

Revista de Administração e Contabilidade

Volume 17, Ano 2025

Feira de Santana, ID edição: 10.29327/2508556.17.1

ISSN: 2177-8426

Proposta estrutural para formação de honorários dos serviços contábeis

Rayane Bispo dos Santos

Universidade Federal de Sergipe (UFS)
Email: rayanebispo32@academico.ufs.br

Juliano Almeida de Faria

Universidade Federal da Bahia (UFS)
Email: profjalmeida@gmail.com

Alex Fabiano Bertollo Santana

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFS)
Email: alexbertollo72@gmail.com

Resumo

Esse estudo teve como objetivo a apuração dos custos, formação de preços e propor um modelo de precificação para os serviços prestados por um escritório de contabilidade, localizado na região de Itabaiana – SE, ao mesmo tempo realizar um comparativo com o estudo base que foi realizado em Maceió – AL, utilizando a metodologia por absorção. Trata-se um estudo de caso com características quantitativa e exploratória, construída no período de março de 2024, sendo possível verificar todo o processo para uma formação de preço adequada diante do cenário da empresa. A apuração dos custos foi analisada pelo método Mark-up, observando a alíquota de tributação da empresa contábil e a margem de lucro que foi estabelecida durante o estudo. A partir dessa metodologia resultou em novos preços de prestação de serviços para o escritório de contabilidade em estudo. Importante ressaltar, que a empresa em estudo tem a possibilidade de alcançar a margem de lucro observando o mercado e também com a utilização da proposta de uma gestão mais eficiente por meio do conhecimento de todos os custos do escritório, sempre com a possibilidade de mudanças significativas para alcançar avanços econômicos e organizacionais. Um dado importante nesse estudo de caso, foi o cálculo do custo de Mão de Obra Direta (MOD), através da aferição do tempo por cada cliente que contribuiu com a pesquisa. A partir desse custo, foi realizado a proposta do método Mark-up para o escritório de contabilidade localizado em Itabaiana – SE, utilizando-se a margem de lucro aferida dos clientes que representaram um resultado positivo no estudo, sendo um método eficiente e mais adequado na precificação dos serviços prestados.

Palavras-chave: Custo. Preço. Serviços. Honorários. Contábeis.

1 INTRODUÇÃO

Segundo dados do CFC (Conselho Federal de Contabilidade), feita em dezembro de 2024, no Brasil existem cerca de 95.993 mil organizações contábeis e 528.820 mil profissionais de contabilidade atuando no mercado. Com essas informações, demonstra-se a importância desses serviços e profissionais para a sociedade, pois têm um papel fundamental para transmissão de informações de aspectos financeiros e econômicos, precisos e confiáveis, que são essenciais para a gestão de todas as empresas.

Diante da evolução do mercado, a realização do controle dos custos se tornou indispensável para todas as empresas, inclusive os escritórios de contabilidade. Desse modo, com os registros e controles dos custos as empresas alcançam a transparência necessária para a tomada de decisões estratégicas (Martins, 2003; Nobre et al., 2016).

Para os escritórios de contabilidade, a mensuração dos custos da prestação de serviço para os seus clientes se tornou cada vez mais desafiadora no ambiente de negócio, devido à complexidade da identificação dos custos que influencia a cada tipo de serviço prestado. Diante desse contexto, é observado a dificuldade da prática gerencial dentro das empresas causando problemas nos cálculos para a formação de um preço adequado à realidade do mercado em que a empresa opera (Figueiredo; Fabri, 2000; Dumer *et al*, 2018).

Diante disso, esse estudo tem como objetivo geral, propor um modelo de formação de preços dos serviços contábeis prestados na cidade de Itabaiana - SE. Quanto aos objetivos específicos, 1º tem-se a realização da apuração dos custos e a formação dos preços dos serviços contábeis prestados pelo escritório contabilidade localizado em Itabaiana - SE, 2º realização de um comparativo com um estudo realizado no município de Maceió - AL, com 3º o propósito de observar cada etapa do processo, no qual ambos utilizaram a metodologia do custeio por absorção; e, por fim, a proposição do modelo a partir da comparação e adequação ao mercado contábil de Itabaiana – SE, ou seja, nesse caso, o serviço prestado no escritório de contabilidade.

Portanto, essa pesquisa é essencial para os empresários participantes, pois contribui para um melhor controle dos custos do escritório, visto que é um fator necessário tanto para o conhecimento do escritório e dos profissionais como também na gestão da empresa, uma vez que ao identificar os fatores que contribuem para isso, pode resultar em uma precificação adequada.

Esse conhecimento pode contribuir para uma gestão mais eficiente, podendo ocorrer um aumento na rentabilidade e evitando também uma subvalorização do seu serviço, onde existe o risco de cobrar um valor do serviço abaixo do que deveria ser cobrado, desse modo os empresários tem uma visão estratégica para tomadas de decisões dentro das empresas.

Outro aspecto a ser analisado, é o benefício que essa pesquisa mostra para classe contábil da região de Itabaiana - SE, pois, esse estudo apresenta o quanto é indispensável ao profissional da contabilidade estar sempre atualizado com as informações que se referem ao custeio e formação de preços dos seus honorários. A partir desse estudo, pode-se despertar nos profissionais da localidade uma revisão de como estão realizando a precificação para cada serviço prestado.

Enquanto aos estudantes do curso de Ciências Contábeis, essa pesquisa pode servir como base para estudos, pois, é uma ferramenta que tem uma importância educacional significativa, que proporciona aos discentes uma compreensão de como funciona na prática e na teoria, possibilitando um desenvolvimento acadêmico e profissional, inclusive para estudantes que almejam tornar-se empresários contábeis

Sendo assim, esse estudo tem uma relevância para o Curso de Ciência Contábeis,

relacionado a gestão financeira, planejamento, análise dos custos e também uma estratégia empresarial. Quando esse assunto é abordado no âmbito acadêmico e profissional reforça ainda mais o contexto do objetivo da contabilidade, que é o fornecimento de informações financeiras e gerenciais precisas e confiáveis sobre uma determinada empresa.

Portanto, esse estudo foi aplicado para demonstrar a necessidade dos controles dos custos nas empresas contábeis, conhecendo todas as etapas necessárias para a precificação, para que assim alcance todos os objetivos citados. Assim, haverá uma agregação de forma positiva no âmbito acadêmico e profissional, pois de acordo com a contabilidade gerencial, as informações são importantes para tomadas de decisões.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1. A Profissão Contábil no Brasil

Historicamente, a contabilidade esteve presente na vida do homem desde os primórdios das civilizações, quando o ser humano já buscava maneiras de contar, analisar e registrar bens (Zanluca, 2011). Esses registros eram fundamentais para organização social e econômica, permitindo dessa forma um controle dos recursos daquela época. Com o tempo, a contabilidade tornou-se uma ferramenta indispensável para gestão das empresas, sempre com o objetivo de promover transparência e gestão eficiente (Coelho, 2007; Marion, 2015).

A evolução da contabilidade durante os anos resultou em um reconhecimento formal da profissão, com a criação do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) no Brasil em 1946, e também seus respectivos escritórios regionais e os Concelhos Regionais de Contabilidade (CRCs). Esses órgãos foram criados com o objetivo de normalizar, fiscalizar e orientar a atuação dos contadores e técnicos contábeis, assegurando a qualidade no exercício da profissão (Coelho, 2007).

A profissão contábil no Brasil enfrenta várias mudanças no comportamento da economia, nos setores produtivos e na tecnologia, estabelecendo desafios aos profissionais. Com o avanço da tecnologia e com o uso de softwares especializados, os serviços prestados no escritório de contabilidade tornaram-se mais dinâmicos e exigentes. Além disso, as mudanças nas regulamentações fiscais e tributárias exigem adaptações constantes dos profissionais da área (Faria; Nogueira, 2007).

Nos últimos anos o mercado tornou-se cada vez mais exigente, demandando maior preparação, conhecimento e especialização dos profissionais contábeis (Faria; Nogueira, 2007). Desse modo, é necessário que o contador se aperfeiçoe para poder atuar em diversos ramos da contabilidade, pois a atualização constante é essencial para atender as exigências do mercado, garantindo assim uma maior capacidade para o profissional lidar com as demandas, inclusive com um olhar para os controles de custos da sua organização.

2.2. Controle de Custos e Formação de Preços

Os custos diretos são aqueles no qual valores estão diretamente ligados à fabricação do produto ou prestação de serviço, podem ser identificados e quantificados tanto no produto quanto no serviço prestado. Desse modo, por estarem diretamente ligados aos objetos de custeio não é necessário a utilização do método de rateio (Silva, 2010; Leone, 2010).

É importante para a continuidade operacional que as empresas tenham uma estratégia que auxilie no processo de gestão e conseqüentemente na elevação dos lucros. Para que isso aconteça, é necessário que o método para formação de preço seja eficiente. Além disso, é necessário ter o conhecimento de custos, rateios, e a mensuração adequada das despesas, pois a concorrência pode interferir no processo de precificação, e com todo esse controle alcançará um resultado mais satisfatório, seja na obtenção de lucro, como na confiança dos

clientes quanto à prestação de serviço desserviço da empresa (Padoveze, 1997; Alves, 2018)

Quando não há uma identificação dos custos para formação de preço, ou seja, quando a empresa não tem o controle dos custos para formação de preço, a mesma tem que optar pela margem de preço no mercado para que dessa forma esteja ao menos cobrando valores equilibrados. Isso pode ser verificado em pesquisas no mercado, porém é importante que a empresa tenha uma iniciativa desse controle, pois é necessário também compreender como funciona o mercado e a gestão das empresas em relação a precificação do serviço prestado (Padoveze, 1997; Cristiane; Silva, 2021).

2.3. Custos e formação de preços em escritórios de contabilidade

Por mais que seja desafiadora a mensuração de custos, seja qual for o serviço prestado, é necessário para que disponha do controle dos gastos necessários para execução do serviço (Ribeiro et al., 2012). Desse modo tais empresas poderão dispor de informações capazes de auxiliar no processo de crescimento econômico, pois poderão conseguir conhecer os custos inerentes aos serviços que realiza.

A formação do preço de venda é importante para qualquer empresa, pois é a partir do preço que o consumidor analisa o quanto está disposto a pagar, enquanto a empresa recebe em troca do serviço ou produto (Sardinha, 1995). Além do custo do produto, é essencial considerar fatores como a elasticidade da demanda, preços dos concorrentes, produtos substitutos e a estratégia de marketing da empresa, pois todos esses fatores influenciam na definição do preço (Canever et al., 2012).

Uma técnica que usa os custos de um produto ou serviço para definir seu preço de venda é o *Mark-up*. Trata-se de um método que considera os fatores como tributações, comissões de vendas, despesas fixas e a margem de lucro da empresa (Martins, 2003; Liozu; Hinterhuber, 2012; Hinterhuber; Liozu, 2014). Dessa forma, tem como objetivo calcular um valor de preço referência capaz de superar todos os custos e despesas inerentes ao item vendido, apresentando uma referência para que, se aceita pelo mercado, ofereça lucro planejado pela empresa.

O artigo elaborado pelos autores Oliveira *et al* (2020), retratou sobre o custo e a formação de preço dos serviços contábeis, o mesmo serviu como base para essa pesquisa com o escritório de Itabaiana – SE. No artigo, é notório a importância do processo para precificação dos serviços prestados nos escritórios de contabilidade, evidenciando como pode obter lucros como também evitar a subvalorização das precificações. O processo consiste na identificação dos custos com Materiais Diretos (MD), Mão de Obra Direta (MOD), Custo Indiretos de Produção (CIP) e o somatório dos mesmos junto a margem de lucro estabelecida para resultar na precificação dos serviços prestados pelo escritório de contabilidade.

2.4. Estudos Anteriores

O Quadro 1 abaixo apresenta os estudos anteriores que serviram como embasamento para formação da estrutura e metodologia desta pesquisa.

Quadro 1 - Estudos Anteriores;

Quadro 1. Estudos anteriores

Autor/ano	Objetivo	Resultado
Moreira et al. (2010)	Identificar quais custos a organização contábil Casintep incorre para prestar serviços às suas empresas clientes.	Apurou-se no estudo que a maioria das empresas clientes pesquisadas encontrava-se com o preço de seus honorários, durante o período da pesquisa, inferior ao preço calculado por meio da margem de lucro que a empresa desejava.

Farber et al. (2014)	A determinação dos custos dos serviços contábeis prestados às empresas clientes de um escritório de contabilidade em Registro/SP.	O escritório não está tendo o lucro desejado em quase todas as empresas clientes, devido ao fato de não poder cobrar o real preço do serviço prestado por causa da concorrência.
Souza e Alves (2012)	Avaliar a forma como um escritório de contabilidade de gestão familiar realiza o controle de custos em sua rotina, a definir dos departamentos e implantar centros de custos para cada departamento.	A implementação dos centros de custos contribuirá como avaliação permanente do desempenho de seu escritório, e possibilitará o acompanhamento do desempenho de cada departamento, atribuindo responsabilidades e cobrando resultados de acordo com planejamentos pré-estabelecidos.
Nascimento et al. (2017)	Propor um modelo de gestão da estrutura de custos utilizando o método da departamentalização	O uso da metodologia de departamentalização permitirá sim ao gestor uma maior segurança na análise dos custos, possibilitando uma melhor tomada de decisão.

Fonte: Elaborado pelos autores de Oliveira *et al*, 2020.

Os modelos de precificação não podem ser limitados, visto que pode haver diferenças entre o custo e mercado. Assim, as empresas tem a possibilidade de estabelecer o preço a partir do custo mais a margem de lucro, como também seguir a faixa de preço praticado no mercado. É importante ressaltar, que existem situações em que a precificação é estabelecida com base em objetivos organizacionais das empresas, para obter retorno, porém pode acontecer o fato de que o mercado pode ou não incorporar esses preços definidos a partir do custo e investimentos (Figueiredo, Caggiano, 1997; Padoveze, 2013; Oliveira *et al*, 2020).

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

O objetivo geral da pesquisa é propor um modelo de formação de preços dos serviços contábeis prestados na cidade de Itabaiana - Se. Quanto ao desenvolvimento da pesquisa, a mesma é classificada como quantitativa, com natureza aplicada. Em relação aos objetivos da pesquisa, é classificada como descritiva, na qual está diretamente ligada aos dados que foram trabalhados para proporcionar, dessa forma, uma ligação com o problema, possibilitando a construção da comparação e geração do modelo proposto (Gil, 2023).

Enquanto aos procedimentos técnicos, foram utilizados os procedimentos de pesquisa bibliográfica para identificação dos estudos que já foram publicados, como também, um comparativo com a pesquisa de base. Além disso, para a replicação do método proposto pela pesquisa base foi utilizado um estudo de caso.

3.2 Coleta e Tratamento dos Dados

Foi desenvolvida a coleta de dados a partir da análise documental, como relatórios internos, planilhas e foi utilizado também informações contábeis as quais foram coletadas em um banco de dados do sistema em que o escritório de contabilidade utiliza, sempre fazendo um comparativo e com base inicial no estudo que foi realizado por Oliveira *et al*, 2020.

Foram apresentadas 39 empresas que são tomadoras de serviços do escritório de contabilidade localizado em Itabaiana – SE, que foram estabelecidas para o estudo no período de Agosto/2024, no qual colaboraram efetivamente da receita de honorários contábeis do escritório. Cada uma com características específicas de forma de tributação e seus respectivos ramos de atividades, com base nas informações que foram estudadas no estudo anterior em Maceió - AL.

Para atendimento do objetivo específico 1, a saber: realização da apuração dos custos e a formação dos preços dos serviços contábeis prestados pelo escritório contabilidade localizado em Itabaiana – SE, foram realizados os seguintes procedimentos: inicialmente foi realizado uma coleta de dados de 39 empresas, com informações importantes como atividade econômica,

regime tributário e porte de cada empresa. Posteriormente foi identificado quais são os materiais diretos na prestação de serviço, o custo da mão de obra direta com base nos dias úteis e horas efetivamente trabalhadas por cada colaborador do escritório de contabilidade, e também foi identificado os custos indiretos de produção com base nos materiais utilizados no escritório de contabilidade. Desse modo, com todas essas informações, resultou no custo total dos serviços prestados por cada empresa, ou seja, por cada cliente do escritório.

Quanto o objetivo específico 2, que é realização de um comparativo com um estudo realizado no município de Maceió - AL, com o propósito de observar cada etapa do processo, no qual ambos utilizaram a metodologia do custeio por absorção, optou-se pela realização dos procedimentos no qual foi utilizado o método Mark-up, com base na margem de lucro da empresa e também a alíquota tributária em que a empresa se enquadrava no Simples no período do estudo. Para fazer a precificação, foi utilizado o custo total dos serviços prestados e aplicado o Mark-up.

A partir desse ponto, foi analisado os dados e feito um comparativo entre os escritórios de contabilidade de Itabaiana – SE e Maceió – AL, podendo ser analisado o preço praticado e o preço apurado, que resultou em lucro e também prejuízo, pois, com base nos dados algumas empresas estava com o preço praticado abaixo do preço apurado, ou seja, o custo daquela empresa estava sendo maior e estava sendo cobrado um honorário inferior, obtendo desse modo um prejuízo, como também ocorreu o contrário, resultando em um lucro. Portanto, é sempre importante observar todos esses fatores, para evitar uma subvalorização do seu serviço, para que dessa forma os empresários tenham uma visão estratégica para tomada de decisões em suas empresas.

Por fim, foi possível realizar a proposição do modelo a partir da comparação e adequação ao mercado contábil de Itabaiana – SE por meio dos procedimentos de precificação a partir do cálculo de mão de obra por tempo, ou seja, as horas efetivamente utilizadas para prestação de serviço de cada empresa. Além disso, como o escritório de contabilidade de Itabaiana – SE não havia uma margem de lucro pré-estabelecida, de acordo com os dados analisados foi proposto uma margem de lucro utilizando a diferença entre o preço praticado e o preço apurado das empresas que obtiveram lucro, e enquanto a apresentação do Mark-up foi elaborada a partir da alíquota tributária em que a empresa se enquadrava no período do estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Apuração dos Custos Diretos

Em relação a apuração dos custos diretos, foi feito uma subdivisão na apuração dos custos dos materiais diretos (MD) e também dos custos de mão de obra direta (MOD), com o objetivo de identificar e apurar de forma separada os recursos que foram utilizados de maneira direta no processo de prestação de serviços do escritório de contabilidade.

4.1.1 Custos dos Materiais Diretos

Enquanto aos custos dos Materiais Diretos (MD), são caracterizados de acordo com o consumo dos materiais do escritório em geral, ou seja, as resmas de papel, canetas, grampos, toner e cartuchos, entre outros materiais. Para realizar essa identificação dos custos dos materiais diretos, foi necessário ter um controle do consumo do escritório durante o período em que estava sendo feito o estudo de caso, desse modo foi possível identificar os custos do Material Direto (Material Direto) consumido por cada cliente, que podem ser observados na Tabela 1.

Tabela 1. Custos com materiais diretos

ITABAIANA-SE		MACEIÓ - AL	
Empresas	Materiais (em R\$)	Empresas	Materiais (em R\$)
Cliente 1	30,71	Cliente 1	4,98
Cliente 2	23,36	Cliente 2	1,04
Cliente 3	31,37	Cliente 3	3,13
Cliente 4	16,02	Cliente 4	2,61
Cliente 5	25,70	Cliente 5	9,46
Cliente 6	16,69	Cliente 6	14,94
Cliente 7	30,71	Cliente 7	9,96
Cliente 8	20,03	Cliente 8	5,22
Cliente 9	30,71	Cliente 9	9,46
Cliente 10	23,36	Cliente 10	3,13
Cliente 11	38,05	Cliente 11	10,44
Cliente 12	20,03	Cliente 12	2,09
Cliente 13	23,36	Cliente 13	1,04
Cliente 14	26,70	Cliente 14	4,98
Cliente 15	46,39	Cliente 15	1,04
Cliente 16	32,04	Cliente 16	3,13
Cliente 17	17,36	Cliente 17	4,94
Cliente 18	65,68	Cliente 18	9,96
Cliente 19	30,71	Cliente 19	4,59
Cliente 20	36,38	Cliente 20	9,87
Cliente 21	56,41	Cliente 21	9,46
Cliente 22	30,71	Cliente 22	4,73
Cliente 23	33,38	Cliente 23	5,22
Cliente 24	24,36	Cliente 24	7,83
Cliente 25	30,04	Cliente 25	4,98
Cliente 26	30,71	Cliente 26	4,98
Cliente 27	80,10	Cliente 27	4,73
Cliente 28	50,73	Cliente 28	2,09
Cliente 29	22,03	Cliente 29	5,22
Cliente 30	16,69	Cliente 30	6,26
Cliente 31	31,04	Cliente 31	14,94
Cliente 32	30,04	Cliente 32	4,98
Cliente 33	48,06	Cliente 33	4,73
Cliente 34	48,73	Cliente 34	9,96
Cliente 35	80,10	Cliente 35	4,98
Cliente 36	73,43	Cliente 36	2,09
Cliente 37	23,36	Cliente 37	2,09
Cliente 38	28,04	Cliente 38	5,22
Cliente 39	16,69	Cliente 39	6,26
TOTAL	1.340,00	TOTAL	226,76

Fonte: Elaborado pelos autores adaptado de Oliveita *et al*, 2020.

Os valores que estão sendo apresentados na tabela em relação a empresa de Maceió – AL e a empresa de Itabaiana -SE, são encontrados com base no percentual de faturamento de cada empresa que está sendo estudada. Desse modo, o resultado é utilizado para fazer a multiplicação com o valor total dos custos com materiais do mês selecionado para análise, Maceió outubro/2018 e Itabaiana -SE agosto/2024.

$$\text{Materiais} = \frac{\text{Receita do Cliente}}{\text{Receita Total (Soma de todos os clientes)}} \times \text{Total dos materiais diretos}$$

4.1.2 Custo de Mão de Obra Direta

Para identificar o custo de mão de obra (MOD), foi feito a apuração com informações referentes ao número de dias úteis e de horas efetivamente trabalhadas de cada funcionário. Importante ressaltar, que foi considerado fatores como rotina diária e o comportamento de cada colaborador da empresa que estava sendo estudada, e também foi aplicado uma improdutividade de 10% relacionado à ociosidade, que foi deduzida a partir da carga horária trabalhada, resultando assim em números de horas efetivamente trabalhadas por cada empregado no período estabelecido.

Nas tabelas 2 e 3 a seguir, são apresentados os números de horas disponíveis e os efetivamente trabalhados por cada colaborador e sócios do escritório de contabilidade, sendo possível fazer um comparativo entre os dois estudos.

Tabela 2. Tempo total disponível-referente a agosto/2024

ITABAIANA-SE - Tempo total disponível-referente a AGOSTO/2024				
	1	2	Sócio	Sócio
Nº de Dias	31	31	31	31
(-) Domingos	-4	-4	-4	-4
(-) Sábados	-5	-5	-5	-5
(-) Feriados	-1	-1	-1	-1
(=) Dias úteis	21	21	21	21
(x) Nº de horas/dias	8h	8h	8h	8h
(=) Nº horas disponíveis	168h	168h	168h	168h
(-) Tempo ocioso – 10%	(16,8h)	(16,8h)	(16,8h)	(16,8h)
(=) Tempo Disponível Total	151,2h	151,2h	151,2h	151,2h

Fonte: Adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

A Tabela 3 especifica a apuração do tempo total disponível no artigo em referência, o qual foi replicado neste trabalho de modo comparativo.

Tabela 3. Tempo total disponível-referente a outubro/2018

MACEIÓ-AL- Tempo total disponível-referente a outubro/2018									
	1	2	3	4	5	7	8	9	Sócio
Nº de Dias	31	31	31	31	31	31	31	31	31
(-) Domingos	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4
(-) Sábados	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4
(-) Feriados	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2
(=) Dias úteis	21	21	21	21	21	21	21	21	21
(x) Nº de horas/dias	4h	8h	8h	8h	4h	8h	Afast	8h	4h
(=) Nº H.Disp.	84h	168h	168h	168h	84h	168h	Afast	168h	84h
(-) T.O. – 10%	(8,4h)	(16,8h)	(16,8h)	(16,8h)	(8,4h)	(16,8h)	Afast	(16,8h)	(8,4h)
(=) T.D.T.	75,6h	151,2h	151,2h	151,2h	75,6h	151,2h	Afast	151,2h	75,6h

Fonte: Oliveira *et al*, 2020.

Legenda: T.O.: Tempo Ocioso; H.Disp.: Horas disponíveis.

Diante disso, os valores encontrados foram base para estabelecer o custo por hora trabalhada de cada funcionário, que resultou através da divisão do custo total do funcionário e do seu tempo efetivamente disponível, conforme Tabela 4:

Tabela 4. Apuração dos Custos com Mão-de-Obra (em R\$) – Itabaiana/SE

Custos	Funcionários		Sócio	Sócio	TOTAL
	1	2			
Salário mensal	1.512,00	1.512,00	6.000,00	6.000,00	15.024,00
13º Salário (1 mês de x 1/12)	126,00	126,00	-	-	252,00
Férias (1 mês de Salário x 1/12)	126,00	126,00	-	-	252,00
Gratificação	-	-	-	-	-
de Férias 1/12 de 1/3	42,00	42,00	-	-	84,00
Remuneração	-	-	-	-	-
INSS	114,9	114,9			229,80
FGTS	120,96	120,96	-	-	241,92
Benefícios Sociais	-	62,04	-	-	62,04
Custo Total	2.041,86	2.103,90	6.000,00	6.000,00	16.145,76
Tempo disponível (h)	151,2	151,2	151,2	151,2	604,8
Custo por hora	13,5	13,91	39,68	39,68	26,70

Fonte: Adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Na Tabela 4 pode ser analisado que, no período em que a pesquisa é realizada no escritório de Itabaiana - SE, o tempo total disponível foi de 604,8 hs. Em relação ao custo total, com as informações de todos os funcionários foi de R\$ 16.145,76. Desse modo, resultou em uma média de custo de mão de obra direta de R\$ 26,70 por hora.

Tabela 5. Apuração dos Custos com Mão-de-Obra (em R\$) - Maceió/AL

Custos	Funcionários									Total
	1	2	3	4	5	7	8	9	Sócio	
Salário mensal	500,00	2.198,02	1.927,00	1.457,38	500,00	1.310,00		1.049,00	2.500,00	11.441,40
13º Salário (1 mês de Salário x 1/12)		183,17		121,45				87,42	208,33	600,37
Férias (1 mês de Salário x 1/12)		183,17		121,45				87,42		392,04
Gratificação de Férias 1/12 de 1/3		61,06		40,48				29,14		130,68
Remuneração										
INSS		197,82		116,59				83,92	104,94	503,27
FGTS		175,84		116,59				83,92		376,35
Benefícios Sociais		479,9					470,67	368,93	1089,35	2.408,85
Custo Total	500,00	3.478,97	1.927,00	1.973,94	500	1.310,00	470,67	1.789,74	3.902,62	15.852,94
Tempo disponível (h)	75,6h	151,2h	151,2h	151,2h	75,6h	151,2h		151,2h	75,6h	982,80
Custo por hora	6,61	23,01	12,74	13,06	6,61	8,66		11,84	51,62	16,13

Fonte: Oliveira *et al*, 2020.

Comparado com a pesquisa que foi realizada em Maceió – AL, conforme Tabela 5, o tempo total disponível foi de 982,8 hs, o custo total de R\$ 15.852,94 e uma média de custo de

mão de obra direta de R\$ 16,13. Sendo assim, cabe destacar que houve algumas variações comparando com a pesquisa de Itabaiana -SE por causa dos dados, porém nas duas pesquisas foram estabelecidas a mesma metodologia.

4.2 Custos Indiretos de Produção

Durante o mês de agosto de 2024, os Custos Indiretos de Produção (CIP) somaram R\$ 2.602,91, conforme os dados coletados de todos os sistemas que são utilizados pelo escritório de Itabaiana – SE. Enquanto na empresa de Maceió – AL, o Custo Indiretos de Produção (CIP) foi de R\$ 5.586,21 durante o mês de agosto de 2018. A seguir, pode ser observado todos os insumos que fazem parte dos custos indiretos e seus respectivos valores.

Tabela 6. Custos Indiretos de Produção

Custos Indiretos	Custos Indiretos de Produção	
	Valor (em R\$)	
	Itabaiana - SE	Maceió - AL
Material de limpeza	160,00	70,00
Energia	677,65	552,22
IPTU	-	303,95
Internet	79,90	153,44
Telefone	213,18	214,03
Sistema Alterdata	790,68	-
Sistema Domínio	-	390,15
Sistema SCI (software contábil)	-	-
Doações	-	500,00
Contribuição associativa (CRC do sócio, Associação Comercial)	151,50	65,00
Gastos com cartório	-	161,64
Gastos com veículos (emplacamento, estacionamento, lava jato)	-	73,00
Locação de moto	-	10,00
Cursos e treinamentos (capacitação)	530,00	100,00
Gastos com faxineira e serviços prestados de informática	-	236,94
Seguro de responsabilidade civil	-	186,90
Sistema de alarme	-	148,41
Publicidade e propaganda (site da empresa)	-	198,9
Gastos com combustíveis do sócio e do motoboy	-	80,00
Parcelamento de tributos (Simples Nacional)	-	1.343,42
Juros e multas	-	310,31
Tarifas bancárias	-	116,22
Gastos com descartáveis, água mineral e alimentos	-	296,76
Tributa Net	335,00	74,92
Total	2.602,91	5.586,21

Fonte: Elaborado pelos autores adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

O método de rateio estabelecido, para a distribuição do total dos Custos Indiretos de Produção (CIPs) relacionados as empresas, foi a contribuição mensal da receita de honorários recebidas por cada empresa estudada, em relação ao total da receita total de honorários do escritório multiplicado assim pelo valor total dos custos indiretos, como pode ser observado na fórmula a seguir:

$$\text{Rateio} = \frac{\text{Receita do Cliente}}{\text{Receita Total (Soma de todos clientes)}} \times \text{Total dos CIPs}$$

A próxima tabela, demonstra o valor total dos custos indiretos de cada empresa estudada.

Tabela 7. Valor dos Custos Indiretos de cada Empresa

Empresas	Percentual do Faturamento		Total dos CIPs (em R\$)	
	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL
Cliente 1	2,29%	2,20%	59,65	122,66
Cliente 2	1,74%	0,46%	45,38	25,72
Cliente 3	2,34%	1,38%	60,94	77,15
Cliente 4	1,20%	1,15%	31,12	64,39
Cliente 5	1,92%	4,17%	49,92	233,06
Cliente 6	1,25%	6,59%	32,42	367,98
Cliente 7	2,29%	4,39%	59,65	245,32
Cliente 8	1,49%	2,30%	38,9	128,58
Cliente 9	2,29%	4,17%	59,65	232,98
Cliente 10	1,74%	1,38%	45,38	77,15
Cliente 11	2,84%	4,60%	73,91	257,15
Cliente 12	1,49%	0,92%	38,9	51,43
Cliente 13	1,74%	0,46%	45,38	25,72
Cliente 14	1,99%	2,20%	51,87	122,66
Cliente 15	3,46%	0,46%	90,12	25,72
Cliente 16	2,39%	1,38%	62,24	77,15
Cliente 17	1,30%	2,18%	33,71	121,63
Cliente 18	4,90%	4,39%	127,59	245,32
Cliente 19	2,29%	2,03%	59,65	113,15
Cliente 20	2,71%	4,35%	70,67	243,27
Cliente 21	4,21%	4,17%	109,57	233,06
Cliente 22	2,29%	2,09%	59,65	116,53
Cliente 23	2,49%	2,30%	64,83	128,58
Cliente 24	1,82%	3,45%	47,33	192,86
Cliente 25	2,24%	2,20%	58,35	122,66
Cliente 26	2,29%	2,20%	59,65	122,66
Cliente 27	5,98%	2,09%	155,6	116,53
Cliente 28	3,79%	0,92%	98,55	51,43
Cliente 29	1,64%	2,30%	42,79	128,58
Cliente 30	1,25%	2,76%	32,42	154,29
Cliente 31	2,32%	6,59%	60,29	367,98
Cliente 32	2,24%	2,20%	58,35	122,66
Cliente 33	3,59%	2,09%	93,36	116,53
Cliente 34	3,64%	4,39%	94,66	245,32
Cliente 35	5,98%	2,20%	155,6	122,66
Cliente 36	5,48%	0,92%	142,63	51,43
Cliente 37	1,74%	0,92%	45,38	51,43
Cliente 38	2,09%	2,30%	54,46	128,58
Cliente 39	1,25%	2,76%	32,42	154,29
Total	100,00%	100,00%	2.602,91	5.586,25

Fonte: Elaborado pelos autores adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

É observado nos valores de Custos Indiretos de Produção (CIP) da empresa de Itabaiana - SE que há algumas diferenças no percentual de faturamento, logo há uma variação entre 1,20% à 5,98%, que são as duas alíquotas que tem a maior diferença entre as mesmas. Em relação as outras alíquotas, existe uma aproximação maior. Enquanto a empresa de Maceió -

AL, pode ser observado que as alíquotas mais diferentes são entre 0,46% e 6,59%, de acordo com os dados analisados.

4.3 Custos dos Serviços Prestados

Verificando as informações dos custos de cada cliente, de acordo com os seus faturamentos, é notório a visibilidade da mão de obra direta, que condiz com a tabela 8.

Tabela 8. Custos Total dos Serviços Prestados por empresa

Empresas	Material Direto (em R\$)		Mão de Obra Direta (em R\$)		Custo Indireto de Produção (em R\$)		Custo Total (em R\$)	
	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL
Cliente 1	30,71	4,98	369,98	374,28	59,65	122,66	460,34	501,92
Cliente 2	23,36	1,04	281,51	78,47	45,38	25,72	350,26	105,22
Cliente 3	31,37	3,13	378,03	235,4	60,94	77,15	470,34	315,67
Cliente 4	16,02	2,61	193,03	196,46	31,12	64,39	240,18	263,46
Cliente 5	25,7	9,46	309,66	711,13	49,92	233,06	385,28	953,65
Cliente 6	16,69	14,94	201,08	1.122,84	32,42	367,98	250,18	1.505,76
Cliente 7	30,71	9,96	369,98	748,56	59,65	245,32	460,34	1.003,84
Cliente 8	20,03	5,22	241,29	392,33	38,9	128,58	300,22	526,12
Cliente 9	30,71	9,46	369,98	710,9	59,65	232,98	460,34	953,33
Cliente 10	23,36	3,13	281,51	235,4	45,38	77,15	350,26	315,67
Cliente 11	38,05	10,44	458,46	784,65	73,91	257,15	570,42	1.052,24
Cliente 12	20,03	2,09	241,29	156,93	38,9	51,43	300,22	210,45
Cliente 13	23,36	1,04	281,51	78,47	45,38	25,72	350,26	105,22
Cliente 14	26,7	4,98	321,72	374,28	51,87	122,66	400,29	501,92
Cliente 15	46,39	1,04	559,00	78,47	90,12	25,72	695,51	105,22
Cliente 16	32,04	3,13	386,07	235,4	62,24	77,15	480,35	315,67
Cliente 17	17,36	4,94	209,12	371,14	33,71	121,63	260,19	497,71
Cliente 18	65,68	9,96	791,44	748,56	127,59	245,32	984,72	1.003,84
Cliente 19	30,71	4,59	369,98	345,25	59,65	113,15	460,34	462,99
Cliente 20	36,38	9,87	438,35	742,28	70,67	243,27	545,4	995,42
Cliente 21	56,41	9,46	679,64	711,13	109,57	233,06	845,62	953,65
Cliente 22	30,71	4,73	369,98	355,57	59,65	116,53	460,34	476,82
Cliente 23	33,38	5,22	402,16	392,33	64,83	128,58	500,37	526,12
Cliente 24	24,36	7,83	293,57	588,49	47,33	192,86	365,27	789,18
Cliente 25	30,04	4,98	361,94	374,28	58,35	122,66	450,33	501,92
Cliente 26	30,71	4,98	369,98	374,28	59,65	122,66	460,34	501,92
Cliente 27	80,1	4,73	965,17	355,57	155,6	116,53	1.200,88	476,82
Cliente 28	50,73	2,09	611,28	156,93	98,55	51,43	760,56	210,45
Cliente 29	22,03	5,22	265,42	392,33	42,79	128,58	330,24	526,12
Cliente 30	16,69	6,26	201,08	470,79	32,42	154,29	250,18	631,35
Cliente 31	31,04	14,94	374,01	1.122,84	60,29	367,98	465,34	1.505,76
Cliente 32	30,04	4,98	361,94	374,28	58,35	122,66	450,33	501,92
Cliente 33	48,06	4,73	579,1	355,57	93,36	116,53	720,53	476,82
Cliente 34	48,73	9,96	587,15	748,56	94,66	245,32	730,53	1.003,84
Cliente 35	80,1	4,98	965,17	374,28	155,6	122,66	1.200,88	501,92
Cliente 36	73,43	2,09	884,74	156,93	142,63	51,43	1.100,80	210,45
Cliente 37	23,36	2,09	281,51	156,93	45,38	51,43	350,26	210,45
Cliente 38	28,04	5,22	337,81	392,33	54,46	128,58	420,31	526,12
Cliente 39	16,69	6,26	201,08	470,79	32,42	154,29	250,18	631,35
Total	1.340,00	226,76	16.145,76	17.045,41	2.602,91	5.586,25	20.088,67	22.858,30

Fonte: Elaborado pelos autores adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Diante da análise dos custos totais de cada cliente, resultado dos custos com material direto, mão de obra direta e custos indiretos, é necessário a confrontação dos valores que obteve resultado com os de mercado. Logo, é necessário realizar uma pesquisa referente a formação de preço, apresentada no contexto a seguir.

4.4 Formação de Preço

A formação de preço do escritório de contabilidade de Itabaiana – SE, teve como base a metodologia que foi aplicada no estudo de Maceió – AL. Desse modo, a metodologia utilizada para precificação foi o *Mark-up*, com base na margem de lucro de 20%, de acordo com o Sebrae, é uma margem de lucro prevista para as empresas que são prestadoras de serviços. Com isso, ao calcular o primeiro Mark-up o resultado foi no valor de 1,25.

$$I. 100\% - 20\% = 80\%$$

$$II. 100/80 = 1,25$$

Após esse resultado, foi necessário identificar a alíquota base de tributação em que o escritório de contabilidade se enquadra, que sendo optante pelo Simples Nacional se encontra na primeira faixa do anexo III, e de acordo com o seu faturamento a alíquota é de 6%, incluindo os impostos federais (PIS, COFINS, CSLL E IRPJ), representando por 4%, e municipais (ISS), representando 2%.

$$I. 100\% - 6\% = 94\%$$

$$II. 100/94 = 1,0638$$

Em seguida, deve ser feito a precificação com base no custo do serviço multiplicando pelos dois Mark-up que foi encontrado:

$$(\text{Custo do serviço} \times \text{Mark-Up } 1) \times \text{Mark-Up } 2 = \text{Preço}$$

Desse modo, encontra-se o preço apurado.

4.4.1. Comparativo Entre os Preços

Após obter resultado da precificação com base no método Mark-Up, foi feito um comparativo com os valores que são efetivamente cobrados pelo escritório de contabilidade de Itabaiana – SE. Esse mesmo método também foi utilizado na empresa de Maceió – AL, como pode ser verificado na tabela abaixo:

Tabela 9. Preço Apurado x Preço Praticado

Empresas	Preço Apurado (em R\$)		Preço Praticado (em R\$)		Diferença (em R\$)	
	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL
Cliente 1	611,69	667,45	460,00	477,00	- 151,69	190,45
Cliente 2	465,41	139,93	350,00	100,00	- 115,41	39,93
Cliente 3	624,98	419,78	470,00	300,00	- 154,98	119,78
Cliente 4	319,14	350,35	240,00	250,38	- 79,14	99,97
Cliente 5	511,95	1.268,15	385,00	906,30	- 126,95	361,85
Cliente 6	332,44	2.002,34	250,00	1.431,00	- 82,44	571,34
Cliente 7	611,69	1.334,89	460,00	954,00	- 151,69	380,89
Cliente 8	398,93	699,63	300,00	500,00	- 98,93	199,63
Cliente 9	611,69	1.267,73	460,00	906,00	- 151,69	361,73
Cliente 10	465,41	419,78	350,00	300,00	- 115,41	119,78
Cliente 11	757,96	1.399,26	570,00	1.000,00	- 187,96	399,26
Cliente 12	398,93	279,85	300,00	200,00	- 98,93	79,85
Cliente 13	465,41	139,93	350,00	100,00	- 115,41	39,93
Cliente 14	531,90	667,45	400,00	477,00	- 131,90	190,45
Cliente 15	924,18	139,93	695,00	100,00	- 229,18	39,93
Cliente 16	638,28	419,78	480,00	300,00	- 158,28	119,78
Cliente 17	345,74	661,85	260,00	473,00	- 85,74	188,85
Cliente 18	1.308,47	1.334,89	984,00	954,00	- 324,47	380,89

Empresas	Preço Apurado (em R\$)		Preço Praticado (em R\$)		Diferença (em R\$)	
	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL	Itabaiana - SE	Maceió - AL
Ciente 19	611,69	615,67	460,00	440,00	- 151,69	175,67
Ciente 20	724,71	1.323,70	545,00	946,00	- 179,71	377,70
Ciente 21	1.123,64	1.268,15	845,00	906,30	- 278,64	361,85
Ciente 22	611,69	634,07	460,00	453,15	- 151,69	180,92
Ciente 23	664,88	699,63	500,00	500,00	- 164,88	199,63
Ciente 24	485,36	1.049,44	365,00	750,00	- 120,36	299,44
Ciente 25	598,39	667,45	450,00	477,00	- 148,39	190,45
Ciente 26	611,69	667,45	460,00	477,00	- 151,69	190,45
Ciente 27	1.595,70	634,07	1.200,00	453,15	- 395,70	180,92
Ciente 28	1.010,61	279,85	760,00	200,00	- 250,61	79,85
Ciente 29	438,82	699,63	330,00	500,00	- 108,82	199,63
Ciente 30	332,44	839,56	250,00	600,00	- 82,44	239,56
Ciente 31	618,33	2.002,34	465,00	1.431,00	- 153,33	571,34
Ciente 32	598,39	667,45	450,00	477,00	- 148,39	190,45
Ciente 33	957,42	634,07	720,00	453,15	- 237,42	180,92
Ciente 34	970,72	1.334,89	730,00	954,00	- 240,72	380,89
Ciente 35	1.595,70	667,45	1.200,00	477,00	- 395,70	190,45
Ciente 36	1.462,73	279,85	1.100,00	200,00	- 362,73	79,85
Ciente 37	465,41	279,85	350,00	200,00	- 115,41	79,85
Ciente 38	558,50	699,63	420,00	500,00	- 138,50	199,63
Ciente 39	332,44	839,56	250,00	600,00	- 82,44	239,56
Total	26.693,40	30.396,73	20.074,00	21.723,43	- 6.619,40	8.673,30

Fonte: Elaborado pelos autores adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Diante do comparativo entre o preço praticado e o preço apurado no estudo da empresa de Itabaiana – SE, ao realizar a divisão do valor da diferença - R\$ 6.619,40 pelo valor praticado de R\$20.074,00 resulta em uma diferença negativa de aproximadamente 32,97% em relação ao valor ideal, ou seja, não obteve o valor para cobrir os custos e alcançar o lucro que foi estabelecido aos honorários contábeis praticados, apresentando a necessidade de forma mais ágil possível, um acréscimo na cobrança, para que a empresa não fique em prejuízo financeiros. É indispensável o conhecimento do controle dos custos, é uma etapa muito eficiente para todas as empresas, para que assim não corram o risco de terem prejuízos, desse modo, a empresa colocando em prática todo esse conhecimento pode evitar esses riscos indesejáveis.

4.5. Proposta de Formação de Preço

Durante o estudo de caso no escritório de Itabaiana - SE, foi realizada uma etapa importante para essa pesquisa, que foi a realização do cálculo da Mão de Obra Direta com base em uma média de horas efetivamente trabalhadas para prestação de serviço de cada determinada empresa. Diferenciando-se da pesquisa base, foi mensurado, no período do estudo, quantas horas seriam necessárias para a prestação de serviços de cada empresa durante o mês, cumprindo todas as obrigações mensais. A partir desses dados, para encontrar a Mão de Obra Direta, foi necessário identificar a média de horas efetivamente trabalhadas para prestação de serviço multiplicada pela média de Custo de Mão de Obra Direta, resultando na Mão de Obra Direta com base nas horas trabalhadas.

Tabela 10. Mão de Obra Direta com base nas horas trabalhadas.

Empresa	MH	M.MOD	MOD
Ciente 1	10	26,70	266,96
Ciente 2	10	26,70	266,96
Ciente 3	10	26,70	266,96
Ciente 4	3	26,70	80,09
Ciente 5	15	26,70	400,44
Ciente 6	8	26,70	213,57
Ciente 7	15	26,70	400,44
Ciente 8	8	26,70	213,57
Ciente 9	15	26,70	400,44
Ciente 10	1	26,70	26,70
Ciente 11	15	26,70	400,44
Ciente 12	10	26,70	266,96
Ciente 13	10	26,70	266,96
Ciente 14	20	26,70	533,92
Ciente 15	20	26,70	533,92
Ciente 16	20	26,70	533,92
Ciente 17	8	26,70	213,57
Ciente 18	20	26,70	533,92
Ciente 19	10	26,70	266,96
Ciente 20	15	26,70	400,44
Ciente 21	15	26,70	400,44
Ciente 22	20	26,70	533,92
Ciente 23	15	26,70	400,44
Ciente 24	20	26,70	533,92
Ciente 25	20	26,70	533,92
Ciente 26	25	26,70	667,40
Ciente 27	25	26,70	667,40
Ciente 28	20	26,70	533,92
Ciente 29	20	26,70	533,92
Ciente 30	10	26,70	266,96
Ciente 31	20	26,70	533,92
Ciente 32	10	26,70	266,96
Ciente 33	25	26,70	667,40
Ciente 34	25	26,70	667,40
Ciente 35	25	26,70	667,40
Ciente 36	35	26,70	934,36
Ciente 37	9,9	26,70	264,29
Ciente 38	9,9	26,70	264,29
Ciente 39	12	26,70	320,35
Total			16.145,76

Fonte: Adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Legenda: MH = Média de horas utilizadas para prestação de serviço para cada empresa;

M.MOD= Média de Custo de Mão de Obra Direta;

MOD= Mão de Obra Direta.

Após o cálculo do Custo de Mão de Obra Direta utilizando a média de horas trabalhadas para prestação de serviço pra cada empresa, aplicou o mesmo cálculo para encontrar o custo total dos serviços prestados por empresa.

Tabela 11. Custos Total dos Serviços Prestados por empresa, por meio do custo de Mão de Obra Direta utilizando a média de horas trabalhadas

Empresas	Material Direto (em R\$)	Mão de Obra Direta (em R\$)	Custo Indireto de Produção (em R\$)	Custo Total (em R\$)
Ciente 1	30,71	266,96	59,65	357,35
Ciente 2	23,36	266,96	45,38	335,75
Ciente 3	31,37	266,96	60,94	359,32
Ciente 4	16,02	80,09	31,12	127,24
Ciente 5	25,70	400,44	49,92	476,12
Ciente 6	16,69	213,57	32,42	262,70
Ciente 7	30,71	400,44	59,65	490,85
Ciente 8	20,03	213,57	38,90	272,53
Ciente 9	30,71	400,44	59,65	490,85
Ciente 10	23,36	26,70	45,38	95,45
Ciente 11	38,05	400,44	73,91	512,46
Ciente 12	20,03	266,96	38,90	325,93
Ciente 13	23,36	266,96	45,38	335,75
Ciente 14	26,70	533,92	51,87	612,57
Ciente 15	46,39	533,92	90,12	670,51
Ciente 16	32,04	533,92	62,24	628,28
Ciente 17	17,36	213,57	33,71	264,67
Ciente 18	65,68	533,92	127,59	727,28
Ciente 19	30,71	266,96	59,65	357,35
Ciente 20	36,38	400,44	70,67	507,55
Ciente 21	56,41	400,44	109,57	566,47
Ciente 22	30,71	533,92	59,65	624,35
Ciente 23	33,38	400,44	64,83	498,71
Ciente 24	24,36	533,92	47,33	605,69
Ciente 25	30,04	533,92	58,35	622,39
Ciente 26	30,71	667,40	59,65	757,85
Ciente 27	80,10	667,40	155,60	903,20
Ciente 28	50,73	533,92	98,55	683,28
Ciente 29	22,03	533,92	42,79	598,82
Ciente 30	16,69	266,96	32,42	316,10
Ciente 31	31,04	533,92	60,29	625,33
Ciente 32	30,04	266,96	58,35	355,39
Ciente 33	48,06	667,40	93,36	808,92
Ciente 34	48,73	667,40	94,66	810,89
Ciente 35	80,10	667,40	155,60	903,20
Ciente 36	73,43	934,36	142,63	1150,56
Ciente 37	23,36	264,29	45,38	335,75
Ciente 38	28,04	264,29	54,46	349,50
Ciente 39	16,69	320,35	32,42	369,50
Total	1.340,00	16.145,76	2.602,91	20.096,41

Fonte: Adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Diante dessas informações, observa-se a mudança em relação ao custo total dos serviços devido a modificação do cálculo da mão de obra direta. Com o resultado do custo total, foi aplicado o mesmo Mark-up que foi utilizado anteriormente, ou seja, primeiro Mark-up no valor de 1,25 e o segundo Mark-up no valor de 1,0638.

Tabela 12. Preço apurado x preço praticado, por meio do custo de Mão de Obra Direta utilizando a média de horas trabalhadas

Empresas	Preço Apurado (em R\$)	Preço Praticado (em R\$)	Diferença (em R\$)	Resultado do cliente
Ciente 1	475,19	460,00	-15,19	Prejuízo
Ciente 2	446,46	350,00	-96,46	Prejuízo
Ciente 3	477,80	470,00	-7,80	Prejuízo
Ciente 4	169,20	240,00	70,80	Lucro
Ciente 5	633,12	385,00	-248,12	Prejuízo
Ciente 6	349,33	250,00	-99,33	Prejuízo
Ciente 7	652,71	460,00	-192,71	Prejuízo
Ciente 8	362,39	300,00	-62,39	Prejuízo
Ciente 9	652,71	460,00	-192,71	Prejuízo
Ciente 10	126,92	350,00	223,08	Lucro
Ciente 11	681,44	570,00	-111,44	Prejuízo
Ciente 12	433,40	300,00	-133,40	Prejuízo
Ciente 13	446,46	350,00	-96,46	Prejuízo
Ciente 14	814,56	400,00	-414,56	Prejuízo
Ciente 15	891,61	695,00	-196,61	Prejuízo
Ciente 16	835,46	480,00	-355,46	Prejuízo
Ciente 17	351,94	260,00	-91,94	Prejuízo
Ciente 18	967,10	984,00	16,90	Lucro
Ciente 19	475,19	460,00	-15,19	Prejuízo
Ciente 20	674,91	545,00	-129,91	Prejuízo
Ciente 21	753,27	845,00	91,73	Lucro
Ciente 22	830,23	460,00	-370,23	Prejuízo
Ciente 23	663,16	500,00	-163,16	Prejuízo
Ciente 24	805,42	365,00	-440,42	Prejuízo
Ciente 25	827,62	450,00	-377,62	Prejuízo
Ciente 26	1.007,75	460,00	-547,75	Prejuízo
Ciente 27	1.201,03	1.200,00	-1,03	Prejuízo
Ciente 28	908,59	760,00	-148,59	Prejuízo
Ciente 29	796,28	330,00	-466,28	Prejuízo
Ciente 30	420,34	250,00	-170,34	Prejuízo
Ciente 31	831,54	465,00	-366,54	Prejuízo
Ciente 32	472,58	450,00	-22,58	Prejuízo
Ciente 33	1.075,66	720,00	-355,66	Prejuízo
Ciente 34	1.078,28	730,00	-348,28	Prejuízo
Ciente 35	1.201,03	1.200,00	-1,03	Prejuízo
Ciente 36	1.529,96	1.100,00	-429,96	Prejuízo
Ciente 37	446,46	350,00	-96,46	Prejuízo
Ciente 38	464,74	420,00	-44,74	Prejuízo
Ciente 39	491,35	250,00	-241,35	Prejuízo
Total	26.723,20	20.074,00	- 6.649,20	

Fonte: Adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Observa-se nessa tabela, que entre as 39 empresas que estão sendo estudadas, apenas 4 empresas apresentaram lucro em relação ao preço praticado e apurado. Como a empresa contábil localizada em Itabaiana – SE, não tem uma margem de lucro pré-estabelecida, foi realizado uma média com base na diferença dessas três empresas com lucro em relação ao preço praticado.

Tabela 13. Empresas que apresentaram lucro

Empresas	Preço Apurado (em R\$)	Preço Praticado (em R\$)	Diferença (em R\$)	Média %
Cliente 4	169,20	240,00	70,80	29,50
Cliente 10	126,92	350,00	223,08	63,73
Cliente 18	967,10	984,00	16,90	1,71
Cliente 21	753,27	845,00	91,73	10,85
Total				26,45

Fonte: Elaborado pelos autores adaptado de Oliveita *et al*, 2020.

O resultado da média de lucro que as empresas apresentaram, foi utilizado para fazer um novo *Mark-up*, utilizando a mesma alíquota tributária de 6%, porém com uma margem de lucro de 26,45%, como pode ser observado a seguir:

$$\text{Mark-Up Divisor} = 1 - (0,06 + 0,2645)$$

$$\text{Mark-Up Divisor} = 1 - 0,3245$$

$$\text{Mark-Up Divisor} = 0,6755$$

$$\text{Mark-Up Multiplicador} = \frac{1}{\text{Mark-Up Divisor}}$$

$$\text{Mark-Up Multiplicador} = \frac{1}{0,6755}$$

$$\text{Mark-Up Multiplicador} = 1,4803$$

Em seguida, para realizar a precificação, deve ser calculado o preço utilizando o custo total do serviço dividido pelo *Mark-up* divisor.

$$\frac{\text{Custo total do serviço}}{\text{Mark-up Divisor}} = \text{Preço apurado}$$

A partir desse cálculo, encontra-se o preço apurado, com base em um novo método utilizado no custo de mão de obra direta por meio das horas utilizadas para cada cliente e a média da margem de lucro por meio das empresas que apresentaram lucro. Diante desses fatos importantes para esse estudo de caso na empresa de Itabaiana – SE, realizou-se uma nova proposta para precificação que tem mais proximidade com a realidade devido a importância da análise do tempo que se faz necessário para executar serviços para cada empresa, o resultado pode ser verificado a seguir:

Tabela 14. Mark-up com base na margem de lucro proposta

Empresa	Custo Total	Markup Multiplicador	Markup Divisor	Novo Preço Proposto
Cliente 1	357,35	1,4804	0,6755	529,04
Cliente 2	335,75	1,4804	0,6755	497,06
Cliente 3	359,32	1,4804	0,6755	531,95
Cliente 4	127,24	1,4804	0,6755	188,37
Cliente 5	476,12	1,4804	0,6755	704,87
Cliente 6	262,70	1,4804	0,6755	388,92
Cliente 7	490,85	1,4804	0,6755	726,68
Cliente 8	272,53	1,4804	0,6755	403,46
Cliente 9	490,85	1,4804	0,6755	726,68
Cliente 10	95,45	1,4804	0,6755	141,30
Cliente 11	512,46	1,4804	0,6755	758,67
Cliente 12	325,93	1,4804	0,6755	482,52
Cliente 13	335,75	1,4804	0,6755	497,06
Cliente 14	612,57	1,4804	0,6755	906,87
Cliente 15	670,51	1,4804	0,6755	992,66
Cliente 16	628,28	1,4804	0,6755	930,14
Cliente 17	264,67	1,4804	0,6755	391,83

Empresa	Custo Total	Markup Multiplicador	Markup Divisor	Novo Preço Proposto
Ciente 18	727,28	1,4804	0,6755	1076,70
Ciente 19	357,35	1,4804	0,6755	529,04
Ciente 20	507,55	1,4804	0,6755	751,40
Ciente 21	566,47	1,4804	0,6755	838,64
Ciente 22	624,35	1,4804	0,6755	924,32
Ciente 23	498,71	1,4804	0,6755	738,31
Ciente 24	605,69	1,4804	0,6755	896,70
Ciente 25	622,39	1,4804	0,6755	921,41
Ciente 26	757,85	1,4804	0,6755	1.121,96
Ciente 27	903,20	1,4804	0,6755	1.337,15
Ciente 28	683,28	1,4804	0,6755	1.011,56
Ciente 29	598,82	1,4804	0,6755	886,52
Ciente 30	316,10	1,4804	0,6755	467,98
Ciente 31	625,33	1,4804	0,6755	925,78
Ciente 32	355,39	1,4804	0,6755	526,13
Ciente 33	808,92	1,4804	0,6755	1.197,57
Ciente 34	810,89	1,4804	0,6755	1.200,47
Ciente 35	903,20	1,4804	0,6755	1.337,15
Ciente 36	1.150,56	1,4804	0,6755	1.703,35
Ciente 37	335,75	1,4804	0,6755	497,06
Ciente 38	349,50	1,4804	0,6755	517,41
Ciente 39	369,50	1,4804	0,6755	547,03
Total	20.096,41			29.751,71

Fonte: Adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Com esse resultado, observa-se que a empresa em estudo tem uma proposta significativa e que pode ser colocada em prática, pois os resultados aproximam-se mais da realidade de acordo com os dados analisados. Em seguida, será analisado um comparativo entre o preço praticado, apurado com base no artigo base e por meio da proposta apresentada para empresa.

Tabela 15. Comparativo entre os preços praticados e apurados

Empresa	Preço Praticado	Preço Apurado 1	Preço Apurado 2
Ciente 1	460,00	475,19	529,04
Ciente 2	350,00	446,46	497,06
Ciente 3	470,00	477,80	531,95
Ciente 4	240,00	169,20	188,37
Ciente 5	385,00	633,12	704,87
Ciente 6	250,00	349,33	388,92
Ciente 7	460,00	652,71	726,68
Ciente 8	300,00	362,39	403,46
Ciente 9	460,00	652,71	726,68
Ciente 10	350,00	126,92	141,30
Ciente 11	570,00	681,44	758,67
Ciente 12	300,00	433,40	482,52
Ciente 13	350,00	446,46	497,06
Ciente 14	400,00	814,56	906,87
Ciente 15	695,00	891,61	992,66
Ciente 16	480,00	835,46	930,14
Ciente 17	260,00	351,94	391,83
Ciente 18	984,00	967,10	1.076,70
Ciente 19	460,00	475,19	529,04

Empresa	Preço Praticado	Preço Apurado 1	Preço Apurado 2
Cliente 20	545,00	674,91	751,40
Cliente 21	845,00	753,27	838,64
Cliente 22	460,00	830,23	924,32
Cliente 23	500,00	663,16	738,31
Cliente 24	365,00	805,42	896,70
Cliente 25	450,00	827,62	921,41
Cliente 26	460,00	1.007,75	1.121,96
Cliente 27	1.200,00	1.201,03	1.337,15
Cliente 28	760,00	908,59	1.011,56
Cliente 29	330,00	796,28	886,52
Cliente 30	250,00	420,34	467,98
Cliente 31	465,00	831,54	925,78
Cliente 32	450,00	472,58	526,13
Cliente 33	720,00	1.075,66	1.197,57
Cliente 34	730,00	1.078,28	1.200,47
Cliente 35	1.200,00	1.201,03	1.337,15
Cliente 36	1.100,00	1.529,96	1.703,35
Cliente 37	350,00	446,46	497,06
Cliente 38	420,00	464,74	517,41
Cliente 39	250,00	491,35	547,03
Total	20.074,00	26.723,20	29.751,71
Defasagem	-	33,12%	48,21%

Fonte: Adaptado de Oliveira *et al*, 2020.

Legenda: Preço apurado 1: preço apurado com base no artigo de Maceió – AL;

Preço apurado 2: preço apurado por meio da nova proposta para empresa.

É notória a diferenciação entre os preços praticados e apurados das duas formas que foram executadas nesse estudo de caso. Evidenciando a importância do conhecimento de apuração de custos para precificação dos serviços prestados pelas empresas, pois é a partir desse conhecimento que existe a oportunidade de realizar um avanço econômico e organizacional, evitando a subvalorização do seu serviço, existindo um risco de cobrar um valor do serviço abaixo do que deveria ser cobrado, desse modo os empresários tem uma visão estratégica para tomadas de decisões dentro das empresas.

O quanto o preço total atual do faturamento apresentado na Tabela 15, totalizando R\$20.074,00, a linha de defasagem mostra que relação ao modelo proposto pelo pessoal de Maceió – Preço apurado 1 está 33,12% defasado. Quanto ao modelo proposto nesta pesquisa com base na aferição do tempo gasto por cada cliente, encontra-se ainda mais defasado, 48,12%. Isso mostra que nosso modelo é mais realista, já que mediu o tempo gasto por cada cliente para a empresa de Itabaiana e a relevância de mapear os custos efetivos nas suas atividades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo realizar a apuração dos custos, formar os preços dos serviços contábeis prestados por um escritório de contabilidade, localizado na cidade de Itabaiana – SE, fazer um comparativo com o estudo realizado em Maceió -AL e propor um modelo de precificação para o escritório de contabilidade de Itabaiana - SE. Além disso, esse estudo contribuiu para o aprendizado tanto no âmbito acadêmico como profissional, proporcionando aos empresários, uma possibilidade para implantar uma metodologia de preço em seu escritório contábil.

Ao analisar as etapas do processo de coleta de dados, observou-se que não havia uma margem de lucro pré-estabelecida pelo escritório de contabilidade como também não havia

um controle de custos para precificação. Essa remonta a principal contribuição da pesquisa na medida que oferta à empresa participante da pesquisa resultados práticos da aplicação do conhecimento técnico contábil na gestão.

Desta maneira, percebe-se que no caso em estudo foi possível utilizar conhecimentos básicos de Contabilidade de Custos para gerar informação de gestão numa empresa contábil contribuindo para o empresário o qual, por vezes, encontra-se em dúvida de como precificar seus serviços. Na iniciativa em buscar mecanismos e estratégias para promover a venda de seus próprios serviços há um domínio de conhecimento de custos do seu próprio escritório o que pode resultar em uma valorização pelos clientes em relação ao serviço prestado como também em relação a sua classe contábil e a sociedade em geral.

Diante dos resultados do estudo a empresa obteve uma proposta com as informações necessárias para executar uma nova forma de precificação de seus serviços. Verificou-se que o escritório de contabilidade tem a possibilidade de aumentar o preço de seus serviços para que assim possa atingir a margem de lucro proposta. Cabe, entretanto, destacar que a precificação proposta aqui não exclui a necessidade de análise do profissional contábil proprietário de escritório quanto a outros elementos que podem influenciar no preço não previstos neste trabalho, como mercado, comportamento de clientes âncora, entre outros fatores.

Neste contexto, sugere-se como temas futuros que se abordem quais e como as influências externas impactam na precificação e serviços contábeis. Em relação às informações desse estudo, é uma opção interessante para novos artigos de pesquisa sobretudo para os empresários que desejam obter um avanço econômico e conhecimento a partir de uma gestão eficiente em sua empresa.

REFERÊNCIAS

- ALVES, A. **Análise de Custo**. São Paulo: SAGAH EDUCAÇÃO S.A. 2018.
- BERNARDI, L. A. **Formação de preços: estratégias, custos e resultados**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- CANEVER, F. P.; LUNKES, R. J.; SCHNORRENBERGER, D.; GASPARETTO, V. Formação de preços: Um estudo em empresas industriais de Santa Catarina. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v. 17, n. 2, p. 14–27. 2012.
- COELHO, C. U. F. O técnico em contabilidade e o mercado de trabalho: contexto histórico, situação atual e perspectivas. SENAC, Informativo. Disponível em <<https://www.senac.br/informativo/BTS/263/boltec263d.htm.%20Acesso%20em%20nov.2007>>. Acesso em: 04 set., 2024.
- LIMA, A. C. S.; SILVA, D. M. Elementos que influenciam no estabelecimento de Preço dos Serviços oferecidos nas Barbearias da Região Metropolitana de Recife. **Revista Controladoria e Gestão**, v. 2, n. 1, p. 415-431, 2021.
- RIBEIRO, J. E. A. S. et al. Análise dos fatores que levam as empresas de comércio varejista de materiais para construção a terceirizarem os serviços contábeis. **Revista UNEMAT de Contabilidade**, v. 1, n. 2, 2012.
- DUMER, M. C. R., et al. Contabilidade de custos versus outras informações contábeis na percepção de empreendedores de MPES. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 7, n. 2, p. 119-141, 2018.
- FARIA, M. A.; NOGUEIRA, V. Perfil do Profissional Contábil: Relações entre Formação e Atuação no Mercado de Trabalho. **Perspectiva Contemporânea**, v. 2, n.1, jan./jan., 2007.

- FIGUEIREDO, S. e CAGGIANO, P. C. **Controladoria: teoria e prática**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- FIGUEIREDO, S.; FABRI, P. E. **Gestão de empresas contábeis**. São Paulo: Atlas, 2000.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7ª ed. Barueri: Atlas, 2023. 186p.
- HINTERHUBER, A.; LIOZU, S. M. Is innovation in pricing your next source of competitive advantage? 1. In: **Innovation in pricing**. Routledge, p. 11-27, 2017.
- LEONE, G. S. G. **Curso de contabilidade de custo**. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARION, J. C. **Contabilidade Básica**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- NOBRE, L. H. N.; MACÊDO, Á. F. P.; KATO, H. T.; MAFFEZZOLLI, E. C. F. Estratégias de precificação de novos serviços em pequenas e médias empresas. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 9, n. 3, p. 3-20, 2016.
- OLIVEIRA, J. L. A. V. et al. Custos e formação de preços dos serviços contábeis. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v.5, n. 2, p. 81-96, mai./ago., 2020.
- PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- SARDINHA, J. C. **Formação de preço: a arte do negócio**. Makron Books, 1995.
- SILVA, M. L. **Custo - Contabilidade descomplicada**. São Paulo: Érica, 2010.
- ZANLUCA, J. C. **História da contabilidade**, 2007. Disponível em <<http://www.portaldecontabilidade.com.br>> Acesso em: 04 set., 2024.
- ZANLUCA, J. C. **História da Contabilidade**. São Paulo. Portal de Contabilidade, 2011. Disponível em <<http://www.portaldecontabilidade.com.br>> Acesso em: 04 set., 2024.