Durante a fase acadêmica, os estudantes de contabilidade frequentemente recebem uma formação que se concentra mais nos aspectos técnicos e teóricos da profissão, com pouca ênfase nas habilidades práticas necessárias para o mercado de trabalho, como a definição precisa dos preços dos serviços oferecidos. Essa lacuna no currículo educacional faz com que os profissionais entrem no mercado sem o preparo adequado para enfrentar os desafios reais da precificação, resultando em dificuldades para estabelecer honorários justos e competitivos.

A incerteza sobre como precificar o valor agregado ao serviço foi a principal dificuldade apontada pelos participantes da pesquisa. Este fator é especialmente importante, pois vai além dos custos tangíveis e do tempo investido na execução dos serviços. O valor agregado diz respeito à percepção dos clientes sobre a qualidade, a confiança, e a eficácia dos serviços prestados, além da reputação e da experiência do profissional contábil. Profissionais que conseguem comunicar claramente os benefícios e a superioridade de seus serviços, como a precisão nas análises, o

suporte contínuo e a capacidade de fornecer *insights* estratégicos para os negócios dos clientes, tendem a justificar preços mais elevados.

Diante desse cenário, a pesquisa sugere que a adoção de estratégias mais estruturadas e o investimento em capacitação contínua são fundamentais para que os futuros profissionais possam superar esses desafios. A utilização de ferramentas de gestão de custos, a participação em cursos e *workshops* sobre precificação e a busca por orientação de profissionais mais experientes são algumas das práticas recomendadas para melhorar a competência e a confiança na formação de preços justos e competitivos.

REFERÊNCIAS

BROOKS, Ian. **Seu Cliente pode pagar mais: Como valorizar o que você faz**. São Paulo: Fundamento Educacional, 2006.

CRUZ NETO, Benedito Pinto da. **Métodos de precificação de serviços: uma abordagem Comparativa entre os métodos de precificação de serviços Contábeis pelo custo e valor de mercado**. 2018.

DE SOUZA MIRANDA, Maiara Felipe Moreira; CARVALHO, Maria de Lourdes Monteiro. **FORMAÇÃO DE PREÇO DOS HONORÁRIOS CONTÁBEIS**. 2018.

FAGUNDES, Hernando; BROERING, Schaeine. **Precificação de honorários: fatores considerados por escritórios contábeis. Razão Contábil e Finanças**, v. 11, n. 2, 2020.

FIGUEIREDO, Sandra; FABRI, Pedro E. **Gestão de Empresas Contábeis**. São Paulo: Atlas, 2000.

GARRISON, Ray H; NOREEN, Eric W; BREWER, Peter C. **Contabilidade Gerencial**.14ª ed. – Porto Alegre, AMGH, 2013.

IUDICIBUS, Sérgio de. **Contabilidade Gerencial**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

KOTLER, Philipe. **Marketing para o século XXI: Como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 2001.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LEÃO, Nildo Silva. **Custos e orçamentos na prestação de serviços**. São Paulo: Nobel, 1999.

LOZADA, G. & nunes, K. D. S. (2018). **Metodologia científica**. 1. ed. Porto Alegre: SAGAH.

MAIA, Yunare Zacarias Bezerra et al. A importância da gestão de custos em uma empresa de serviços financeiros: um estudo de caso na nn gestão financeira. **International Journal of Scientific Management and Tourism**, v. 10, n. 3, p. e931-e931, 2024.

MARION, José Carlos; RIBEIRO, Osni moura. **Introdução a contabilidade gerencial**. São Paulo: Saraiva, 2011.

MONTEIRO, Andréa Alves Silveira. **Formação de Preço para Empresas de Serviços Contábeis**. São Paulo: 2002. Disponível em: http://www.fabianocoelho.com.br/artigos-contabilidade-gestao/Artigo-Formacao-de-preco- para-empresas-de-servico.pdf. Acesso em: 05 maio 2024.

PARISI, Cláudio; MEGLIORINI, Evandir. **Contabilidade Gerencial.** São Paulo: Atlas, 2011.

PRODANOV, C. C., & de Freitas, E. C. (2013). **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico** 2ª Edição. Editora Feevale

SILVA, Gilmar Duarte da. **Como ganhar dinheiro na prestação de serviços**. Chicletec: Maringá, 2015.

SILVA, Paulo Henrique Vaz da. **Formação de preço para serviços contábeis uma proposta de método baseado no custo padrão e custeio baseado em atividades.** 2006. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis e Atuárias) - Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2006.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. **Gestão de custos.** 2ª ed. Atlas: São Paulo, 2011

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Precificação de Serviços Contábeis

Olá!

Meu nome é Ana Carla Gomes e sob a orientação da Professora Cacilda Andrade estou desenvolvendo meu Trabalho de Conclusão do curso de Ciências Contábeis na UFPE com a temática da Precificação dos Serviços Contábeis. Para tanto conto com sua valiosa colaboração respondendo este questionário.

Desde já agradeço por seu precioso tempo. A sua participação nesta pesquisa é fundamental para compreendermos melhor o conhecimento e as dificuldades dos futuros profissionais da área em relação à precificação de serviços contábeis. Suas respostas serão tratadas com confidencialidade e serão utilizadas apenas para fins acadêmicos.

1. Gênero

   ( ) Feminino

   ( ) Masculino

   ( ) Prefiro não dizer

2. Faixa etária

   ( ) de 20 a 30 anos

   ( ) de 30 a 40 anos

   ( ) de 40 a 50 anos

   ( ) acima de 50 anos

3. Você se sente familiarizado(a) com o conceito de precificação de serviços contábeis?

7. Como você busca superar essas dificuldades? (Por exemplo: cursos adicionais. Consultoria especializada etc.)

_____
_____
_____
_____
_____

8. Para você qual a diferença entre preço e valor?

_____
_____
_____
_____
_____

9. Há mais alguma informação ou comentário que você gostaria de compartilhar sobre o tema da precificação de serviços contábeis?

_____
_____
_____
_____
_____

( ) Sim

( ) Não

4. Você já teve alguma experiência prática ou acadêmica em precificação de serviços contábeis durante o curso?

   ( ) Sim

   ( ) Não

5. Em uma escala de 1 a 5, onde 1 representa "Nada Confortável" e 5 representa "Muito Confortável", qual é o seu nível de conforto ao precificar serviços contábeis?

   ( ) 1
   ( ) 2
   ( ) 3
   ( ) 4
   ( ) 5

6. Quais são, na sua opinião, as principais dificuldades ao precificar serviços contábeis? (Marque todas as opções que se aplicam)

   ( ) Falta de conhecimento sobre metodologias de precificação
   () Dificuldade em calcular custos e despesas envolvidos na prestação de serviços
   ( ) Incerteza sobre como precificar o valor agregado ao serviço
   ( ) Dificuldade em estabelecer preços competitivos no mercado
   ( ) Outro (especificar): _____