

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

THIAGO BARCELLOS PINTO

**EMPREENDEDORISMO CONTÁBIL: UM ESTUDO COM CONTADORES
QUE ABREM O SEU PRÓPRIO NEGÓCIO**

RIO DE JANEIRO

2019

THIAGO BARCELLOS PINTO

**EMPREENDEDORISMO CONTÁBIL: UM ESTUDO COM CONTADORES
QUE ABREM O SEU PRÓPRIO NEGÓCIO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^a. Mônica Visconti

RIO DE JANEIRO

2019

AGRADECIMENTOS

A minha família, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que tiveram suma importância na minha formação profissional e pessoal. Aos amigos que aqui fiz e que levarei a amizade pra vida toda.

A minha orientadora Mônica Visconti, pelo suporte, pelas aulas que lecionou, pelas suas correções e incentivos e por todo carinho dado.

A minha namorada, por todo amor, carinho e apoio em todos os momentos.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

Com a vinda da tecnologia, o mercado de escritórios contábeis se tornou muito competitivo, e ter o domínio de práticas de gestão juntamente com o esperado conhecimento contábil se torna cada vez mais essencial. Este trabalho tem como objetivo esclarecer os maiores desafios encontradas por contadores ao tentarem abrir o seu próprio negócio, com foco nos escritórios contábeis, abordando a importância do conhecimento contábil atrelado ao conhecimento de gestão. Então, com esse entendimento, traçar as possíveis soluções para maximizar as chances de sucesso no empreendimento. Foi feito um questionário online com contadores que trabalham em escritórios, que abriram seu próprio escritório e também com os que pensam em abrir, a fim de saber quais as maiores dificuldades encontradas e quais estratégias eles consideram mais importantes no caminho para ter sucesso no empreendimento. Através da análise e interpretação dos resultados da pesquisa, foi possível identificar a percepção dos profissionais que estão de alguma forma ligados a escritórios contábeis sobre quais itens eles consideram mais importantes para ajudar no sucesso do empreendimento, corroborando com a ideia central do trabalho de que todos os tópicos abordados são de fato de suma importância para esse sucesso.

ABSTRACT

With the coming of technology, the accounting office market has become very competitive, and domain management practices linked to the expected accounting knowledge becomes even more essential. This research work aims to clarify the biggest challenges found by accountants who tries to open your own business, approaching the significance of the accounting knowledge linked to management knowledge. So, by this understanding, set the possible solutions to maximize chances of being successful on the entrepreneurship. An online questionnaire was made with accountants that work on accounting offices, that open your own, and also with who pretends to open, aiming to know the biggest matters found and which strategies they consider important on the process to be successful on the entrepreneurship. Through the analysis and interpretation of the results of the research, it was possible to identify the perception of the professionals that somehow are related to accounting offices about what they consider more important to help on the entrepreneurship successfulness, corroborating the central idea of the work that all the topics covered are important.

LISTA DE FIGURAS

Gráficos

Gráfico 1 – Mudanças na área Contábil.....	23
Gráfico 2 – Gestão de pessoas.....	24
Gráfico 3 – Habilidade Tecnológicas.....	25
Gráfico 4 – Marketing.....	25
Gráfico 5 – Controle de Qualidade.....	26
Gráfico 6 – Prestar Consultoria.....	27

Quadros

Quadro 1 – Nota Média para cada tópico.....	27
---	----

SUMÁRIO

1. Introdução	8
2. O Problema	11
2.1 Contextualização:	11
2.2 O Problema da Pesquisa:.....	12
2.2.1 Delimitação do Estudo:	12
2.3 Objetivos:	12
2.3.1 Objetivo Geral:	12
2.3.2 Objetivo Intermediário:	12
2.4 Justificativa:	13
3. Referencial teórico	14
3.1 A contabilidade de ontem versus a contabilidade de hoje	14
3.2 Mudanças no mercado contábil:.....	15
3.3 A realidade dos escritórios contábeis atualmente:	15
3.4 Principais atribuições para ter sucesso no empreendimento contábil:	16
3.4.1 Estar atento às mudanças na área contábil	16
3.4.2 Gestão de Pessoas	17
3.4.3 Habilidades Tecnológicas	17
3.4.4 Marketing	18
3.4.5 Controle de Qualidade	19
3.4.6 Consultoria	20
4. Metodologia:	21
4.1 Tipo de pesquisa:	21
4.2 População e Amostra:	22
4.3 Instrumento de Coleta de Dados:	22
4.4 Procedimento:	22
4.5 Análise de Dados:	22
5. Análise e Discussão dos Resultados.....	23
6. Conclusão	28
7. Referências Bibliográficas	29
8. Referências Eletrônicas	30

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Sergio Fernandes Jr. (2018), tradicionalmente o mercado contábil foi ocupado principalmente por profissionais liberais, ou seja, um contador ou técnico em contabilidade que, com o apoio de alguns funcionários, muitas vezes familiares, prestava os seus serviços. Evidente que com o passar do tempo alguns profissionais foram ganhando mais destaque e acabaram criando grandes estruturas com dezenas de colaboradores e centenas de clientes e, por consequência, constituíram pessoas jurídicas. Mas, na maioria das vezes, continuaram a ser vistos e gerenciados mais alinhados ao modelo do profissional liberal do que com um modelo propriamente empresarial.

Segundo esse modelo, a capacidade/competência técnica e o próprio nome do profissional eram os fatores determinantes para sucesso do negócio, minimizando com isso a importância das competências e habilidades gerenciais e comerciais neste segmento.

Mas o mercado mudou, está em mudança, e hoje vivemos um choque de realidade que muitos outros segmentos viveram ainda na década de 90. Antigamente as pessoas iam à farmácia tomar injeções ou fazer algum curativo, e o dono conhecia toda a vizinhança pelo nome, hoje este modelo foi quase totalmente substituído pelas grandes redes. Até as padarias no Rio de Janeiro vem sendo cada vez mais sufocadas pelos minimercados de bairro.

Enfim, o mercado mudou e continua em mudança, e é óbvio que em algum momento atingiria o segmento contábil. Continuar atuando hoje, como se atuava nas décadas de 70, 80 e 90 já não produzirá mais o mesmo resultado, apostar apenas no nome do patrono e na competência técnica já não são mais suficientes para garantir um bom resultado e o crescimento de um negócio contábil.

É claro que estes fatores continuam importantes, aliás, importantíssimos. Mas competência técnica e/ou qualidade do trabalho prestado é o mínimo que se espera de qualquer empresa ou profissional contratado, aliás, é exatamente

o que se espera de um colaborador. Para empreender é preciso bem mais – e em qualquer segmento de mercado.

Se antigamente o nome do profissional e a competência técnica eram mais importantes, em comparação à habilidades e competências gerenciais e comerciais, atualmente esta realidade se inverteu. Nos dias de hoje é necessário que o profissional desenvolva sua capacidade comercial e gerencial mais até do que o seu conhecimento técnico, se o objetivo for aumentar significativamente a sua carteira de clientes e escalar o seu negócio contábil.

Para os que não se conformam, veja este exemplo: se você sabe contratar e gerenciar uma equipe, por exemplo, ainda que você não tenha um excelente conhecimento técnico, poderá contratar bons profissionais e extrair o potencial máximo deles, garantindo a qualidade do serviço prestado pelo seu escritório/empresa de contabilidade. Em sentido contrário, caso você tenha muito conhecimento técnico, mas contrate mal e não saiba gerenciar seus colaboradores, nunca conseguirá escalar o seu escritório contábil, pois chegará a um ponto que não conseguirá atender a todos os seus clientes e não conseguirá profissionais para lhe auxiliarem.

A Contabilidade sempre será uma ciência. Conhecimento técnico é importante, e sempre será. Porém, conhecimento técnico forma grandes contadores, grandes profissionais, mas não grandes empreendedores contábeis. Este não é mais o fator preponderante para aquele que deseja ter um grande escritório, com muitos clientes.

Não dá mais para ser “dono de escritório” como nos anos 80 ou 90, nem para alugar uma salinha, comprar mobiliário, computadores, material de escritório, um “sistema de papelaria” e esperar o cliente bater na porta. É preciso se transformar em empreendedor, recalibrar o mindset, estudar novas áreas, desenvolver novas competências, aprender novas habilidades.

Um bom serviço é a premissa do sucesso, claro. Mas é também o mínimo que se espera, e já não basta por si só. Talvez existam pessoas que tenham anos de mercado, sejam muito competentes e já tenham se perguntado como ou por que pessoas que não tem a mesma experiência e conhecimento técnico que elas, conseguem captar mais clientes e desenvolver mais rapidamente os

seus escritórios. A resposta é simples: enquanto algumas pessoas pensam que é suficiente ter conhecimento contábil, outras possuem mais habilidades e competências comerciais e gerenciais, além do conhecimento técnico.

Nos dias de hoje, é preciso que o empreendedor contábil saiba mais do que somente a ciência contábil e tributos, precisa conhecer também um pouco de RH, Marketing, Processos, Vendas, Controle de Qualidade, Tecnologias e muitas outras habilidades gerenciais. É necessário ter a consciência das suas importâncias, para então, poder formar uma equipe ou contratar empresas especializadas que possam lhe auxiliar na construção do negócio contábil. (FERNANDES, 2018).

O presente estudo visa esclarecer como os contadores que abrem o seu próprio negócio estão adaptando-se as mudanças na área contábil e no perfil dos clientes relacionando a importância do conhecimento técnico atrelado ao conhecimento de gestão, bem como a criatividade e capacidade de inovar, características do empreendedorismo.

Para atingir o objetivo proposto, este trabalho foi dividido em cinco partes:

- A identificação do problema, justificativa e importância da pesquisa realizada;
- O referencial teórico que dá embasamento e suporte ao trabalho;
- A metodologia e as técnicas que serão utilizadas para realizar a validação científica da pesquisa e para analisar os dados coletados;
- A análise dos dados
- E, por fim, a conclusão e possíveis sugestões.

2. O PROBLEMA

2.1 Contextualização:

De acordo com a organização contábil CEFIS – Centro de Educação São Filippo Smaldone (2019), uma grande parte das profissões vêm passando por mudanças drásticas devido a rápida evolução em que o mundo se encontra. A profissão contábil é uma delas, antigamente os contadores eram conhecidos como “guarda livros” ou “tiradores de DARF”. Com a adoção das normas internacionais de IFRS, o profissional contábil tem sido visto por todos como um profissional amplamente estratégico.

Quem possui um perfil empreendedor está sendo valorizado pela sua visão e ganhando evidência no mercado, seja por meio da abertura de uma empresa própria ou dentro das grandes companhias no que chamamos de “intraempreendedorismo”. (CEFIS, 2019)

Antigamente, muitos enxergavam somente a administração como a profissão que era voltada para o empreendedorismo. De fato, a grade curricular deste curso preparava o profissional para administrar uma empresa. Porém já faz um bom tempo que isso vem mudando. O empreendedorismo contábil não surgiu do que os professores ensinam nas universidades, mas sim da capacidade analítica e de compreensão sobre os rumos da empresa por meio dos indicadores financeiros e das informações contábeis. Essa deficiência nas programações escolares faz com que o contador que visa empreender e ter destaque no mercado precise buscar diferentes conhecimentos ao longo de toda sua carreira. Os principais, são:

- Estar atento às mudanças na área contábil;
- Gestão de pessoas;
- Habilidades em tecnologia;
- Marketing;
- Controle de qualidade;
- Prestar Consultoria.

Não basta ter ótimas ideias, determinação e força de vontade. Além de dinheiro e tempo, o empreendedor contábil precisa de planejamento, suporte e preparo. Se a finalidade for fortalecer e tornar saudável o negócio, o empenho

do contabilista é fundamental. Nota-se que o profissional contábil que buscar aprender, se atualizar nas diferentes áreas que contribuem com o seu perfil empreendedor, e souber adquirir conhecimento, terão sucesso no mercado.

2.2 O Problema da Pesquisa:

Diante deste quadro surgiu o questionamento que norteou o presente trabalho: Como os contadores que abrem seu próprio negócio estão adaptando-se às mudanças e procurando inovar para atrair e reter clientes?

2.2.1 Delimitação do Estudo:

Existem diversos textos e publicações que abordam o tema empreendedorismo contábil que podem alicerçar uma pesquisa de campo, o presente estudo está embasado, principalmente, nos estudos de Sergio Fernandes Jr. (2018) e nos textos publicados pela organização CEFIS (2019). Deste modo, foram enfatizadas as atribuições consideradas por estes as de maior importância para o problema da pesquisa.

2.3 Objetivos:

2.3.1 Objetivo Geral:

Identificar quais são os maiores desafios e dificuldades encontrados por contadores que abrem seu próprio negócio, para então elaborar possíveis soluções e estratégias para auxiliar o profissional contábil que está disposto a encarar os desafios de empreender.

2.3.2 Objetivo Intermediário:

Comparar as ideias elaboradas por alguns autores com os fatores, que na percepção dos empreendedores contábeis, são importantes para ter sucesso no empreendimento.

2.4 Justificativa:

O mercado contábil mudou e está em constante mudança. Nos dias de hoje, é preciso que o empreendedor contábil saiba mais do que somente a ciência contábil e tributos, precisa ter conhecimento também de técnicas gerenciais. Este estudo visa encontrar quais são os maiores desafios enfrentados e quais as estratégias necessárias para se adaptar no meio empreendedor.

Fornecer conhecimento através de um estudo com profissionais ligados de alguma forma a escritórios contábeis, oportuniza aos mesmos traçar formas de diferenciar-se, aumentando a possibilidade de obter sucesso no empreendimento, preservando empregos e gerando receitas para a economia.

Então, este estudo justifica-se e se faz relevante, pois saber adotar as melhores estratégias e entender que o conhecimento de técnicas de gestão se faz necessário, pode oportunizar diferenciais competitivos num segmento onde a concorrência é acirrada.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 A contabilidade de ontem versus a contabilidade de hoje

A contabilidade mudou muito desde sua criação até os dias atuais. Não houve apenas mutações legais, mas também práticas. A necessidade do mercado de receber informações cada vez mais precisa, detalhadas e rápidas fez com que a contabilidade viesse a se transformar de acordo com os requisitos determinados pelo mercado. A tecnologia entrou como um grande divisor de águas na história da contabilidade, que até meados do século 21 era conhecida como algo muito mais manual. Existiam salas enormes, amontoadas de livros e papéis por todos os lados onde os contadores faziam seus lançamentos a mão, em livros. A rotina do contador era dentro da empresa de que era responsável. Apenas grandes empresas tinham “o luxo” de ter um contador, e a ideia de terceirizar esta função em um escritório separado da matriz operacional era um vislumbre distante e remoto. (HENDRIKSEN & BREDA, 1999)

Com a vinda da tecnologia, tudo mudou. A internet foi a ferramenta utilizada para a primeira de muitas das mudanças que vieram a ocorrer na prática da contabilidade. Agora, não havia mais a necessidade de o contador estar dentro da empresa ou muito próximo a ela, esta mudança expandiu o mercado, dando oportunidade a escritórios contábeis de outros municípios, estados e até países.

Não há mais a necessidade de grandes salas abarrotadas de papel e de muitos funcionários para fazer a escrituração. A tecnologia trouxe aos escritórios o computador, que reduziu de forma significativa o espaço necessário para se trabalhar. Além disso, tecnologias cada vez mais atuais fazem com que não seja necessário que alguém esteja em frente ao computador para registrar os fatos contábeis ocorridos nas empresas. Todos esses fatos mostram o outro lado do gume da tecnologia: a massiva redução de capital humano dentro dos escritórios.

A profissão contábil tende a se tornar uma tarefa muito mais analítica do que manual, já que as inovações tecnológicas vêm diminuindo a necessidade de escriturar os acontecimentos. (HENDRIKSEN & BREDA, 1999)

3.2 Mudanças no mercado contábil:

Com o passar dos anos, não foi só a contabilidade que mudou. A relação do escritório contábil com seus clientes também sofreu visíveis mudanças. Antes, apenas grandes empresas podiam arcar com os custos de ter seu próprio contador. Com o passar dos anos e as inovações no campo tecnologia e judicial, empresas de pequeno/médio porte também puderam ter acesso a esse tipo de profissional, não só por necessidade, mas também pela obrigação legal imposta, visto inúmeros casos de corrupção, fraude e manipulação de contas das empresas. Os governos viram na figura do contador um importante aliado na organização do patrimônio empresarial. (HENDRIKSEN & BREDA, 1999)

O contador mudou seu perfil de profissional apenas responsável por registrar o dia-a-dia da empresa para aquele que também auxilia a administração da empresa em sua tomada de decisão. É comum, principalmente em escritórios que trabalham com empresas de pequeno e médio porte, possuir a figura do contador como alguém muito próximo ao dono da empresa, próximo no sentido de que se falam periodicamente sobre os rumos que a empresa está tomando e quais seriam as melhores medidas para diminuir custos e despesas e aumentar o faturamento. É claro que esta proximidade tem como objetivo também a fidelização do cliente. O contador se tornou um braço direito diretamente responsável pelo sucesso ou insucesso de seu cliente. (HENDRIKSEN & BREDA, 1999)

3.3 A realidade dos escritórios contábeis atualmente:

Uma grande parte das profissões vêm passando por mudanças drásticas devido a rápida evolução em que o mundo se encontra, com o profissional contábil não é diferente. Hoje o empreendedor contábil necessita ter mais do que somente o conhecimento técnico, precisa conhecer também um pouco de RH, Marketing, controle de qualidade, processos, tecnologias e muitas outras habilidades gerenciais. É necessário ter a consciência das suas importâncias, para então, poder formar uma equipe ou contratar empresas especializadas que possam lhe auxiliar na construção do negócio contábil.

Antigamente, escritórios contábeis de pequeno porte continham em média uma equipe de quinze a vinte e cinco funcionários divididos entre departamentos de RH, Fiscal e contabilidade, por exemplo. As funções de cada funcionário eram bem engessadas, sendo cada um responsável somente por suas tarefas. Hoje em dia, a tecnologia trouxe um novo dinamismo aos escritórios, que agora tendem a possuir uma equipe reduzida de até 10 funcionários no máximo, onde todos estão cientes de todas as funções. (SCHMIDT, 2000)

Atualmente, nota-se que para enfrentar a grande concorrência do mercado, quem quer ser um bom empreendedor têm que se aperfeiçoar, buscar conhecimento e ferramentas que o ajude no dia-a-dia do negócio. Desta forma, nasce o desafio por parte do empreendedor contábil de se atualizar, buscar conhecimento e se aperfeiçoar nas diversas áreas que possam contribuir com o seu perfil empreendedor, para então conseguir ter destaque no mercado, seja atuando dentro de empresas ou abrindo o seu próprio negócio.

3.4 Principais atribuições para ter sucesso no empreendimento contábil:

No presente estudo, foi observado que para diminuir as dificuldades e aumentar as chances de sucesso no empreendimento, o profissional contábil deve se atentar, principalmente, as seguintes atribuições:

3.4.1 Estar atento às mudanças na área contábil

A contabilidade é um ciência social que passa por constantes atualizações e mudanças. Então, é essencial que o contador esteja sempre se atualizando - o caso da introdução do IFRS exemplifica bem isso. Em paralelo, as regras fiscais também mudam constantemente e o SPED (Sistema Público de Escrituração Digital) tem buscado ampliar o seu enfoque e a coleta de informações.

A profissão contábil vem passando por uma enxurrada de mudanças nos últimos tempos no país. E isso de certa forma é bom para o mercado, pois tem mobilizado os contadores fazendo com que se atualizem e explorem, de forma

constante, o conhecimento para continuarem atualizados e vivos no mercado, que só cresce em competitividade a cada dia mais.

Quando falamos de mudança no mercado, não falamos apenas com relação ao cenário de dentro das empresas. As transformações abalam a forma como as obrigações das empresas atreladas aos organismos governamentais são gerenciadas hoje e isso acaba sugestionando um estudo constante por parte dos contadores. Com o treinamento constante dos funcionários e o aperfeiçoamento dos sistemas de controle interno, o dinamismo atual dos negócios exige os contadores a estarem em constante evolução e antenados nas atualizações. (BLB, 2016)

3.4.2 Gestão de Pessoas

É inadiável que os empreendedores contábeis comecem a se preocupar com a gestão de pessoas na contabilidade. Este pensamento se justifica pois o desempenho e os resultados do escritório contábil dependem completamente dos colaboradores. A insatisfação pode levar à queda de produtividade. A motivação provoca o efeito contrário.

O empreendedorismo requer do profissional a necessidade de saber liderar equipes, gerir pessoas, e esse pode ser um de seus maiores desafios. Observa-se que ao se formar na faculdade, o conhecimento do profissional nesse tema é muito básico, pois é muito raro encontrar na grade curricular dos cursos de Ciências Contábeis, matérias que abordem esse tema.

Considerando que grande parte dos profissionais contábeis possuem um perfil analítico, a gestão de pessoas tende a não ser um ponto forte. Com isso, é necessário procurar atualização na área, pois a gestão de pessoas é um dos atributos principais para o sucesso do empreendedor contábil.

3.4.3 Habilidades Tecnológicas

É impossível não se surpreender ao observar a velocidade das inovações e os rápidos avanços tecnológicos que vêm ocorrendo a cada dia. Trata-se de um cenário irreversível, indicador de que entramos em uma nova era. Quase

todas as atividades humanas vêm sendo impactadas por esses avanços, podendo ocorrer de vários jeitos e em diversas proporções. Além disso, vale salientar que muitas dessas tecnologias ainda nem são inteiramente conhecidas.

Nos dias de hoje, em qualquer profissão, a atualização constante e o aperfeiçoamento intelectual são indispensáveis, visto a velocidade com que as mudanças ocorrem. Então, é preciso se atentar às mudanças no perfil dos profissionais, exigidas pelo mercado. Como exemplos de atributos essenciais exigidos pelo mercado podemos citar: visão de negócios, maior qualificação técnica, e habilidades analíticas e de comunicação. Essa rapidez nas transformações, está fazendo com que o profissional contábil tenda a se afastar do nível operacional e se aproxime de um nível mais estratégico nas organizações.

É fácil notar que são inúmeros os benefícios proporcionados pelo avanço da tecnologia. Assuntos como segurança, qualidade das informações e tempestividade estão sempre em pauta. Com a tecnologia em nuvem e os dispositivos móveis, por exemplo, temos acesso imediato a um imensurável número de informações, serviços e pessoas. Nos informamos mais, aprendemos e nos comunicamos muito rapidamente. Resolvemos problemas associados a trabalhos repetitivos e retrabalho, aumentando os acertos e a precisão. (BREDA, 2019)

Então, surge a necessidade de o profissional contábil conhecer e dominar a tecnologia. As Notas Fiscais Eletrônicas, O SPED, o Certificado Digital, a transmissão de obrigações via eletrônica, o registro contábil das operações, o cruzamento de informações, etc. Praticamente tudo hoje em dia é feito por meio eletrônico e online, então ao liderar projetos ou equipes, existirá a necessidade deste conhecimento.

3.4.4 Marketing

Em primeiro lugar, é necessário entender a definição do conceito de marketing para compreender a sua importância nos dias de hoje.

Philip Kotler, em 1967, definiu marketing sendo: "Um processo social e gerencial pelo qual indivíduos ou grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros." Analisando esta definição, podemos dizer que o marketing vem ocupando cada vez mais espaço e importância dentro das organizações a cada dia que passa. O marketing concentra a inteligência estratégica e competitiva da empresa, analisando o mercado como um todo, dos pontos fortes aos pontos fracos, suas oportunidades e ameaças, como também o branding e principalmente, desenvolver estratégias para atender as necessidades e desejos de seus clientes.

Segundo uma pesquisa feita pelo empresário Roberto Dias Duarte em dezembro de 2014, cerca de apenas 33% dos escritórios contábeis usam as funcionalidades das redes sociais como meio de divulgação para sua empresa, comercialização de seus negócios, engajamento dos clientes online e para acompanhar o cenário competitivo. Entre os outros 70%, alguns poucos escritórios possuem o planejamento de ingressar em um futuro próximo e outros nem sequer cogitam a hipótese de usufruir desta ferramenta.

As empresas que fazem uso das mídias sociais acreditam que os principais benefícios de se ter presença digital estão no aumento da satisfação do cliente, seguido pelo benefício de atrair e adquirir novos negócios. O uso de mídias sociais para se aproximar dos clientes e entender suas indústrias é uma forma contundente de se conectar e aprofundar suas relações com os clientes. Utilizar as redes sociais pode manter sua empresa em destaque no mercado de forma contínua.

3.4.5 Controle de Qualidade

Estudos revelam que as pessoas compram produtos e serviços por diversas razões: compram porque são bem atendidas, porque confiam na qualidade dos produtos, porque confiam na empresa e nos serviços prestados pela mesma. A fidelização do cliente ocorre em todos os momentos, quando sua experiência com a empresa deve ser agradável, impactante e de alto valor percebido. Porém, muitas empresas se esquecem que o cliente não está

comprando apenas daquela vez, que satisfação e fidelidade se conquistam a longo prazo e estes não estão necessariamente ligados. Existem, ainda, empresas que não conseguem deixar os clientes satisfeitos, deixando a desejar em fatores básicos como satisfação com o produto e com o atendimento através de seus canais de comunicação. São empresas que não sabem se relacionar com seus clientes, mantêm seu foco no produto e acabam esquecendo de considerar o que poderiam conseguir adquirindo conhecimento sobre o cliente e com o cliente. (MOUTELLA, 2002)

Dar ao cliente um serviço de qualidade é obrigação do escritório. Caso seu serviço não satisfaça seus clientes, a tendência é a falência. Erros comuns e recorrentes podem minar a confiança do usuário com o escritório. Por ser um escritório de pequeno porte, a interação entre o cliente e o dono do escritório é muito comum, o que dá ao proprietário uma melhor percepção do quão seus clientes estão satisfeitos com os serviços prestados; isso faz com que reclamações também cheguem mais facilmente aos responsáveis.

3.4.6 Consultoria

O empreendedor contábil não precisa estar somente ligado à escrituração contábil e fiscal ou de suas áreas relacionadas. Uma excelente alternativa é prestar serviços de consultoria contábil para empresas.

O serviço de uma consultoria especializada no segmento contábil está em identificar e recomendar as empresas, através de processos e diagnóstico, todas as necessidades contábeis e financeiras da organização. Para isso, o profissional deve ter como capacidade uma visão global para a tomada de decisão. (CEFIS, 2019)

4. METODOLOGIA:

4.1 Tipo de pesquisa:

A presente pesquisa focou em buscar dados que comprovam as mudanças que estão ocorrendo no mercado contábil, opiniões de diversos autores que escreveram sobre o tema “empreendedorismo contábil” e, por meio da reunião desses dados e informações, interpretar e analisar os fatores relevantes relacionados com o empreendimento contábil. De modo a alcançar os objetivos estabelecidos foram visitados alguns escritórios contábeis, onde foi realizada uma pesquisa com os profissionais que lá trabalhavam, e também com demais profissionais contábeis que pensam em um dia abrir o seu próprio negócio. Serão analisados, a partir dos dados obtidos, os pontos de maior importância que os profissionais consideram para ter sucesso no empreendimento contábil.

Serão analisados a partir dos dados obtidos a importância que os profissionais contábeis dão para o empreendedorismo e gestão de negócios.

Para alicerçar o estudo foram feitas pesquisas em livros, revistas, textos disponibilizados na Internet, bem como sites especializados na temática pesquisada. Podemos considerar então a presente pesquisa como bibliográfica, por se tratar de uma técnica que busca juntar as informações e dados que servirão de base para a construção da investigação proposta a partir de determinado tema.

A pesquisa também pode ser considerada como exploratória, visto que teve como objetivo aumentar os conhecimentos acerca do empreendedorismo contábil e da utilização das ferramentas de gestão pelos contadores alvo do estudo. Uma pesquisa exploratória visa levar o pesquisador a um maior conhecimento acerca do fenômeno a ser estudado, a estabelecer prioridades e classificar conceitos, buscando maiores informações sobre determinado assunto. (MATTAR, 1996; VERGARA, 1997)

Durante a elaboração do projeto e desenvolvimento desta monografia foi decidido por analisar os principais desafios enfrentados por contadores que abrem o seu próprio negócio, levando em consideração os seguintes pontos principais: Estar atento às mudanças na área contábil; Gestão de pessoas;

Habilidades em tecnologia; Marketing; Controle de qualidade; Prestar Consultoria.

4.2 População e Amostra:

A população estudada restringiu-se a profissionais que trabalham com contabilidade e estudantes de contabilidade. Foram distribuídos 52 questionários entre quatro escritórios diferentes e entre estudantes de contabilidade que pensam em abrir seu próprio negócio.

Neste sentido podemos considerar a amostra como não probabilística por acessibilidade, a qual “longe de qualquer procedimento estatístico, seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles”. (VERGARA, 1997)

4.3 Instrumento de Coleta de Dados:

A coleta dos dados foi realizada através de uma investigação quantitativa por meio de questionário com perguntas fechadas. Como fundamentação para elaboração do questionário, utilizou-se os dados coletados nos diversos textos utilizados nessa pesquisa e citados na bibliografia.

As respostas buscaram mostrar a percepção dos profissionais contábeis sobre os principais pontos para ter sucesso no empreendimento contábil.

4.4 Procedimento:

A pesquisa foi respondida de forma on-line. O processo de coleta foi acompanhado do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). A realização do questionário teve em média a duração de 2 minutos.

4.5 Análise de Dados:

A análise das informações coletadas foi realizada com o emprego de estatísticas descritivas e se utilizou de recursos estatísticos, como tabelas e gráficos, para melhor visualização dos resultados obtidos.

Para a análise das perguntas fechadas, o levantamento foi realizado com a apuração do número de respostas em cada opção. A análise foi feita baseada na incidência percentual das respostas.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O Objetivo principal deste tópico é mostrar a percepção dos profissionais que possuem alguma ligação com escritórios contábeis, quanto a importância de cada atribuição citada para que um profissional que quer empreender tenha sucesso em seu empreendimento. Foram coletadas ao todo 52 respostas ao questionário. O questionário consiste em dar uma nota de 1 a 5 quanto ao grau de importância dado à questão, onde 1 é sem importância e 5 é muito importante.

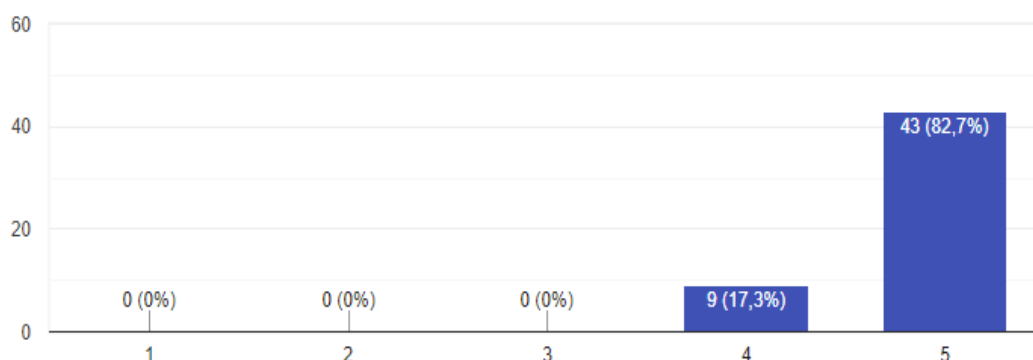
A seguir serão apresentadas as relações entre número de profissionais e nota dada à cada item do questionário:

- O primeiro ponto analisado é sobre a percepção dos profissionais contábeis quanto a importância de estar atento às mudanças na área contábil para quem quer abrir um escritório contábil. As respostas a este questionamento podem ser observadas no Gráfico 1, a seguir:

Gráfico 1 – Mudanças na área contábil

Importância de estar atento às mudanças na área contábil

52 respostas



Fonte: dados de pesquisa. Novembro/2019

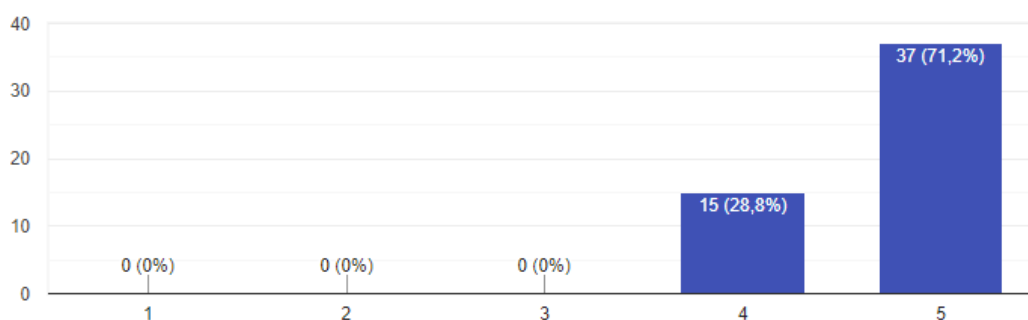
O gráfico aponta que 82,7% dos profissionais deram nota máxima de importância, e 17,3% deram a segunda nota mais alta, ou seja, 100% dos profissionais questionados consideram importante esta atribuição.

- O segundo ponto analisado é sobre a percepção dos profissionais contábeis quanto a importância de saber gerir pessoas. As respostas a este questionamento podem ser observadas no Gráfico 2, a seguir:

Gráfico 2 – Gestão de Pessoas

Importância de saber gerir pessoas

52 respostas



Fonte: dados de pesquisa. Novembro/2019

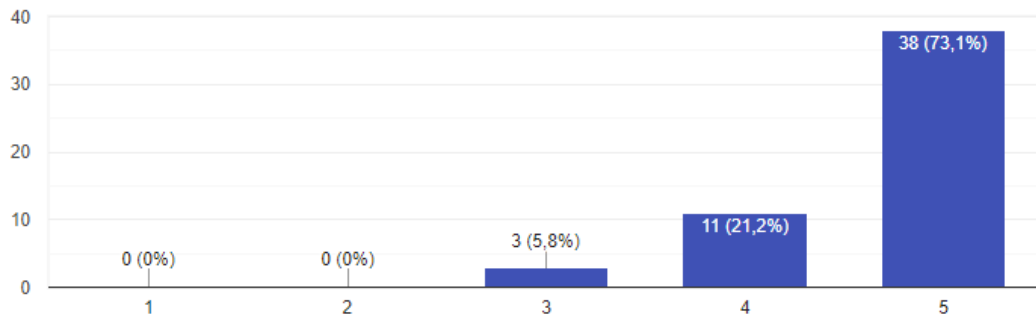
O gráfico aponta que 71,2% dos profissionais deram nota máxima de importância, e 15,28% deram a segunda nota mais alta, ou seja, 100% dos profissionais questionados consideram importante esta atribuição.

- O terceiro ponto analisado é sobre a percepção dos profissionais contábeis quanto a importância de possuir habilidades tecnológicas. As respostas a este questionamento podem ser observadas no Gráfico 3, a seguir:

Gráfico 3 – Habilidades tecnológicas

Importância de ter habilidades em tecnologia

52 respostas



Fonte: dados de pesquisa. Novembro/2019

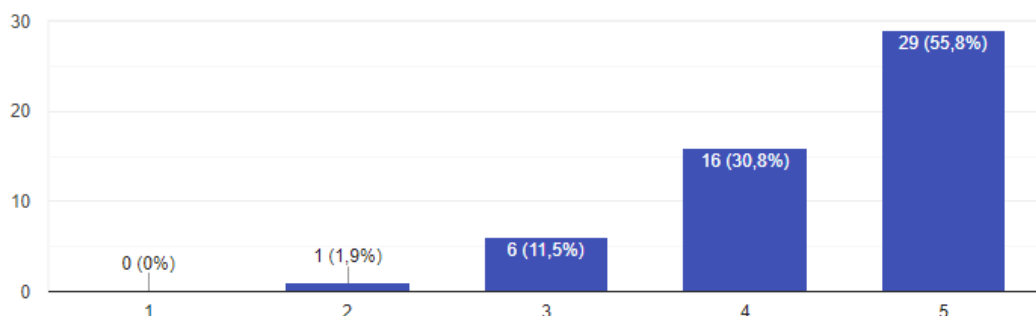
O gráfico aponta que 73,1% dos profissionais deram nota máxima de importância, e 21,2% deram a segunda nota mais alta, ou seja, mais de 90% dos profissionais questionados consideram importante esta atribuição.

- O quarto ponto analisado é sobre a percepção dos profissionais contábeis quanto a importância de saber utilizar o marketing. As respostas a este questionamento podem ser observadas no Gráfico 4, a seguir:

Gráfico 4 - Marketing

Importância de saber utilizar o marketing

52 respostas

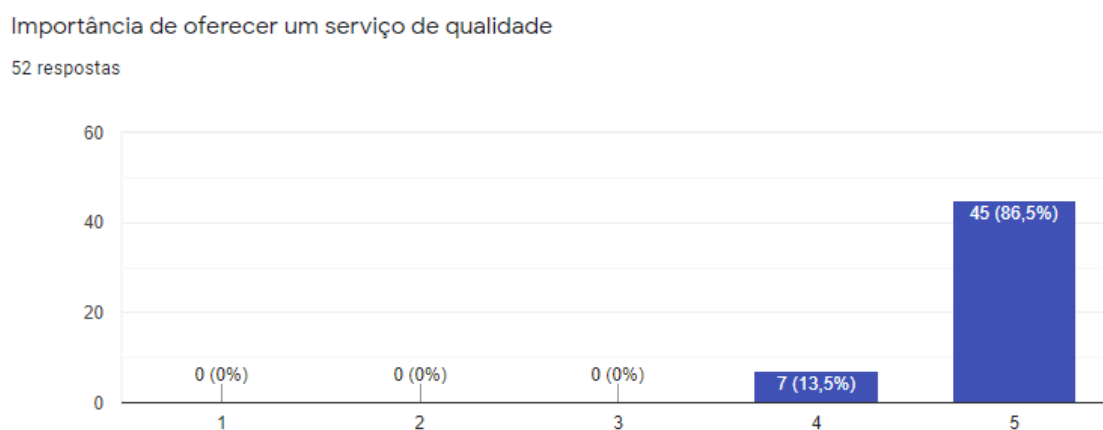


Fonte: dados de pesquisa. Novembro/2019

O gráfico aponta que 55,8% dos profissionais deram nota máxima de importância, e 30,8% deram a segunda nota mais alta, ou seja, mais de 80% dos profissionais questionados consideram importante esta atribuição.

- O quinto ponto analisado é sobre a percepção dos profissionais contábeis quanto a importância de oferecer um serviço de qualidade. As respostas a este questionamento podem ser observadas no Gráfico 5, a seguir:

Gráfico 5 – Controle de Qualidade



Fonte: dados de pesquisa. Novembro/2019

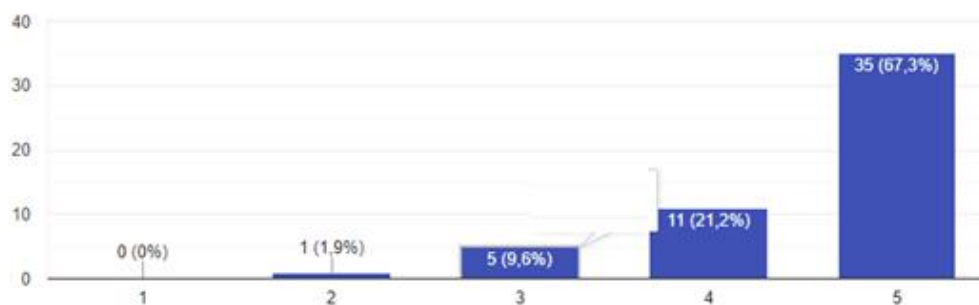
O gráfico aponta que 86,5% dos profissionais deram nota máxima de importância, e 13,5% deram a segunda nota mais alta, ou seja, 100% dos profissionais questionados consideram importante esta atribuição.

- O sexto ponto analisado é sobre a percepção dos profissionais contábeis quanto a importância de saber prestar consultoria. As respostas a este questionamento podem ser observadas no Gráfico 6, a seguir:

Gráfico 6 – Prestar Consultoria

Importância de saber prestar consultoria

52 respostas



Fonte: dados de pesquisa. Novembro/2019

O gráfico aponta que 67,3% dos profissionais deram nota máxima de importância, e 21,2% deram a segunda nota mais alta, ou seja, mais de 80% dos profissionais questionados consideram importante esta atribuição.

Para as 52 respostas ao questionário, foi feita uma média para cada tópico abordado, qualificando qual dos itens os profissionais contábeis acham mais importantes para ter sucesso no empreendimento:

Quadro 1 – Nota média para cada tópico

Tópico	Média
Oferecer serviço de qualidade	4,87
Estar atento às mudanças na área contábil	4,83
Saber gerir pessoas	4,71
Possuir habilidade em tecnologia	4,67
Saber prestar consultoria	4,54
Saber utilizar o Marketing	4,40

Pode-se observar através das médias que todos os tópicos abordados são de fato importantes para ter um empreendimento de sucesso. Constatamos que *oferecer um serviço de qualidade* é o que o profissional acredita ser o ponto mais importante, em segundo lugar *estar atento às mudanças na área contábil*, em terceiro *saber gerir pessoas*, em quarto *possuir habilidade em tecnologia*, em quinto *saber prestar consultoria*, e por último *saber utilizar o marketing*.

6. CONCLUSÃO

A presente monografia teve como objetivo abordar quais são os principais desafios enfrentados pelos contadores que abrem o seu próprio negócio. Foi concluído então, que para que o empreendedor contábil tenha sucesso em seu empreendimento, é necessário ter conhecimento de técnicas de gestão somadas ao conhecimento técnico contábil.

De acordo com os resultados obtidos com a pesquisa de campo, foi possível analisar quais as principais atribuições necessárias para que o profissional contábil maximize suas chances de ter sucesso na administração de seu escritório contábil. Durante a aplicação do questionário, foi possível identificar a percepção dos profissionais que estão de alguma forma ligados a escritórios contábeis sobre quais itens eles consideram mais importantes para ajudar no sucesso do empreendimento, corroborando com a ideia central do trabalho de que todos os tópicos abordados são de fato de suma importância para esse sucesso.

O resultado do trabalho confirmou a importância de todos os seis itens listados como sendo as principais atribuições que o empreendedor contábil deve dominar. Concluiu-se com todo aprendizado ganho durante este trabalho que ter conhecimento de técnicas de gestão é essencial. O caminho para o sucesso no empreendimento contábil passa, primeiro, pelo domínio do conhecimento técnico contábil, tendo a necessidade de passar pelo conhecimento nas técnicas de gestão, ser criativo e inovar.

No entanto, apesar de todas as conclusões obtidas com a pesquisa de campo, subsidiadas pelo referencial teórico, generalizações não devem ser feitas, outros estudos podem complementar este trabalho com um número maior de entrevistados, bem como com uma análise das últimas reformas de curriculum dos cursos de contabilidade no sentido de identificar se contemplam o empreendedorismo contábil.

Enfim, como é uma temática nova, outros pontos também podem ser abordados enriquecendo e subsidiando outros trabalhos na área.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, M. C. **Contabilidade Intermediária: de acordo com as novas exigências do MEC para o curso de ciências contábeis**, São Paulo: Atlas, 1996.
- BRITO, E. J. **Controladoria: um estudo sobre a relevância da contabilidade gerencial no processo de gestão empresarial**, 2016.
- CHING, Y. H. **Contabilidade gerencial: Novas práticas contábeis para a gestão de negócios**, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- CREPALDI, S. A. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- DIAS, E. A. **O contador Gerencial**. Boletim CRC SP, São Paulo, n.159, p.12-13, ago. 2006.
- FERNANDES, S. **Empreendedorismo Contábil**. São Paulo: Atlas, 2018.
- FIGUEIREDO, S. **Contabilidade e a Gestão Empresarial – A Controladoria**, 1995.
- GALE, B. T. **Gerenciando o valor do cliente: criando qualidade e serviços que os clientes podem ver**. São Paulo: Pioneira, 1996.
- HENDRIKSEN, E. S. & BREDAS, M. E. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999
- KOTLER, P. **Administração de marketing: Análise, planejamento, implementação e controle** (5ª ed.). São Paulo: Atlas, 1998.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing** (10ª ed.). (B. t. linguística, Trans.) São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- MARION, J. C. **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 289 p.
- MARION, J. C., SOARES, A. H. **Contabilidade como instrumento para tomada de decisões**. Campinas: Alínea, 2000. 215 p
- MASIERO, G. **Administração de empresas: teoria e funções**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- MATTAR, F. **Pesquisa de Marketing: Edição compacta**. São Paulo: Atlas, 1996
- MÜLLER, A. N. **Contabilidade Básica: fundamentos essenciais**. São Paulo: Pearson Education, 2007.
- SCHMIDT, P. **História do pensamento contábil**. Porto Alegre: Bookman, 2000
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997

