

**Consultoria Contábil: A Importância do Contabilista na
Atividade Empresarial dos Micro e Pequenos Empresários na
Cidade de Mamanguape – PB**

**Accounting Consultancy: The Importance of the Accountant in
the Business Activity of Micro and Small Entrepreneurs in the
City of Mamanguape - PB**

Victor Meneses Silva

Universidade Federal da Paraíba-UFPB

victordemenesessilva@gmail.com

Brasil

João Marcelo Alves Macedo

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

joao.marcelo@academico.ufpb.br

Brasil

Daniela Cíntia de Carvalho Leite Menezes

Universidade Federal da Paraíba-UFPB e UNINOVE

danielacalleite0808@gmail.com

Brasil

Luiz Marcelo Martins do Amaral Carneiro Cabral

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

luizmarcelocb@hotmail.com

Brasil

Recebido: 02/10/2024 – Aprovado: 20/07/2025. Publicado Agosto/2025.

Processo de Avaliação: Double Blind Review.

RESUMO

Frente a um mercado empresarial cada vez mais competitivo, os empreendedores atualmente têm se reinventado e objetivando se manterem atrativos e atuantes em seus respectivos nichos de mercado. Para tanto, essa nova realidade também demanda serviços contábeis diferenciados no que diz respeito a subsidiar o processo de tomada de decisão. Nesse contexto, o contador contábil atua como um profissional essencial para os empresários desenvolverem seus negócios. Este trabalho evidenciou a importância do perfil profissional, chamado de Consultor Contábil, que emerge nesse cenário para o acompanhamento das organizações. Utilizou-se de uma estratégia metodológica, com coleta dos dados primários, por meio de um questionário semiestruturado, que ouviu 88 micro e pequenos empresários na cidade de Mamanguape-PB. A consultoria pode ser caracterizada como sendo um serviço de aconselhamento, do consultor para o cliente, de modo que este possa ajudá-lo a incrementar sua capacidade, para que seus objetivos organizacionais sejam atendidos (Weidner; Kass, 2002). Somando-se a isso, Argyris (1970) diz que o papel do consultor consiste em gerar informação, promover autonomia e comprometimento do cliente para entender e discernir melhor os desafios que encontra, ou seja, provocar reflexões para que este possa tornar-se capaz de enfrentar suas dificuldades. Constatase que existe uma conexão entre a atuação do Consultor Contábil, especialmente no acompanhamento dos micro e pequenos empresários e a percepção dos empresários na importância desses profissionais em seus negócios. Conclui-se pela existência de oportunidades de negócio para os profissionais da área dentro desse segmento de mercado. Contudo, para que esse profissional aproveite as chances apontadas faz-se necessário adequar-se à nova realidade das demandas dos clientes. Elenca-se como contribuições o conhecimento da percepção de uma parcela do empresariado da cidade de Mamanguape-PB sobre o contador e o processo de consultoria contábil, aliado a sua percepção do negócio e o entendimento da utilização de ferramentas gerenciais.

Palavras-chave: Mercado Empresarial; Perfil Profissional; Consultoria Contábil; Conhecimento Mercadológico.

ABSTRACT

Faced with an increasingly competitive business market, entrepreneurs are currently reinventing themselves to remain attractive and active in their respective market niches. To this end, this new reality also demands differentiated accounting services to support the decision-making process. In this context, the accountant is an essential professional for entrepreneurs to develop their businesses. This work has highlighted the importance of the professional profile, called the Accounting Consultant, which emerges in this scenario to support organizations. A methodological strategy was used, with primary data collection using a semi-structured questionnaire, which heard from 88 micro and small entrepreneurs in the city of Mamanguape-PB. Consultancy can be characterized as an advisory service, from the consultant to the client, so that the latter can help them to increase their capacity, so that their organizational objectives are met (Weidner; Kass, 2002). In addition to this, Argyris (1970) says that the role of the consultant consists of generating information, promoting autonomy and commitment for the client to better understand and discern the challenges they face, in other words, provoking reflection so that they can become capable of facing their difficulties. It can be seen that there is a connection between the work of the Accounting Consultant, especially in accompanying micro and small entrepreneurs, and the perception of entrepreneurs of the importance of these professionals in their businesses. The conclusion is that there are business opportunities for

accounting professionals in this market segment. However, in order for these professionals to take advantage of these opportunities, they need to adapt to the new reality of customer demands. One of the contributions is the knowledge of the perception of a portion of the business community in the city of Mamanguape-PB about the accountant and the accounting consultancy process, together with their perception of the business and their understanding of the use of management tools.

Keywords: Business Market; Professional Profile; Accounting Consultancy; Market Knowledge.

1. INTRODUÇÃO

Diante do contexto atual, a atividade empresarial, tem se mostrado bastante desafiadora, levando as organizações, independente do seu tamanho, a se adequar para uma realidade de inovação, especialmente ajustando seus produtos e serviços às exigências de seus clientes. Mediante essa situação os empresários estão sendo obrigados a buscarem constantemente o processo de mudança, almejando uma melhoria contínua para permanecerem com suas empresas em atividade. Na atividade contábil não é diferente e em momentos de adversidade há uma seletividade natural dos negócios.

Este cenário desafiador requer um profissional apto a subsidiar o processo de tomada de decisão, transformando dados em informações contábeis e financeiras úteis. Possuindo relevância e tendo o conhecimento daquela indústria e do negócio de seu cliente. Caberá a esse profissional, auxiliar a atividade empresarial, propondo rumos, demonstrando diagnósticos e projetando cenários futuros, que possam vir a identificar novas oportunidades e/ou apontando momentos de ruptura, ou estagnação.

Como consequência desse processo, pode-se evidenciar possíveis chances de aprimoramento, especialmente no que diz respeito ao comportamento empresarial, frente à nova realidade dos negócios. Assim, os usuários dos serviços contábeis têm demandado serviços diferenciados em virtude das constantes mudanças mercadológicas, fazendo com que os contabilistas se reinventem, inovando e assim oferecendo consultoria mais personalizada, voltada para o negócio de seus clientes.

Quando se pensa em consultoria contábil, transcende-se a prática adotada pela profissão há décadas, deixando de lado o antigo guarda-livros e projetando o futuro. A importância do profissional contabilista, na prática empresarial é substancial, pois suas informações são vitais ao negócio, especialmente para os micro e pequenos empresários, alguns destes tornaram-se

empresários sem base ou estudos aprofundados do mercado. Verifica-se que esse público é carente de capacitações, não tem conhecimento do mercado ou mesmo, enveredaram pelo empreendedorismo como forma de vencer desafios pessoais e não por aptidão. Dessa forma, não têm como avaliar o contexto empresarial, a economia do país e discutir seus resultados, sem antes entender o quanto essas variáveis influenciam seu negócio e como poderão superar tais desafios.

A consultoria pode ser caracterizada como sendo um serviço de aconselhamento, do consultor para o cliente, de modo que este possa ajudá-lo a incrementar sua capacidade, para que seus objetivos organizacionais sejam atendidos (Weidner; Kass, 2002). Somando-se a isso, Argyris (1970) diz que o papel do consultor consiste em gerar informação, promover autonomia e comprometimento do cliente para entender e discernir melhor os desafios que encontra, ou seja, provocar reflexões para que este possa tornar-se capaz de enfrentar suas dificuldades.

Segundo observa a Pesquisa Amway Global Entrepreneurship Report (AGER) citada pelo Portal Terra (2019) a atividade empresarial está em ascensão no Brasil e torna-se desejada no país, nesse sentido os dados revelam que 56% das pessoas tem disposição de se tornarem empreendedores, isto é, conquistar sua independência financeira por meio do seu negócio. Ainda sobre a mesma pesquisa, 74% dos respondentes figuram na faixa etária de até 35 anos sendo chamados de jovens e esses números ultrapassam a estimativa feita como média global que é de apenas 47% (Portal Terra, 2019).

Dentro dessa realidade o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE] (2016) promoveu um levantamento sobre a relação das MPE com os contadores, com a amostra de 6.054 empresas, de Porte ME e EPP, de todas as regiões da federação, entrevistando por meio de telefone os responsáveis pelos estabelecimentos. Esta sondagem constatou que, em média, cada empresa se relacionou com 1,5 escritórios de contabilidade, isso demonstra a relação de fidelidade existente entre cliente e contador, onde 69% dos que responderam só tiveram apenas um contador ou escritório de contabilidade durante sua jornada (SEBRAE, 2016). Desse cenário, tem-se um universo de possibilidades, especialmente no mercado de consultoria contábil, onde estão os pequenos empreendedores. De acordo com a sondagem, tem um perfil de fidelidade com o profissional em contabilidade que lhe atende, porém, precisa-se ofertar um serviço cada vez mais customizado e longe do conceito de que a contabilidade de PME é uma commodity, face, existirem outros trabalhadores hábeis a atender essa demanda.

O mercado empresarial tem recentemente forçado as empresas de serviços a estarem ainda mais competitivas, inovando constantemente, se reinventando, buscando atender as

demandas e assim manter seus clientes (Mattos, 2002). Diante desse cenário, as organizações demandam serviços diferenciados, especialmente para auxiliá-las na gestão de seus empreendimentos. Neste ambiente inovativo e de automação, os profissionais da contabilidade, estão moldando seu comportamento, atuando no novo contexto, promovendo uma relação empresarial com seus clientes e atuando como apoiadores da gestão dos negócios.

Percebe-se no mercado contábil, empresas e contadores, que não reconhecem essa nova tendência, de uma automação daquelas rotinas mais básicas e foco na gestão do negócio. Tal situação demonstra um visível nicho de mercado para os contabilistas e as empresas de serviços contábeis. Assim sendo, emerge a pergunta: Qual a percepção dos Micro e Pequenos Empresários da cidade de Mamanguape-PB sobre importância da consultoria contábil nas suas atividades empresariais?

Esse trabalho buscou evidenciar a percepção dos micro e pequenos empresários em relação ao apoio do contabilista para atividade empresarial na cidade de Mamanguape-PB, analisando a compreensão do empresariado sobre o serviço recebido destes profissionais. Ele atuou, ainda, avaliando o entendimento destes sobre o que seria a consultoria contábil e demonstrando o novo nicho de mercado para os profissionais de contabilidade na região.

O presente artigo justifica-se pela necessidade de apoio apresentadas pelos empresários da Cidade de Mamanguape, aliado à percepção de carência de profissionais, atuantes na área contábil, que exerçam um papel para além das obrigações contábeis e fiscais, valendo-se de meios da consultoria contábil, para dar suporte aos empresários da região. Ao passo que contribui para visualização de nichos e outras oportunidades, uma vez na cidade funciona o curso de Ciências Contábeis.

Este cenário vivenciado pelos empresários da cidade e evidenciado pela pesquisa, é a ausência de conhecimento mínimo do negócio, especialmente em tópicos como gestão, administração financeira, marketing e controle, por parte dos empresários. Essa realidade demonstra outra prerrogativa necessária ao profissional contabilista atual, a qual é a de educador, promovendo uma via de mão dupla, que gera aprendizado, tanto para o consultor, como àquele que recebe a consultoria. Esse profissional, em muitos casos, têm que esmiuçar as informações apresentadas de maneira simples e de fácil entendimento para os stakeholders.

Diante dessa realidade, o SEBRAE (2020) faz um monitoramento para levantar os principais motivos causadores do encerramento das atividades das empresas no Brasil. Ao avaliar-se o encerramento de atividades de Micro Empresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) evidencia-se uma estabilização no número de empresas comparando com os dados pré-pandemia (SEBRAE, 2020). Registra-se que segundo a presente pesquisa, os estados do

Maranhão com alta no número de fechamentos, e os estados da Bahia, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Santa Catarina, que apresentam queda no número de baixas.

O dado do SEBRAE (2014) apontava que 60% das empresas abertas no país fecham nos primeiros cinco anos, existindo três pilares fundamentais responsáveis pelo sucesso ou fracasso destas. Entende-se que o primeiro se trata do planejamento prévio, que em suma, nada mais é que um levantamento de dados antes de se abrir uma empresa. Os dados são público-alvo, hábitos de consumo, principais concorrentes na região, disponibilidade de matéria-prima, diversidade de fornecedores, etc. No segundo pilar está à gestão empresarial caracterizada pelo conhecimento do negócio, seja ele prévio ou contínuo, bem como, algo a mais, empreendedorismo (SEBRAE, 2014).

De acordo com Müller (2003) as organizações que estão em constante processo de renovação tendem a permanecer mais tempo no mercado independente de seu ramo de atividade, isso envolve produtos, serviços, atividades operacionais e tudo aquilo que diz respeito à corporação. O último e terceiro ponto é o comportamento empreendedor, isto é, ter a visão de dono, enxergar novas tendências, antecipar as necessidades dos clientes entre outras. Essas são algumas das características inerentes ao comportamento de um empreendedor de sucesso (SEBRAE, 2014).

Diante disso, tomando como base essas duas frentes, perfil do profissional contabilista na região de Mamanguape e a carência de conhecimento dos empresários da região, o presente trabalho visa trazer informações sobre a consultoria contábil. Assim, foi apresentando a temática e assim demonstrando as deficiências existentes e as oportunidades presentes na área, dada as necessidades apresentadas.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] (2020a), ao sistematizar as informações relativas ao ano de 2018 no cadastro de empresas, Mamanguape é a décima terceira cidade no ranking estadual no quesito volume de empresas atuantes em 2018 com um total de 557 instituições ativas. Conforme a Lei n. 8.950 (2009) ela ainda é considerado o polo da região geoadministrativa do Vale do Mamanguape, que conta com 12 municípios, Baía da Traição, Capim, Cuité de Mamanguape, Curral de Cima, Itapororoca, Jacaraú, Lagoa de Dentro, Mamanguape, Marcação, Mataraca, Pedro Régis e Rio Tinto.

Dentro dessa realidade, obtiveram-se informações de 88 empreendimentos no ano 2020. Estes empreendimentos compõem uma amostra por conveniência, dado serem a carteira de um banco privado instalado na cidade, sendo selecionados a partir da dinâmica empresarial a qual estão inseridas.

O trabalho está organizado com introdução, fundamentação teórica, descrevendo a importância da consultoria contábil e o conhecimento mercadológico. Depois apresentou-se a metodologia utilizada, os resultados e as conclusões.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Consultoria Contábil

Os últimos anos testaram a capacidade de resiliência e reinvenção dos negócios. Com as constantes mudanças provocadas pela globalização que acabou derrubando fronteiras fazendo com que as empresas compitam em escala mundial, isso se tratando do comércio digital, onde pessoas podem comprar produtos de qualquer lugar do mundo. Sabe-se da relevância para sociedade das MPE's, quer seja pelo movimento do mercado ou pelo nível de empregabilidade que representam, absorvendo uma parcela significativa da mão de obra existente (Pereira, Lemes & Gonzales, 2017).

Dentro dessa perspectiva as organizações têm tentado se manterem competitivas, procurando estar em constante processo de mudança. À vista disso, floresce a precisão de um profissional apto a auxiliar nesse processo. Esse âmbito torna-se extremamente favorável ao consultor que de acordo com Coget (1999 conforme citado por Donadone e Sznelwar, 2004), quando afirma que a atuação dos consultores está vinculada a três vieses, o primeiro é a arbitragem de conflitos internos e externos, o segundo relaciona-se com a capacidade de produzir e difundir conceitos sobre o ambiente empresarial e o último é relativo à implementação de mudanças organizacionais.

Block (2004, p. 21) afirma que “toda vez que você aconselha alguém que está diante de uma escolha, você está dando consultoria”, nesse sentido, cristaliza-se a concepção de que a consultoria não está apenas voltada para administração e sim na capacidade de auxiliar alguém a tomar uma decisão. Tomando como sustentação essa afirmação pode-se dizer ao prestar consultoria se gera uma relação de confiança, de modo que se estabeleça com o usuário dos serviços um elo (Block 2004).

Oliveira (2011) conceitua consultoria como processo interativo de um agente de mudanças externo à empresa, o qual assume a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais da referida empresa nas tomadas de decisões, não tendo, entretanto, o controle direto da situação. Isto é, no tocante ao mundo empresarial, Oliveira (2011) diz que o consultor atua como agenciador, tendo o compromisso de assistir os tomadores de decisões das empresas

na gestão de seus negócios, porém não tendo poder para executar os processos sugeridos. No mesmo texto esse autor divide o conceito de consultoria contábil em dois aspectos iniciais sendo: processo interativo e agente externo de mudanças.

No primeiro ponto de vista, o processo interativo é a junção de duas palavras com conceitos distintos, para tanto quando unidas formam uma nova definição que se constitui como agrupamento de atividades recíprocas feitas de maneira organizada, sequenciada, progressiva e racional, a fim de satisfazer as necessidades do cliente seja ele interno ou externo. Em relação à denominação de agente externo de mudanças, Oliveira (2011) alega que tal profissional tem o poder de desenvolver comportamentos, atitudes e processos que possibilitem à empresa transacionar, proativa e interativamente, com diversos fatores do ambiente empresarial. Dessa forma, atuando como um viabilizador do desenvolvimento corporativo.

A maior vantagem de se contar com uma consultoria contábil é a implementação de melhorias que agregam valor ao produto, além de vantagens, como a redução de gastos com impostos e uma eficiência maior na administração financeira, ajudando no desenvolvimento da empresa. Tomando como base essas palavras, percebe-se a importância da consultoria para os negócios de uma empresa. Outro termo que também está diretamente ligado a isso que é demonstrado na afirmação do grande empresário é relacionamento. Não existe consultoria sem relacionamento, ambos estão ligados, pois para um consultor exercer bem sua função plenamente é imprescindível uma atmosfera de confiança sendo esta proporcionada por meio de uma boa relação com seu cliente.

Henrique, Tadeucci, Santos e Ricci (2009) conceitua as organizações que prestam serviços de contabilidade, elencando que as mesmas ofertam em sua maioria assessoria e escrituração contábil e fiscal, incluindo apoio às atividades trabalhistas dessas empresas. Eles ainda elencam que existe uma complexidade na prestação desses serviços e uma especial atenção aos aspectos legais (Henrique et al., 2009). Esta concepção traz de maneira rudimentar a relação existente entre contador e cliente. Nessa óptica o demandante dos serviços ao contratar os ofícios de um contador procura se valer de seu conhecimento técnico a favor das necessidades da empresa, no qual este por sua vez disponibilizará sua experiência em troca de seus honorários assim como estabelecido no contrato de prestação de serviço. Para tanto, tais atribuições são comumente achadas no contador tradicional, quer dizer, aquele com perfil introspectivo e com pouco dinamismo em seu relacionamento com o contratante.

O profissional pode exercer a função de consultor contábil, porém precisa enxergar a complexidade presente na relação cliente x consultor contábil. Essa diferenciação se evidencia quando, de maneira hipotética, o contabilista ao analisar os números da empresa se depara com

uma situação não favorável a continuidade das atividades desta e utilizando de toda sua expertise e conhecimento adquiridos ao longo de sua carreira. Dessa forma, deve propor a seu cliente, após análise minuciosa dos relatórios, a revisão de suas estratégias de negócio, confrontando de modo direto sua maneira de atuação. Nessa situação figurada vê-se que atuar como consultor contábil também concerne mudanças, onde às vezes é preciso confrontar conceitos ou visões com a finalidade de proporcionar melhorias, ou crescimento para o ente que contratou os serviços.

2.2 Conhecimento mercadológico

No que diz respeito a expertise de mercado este associa-se ao nível de conhecimento que os empresários têm em relação ao seu negócio. De acordo com acompanhamento feito pelo SEBRAE (2014) cerca de 58% das empresas que iniciam suas atividades no país fecham suas portas nos cinco primeiros anos de atividade. O órgão afirma ainda que esse fato está concatenado, sobretudo, ao quanto o empresário comprehende do seu ramo de atuação. Segundo a instituição existem três pilares fundamentais que podem levar as empresas ao sucesso ou fracasso, sendo o planejamento prévio, gestão empresarial e o comportamento empreendedor.

Figurando como primeiro fundamento o planejamento prévio diz respeito à preparação que deve haver antes de se abrir uma empresa. Em seu conceito basilar essa etapa resume-se a planejar, ou seja, para se realizar alguma coisa é primordial organizar antes os materiais a serem utilizadas, as pessoas que farão parte desse processo e os meios necessários para se executar dentre tantas outras coisas. Dito isso, a preparação que precede a abertura de uma organização é crucial, visto que, por meio das informações por ele geradas o empresário terá mais segurança na hora de colocar em atividade a empresa, segundo a entidade.

Entretanto, a realidade no Brasil mostra que, este fato endossa o alto percentual de mortalidade citado anteriormente, ultrapassando mais da metade dos casos. Nesse contexto, revela-se um cenário bastante favorável aos consultores da contabilidade em que se aproveitando disso estes têm a possibilidade de valorar ainda mais seus serviços oferecendo soluções de negócio não apenas voltadas a escrituração contábil e geração de guias de recolhimento, mas em trazer melhor compreensão do business a seus clientes.

Já a gestão empresarial, elencada como segundo pilar, diz respeito a conhecimento prático, seja ele prévio ou não. Nesse fundamento surge a figura do Consultor Contábil que por meio dos seus serviços oferece ao empresário soluções para o seu negócio através do seu conhecimento e especialidade na área, sendo esta última característica o que lhe difere dos outros profissionais do ramo. De acordo com o SEBRAE (2016) 72% das empresas em

atividade no Brasil tinham a frente gestores capacitados, quer dizer, pessoas com experiência ou algum tipo de conhecimento na área que a empresa atua. Esse dado demonstra a representatividade que a capacitação tem na administração de uma entidade. Somando a isso, entra a inovação palavra com uma grande abrangência de significados sendo empregada na administração, ou até mesmo, contabilidade em tantas outras áreas. O sentido aqui atribuído está voltado à oportuna aptidão que as empresas, mais precisamente suas lideranças, devem ter em se adequar ao novo, em outras palavras, antecipar tendências buscando atualizar-se sempre que possível seja nos produtos oferecidos e serviço prestado, seja nas atividades operacionais trazendo eficiência e maior produtividade.

O comportamento empreendedor, sendo o terceiro pilar de acordo com o SEBRAE (2016), está vinculado à postura e atitude daqueles que fazem a organização. Para tanto é vital assimilar o conceito básico do que é empreendedorismo. Chiavenato (2007) afirma que o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. O autor conceitua o que é ser empreendedor complementando o que foi visto nos pilares anteriores. Tais como, fazer e executar planos de ação, traçar metas e objetivos de maneira clara, saber aonde se quer chegar, antecipar-se aos fatos e a concorrência e, principalmente, inovar sempre que preciso.

Diante do exposto, entende-se que existem duas vertentes em relação à consultoria contábil, onde a primeira consiste na insuficiência de profissionais com perfil mais arrojado para atender as necessidades demandadas assim como a falta de conhecimento dos micro e pequenos empresários da cidade. Isso revela o quanto ainda existe de possibilidade de negócios para os trabalhadores dessa especialidade de forma que esses busquem se adequar à nova realidade do mercado que tem procurado consultores contábeis e não mais apenas contabilistas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O Presente trabalho utilizou o método indutivo, com natureza exploratória e aplicação de questionários durante uma entrevista estruturada junto ao micro e pequeno empresário da cidade de Mamanguape. Este questionário foi composto por 17 perguntas visando apreender a percepção dos comerciantes participantes do estudo. A amostra é intencional, devido à acessibilidade e a busca por entender a realidade dos empreendedores locais. Os resultados foram analisados confrontando a base teórica e em especial avaliando as oportunidades de

aprimoramento para aqueles que forneceram as informações que auxiliam na tomada de decisão para as entidades atribuindo ferramentas adequadas de gestão e mecanismos facilitadores com o intuito de propiciar fluidez às práticas empresariais.

Tomando como base o referencial teórico usado no trabalho examinaram-se as informações colhidas de modo a interpretá-las. Assim, por meio de uma interpelação de análise pragmática da conversação, onde segundo Mattos (2005) aquele que faz a pesquisa se encoraja para entender a significância da conversação semântica pragmática procurando mostrar pelo meio da linguagem. Mesmo sendo intencional e por acessibilidade, considerou-se o universo segundo dados do IBGE (2020a), em seu último Censo de 2018, que afirmaram a existência de 557 empresas ativas no referido ano dentro da cidade de Mamanguape-PB. Dado o expressivo volume de organizações, aplicou-se o questionário em 88 empreendedores correspondendo a uma amostra aproximada de 15,79% da população apontada, de forma a traçar a percepção dos micro e pequenos empresários a respeito do consultor contábil e o reflexo em seu negócio.

O processo da coleta de dados se deu mediante entrevistas com os empresários em seus estabelecimentos para que não atrapalhasse suas atividades empresariais. Possuindo apenas perguntas objetivas e claras, o questionário se mostrou muito eficiente durante sua execução, onde pode ser aplicado rapidamente, viabilizando a arrecadação das informações. As perguntas foram elaboradas com a finalidade de, primeiramente, estabelecer o perfil dos entrevistados como: gênero, idade e escolaridade. Em seguida, sua percepção em relação ao contador e consultoria contábil e as demais perguntas trataram sobre conhecimento de negócio, seus meios, ferramentas e fontes de aprimoramento.

A entrevista semiestruturada serviu para levantamento dos elementos necessários para o processo de análise gerando material, que foram estratificados no programa Microsoft Excel 2016. Munido dessa base foram utilizados instrumentos e funções do programa, de maneira a fazer a observação da amostra citada, estabelecendo um perfil empresarial sobre o papel do consultor contábil.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A cidade de Mamanguape, município da Paraíba, está localizada na região conhecida como Vale do Mamanguape. Segundo estimativas populacionais decorrentes da População Estimada/IBGE (2020), possui cerca de 45.136 habitantes. Sua economia fundamenta-se na extração e processamento da cana-de-açúcar pelas usinas instaladas em

sua extensão, fazendo com que o comércio local se desenvolva. Diante dessas circunstâncias, a região tem se tornado um importante polo comercial da região, centralizando as atividades empresariais do território e estendendo-se as cidades circunvizinhas. Sendo possível observar o impacto na vida dos moradores da localidade.

Perante essa realidade percebeu-se a quantidade de micro e pequenos empresários existentes no local que necessitam de acompanhamento do profissional contábil. Justificando a elaboração da pesquisa conforme dados apresentados, na Tabela 1. Verifica-se que no processo de coleta de dados, inicialmente se obteve informações dos entrevistados de forma a conhecer o perfil dos empresários. As três perguntas iniciais da entrevista estruturada abordaram dados como: gênero, faixa etária e grau de escolaridade dos empreendedores.

Tabela 1: Dados demográficos – Gênero, Faixa Etária e Escolaridade

Gênero	Valor abs.	Valor rel.
Feminino	45	51,14%
Masculino	43	48,86%
Total	88	100,00%
Faixa etária	Valor abs.	Valor rel.
26 a 35 anos	30	34,09%
36 a 45 anos	11	12,50%
Acima de 46 anos	19	21,59%
Até 25 anos	28	31,82%
Total	88	100,00%
Escolaridade	Valor abs.	Valor rel.
Ensino fundamental	5	5,68%
Ensino médio	35	39,77%
Ensino superior	48	54,55%
Total	88	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados.

No que diz respeito a esses elementos, observou-se um balanceamento dos respondentes em relação ao gênero, onde se apresentou 43 pessoas da amostra declaram-se do gênero masculino, ou seja, cerca de 49%. Enquanto, as demais 45 pessoas se manifestaram do gênero feminino, equivalendo a 51% dos entrevistados. Apesar de pequena a diferença, identificou-se ligeiramente um maior número de mulheres. Inquiriu-se ainda em relação à idade, constando-se que quase 66% dos empresários interrogados têm até 35 anos, mostrando o interesse dos jovens no mercado empresarial. No quesito de grau de escolaridade analisou-se que mais da

metade possuem o ensino superior, equivalendo à cerca de 55% do total participantes da pesquisa.

Na Tabela 2 abaixo, buscou-se avaliar o tempo de atividade da empresa, uma vez que, nos levantamentos prévios à construção do presente trabalho, verificaram-se altos de mortalidade das empresas, especialmente quando o gestor/proprietário desconhece algumas ferramentas de gestão, ou mesmo, não atua com um planejamento estratégico prévio. Denota-se que a grande maioria tem iniciado recente as atividades, 51 gestores falaram que seu negócio tem de um a cinco anos de atividade. Nesse sentido, tem-se a faixa dos 6-10 anos de atividade que corresponde aos 22,73% e por último os que superam os 11 anos, ou seja, os 19,32%. Esses números exibem um pouco da realidade do país, segundo pesquisa feita pelo SEBRAE (2014) em média 60% das empresas que abrem, fecham suas portas com menos de cinco anos de atividade.

Tabela 2: Tempo de atividade da empresa.

Tempo de Atividade	Valor abs.	Valor rel.
1 – 5	51	57,95%
6 - 10	20	22,73%
Mais que 11	17	19,32%
Total	88	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados

Em relação às atividades empresariais, as questões relacionadas buscaram abordar o uso de ferramentas gerenciais e em caso de utilização qual tipo de ferramenta de gestão do negócio. Os dados evidenciados na Tabela 3 demonstram que 73,86% utilizam enquanto 22,73% não fazem uso de ferramentas, porém 3,41% desejariam tê-las.

Tabela 3: Uso de ferramentas gerenciais e a identificação da ferramenta utilizada

Utilização de ferramenta gerencial	Valor abs.	Valor rel.
Gostaria de ter	3	3,41%
Não	20	22,73%

Sim	65	73,86%
Total	88	100,00%
Qual ferramenta utilizada	Valor abs.	Valor rel.
Acha desnecessário	5	5,68%
Caderno / Papel	32	36,36%
Computador / Sistema	44	50,00%
Gostaria de ter	7	7,95%
Total	88	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados.

Em continuação ao detalhamento da Tabela 3, verifica-se que apesar de 50% utilizarem sistemas e computadores, tem-se ainda um percentual de 36,36% que fazem uso de papel e cadernos. Esse caso evidenciou uma gestão totalmente arcaica e desprovida de profissionalismo e o que mais chama a atenção é o fato de 5,68% acharem desnecessário esse tipo de ferramenta.

Segundo dados colhidos e evidenciados na Tabela 4, pelo menos 82 pessoas abordadas informaram ter conhecimento pelo menos razoável sobre seu comércio correspondendo a 93% da totalidade. Frente a essas informações, notam-se oportunidades para os consultores contábeis orientarem seus clientes a se manterem atualizados em seu negócio.

Tabela 4: Nível de conhecimento do negócio declarado e a Compreensão relação entre sucesso e o nível de conhecimento do negócio.

Nível de conhecimento do negócio declarado.	Valor abs.	Valor rel.
Alto	10	11,36%
Bom	40	45,45%
Pouco	6	6,82%
Razoável	32	36,36%
Total	88	100,00%
Compreensão relação entre sucesso e o nível de conhecimento do negócio.	Valor abs.	Valor rel.
Não	2	2,27%
Sim	81	92,05%
Talvez	5	5,68%
Total	88	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados.

Conforme se verifica ainda na Tabela 4, ao que concerne ao conhecimento do negócio, as respostas colhidas demonstraram que no total da amostra de 88 entrevistados, 92,05% reconhecem a importância de compreender bem o ramo de atuação da sua empresa. Isto é, buscar se manter atualizado a temática mercadológica no qual se encontra inserido. Sendo essencial para essas empresas aumentar suas chances de sucesso.

Um ator importante na dinâmica empresarial de um município é o SEBRAE, especialmente por propiciar cursos, formação e apoio aos pequenos negócios. Dessa forma, busca-se verificar o conhecimento sobre o órgão e as possíveis visitas que o mesmo tenha realizado ao estabelecimento. Dessa forma, apresenta-se a Tabela 5, que detalha.

Tabela 5: Conhecimento sobre o SEBRAE e se recebeu visita do mesmo

Conhece o SEBRAE	Valor abs.	Valor rel.
Já ouviu falar	14	15,91%
Não	3	3,41%
Sim	71	80,68%
Visita SEBRAE	Valor abs.	Valor rel.
Gostaria de receber	2	2,27%
Não	65	73,86%
Sim	21	23,86%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados.

Figurando como uma iniciativa do governo, o SEBRAE atua no acompanhamento das micro e pequenas empresas, onde por meio de treinamentos, palestras, cursos e visitas tem em vista auxiliar esse público em suas atividades. Perante isso, no decorrer das entrevistas perguntou-se se haveria sido despertado o interesse por buscar mais informações sobre o negócio, especialmente mostrando que a atuação *in loco* e buscando entender melhor as particularidades do empreendimento. Pretende-se assim dotá-lo como ferramentas de gestão, podendo melhorar o profissionalismo e gerar assim maiores rendimentos, com um negócio mais pujante.

Tabela 6: Buscará se informar mais sobre seu negócio.

Buscará informações	Valor abs.	Valor rel.
Não	4	4,55%
Sim	70	79,55%
Talvez	13	14,77%
Acha desnecessário	1	1,14%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados.

Ao avaliar-se a Tabela 6, verifica-se que 79,55% dos entrevistados buscaram mais informações sobre seu negócio, porém 14,77% afirmaram que poderão buscar, escolhendo o

talvez e 4,55% não alteraram seu entendimento, afirmando que não buscariam novas informações.

O contador é um profissional importante na gestão da empresa, subsidia a tomada de decisão dos gestores. Utilizando-se do conhecimento e prática contribui para as entidades na gestão de seu patrimônio que é o objeto de estudo da contabilidade. Ante a isso, foram feitos questionamentos para entender como os micro e pequenos empresários enxergam o contador e sua percepção em relação à consultoria contábil.

O Primeiro relacionou-se ao empresário ter um contador para seu negócio. Esse questionamento, apresentado na Tabela 7, revela que 39,77 não possuem e que 2,27% acham desnecessário possuir um contador para seu negócio.

Tabela 7: Possui contador.

Tem contador	Valor abs.	Valor rel.
Acha desnecessário	2	2,27%
Gostaria de ter	4	4,55%
Não	35	39,77%
Sim	47	53,41%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados.

Na Tabela 8, inquiriram-se os respondentes acerca do auxílio do Contador na gestão do negócio, percebendo-se que 73 respondentes, ou seja, 82,95% confirmaram a ajuda. Entretanto, teve-se um entendimento como desnecessário e outro que não, respectivamente para 3,41% e 2,27%, ao passo que 11,36% não souberam opinar, escolhendo o talvez, gerando uma possível dúvida sobre a participação do contabilista na gestão.

Tabela 8: O Contador ajuda na gestão do negócio.

Contador ajuda	Valor abs.	Valor rel.
Acha desnecessário	3	3,41%
Sim	73	82,95%
Talvez	10	11,36%
Não	2	2,27%
Total	88	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados (2020).

Analizando os dados da amostra, identificou-se que mais da metade dos empresários entrevistados tem contador, porém ainda existe uma considerável quantidade que não

possuem. Esses dados evidenciaram oportunidades para os contadores na região. Outro ponto mostrado foi relativo à Tabela 9, onde 72,73% afirmaram que o contabilista é algo essencial para sua empresa, conforme se vê na Tabela.

Tabela 9: O Contador é essencial para seu negócio.

Contador essencial	Valor abs.	Valor rel.
Acha desnecessário	2	2,27%
Não	6	6,82%
Sim	64	72,73%
Talvez	16	18,18%
Total	88	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados (2020).

Por fim, aprofundando a temática, foram feitos questionamentos voltados para a consultoria contábil. Nesse tópico ficou visível que 64% dos entrevistados ouviram falar. Somando a isso, apenas uma pessoa afirmou que o consultor não ajuda a seu negócio, mostrando que quase a totalidade comprehende a importante contribuição do profissional em suas atividades organizacionais. Quando questionados a respeito da possibilidade de contratar o consultor contábil, 91% deles afirmaram positivamente.

Tabela 10: Conhecimento em Consultoria, o reconhecimento dele como auxiliar dos negócios e se contrataria um consultor para seu negócio

Você conhece a consultoria	Valor abs.	Valor rel.
Gostaria de se informar	16	18,18%
Não	16	18,18%
Sim	56	63,64%
Reconhece que o consultor contábil ajuda na ges negócio.	Valor abs.	Valor rel.
Sim	78	88,64%
Talvez	9	10,23%
Não	1	1,14%
Contrataria um Consultor Contábil.	Valor abs.	Valor rel.
Não	7	7,95%
Sim	52	59,09%
Talvez	28	31,82%
Acha desnecessário	1	1,14%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados (2020).

Aprofundando a temática, conforme se verifica na Tabela 10, onde foram feitos questionamentos voltados para a consultoria contábil. Nesse tópico ficou visível que 63,64%

dos entrevistados ouviram falar. Somando a isso, apenas uma pessoa afirmou que o consultor não ajuda a seu negócio, mostrando que quase a totalidade comprehende a importante contribuição do profissional em suas atividades organizacionais.

Na tabela 10, perguntou-se ainda sobre se “reconhece que o consultor contábil ajuda na gestão do negócio?” e 88,64% afirmavam reconhecer, sim, o auxílio do contador no processo de gestão da organização. Quando questionados a respeito da possibilidade de contratar o consultor contábil, 59,09% deles afirmaram positivamente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como finalidade evidenciar a importância do perfil profissional, chamado de Consultor Contábil, que emerge nesse cenário para o acompanhamento das organizações. Desse objetivo emergia a questão problema: Qual a percepção dos Micro e Pequenos Empresários da cidade de Mamanguape-PB sobre importância da consultoria contábil nas suas atividades empresariais?

Identificou-se que a relação entre a atuação do consultor contábil e o empresariado poderia ser melhor estruturada. Partindo-se de dois pontos, o primeiro seria a aceitação do trabalho, com uma demanda estruturada e especialmente revestida de apoio a gestão do negócio e o segundo seria uma busca maior pelo profissionalismo na gestão. Dessa forma, chegar-se-ia a utilização das oportunidades de aprimoramento para aqueles que fornecem as informações que auxiliam na tomada de decisão, para as entidades poderiam ser empregadas as ferramentas adequadas de gestão e os mecanismos facilitadores com o intuito de propiciar fluidez às práticas empresariais.

Apreende-se do conjunto de respostas colhidas que existe possibilidade de conquista de novos negócios aos profissionais da contabilidade, especialmente aqueles que se especializem em micro e pequenos negócios. Outro ponto percebido foi que o conhecimento do negócio aumenta o horizonte de chances de perspectiva para a obtenção de aumentar a carteira de clientes.

Sendo assim, conclui-se que para o contador poder aproveitar as possibilidades evidenciadas é necessário adequar-se à realidade das atuais demandas, sendo importante está em constante reciclagem de modo a manter-se atualizado com seus conhecimentos profissionais. Visto que, o mercado tem exigido uma postura inovadora do profissional contábil. Diante dessas circunstâncias, as parcerias, especialmente com o SEBRAE, órgão responsável

pela atualização e renovação de conhecimento para os micro e pequenos empresários, podem gerar sinergia e um acesso diferenciado aos empresários. Por meio de acesso gratuito aos recursos disponibilizados e agregando valor às consultorias e assim demonstrando a relevância dos contadores na gestão do seu patrimônio.

Por fim, entende-se que o trabalho apesar de possuir uma amostra representativa, esta por ser intencional restringe seus resultados, porém os mesmos ainda são importantes indícios da realidade existe, mesmo sendo um limitador da presente pesquisa. Por outro lado, estimula-se a possibilidade de novos estudos sobre o tema, indicando especialmente a viabilidade de analisar o assunto de diferentes ópticas, a exemplo, uma pesquisa voltada a enxergar a percepção dos contadores frente ao atendimento das demandas advindas das micro e pequenas empresas que gerará um novo entendimento do conteúdo abordado nessa pesquisa ou mesmo algo que possa seguir os critérios de população e amostragem.

REFERÊNCIAS

Argyris, C. (1970). *Intervention theory and method: A behavioral science view* (pp. 12-35). Reading, MA: Addison-Wesley.

Chiavenato, I. (2007). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio*. São Paulo, SP. Saraiva.

Donadone, J. C., & Sznelwar, L. I. (2004). Dinâmica organizacional, crescimento das consultorias e mudanças nos conteúdos gerenciais nos anos 90. *Production*, 14(2), 58-69.

Henrique, M. A., Tadeucci, M., Santos, I., & Ricci, F. (2009). Desafios na administração de empresas de serviços contábeis: da importância da profissão aos desafios atuais. *Encontro Latino Americano de Iniciação Científica*, 13.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020a), *Cadastro Central de Empresas 2018*. Rio de Janeiro, RJ. Autor.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020b), *População estimada*. Brasília, DF. (Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência 1o de julho de 2020)

Lei n. 8.950 de 4 de novembro de 2009. (2009). Dispõe sobre a criação da 14ª Região Geopolitica Administrativa no Município de Mamanguape, neste Estado. João Pessoa, PB. Recuperado de http://static.paraiba.pb.gov.br/diariooficial_old/diariooficial05112009.pdf

Mattos, L. K. (2002). *As mudanças organizacionais e seus gestores nas empresas na era da informação*. (Dissertação de Mestrado).

Mattos, P. L. C. de (2005). A entrevista não-estruturada como forma de conversação: razões e sugestões para sua análise. *Revista de Administração Pública-RAP*, 39(4), 823-846.

Consultoria Contábil: A Importância do Contabilista na Atividade Empresarial dos Micro e Pequenos Empresários na

Cidade de Mamanguape – PB

Victor Meneses Silva , João Marcelo Alves Macedo, Daniela Cíntia de Carvalho Leite Menezes e Luiz Marcelo Martins
do Amaral Carneiro Cabral.

Muller, C. J. (2003). *Modelo de gestão integrando planejamento estratégico, sistemas de avaliação de desempenho e gerenciamento de processos (MEIO-Modelo de Estratégia, Indicadores e Operações)*. (Tese de Doutorado).

Oliveira, D. (2011). *Manual de consultoria empresarial: Conceitos. Metodologia, Práticas*, São Paulo, SP. Atlas.

Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods. Thousand Oaks. Cal.: Sage Publications, 4.

Pereira, J. E. A., Lemes, V. P., & Gonzales, A. (2017). Os novos desafios da contabilidade para micros e pequenas empresas: uma análise sobre as perspectivas de adaptação e a utilização da escrituração simplificada para Microempresa e Empresa de Pequeno Porte–ITG 1000. *Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos (REDECA)*, 4(1), 46-61.

Peter, B. (2004). *Consultoria: o desafio da liberdade*. São Paulo, SP. Makron.