

ERA DIGITAL: PRECIFICAÇÃO DE HONORÁRIOS CONTÁBEIS É A BOLA DA VEZ

A rotina do empresário contábil brasileiro vem sofrendo abruptas mudanças nos últimos anos. Tudo começou com a transformação dos afazeres contábeis para a forma digital. Em 2007 tivemos a felicidade de presenciarmos o início de toda esta transformação através da implantação da Nota Fiscal Eletrônica, a única "culpada" pelo que está acontecendo nos dias de hoje.

Pois bem, logo após a implantação do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), tivemos que assimilar mais uma gigante transformação no mundo contábil, a mudança das normas brasileiras para o modelo internacional: *International Financial Reporting Standards - IFRS*.

Agora pergunto: e a forma de precificarmos tudo isto?

Entendendo um pouco sobre todas estas mudanças em tão pouco tempo, podemos dizer que a gestão de empresa contábil se tornou um desafio para o empresário brasileiro, ou talvez, a única chave para conseguir ter sucesso neste NOVO MUNDO CONTÁBIL. Como um dos tentáculos da gestão, temos a precificação e, sem dúvida alguma, é um dos principais pilares para a tomada de decisões.

Toda empresa contábil deve ter conhecimento do custo de sua estrutura para atender a sua demanda, sem este conhecimento, estará fadada, em muito pouco tempo, ao insucesso. Quando falamos de custo, é saber realmente quanto custa a hora trabalhada de sua empresa contábil, inclusive o custo por departamento. Tendo estas informações, o céu é o limite! Digo isto pois, tendo o custo/hora de sua empresa contábil, podem ser desenvolvidas ações estratégicas com objetivos diferentes.

Observando o ingresso de muitas empresas em nosso segmento com ações estratégicas agressivas para captação de clientes por meio de preços baixos, pergunto: será que a lucratividade delas está atingindo a meta estipulada pelos proprietários? Quantos clientes precisam para chegar lá?

Devemos entender que o que importa realmente nos dias de hoje é a lucratividade da empresa contábil e a rentabilidade dos sócios. O preço é mera consequência da ação estratégica! Qual é a sua?

Conhecendo o custo da hora trabalhada, é possível delimitar o preço da hora a ser vendida, com a rentabilidade desejada! Voltando às ações estratégicas, você pode trabalhar lucratividades diferentes de acordo com o mercado a ser explorado. O foco (exploração de nichos de mercado) é imprescindível para este novo mundo contábil.

A formação do preço de venda deve levar em consideração qual é o seu plano de negócios, os seus objetivos e principalmente as suas ações estratégicas. Obviamente que se devem considerar todos os fatores que interferem na precificação, principalmente o tempo realmente disponível para venda aos seus clientes.

A gestão da precificação envolve toda a equipe de colaboradores da empresa contábil: quanto mais otimizados estiverem os processos internos, menor será o tempo aplicado nos serviços recorrentes, menor a ociosidade da empresa e consequentemente maior será a sua lucratividade.

Como disse no início, a boa gestão será o diferencial competitivo a partir de agora. Empresas com processos e estratégias bem definidas largam na frente e conseguem otimizar a sua estrutura para atender toda a demanda com preços justos. O momento é de focar na gestão e traçar estratégias para um futuro muito próximo!

Michel Vitor Lopes, bacharel em ciências contábeis pela UNIVEL, pós-graduado em MBA Executivo em Estratégias Empresariais pela UNIVEL, Empresário e diretor Regional do SESC-PR em Cascavel.

FULANO DE TAL
Cascavel, 10/10/2012