



Universidade de Brasília (UnB)  
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas (FACE)  
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)  
Curso de Graduação em Ciências Contábeis

Yan Vítor Ferreira Mota

## **Contabilidade Online: E Agora?**

Brasília, DF  
2021

Professora Doutora Márcia Abrahão Moura  
**Reitora da Universidade de Brasília**

Professor Doutor Enrique Huelva Unternbäumen  
**Vice-Reitor da Universidade de Brasília**

Professor Doutor Diêgo Madureira de Oliveira  
**Decano de Ensino de Graduação**

Professor Doutor Eduardo Tadeu Vieira  
**Diretor da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de  
Políticas Públicas**

Professor Doutor Sérgio Ricardo Miranda Nazaré  
**Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuarias**

Professor Doutor Alex Laquis Resende  
**Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Diurno**

Professor Doutor José Lúcio Tozetti Fernandes  
**Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Noturno**

**Yan Vítor Ferreira Mota**

Contabilidade Online: E Agora?

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo Científico) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

**Linha de Pesquisa:** Contabilidade Online

**Área:** Empresas Contábeis, Contabilidade Online, Concorrência em mercados

**Orientador:** Prof. Me. Cláudio Moreira Santana

Brasília, DF  
2021

MOTA, Yan Vítor Ferreira Mota  
CONTABILIDADE ONLINE: E AGORA? / Yan Vítor Ferreira Mota – Brasília,  
2021. 20 p.  
Orientador: Prof. Me. Cláudio Moreira Santana  
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo – Graduação) – Universidade de Brasília,  
2º semestre de 2020.  
1. Empresas Contábeis 2. Contabilidade Online 3. Concorrência em mercados I.  
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia,  
Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília. II Título.

À minha mãe, Luzia Ferreira de Souza e à  
minha irmã, Amanda Cristine Ferreira Mota.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus, por toda a força de vontade, saúde e coragem para superar todos os obstáculos.

À minha família, principalmente minha mãe e irmã, por todo apoio, amor, paciência e compreensão.

Agradeço à Universidade de Brasília e a todos que ali contribuíram, para tornar um ambiente de conhecimento plural e de extrema importância para mim e toda sociedade.

Por fim, agradeço ao Professor e Mestre Cláudio Moreira Santana, que num momento tão difícil para mim, se prontificou a me orientar, um professor com coração gigante, um profissional que tenho enorme admiração.

“Qualquer um pode fazer o meu trabalho,  
mas ninguém pode ser eu.”

Harvey Specter

## CONTABILIDADE ONLINE: E AGORA?

### RESUMO

O crescimento dos negócios sempre foi uma preocupação constante para empresas de todos os portes e departamentos e a competitividade no mercado exige a busca de uma estratégia de sobrevivência de forma, em certa medida, diferenciar a empresa de todas as demais que prestam os mesmos tipos de serviços e produtos.

Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar quais são os principais focos das empresas deste novo segmento, se existe uma relação e qual o nível de variação entre os preços ofertados e os canais de atendimento.

Para realização da pesquisa foram levantadas as Empresas de Contabilidade Online mais acessadas em um ranking de tráfego mensal, sendo que o levantamento de preços e serviços foram extraídos dos respectivos sites e analisados individualmente.

Constatou-se na pesquisa que um dos principais focos das empresas analisadas e de seus funcionários é o relacionamento com cliente, a relação entre o preço de serviço e os canais de atendimentos disponibilizados é que nos pacotes mais básicos e baratos geram menor onerosidade para os consumidores, da mesma maneira que pacotes intermediários e premium geram maior onerosidade.

Outro fato observado, foi o alto grau de variação dos pacotes de serviços ofertados, principalmente nas ofertas premium e intermediárias. Já nos pacotes de menor valor, a variação foi menor, indicando que pode não haver combinação de tabelamento entre as empresas.

**Palavras-chave:** Empresas contábeis. Contabilidade online. Concorrência em mercados.



## **1 INTRODUÇÃO**

Vivemos a quarta revolução industrial e a economia, os métodos de trabalho e até a própria sociedade estão mudando. O crescimento dos negócios sempre foi uma preocupação constante para empresas de todos os portes e departamentos e a competitividade no mercado exige a busca de uma estratégia de sobrevivência de forma, em certa medida, diferenciar a empresa de todas as demais que prestam os mesmos tipos de serviços e produtos.

A Indústria 4.0 combina tecnologia física e tecnologia digital por meio de análise, inteligência artificial, tecnologia cognitiva, um ecossistema digital interconectado que podem fornecer informações precisas. A revolução inclui não apenas empresas e setores, mas também tecnologias inteligentes e conectadas em nossas vidas diárias.

De acordo com as necessidades dos segmentos de mercado, os planos e estratégias serão diferentes. Alguns líderes tendem a apostar em um marketing mais ousado, enquanto outros contam com a tecnologia para fornecer serviços inovadores.

A Nova Contabilidade ou Contabilidade Digital como são conhecidas, são uma forma de utilizar todas as vantagens da tecnologia como forma de prestar serviços de melhor qualidade. Enquanto contabilidade tradicional envolve muitos cálculos, papéis e tarefas manuais, a Contabilidade Digital ou Online dependem inteiramente de processos digitais.

Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar as principais características observadas deste novo segmento, através das informações disponibilizadas nos sites das próprias empresas contábeis, nas plataformas de tráfego. Para melhor comparação, todas as empresas da pesquisa atuam no formato eletrônico.

Além dessa introdução, o trabalho apresenta na sequência a revisão de leitura, seguida do delineamento da pesquisa. Posteriormente são evidenciados os resultados dos coletados na pesquisa. E por fim, são apresentadas as conclusões realizadas através da pesquisa e sugestões quanto ao novo seguimento contábil.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

De acordo com Alves (2017) o empreendedor contábil precisa ter uma postura diferenciada e decidir não parar no tempo e se reinventar a cada dia. Alguns já nos consideraram como um mal necessário, mas hoje vivemos um momento de transformação digital. Não deixaremos de existir nunca mas precisamos ser diferentes em profissionalismo e conhecimento técnico. Jochem (2012) defende que as entidades, que conseguirem se desprenderem das atividades fiscais e almejarem outras atividades dentro da contabilidade, como a contabilidade consultiva, terão os requisitos para colher frutos nunca vistos. O administrador não pode desconsiderar a existência de riscos que possam conduzir em incerteza a continuidade da entidade contábil. Neste sentido Razzolini Filho (2012) concorda ao afirmar que a qualidade é um dos mais importantes critérios de concorrência empresarial. Deste modo, os trabalhos também devem expor modelos de qualidade notáveis, de maneira que os usuários da contabilidade tenham suas vontades realizadas e, assim o marketing atingir o objetivo planejado.

Para Hernandez (2018) o retrato do usuário da informação contábil está se alterando e busca por conhecimentos sobre as empresas prestadoras de serviços de contabilidade que não para de crescer e não se limita ao que exercemos. O usuário da informação está mais inteirado ou tem alcance a muitas fontes de informação. Isso requer uma transformação na forma como os contadores transmitam as informações com seus clientes. A fidelidade do cliente pelos trabalhos realizados já não satisfaz como em outros tempos, em razão da evolução dos meios digitais de acesso a informação que derruba obstáculos entre uma empresa de contabilidade e outra.

Figueiredo e Fabri (2000) defendem que os contabilistas na admissão de um novo cliente é instituir os relativos deveres e garantir que foram compreendidos os processos para prestação de serviço. Para garantir a efetividade desse objetivo, foram confeccionados manuais, que possuem as informações imprescindíveis para o desenrolar do serviço.

Empresas de contabilidade online que cobram pouco geram grandes preocupações aos contabilistas que não atuam neste segmento. Para Thomé (2001) firmar o valor correto a ser desembolsado pelo cliente é impossível, tamanho são as causas que influenciam na sua formação. Clientes do mesmo segmento e do mesmo porte operam com maior ou menor intensidade, conforme as conveniências características dos sócios e de seus empregados, causando custos diferentes e, conseqüentemente, honorários diferentes.

“Para elaboração do contrato de serviços é de suma importância, no momento da entrevista do cliente, o conhecimento detalhado dos quesitos para a composição dos custos, para posterior estabelecimentos dos honorários.”, é o que diz Rosa e Futida (2009).

O atendimento na Contabilidade Online está evoluindo com a criação de um departamento nas empresas voltado ao “Customer Success” (filosofia que é pautada na garantia do alto desempenho dos clientes) para atender e entender os clientes estão precisando, isto é, muito voltado para retenção dos clientes visando mitigar a perda de clientes. Para Rosa (2014) é relevante que as empresas observem o mundo moderno e reconheça as possibilidades atuais e a longo prazo que a área contábil possa trazer para elas. Deste modo, poderão desfrutar das oportunidades e mitigar as ameaças. Assim é significativo que empresas possuam ou venham a possuir autoconhecimento quais para identificar os seus pontos fortes e pontos fracos e assim trabalhar encima deles.

Silva (2012) afirma que existem diversas amostras de contratos que estabelecem o contato profissional entre o contabilista dono de escritório e o contratante. Todos necessitam uma examinação minuciosa e deve-se considerar realizar ajustes pontuais para execução. Geralmente não é possível empregar o mesmo contrato a todos os contratantes. Sobre o assunto pode ser observado um modelo de prestação de serviços contábeis, que não dispensa a análise e adequação para cada empresa evidenciado no Quadro 1:

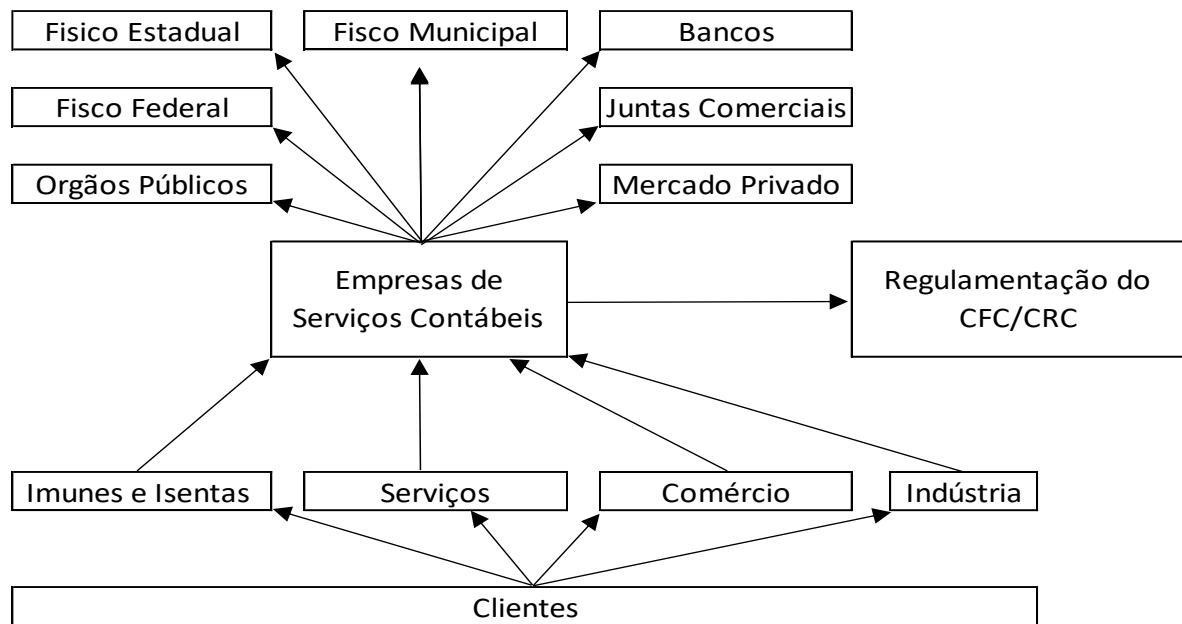
Quadro 1 – Parametro de contratação de serviços e honorários contábeis

Sistema de Tributação - (Simples/Presumido/Real)	SIMPLES NACIONAL
Atividade - (indústria/comércio/prestação de serviços)	COMÉRCIO
Faturamento acumulado 12 meses (previsto ou realizado) - R\$	180.000,00
Possui filial (para consolidação de balanço)	NÃO
Possui depósito fechado	NÃO
Substituto tributário - (ICMS/PIS/COFINS/ISS)	NÃO
Possui sistemas informatizados de gestão	SIM
Possui dívida tributária - federal, estadual ou municipal	NÃO
Possui obras construção civil - CEI/convênios (quantas)	NÃO
Número de notas fiscais/mês - importadas da contratante	0
Número de notas fiscais/mês - lançadas manualmente pela contratada	100
Número de lançamentos contábeis/mês - importadas da contratante	0
Número de lançamentos contábeis/mês - realizados manualmente ou gerado pelo sistema da contratada	200
Quantidade de contas correntes em instituições financeiras - conciliadas pela contratante	0
Quantidade de contas correntes em instituições financeiras - não conciliadas pela contratante	1
Número de empregados e demais contribuintes para folha de pagamento	5
Valor mensal do honorário contratado - R\$	540,50
Valor por extenso	(Quinhentos e quarenta reais e cinquenta centavos)

Fonte – Silva (2012)

Embora sejam muitos os elementos de estrutura organizacional tanto para Contabilidade Tradicional, quanto para Contabilidade Online, Vaz (2014) constata que “as Empresas de Serviços Contábeis (ESC), em sua concepção jurídica e institucional, têm por finalidade a prestação de serviços contábeis para empresas de pequeno, médio e grande portes, de todos os seguimentos da economia e para pessoas físicas”. Com isto o autor aconselha que “Neste novo cenário, vêm surgindo inúmeras oportunidades do desenvolvimento de novos produtos a serem ofertados aos clientes das empresas de serviços contábeis a fim de atender a nova demanda de necessidades e controles econômicos.” (VAZ, 2014, p.16). Vaz (2014) criou um mapa do fluxo de informações geradas pelas Empresas de Serviços Contábeis:

Figura 1 – Fluxo de Informações geradas pelas Empresas de Serviços Contábeis



Fonte: Vaz

Observa-se que procedimentos operacionais das empresas contábeis, que realizam todo o processo de prestação de serviços prestando serviços contábeis, tributários e trabalhistas para construir os dados coletados dos clientes e convertê-los em informações para os usuários de informações contábeis, fiscais e trabalhistas.

### 3 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para realização da pesquisa foram levantadas as Empresas de Contabilidade Online mais acessadas em um ranking de tráfego mensal (abrangendo todo alcance, visita e visualizações nos sites) segundo a ferramenta de marketing digital SEMRush. A SEMRush é um software, cuja função é gerenciar a presença digital e o marketing de conteúdo de empresas. A ferramenta atua otimizando a visibilidade das organizações em diferentes canais online e calculando o fluxo de acessos aos sites feitos pelos usuários:

Tabela 1 – Tráfego Mensal Aproximado das Empresas de Contabilidade Online

Empresas	Tráfego Mensal Aproximado	Ranking	Site
Contabilizei	1.600.000	1°	<a href="https://www.contabilizei.com.br/">https://www.contabilizei.com.br/</a>
Conta Azul	1.200.000	2°	<a href="https://contaazul.com/">https://contaazul.com/</a>
Conube	457.000	3°	<a href="https://www.conube.com.br/">https://www.conube.com.br/</a>
Omie	160.000	4°	<a href="https://www.omie.com.br/">https://www.omie.com.br/</a>
Nibo	66.000	5°	<a href="https://www.nibo.com.br/">https://www.nibo.com.br/</a>
Contabilix	65.000	6°	<a href="https://www.contabilix.com.br/">https://www.contabilix.com.br/</a>
Meu Contador Online	25.000	7°	<a href="https://www.meucontadoronline.com.br/">https://www.meucontadoronline.com.br/</a>

Contsimples	18.000	8°	<a href="https://contsimples.com.br/trocar-de-contabilidade">https://contsimples.com.br/trocar-de-contabilidade</a>
Já Calculei	2.400	9°	<a href="https://www.jacalculei.com.br/">https://www.jacalculei.com.br/</a>

Fonte – Elaboração própria feita com levantamento de dados na Plataforma SEMRush

Em meio a tantos concorrentes, os serviços dessas empresas precisam se destacar, para serem reconhecidos, atrair o interesse das pessoas, e com isso, alavancar suas vendas e seu status no mercado. O reconhecimento de que o tráfego recurso é muito importante, pois auxilia os empresários a destacarem os seus anúncios entre os primeiros lugares nos buscadores da Web.

Ao todo foram analisadas 9 empresas de contabilidade online, sendo que o levantamento de preços e serviços foram extraídos dos respectivos sites e analisados individualmente. A pesquisa implicou o levantamento de dados e a análise das seguintes empresas:

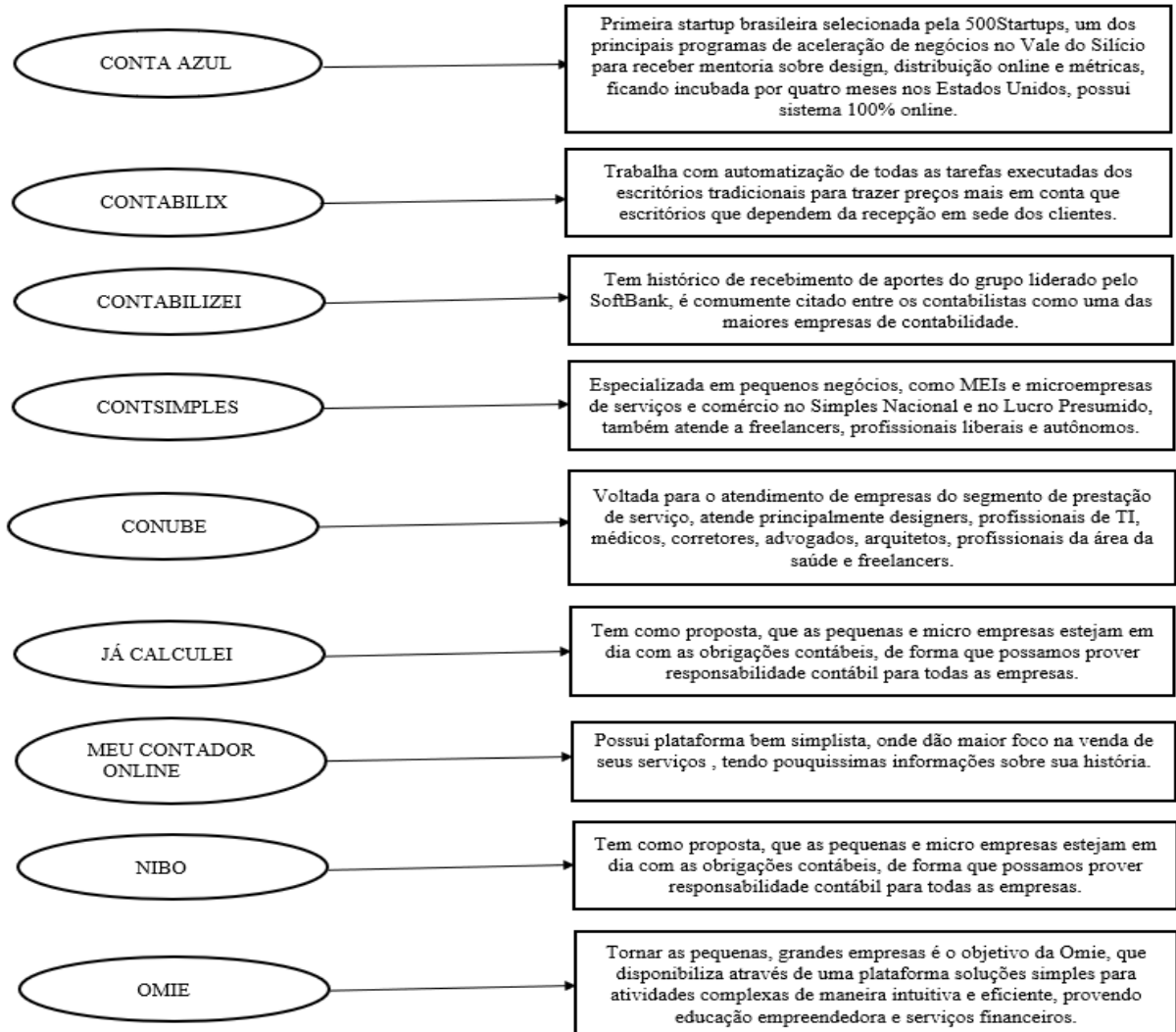
Quadro 2 – Empresas observadas na pesquisa

<b>Empresa</b>	<b>Nome Empresarial</b>	<b>CNPJ</b>	<b>Data de Abertura</b>	<b>Anos de Serviço</b>	<b>UF</b>
Conta Azul	CONTA AZUL SOFTWARE LTDA	05.206.246/0001-38	15/07/2002	18	SC
Contabilix	CONTABILIX CONTABILIDADE ONLINE LTDA.	24.199.855/0001-51	18/02/2016	5	SP
Contabilizei	CONTABILIZEI CONTABILIDADE LTDA.	34.346.830/0001-97	29/07/2019	1	PR
Contsimples	CONTSIMPLES CONTABILIDADE E TECNOLOGIA LTDA	13.836.738/0001-35	20/06/2011	9	RJ
Conube	CONUBE CONTABILIDADE E SERVICOS ADMINISTRATIVOS LTDA.	18.761.396/0001-55	26/08/2013	7	SP
Já Calculei	JA CALCULEI TECNOLOGIA LTDA	22.245.473/0001-91	14/04/2015	6	SP
Meu Contador Online	Registro Não Informado				
Nibo	NIBO SOFTWARES E CURSOS LTDA.	11.325.614/0001-60	18/11/2009	11	RJ
Omie	OMIEXPERIENCE S.A.	18.511.742/0001-47	18/07/2013	7	SP

Fonte – Elaboração própria

Segundo Silva (2015) o método com maior precisão para entender o mercado é assimilar como um negócio se materializa. Para isso é vital examinar os hábitos da própria empresa, clientes, fornecedores e até da concorrência. A análise e a pesquisa são peças indispensáveis para este processo, retratando seguramente espaços lucrativos no mercado de produtos e serviços.

Figura 2 – Informações das Empresas



Fonte: Elaboração Própria

Primeiramente foram levantados os preços das empresas listadas no Quadro 2, considerando 3 tipos de serviços ofertados, sendo um pacote de atendimento básico para os clientes ou serviço de menor preço; um pacote de serviços intermediários com mais itens que o pacote básico e menos itens que o pacote premium e por último o pacote premium que é o serviço mais completos que essas empresas podem ofertar. Os preços são apresentados na tabela à seguir:

Tabela 2 – Preços Divulgados das Empresas

Empresas	Pacote Básico	Pacote Intermediário	Pacote Premium
	Menor Preço (Mensal)	Preço Médio (Mensal)	Maior Preço (Mensal)
Conta Azul	R\$ 119,90	R\$ 222,40	R\$ 324,90
Contabilix	R\$ 148,00	R\$ 193,00	R\$ 238,00
Contabilizei	R\$ 89,00	R\$ 189,00	R\$ 289,00
Contsimples	R\$ 129,00	R\$ 393,00	R\$ 657,00
Conube	R\$ 149,90	R\$ 474,95	R\$ 800,00
Já Calculei	R\$ 89,90	R\$ 144,90	R\$ 199,90
Meu Contador Online	R\$ 119,00	R\$ 209,00	R\$ 299,00
Nibo	R\$ 69,00	R\$ 164,00	R\$ 259,00
Omie	R\$ 179,00	R\$ 689,00	R\$ 1.199,00

Fonte – Elaboração própria

Ainda que a principal característica da contabilidade online seja o baixo preço, no qual a grande parcela do trabalho é feita pelos clientes, que acabam comentando muitos erros, é muito comum que empresas desse seguimento tenham transtornos com relação a isso, observa-se com facilidade em páginas da Internet de reclamação dos consumidores que firmam contrato com serviço de contabilidade online e ficam descontentes.

#### 4 RESULTADO E ANÁLISE DOS DADOS

Os procedimentos de contato com cliente das empresas de contabilidade tradicionais, perante o uso de dispositivos tecnológicos, é modesto ou até inexistente, sendo que, diversas empresas nem ao menos aderiram ao instrumento corriqueiro como o WhatsApp e acabam ausentando-se de progredir novas possibilidades de comunicação com sua clientela, por um comodismo sem fundamento. Na contabilidade online tudo isso fica mais prático, temos uma conjuntura completamente diferente em relação a isso como podemos observar no Quadro 3:

Quadro 3 – Formas de Comunicação das Empresas com seus Clientes

Empresas	Chat	E-mail	WhatsApp	Telefone	Reunião com Contador
Conta Azul (Pacote Básico)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Conta Azul (Pacote Intermediário)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Conta Azul (Pacote Premium)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Contabilix (Pacote Básico)	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Contabilix (Pacote Intermediário)	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Contabilix (Pacote Premium)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
Contabilizei (Pacote Básico)	Sim	Não	Não	Não	Não
Contabilizei (Pacote Intermediário)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Contabilizei (Pacote Premium)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não

Contsimples (Pacote Básico)	Sim	Não	Sim	Sim	Não
Contsimples (Pacote Intermediário)	Sim	Não	Sim	Sim	Não
Contsimples (Pacote Premium)	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
Conube (Pacote Básico)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Conube (Pacote Intermediário)	Sim	Sim	Sim	Não	Não
Conube (Pacote Premium)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Já Calculei (Pacote Básico)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Já Calculei (Pacote Intermediário)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Já Calculei (Pacote Premium)	Sim	Sim	Não	Não	Não
Meu Contador Online (Pacote Básico)	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Meu Contador Online (Pacote Intermediário)	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Meu Contador Online (Pacote Premium)	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Nibo (Pacote Básico)	Não Informado				
Nibo (Pacote Intermediário)					
Nibo (Pacote Premium)					
Omie (Pacote Básico)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Omie (Pacote Intermediário)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Omie (Pacote Premium)	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim

Fonte - Elaboração Própria

A clientela é a base de sustentação principal dos negócios e a relação que ele tem com as empresas de contabilidade são fundamentais para torna-lás diferenciadas no mercado de competição fortíssima. A empresa Omie se destacou na pesquisa por oferecer todas as formas de contato desde seu serviço com menor preço disponível até o de maior valor, demonstrando uma dedicação elevada em estabelecer formas de contato com cliente. Já outras empresas: Contabilix (somente no serviço mais caro); Contabilizei (somente no serviço mais caro); Contsimples (somente no serviço mais caro) e Meu Contador Online (do menor preço ao mais caro) ofertam 4 de 5 canais de comunicação disponíveis, também se destacando na pesquisa. A Nibo não disponibilizou em seu site informações sobre suas formas de contato.

No que se refere a análise de preços da empresas pesquisadas, o levantamento indica que existe uma variação de 145,19% do valores pacote básico para o intermediário e uma variação de 290,40% do pacote básico para o pacote premium. Em relação ao pacote intermediário para o pacote premium, há uma variação de 59,22%.

Tabela 3 – Análise de Preços Ofertados ao Consumidor

<b>Pacotes</b>	<b>Média dos Preços</b>	<b>Desvio Padrão</b>
Básico	R\$ 121,41	34,81
Intermediário	R\$ 297,69	184,10
Premium	R\$ 473,98	340,87

Fonte: Elaboração Própria

Existe uma discrepância de valores aos mesmos serviços aplicados, ainda que possuam pequenas diferenças ao analisar com maior profundidade os serviços em si. O maior desafio para empresas desse segmento e criar condições de preço que seja competitivo ao mercado e



também ser rentável para o negócio. Sendo quanto menor o preço estipulado maior será a competitividade e menor será sua rentabilidade. E para o maior preço estipulado menor será sua competitividade e maior será sua rentabilidade e também maior é a expectativa de geração de valor que gera para o cliente. Robetson (1970, p.8 apud CHAUVEL, 2000, p. 21) dá ênfase que: “o consumidor busca maximizar sua satisfação total a partir de um certo nível de renda e de um determinado leque de preços de produtos”.

Instrumentos que tem como propósito facilitar a conexão de informações e transferências de documentos entre seus clientes e os contabilistas das empresas de contabilidade. As empresas dessa pesquisa trabalham concorrentemente com especialistas em software que enxergam possibilidades e caminham junto aos contadores, procurando entender quais são as fraquezas e obstáculos, desenvolvendo ferramentas com tecnologias novas, mais modernas, dando exatamente o que o público precisa. Os resultados são evidenciados pelos resultados da pesquisa, conforme a tabela 4:

Tabela 4 – Atendimentos Disponibilizados pelas Empresas

Pacotes		Atendimento				Reunião com Contador
		Chat	E-mail	WhatsApp	Telefone	
Pacote Básico	Empresas que Ofertam (%)	88,89%	66,67%	44,44%	22,22%	22,22%
	Empresas que Não Ofertam (%)	0%	22,22%	44,44%	66,67%	66,67%
	Não Divulgado (%)	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%
	Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Pacote Intermediário	Empresas que Ofertam (%)	88,89%	77,78%	55,56%	22,22%	22,22%
	Empresas que Não Ofertam (%)	0%	11,11%	33,33%	66,67%	66,67%
	Não Divulgado (%)	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%
	Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Pacote Premium	Empresas que Ofertam (%)	88,89%	77,78%	66,67%	55,56%	44,44%
	Empresas que Não Ofertam (%)	0%	11,11%	22,22%	33,33%	44,44%
	Não	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%

	Divulgado (%)					
	Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Todos os Pacotes	Empresas que Ofertam (%)	88,89%	74,07%	55,56%	33,33%	29,63%
	Empresas que Não Ofertam (%)	0%	14,81%	33,33%	55,56%	59,26%
	Não Divulgado (%)	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%	11,11%
	Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Elaboração Própria

Observa-se que o canal de contato mais ofertado pelas empresas são os chat's de contato disponibilizados nas próprias plataformas das empresas de contabilidade online com 88,89%.

Já o contato que demanda uma maior energia e gasto de tempo por parte das empresas como as Reuniões, seja online ou de maneira presencial, são ofertadas por apenas 29,63% das empresas. As fundamentação mais adequada para justificar a aderência ou não aderência das empresas a um canal de comunicação, são os aspectos relativos a escalabilidade, ou seja, uso de ferramentas, automações, porém, tendo condições de alocar um grupo menor de funcionários para atender um número maior de pessoas, isso garante maior eficiência e menores custos as empresas, entretanto gera um risco de não satisfação do seu cliente e a segurança que você tem em relação ao seu negócio, já que os clientes são a base de saúde financeira das empresas.

Os consumidores que não se evadem das empresas, tornam-se os primeiros pilares para amplificar a extensão do contrato e aumentar o faturamento na base de clientes ativos dessas entidades com as possibilidades de aumento do pacote de serviço que o consumidor já possui ou mudança para um serviço, mas em uma versão mais sofisticada.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se na pesquisa que um dos principais focos das empresas analisadas é o relacionamento com cliente, isso inclui desde a recepção inicial como o primeiro contato, seguido pelo o entendimento do problema que o trouxe ali, até a solução por meio dos serviços prestados por essas empresas e na busca para que os clientes voltem a fazer negócios com a empresa.

Existe uma relação entre o preço de serviço é os canais de atendimentos disponibilizados , sendo que canais de uso mais simplistas como WhatsApp, Chat e E-mail ofertados nos pacotes mais básicos e baratos das empresas podem ser respondidos de forma rápida e com menor utilização de pessoal para essas atividades, gerando menor onerosidade para os consumidores.

Canais de atendimento que demandam de maior tempo e exclusividade para as empresas como telefonema e o agendamento de reuniões com contador, geram maior onerosidade aos consumidores e só são ofertados em pacotes intermediários ou nos pacotes mais caros como o

premium, uma vez que há uma necessidade de demanda de pessoal para atendimentos que podem ter um maior grau de complexidade.

Outro fato observado, foi o alto grau de variação dos pacotes de serviços ofertados, principalmente nas ofertas premium e intermediárias. Já nos pacotes de menor valor, a variação foi menor, indicando que pode não haver combinação de tabelamento entre as empresas.

Cabe sugerir que em futuras pesquisas sejam analisadas o que os Órgãos Reguladores têm adotado como diretrizes para precificação dos serviços contábeis para este novo segmento e também como as empresas da contabilidade tradicional estão lidando com essa nova concorrência.

## REFERÊNCIAS

Alves, Luiz Fernando Martins. **Contabilidade é um grande negócio**: experiências e segredos de empresários contábeis de todas as regiões do Brasil. Curitiba: Editora Conhecimento, 2017.

Jochem, Laudelino. **A gestão do escritório contábil do século XXI**: transformando desafios em oportunidades de negócios. Hortolândia: Foco Editorial, 2012.

Razzolini Filho, Edelvino. **Gerência de serviços para a gestão comercial**: um enfoque prático. Curitiba: InterSaberes, 2012.

Hernandes, Anderson. **Como a tecnologia está mudando as empresas contábeis**. São Paulo: Tactus Editora Ltda, 2018.

Figueiredo, Sandra; Fabri, Pedro Ernesto. **Gestão de empresas contábeis**. São Paulo: Atlas, 2000.

Thomé, Irineu. **Empresas de serviços contábeis**: estrutura e funcionamento. São Paulo: Atlas, 2001.

Futida, Honorio Tadayoso; Rosa, José Antônio. **Administração da empresa contábil**. São Paulo: IOB, 2009.

Silva, Gilmar Duarte da. Honorários contábeis: uma solução baseada no estudo do tempo aplicado. Maringá: Portal Tributário, 2012.

Vaz, Paulo Henrique. **Controladoria para empresas de serviços contábeis**. São Paulo: IOB SAGE, 2014.

Silva, Gilmar Duarte da. **Como Ganhar Dinheiro na Prestação de Serviço**. Maringá: Gráfica e Editora CLICHETEC, 2015.

Chauvel, Marie Agnez. **Consumidores Insatisfeitos: uma oportunidade para as empresas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

Rosa, José Antônio. **Ética, etiqueta e marketing pessoal para o profissional da área contábil**. São Paulo: IOB Folhamatic, 2014.

**SEMRush**. Plataforma de Ferramentas de Tráfego. Disponível em :<<https://pt.semrush.com/dashboard/>>. Acesso em: 09, Mar. 2021

**Conta Azul**. Disponível em :<<https://contaazul.com/planos/>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Contabilix.** Disponível em :<<https://www.contabilix.com.br/quanto-custa.php>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Contabilizei.** Disponível em :<<https://www.contabilizei.com.br/quanto-custa-contabilizei/>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Contsimples.** Disponível em :<<https://contsimples.com.br/abrir-empresa/>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Conube.** Disponível em :<<https://www.conube.com.br/quanto-custa/>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Já Calculei.** Disponível em :<<https://www.jacalculei.com.br/planos-e-custos/>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Meu Contador Online.** Disponível em :<<https://www.meucontadoronline.com.br/ja-possui-empresa#planos>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Nibo.** Disponível em :<<https://www.nibo.com.br/preco/>>. Acesso em: 27, Mar. 2021

**Omie.** Disponível em :<<https://www.omie.com.br/precos/>>. Acesso em: 27, Mar. 2021