

Lauanda Laurrane Miranda

CONSULTORIA CONTÁBIL
COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO NA TOMADA DE DECISÃO DAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS

FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI
TEÓFILO OTONI – MG

2018

Lauanda Laurrane Miranda

CONSULTORIA CONTÁBIL
COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO NA TOMADA DE DECISÃO DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Artigo Científico apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis das Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.
Área de Concentração: Contabilidade Geral
Orientador: Prof^ª. Adenide Pereira Rodrigues.

FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI
TEÓFILO OTONI – MG

2018

FOLHA DE APROVAÇÃO

O Artigo Científico intitulado: *Consultoria Contábil como instrumento de gestão na tomada de decisão das Micro e Pequenas Empresas,*

elaborado pela aluna Lauanda Laurane Miranda,

foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e aceito pelo curso de Ciências Contábeis das Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni, como requisito parcial da obtenção do título de

BACHAREL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

Teófilo Otoni, 6 de julho 2018

Adenide Rodrigues Pereira

Professora Orientadora: Adenide Rodrigues Pereira

Marília Rodrigues Gonçalves

Professora Examinadora: Marília Rodrigues Gonçalves

Luciano Campos Lavall
Professor Examinador: Luciano Campos Lavall

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1 ACONSULTORIA.....	6
1.1 Características da consultoria.....	8
1.2 Consultoria contábil.....	9
2 O PERFIL E PAPEL DO CONSULTOR.....	10
3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	12
4 TOMADA DE DECISÕES.....	15
5 ANÁLISE DOS DADOS.....	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS.....	27

CONSULTORIA CONTÁBIL: COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO NA TOMADA DE DECISÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Lauanda Laurrane Miranda¹

RESUMO

O objetivo deste artigo é refletir acerca da necessidade que as empresas possuem de corrigir erros e crescer no mercado, esta situação faz com que estas procurem conhecer e buscar pelo serviço de profissionais especializados e competentes em consultoria contábil, uma vez que estes são capazes de mostrar a real situação da empresa, apontando erros e melhorias e levando-a a uma gestão eficiente. Dessa forma, devido à percepção de resultados negativos originados de crises e incertezas, viu-se a relevância de investigar se consultoria contábil poderia auxiliar na tomada de decisão das micro e pequenas empresas. Para realização deste trabalho, foi utilizado o método descritivo e qualitativo, pesquisa bibliográfica em conjunto com pesquisa de campo, mediante aplicação de questionários aos pequenos empreendimentos no comércio da cidade Teófilo Otoni MG. Este trabalho cumpriu o seu objetivo geral, pois foi constatado que a consultoria contábil pode de fato auxiliar as micro e pequenas empresas na tomada de decisões.

Palavras chave: Consultoria Contábil; Tomada de Decisões; Micro e Pequenas Empresas.

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, uma das principais estratégias das empresas para enfrentar os desafios de gestão é a utilização de especialistas, que são chamados de consultores. Como não fazem parte do grupo de poder das empresas que os contratam, eles conseguem maior isenção e neutralidade na análise de cenários e

¹Graduada em Administração de Empresas, Bacharelanda em Ciências Contábeis, área de concentração: Contabilidade Geral. Rua das Tulipas, nº 210, Bairro Jardim Serra Verde, Teófilo Otoni MG. lourranelauanda@hotmail.com.

problemas, podendo oferecer aos administradores mais precisão e chances de acerto em suas decisões.

A consultoria contábil é um processo interativo que envolve atividades estruturadas e sequenciais, com o objetivo de trazer a satisfação do cliente, tendo envolvimento entre duas ou mais pessoas da área. O consultor se torna assim, um agente de mudanças externo, porque não faz parte do quadro funcional da empresa, apesar de com ela, interagir propondo mudanças e ajudando em seu desenvolvimento organizacional. Nesse sentido a consultoria contábil é um instrumento que acompanha vivência da empresa em que está sendo aplicada consegue ajudar a melhorar o desempenho da mesma diariamente, por ser capaz de lhe proporcionar benefícios em todos os setores.

A consultoria é viável para qualquer porte de empresa e principalmente pode ser aplicada às micro e pequenas empresas, pois muitas são abertas sem um planejamento estratégico, o que leva a mortalidade precoce do negócio.

Através da elaboração de estudos, a consultoria contábil aplicaria ferramentas de auxílio na empresa, onde seria possível visualizar melhores resultados financeiros, que seriam mensurados e posteriormente implantados para a melhoria das mesmas.

Com o objetivo de realizar este trabalho foram levantadas as seguintes hipóteses:

H0 A aplicação da Consultoria Contábil não traria auxílio a tomada de decisão.

H1 Grande parte das empresas não consegue se manter no mercado, devido a deficiências em aspectos gerenciais, então a implantação da Consultoria Contábil poderia colaborar para a permanência das micros e pequenas empresas.

H2 A qualificação dos gestores quanto a Consultoria disponível mudaria a forma de gestão das micro e pequenas empresas.

H3 A aplicação da Consultoria Contábil traria benefícios para o crescimento das micro e pequenas empresas.

Para melhor direcionamento da pesquisa, foi necessário abordar informações e dividirem capítulos e subcapítulos; sendo o primeiro capítulo com informações a respeito da Consultoria, contendo subcapítulos que abordam as características da consultoria e a consultoria contábil, Já o segundo capítulo é composto pelo tema perfil do consultor, o terceiro capítulo é composto pelo tema micro e pequenas empresas e o quarto capítulo diz a respeito da tomada de decisões, enquanto o quinto e último capítulo relata sobre a análise de dados.

Nesse contexto, o presente trabalho, consultoria contábil para micro e pequenas empresas, teve como objetivo ressaltar a importância, bem como analisar a utilização desse serviço para a tomada de decisão. A consultoria contábil tem como função fornecer conhecimento contábil voltado para a orientação dos negócios, visando à eficácia para a melhoria da gestão nas empresas.

1. A CONSULTORIA

A consultoria representa uma das atividades mais antigas do mundo, pois sempre as pessoas têm prestado auxílio e realizado consultas a outras, nos mais diferentes assuntos. Somente nas últimas décadas é que a consultoria se tornou uma atividade remunerada e, conseqüentemente, um negócio. Oliveira(2004).

Para o SEBRAE (2012), Consultoria é um serviço oferecido aos empresários, com o propósito de levantar as necessidades de sua empresa, identificar soluções e recomendar ações de melhoria através de uma ferramenta chamada diagnóstico.

A consultoria é uma prestação de serviço realizada por uma pessoa ou por uma equipe capacitada, que tem por objetivo exercer uma influência positiva independente à organização (cliente), no sentido de produzir mudanças.

Ainda para o SEBRAE (2012), a consultoria pode atuar no planejamento estratégico, sendo uma grande oportunidade para construir, rever ou desenvolver a leitura da realidade de uma organização e, assim, gerar confiança, segurança e clareza ao papel que sua empresa quer assumir no mercado.

Segundo Block (1991) consultoria é focalizar a experiência e o domínio de uma pessoa que está em posição de ter alguma influência sobre um indivíduo, um grupo ou uma organização, mas que não tem o poder direto para produzir mudanças ou programas de implementação.

A consultoria é uma atividade profissional voltada para o auxílio e suporte de clientes, com o intuito de auxiliar ou aconselhar na solução de problemas. É o serviço prestado por pessoas independentes e qualificadas para a identificar e investigar os problemas que dizem respeito à organização e sua política, bem como os métodos e procedimentos adotados, sendo então, ao final dessa análise, aptas a recomendar as ações adequadas para sua implantação.

A Consultoria é o ato em que um cliente fornece, dar e solicitar, pedir pareceres, opiniões, estudos, a um especialista contratado para que este auxílio apoie, oriente o trabalho administrativo, pode-se dizer que a consultoria é uma troca onde o cliente fornece informações da empresa e cabe ao consultor diagnosticar o problema e orientar da melhor forma possível. (PARREIRA, 1997 p.12)

Ele propõe uma categorização na qual evidencia alguns aspectos da consultoria: é uma troca; é um serviço especializado; não é um serviço caro; é um serviço ético; é conduzir, não filosofar, é um serviço de orientação.

2.2 Características da consultoria

Block (2004), divide a consultoria em etapas distintas, onde uma delas é a fase da contratação. Fase esta em que o consultor diz ao cliente o que tem a oferecer e o cliente mostra seus desejos, esta fase deve ser o mais transparente possível, apesar de os empresários terem receio de abrir sua empresa a alguém de fora, para não ocorrer frustrações no meio ou mesmo no término deste projeto de consultoria.

Segundo o conceito do autor Holtz (1997), existem dois tipos de consultoria, embora haja as inevitáveis híbridas que confundem as distinções. O primeiro tipo é o fornecedor de serviços temporários técnicos/profissionais. O segundo tipo é a organização de consultoria que se encarrega de um projeto, geralmente sob contrato, com um produto ou serviços definidos a serem entregues e que, com maior frequência, trabalha em suas próprias dependências, embora, se necessário, trabalhe nas dependências do cliente ou em ambas. Existe um vínculo indissociável entre o processo de consultoria e as características pessoais do consultor.

Pereira e outros (1999), ainda caracterizam como tipo de consultoria a Alocação de recursos: neste modelo, alocam-se recursos necessários à empresa cliente para a solução de um determinado problema. Fica claro que neste caso a empresa se preocupa em destinar os recursos possíveis a fim de resolver o problema da mesma.

O consultor tem o papel de orientar, ensinar, aprender, pois o mesmo possui grande vivência dentro de suas funções e, por isso, tem experiências para transmitir,

e através disso pode-se entender que a consultoria atua nas áreas de maior necessidade dentro da empresa.

Quando analisados os objetivos da consultoria, devem-se considerar duas óticas diferentes: a do consultor e a da empresa cliente. Em linhas gerais, pode-se afirmar que o objetivo do consultor é efetuar um trabalho de qualidade, ajudando a empresa-cliente na solução dos problemas enfrentados, pois esta é sua missão de vida profissional e sua forma de sustento e manutenção no mercado.

Os objetivos, sob a ótica da empresa-cliente, são divididos em tradicionais e adicionais:

- Objetivos tradicionais é dar a solução a um problema; fornecer diagnóstico capaz de redefinir a problemática e acompanhar a realizar as ações;
- Objetivos adicionais: de criar acordo, suporte, consenso, compromisso; facilitar a aprendizagem e melhorar a eficácia.

Importante salientar a abordagem qualitativa que faz Pereira (1999, apud JACINTHO, 2004, p. 41) ao indicar que a consultoria tem por objetivo ser não apenas eficiente como também eficaz. Para atender a estes objetivos, o profissional da consultoria deve estar bem preparado tanto no sentido técnico quanto no sentido de relacionamentos.

2.2.1 Consultoria contábil

As definições de consultoria contábil remetem ao auxílio de um profissional, no sentido de alavancar os resultados, subsidiando os gestores para uma melhoria na gestão. Com o aumento e a aplicação dos novos impostos às empresas, obteve-se um crescente acúmulo de informações sobre questões financeiras: produtividade no ativo, origem e causas de custos, fontes de lucros e despesas. Esses dados deram aos contadores o poder para usufruir do gerenciamento e da tomada de decisões nas empresas.

De acordo com Iudícibus e Marion (1999, p. 43) “podemos dizer que a tarefa básica do contador é produzir e/ou gerenciar informações úteis aos usuários da contabilidade para a tomada de decisão”.

Observe-se a classificação de Oliveira (2011, p. 51):

A acerca das consultorias empresariais, no que concerne à amplitude, a consultoria contábil é classificada como específica, pois abrange assuntos voltados ao patrimônio, este, objeto de estudo da Ciência Contábil.

Esse trecho é profundo demais. Pois hoje em dia a consultoria contábil é uma ferramenta determinante para o sucesso de qualquer entidade, pois ela busca integrar os diversos setores da empresa para gerar informações constantes, e a partir delas criar estratégias diante de cada situação ou mudanças que ocorram por causa de diversos fatores decorrentes, que façam com que a empresa explore o máximo possível a sua capacidade de produção e alcance os melhores resultados no determinado momento.

2. O PERFIL E PAPEL DO CONSULTOR

O consultor é um profissional que, através de seu conhecimento e experiência, auxilia seu cliente com pareceres e consultas técnicas a respeito de matéria e assuntos dentro de sua especialidade.

A consultoria contábil tem em seu conceito “uma forma de auxiliar tecnicamente a gestão em um dado assunto, devido aos seus conhecimentos especializados”, revela a importância desses para a realização da orientação. O consultor, então, deve dominar o conteúdo acerca da função a que se destina (HOOG, 2006, p. 78).

No topo da carreira funcional está à emissão de opinião científica sobre as situações informadas, e especialmente, a orientação para a obtenção da prosperidade, tarefas pertinentes a assessores e consultores contábeis, com isso ele quer dizer que a consultoria é o ápice do conhecimento contábil. (SÁ, 2012, p. 13).

Entende-se que para se tornar uma referência perante os outros profissionais, é preciso obter os conhecimentos necessários, ser sábio, mas ser amplo em seu saber.

Acerca disso, Sá (2012, p. 23) corrobora: “Um consultor contábil, portanto, precisa acumular um apreciável número de conhecimentos, além de valer-se de experiências e criatividade”.

De acordo com o autor, uma cultura é necessária para formar e dar os conhecimentos básicos e suplementares. Quanto aos primeiros são compostos da Doutrina Contábil, Direito, Economia e Administração; quanto aos últimos, são compostos pelas Matemáticas, Informáticas e Cultura Geral.

O consultor tem que ter o discernimento para definir metas que a organização possa cumprir, pois não adianta tentar fazer o impossível. Também é necessário que o consultor saiba dialogar com o cliente de forma clara para que todos entendam o objetivo proposto.

De acordo com Sales (2013, p. 69):

Destaca como características do consultor, saber diferenciar o que é importante do que é urgente; ser independente e estipular metas alcançáveis e que motivam o grupo a seguir mais firme e mais determinado.

Crocco e Guttmann (2005, p.34) enfatizam que o consultor além da experiência pessoal, devem possuir a base educacional formal dos profissionais de consultoria e o que denominam de diferenciais. Percebe-se que esses diferenciais são a junção do conhecimento com a prática do consultor. Para ser consultor a experiência faz muita diferença na hora da execução do serviço e na tomada de decisão. Essa experiência do consultor para as pequenas empresas, que muitas vezes não tem um conhecimento acerca de administrar uma empresa, possibilita auxiliar os gestores buscando o desenvolvimento da organização.

De acordo com Mocsányi (1997, p.148), além de conhecimento técnico, talento e criatividade, o bom consultor é aquele que se destaca também por uma série de outras características, sejam elas profissionais, culturais, políticas e até psicológicas.

Percebe-se que para ser um bom consultor deve ser um profissional culto, se atentar para todos os assuntos ao seu redor.

[...] o consultor sempre ocupa papel de agente de mudanças. Ninguém chama um consultor para participar da rotina, mas sim para fazer alguma coisa diferente acontecer, como introduzir uma tecnologia nova, alterar processos de trabalho ou adequar a estrutura organizacional de uma empresa, como exemplos mais comuns (MOCSÁNYI, 2003, p. 18).

O consultor deve ser paciente e ter um bom relacionamento interpessoal, pois dentro da organização existem colaboradores que gerenciam suas emoções de várias formas. Além de tudo um consultor deve saber lidar com as suas emoções e respeitar as dos demais colaboradores para que evite conflitos dentro do ambiente de trabalho, fazendo com que todos possam trabalhar em equipes e motivados.

A qualificação profissional de consultoria deve somar-se, ainda, com a prática e com a experiência na execução e condução de processo. Só assim teremos consultores no exercício efetivo de suas atividades. (ANDRADE, 2007, p. 3).

Entende-se que o consultor tem que saber conduzir um processo dentro da empresa. Isso não significa executar o processo, mas fazer com que os gerentes e executivos apoiem a sua ideia e liderem de acordo com os procedimentos que o consultor lhes propor. Para as pequenas empresas, essa atitude do consultor irá auxiliar o líder nas suas atividades.

O consultor deve ater-se ao mercado que irá atuar buscar o seu perfil nele. Fica claro que o consultor através das suas características e aptidões deve buscar a área que tem mais interesse e conhecimento para conduzir a sua vida profissional. É verificado que o consultor exerce alguns papéis na organização visando contribuir para a permanência das pequenas empresas no mercado atual.

O consultor precisa ter algumas premissas para atuar no mercado, ser independente, ter automotivação, ética. Capacidade de análise e autenticidade. (NETO, 2014).

O consultor deve possuir as seguintes competências necessárias:

- Domínio das atividades
- Experiência profissional
- Criatividade
- Dinamismo
- Responsabilidade
- Facilidade de comunicação
- Busca por atualização²

Caitano (2010) destaca que o papel do consultor é o de dar consultas, aconselhamento e acompanhamento do processo de implantação das mudanças, devendo o empresário ter conhecimento e saber o que esperar dele. Percebe-se que o consultor tem o papel de auxiliar os gestores, porém os empresários devem ter ciência e consequências do serviço prestado. O consultor sempre fornecendo informações para os clientes faz com que os mesmos confiem nele e no seu trabalho.

São necessárias essas ações nas pequenas e medias empresas para a contratação do serviço, visto que eles não têm conhecimento profundo de um serviço de consultoria.

²Disponível em: <<http://biblioteca.univap.br/dados/INIC/cd/inic/IC6%20anais/IC6-60.PDF>>

De acordo com Kugelmeier (2010), o papel do consultor empresarial, em sua essência, é bastante valorizado, exatamente por sua imparcialidade e por atuar focado na resolução de problemas que a empresa não consegue solucionar.

3. MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

As micro e pequenas empresas representam uma grande importância econômica e social, pois as mesmas demonstram um percentual significativo do total de empregos. Além disso as MPEs apresentam características inerentes à sua gestão e processos e relativas ao mercado. Tais características, não raro, são marcadas pelo perfil do proprietário e possuem tanto aspectos positivos quanto negativos.

De acordo com o art. 3º da lei Complementar 123/2006, considera-se microempresa ou empresa de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406/02, devidamente registrados no registro de empresas mercantis ou registro civil de pessoas jurídicas, desde que:

I – No caso de microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00;

II – No caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00³.

SEBRAE reforça a definição acima ao dizer que a microempresa será sociedade empresária, sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário devidamente registrado nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário, a receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00⁴.

Apesar de não possuir fundamentação legal, é relevante mencionar que a definição de Micro e pequena empresa não se dá apenas pelo seu faturamento anual, mas também pelo número de empregados que possui. Assim, O SEBRAE utiliza o critério por número de empregados do IBGE como critério de classificação

³Disponível em <WWW.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>

⁴Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entremicroempresapequenaempresaemei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>

do porte das empresas, para fins bancários, ações de tecnologia, exportação e outros.

Tabela 1 – Critério de classificação do porte das empresas por quantidade de empregados.

Indústria	Comércio e Serviços
Micro: com até 19 empregados	Micro: até 09 empregados
Pequena: de 20 a 99 empregados	Pequena: de 10 a 49 empregados
Média: 100 a 499 empregados	Média: de 50 a 99 empregados
Grande: mais de 500 empregados	Grande: mais de 100 empregados

Fonte: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>

As micro e pequenas empresa possuem características que as diferenciam, tais como:

Baixa intensidade de capital; altas taxas de natalidade e de mortalidade; demografia elevada; forte presença de proprietários, sócios e membros da família como mão-de-obra ocupada nos negócios; poder decisório centralizado; estreito vínculo entre os proprietários e as empresas não se distinguindo, principalmente em termos contábeis e financeiros, pessoa física e jurídica; registros contábeis pouco adequados; - contratação direta de mão-de-obra; - utilização de mão-de-obra não qualificada ou semiquificada; baixo investimento em inovação tecnológica; - maior dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro; e relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte.⁵

As micro e pequenas empresas no Brasil estão representando grande importância econômica para o país, uma vez que tem se destacado na segmentação de comércio e serviços, com a geração de emprego e renda em nível nacional e regional. Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) as micro e pequenas empresas nas atividades de comércio e serviços cobrem cerca de 80% da atividade total do segmento (IBGE, 2001), tanto em termos da receita gerada como das pessoas nele ocupadas. Esse tipo de modalidade de sociedade empresária, tem como algumas das vantagens apuração e recolhimento dos impostos em um regime único (Simples Nacional), o cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, ao acesso a crédito e ao mercado, referente à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos Poderes Públicos (Licitações).⁶

⁵Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv1898.pdf>>

⁶Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/asvantagensdamicroempresa-e-empresa-de-pequeno-porte-no-brasil/70462/>>

Por fim, faz-se relevante mencionar o quanto as micro e pequenas empresas vem crescendo no Brasil ao longo dos anos. Segundo estudo efetuado em 2014 pela unidade de gestão estratégica do SEBRAE, nos últimos 30 anos, este tipo de negócio vem adquirindo uma importância crescente no país, pois é inquestionável o relevante papel socioeconômico desempenhado por estas empresas.

- As MPEs geraram, em 2011, 27,0% do valor adicionado do conjunto de atividades pesquisadas (PIB); esse percentual vem aumentando na série histórica, iniciada em 1985, quando esse indicador representava de 21,0% do valor adicionado (PIB), e em 2001, 23,2%;
- Serviços e comércio representaram, em 2011, 19% do valor adicionado, enquanto a indústria totalizava 7,8%;
- Em relação ao número de empresas as MPE representaram, em 2011, nas atividades de serviços e de comércio, respectivamente, 98% e 99% do total de empresas formalizadas;
- Em relação ao emprego, as MPE representavam 44% dos empregos formais em serviços, e aproximadamente 70% dos empregos gerados no comércio;
- Cerca de 50% das remunerações do setor formal de comércio foram pagas, em 2011, por MPE.⁷

Entende-se que as micro e pequenas empresas vem crescendo a cada ano no Brasil. Possuem legislação e características próprias e ainda relevante importância para economia, tanto é que contam com algumas vantagens como redução de impostos e participação em compras públicas, tais vantagens existem para proteger os negócios existentes e ainda incentivar a criação de novos.

4.TOMADA DE DECISÕES

As decisões são escolhas tomadas com base em propósitos, são ações orientadas para determinado objetivo.

Marion (2005, p.23) diz que frequentemente os responsáveis pela administração das empresas estão tomando decisões, quase todas importantes, vitais para o sucesso do negócio. Por isso, há necessidade de dados, informações corretas, subsídios que contribuam para uma boa tomada de decisão. Ele

⁷Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>. p.8>

complementa dizendo que a contabilidade é um instrumento importante para auxiliar a administração a tomar decisões, e que várias empresas passam por problemas e até vão a falência por tomarem decisões sem respaldo, sem dados confiáveis, muitas vezes pautadas em uma contabilidade irreal, distorcida, em consequência de ter sido elaborada única e exclusivamente para atender às exigências fiscais. Para planejar há de se tomar decisões sobre o futuro.

Segundo O'Connell (2006, p. 84):

O estudo da tomada de decisão é uma mescla de várias disciplinas, como matemática, sociologia, psicologia, economia e ciências políticas. A filosofia reflete sobre o que uma decisão revela sobre o nosso eu e nossos valores. A história diseca a decisão tomada por líderes em momentos críticos. Já o estudo do risco e do comportamento organizacional, nasce de um desejo mais prático: ajudar o administrador a obter melhores resultados.

A tomada de decisões constitui o núcleo da responsabilidade administrativa. Sob um ponto de vista mais restrito, a tomada de decisões está diretamente ligada à função de administrar. A cada instante o administrador se defronta com situações alternativas que exigem tomar alguma decisão, assim o administrador deve constantemente decidir o que fazer, quem deve fazer, quando, onde e, muitas vezes, como fazer, (CHIAVENATO, 2010, p. 168). Segundo Maximiano (2004, p.53), Herbert Simon (economista estadunidense) diz que o processo de tomar decisões possui três fases, sendo elas:

- Intelecção ou prospecção: análise de um problema ou situação que requer solução;
- Concepção: criação de alternativas de solução para o problema ou situação;
- Decisão: julgamento e escolha de uma alternativa; cada fase é um processo decisório em si, assim como a implementação das decisões. Segundo Caravantes e tal (2005, p. 446 apud BERTONCINI et al, 2012, p.4), as ações de um gerente envolvem decisões, o que se vai produzir, como vai ser feita essa produção, quem será o mercado consumidor. “Tomar decisões é o processo de escolher uma dentre um conjunto de alternativas.” E cabe ao tomador de decisão “... reconhecer e diagnosticar a situação, gerar alternativas, avaliar as alternativas, selecionar a melhor alternativa, implementar a alternativa escolhida e avaliar os resultados.”

Segundo o professor Jacintho (2004, p. 60), as principais características positivas são a “flexibilidade e agilidade na produção e a centralização do comando”. Essas mesmas características, sob uma nova ótica podem ser percebidas de um

modo negativo. Por exemplo, a centralização implica muitas vezes rejeição à orientação ou falta de delegação de atividades rotineiras.

Entende-se que o processo de tomada de decisões é constituído em fases que possibilita ao administrador analisar a situação, criar alternativas para buscar soluções e escolher a melhor saída tal situação. A tomada de decisões é fator constante na administração das empresas, pois dela depende a sobrevivência e sucesso da mesma.

5. ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa foi realizada em sessenta e duas empresas do comércio da cidade de Teófilo Otoni, com o intuito de verificar a importância da implantação e os benefícios da consultoria contábil, oferecido às micro e pequenas empresas.

A fórmula para cálculo do tamanho da amostra para uma estimativa confiável da Média Populacional (μ) é dada por:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{E}^2$$

Onde:

N = número de indivíduos na amostra

$Z_{\alpha/2}$ = Valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado.

σ = Desvio-padrão populacional da variável estudada

E = Margem de erro ou erro máximo de estimativa. Identifica a diferença máxima entre a média amostral (\bar{X}) e a verdadeira Média Populacional.

Conforme dados fornecidos pela Sindcomércio, em seu sistema de cadastramento existe, um total de 2117 micro e pequenas empresas cadastradas, foi feito o cálculo da amostra e conforme mencionado anteriormente a pesquisa foi realizada em sessenta e duas empresas.

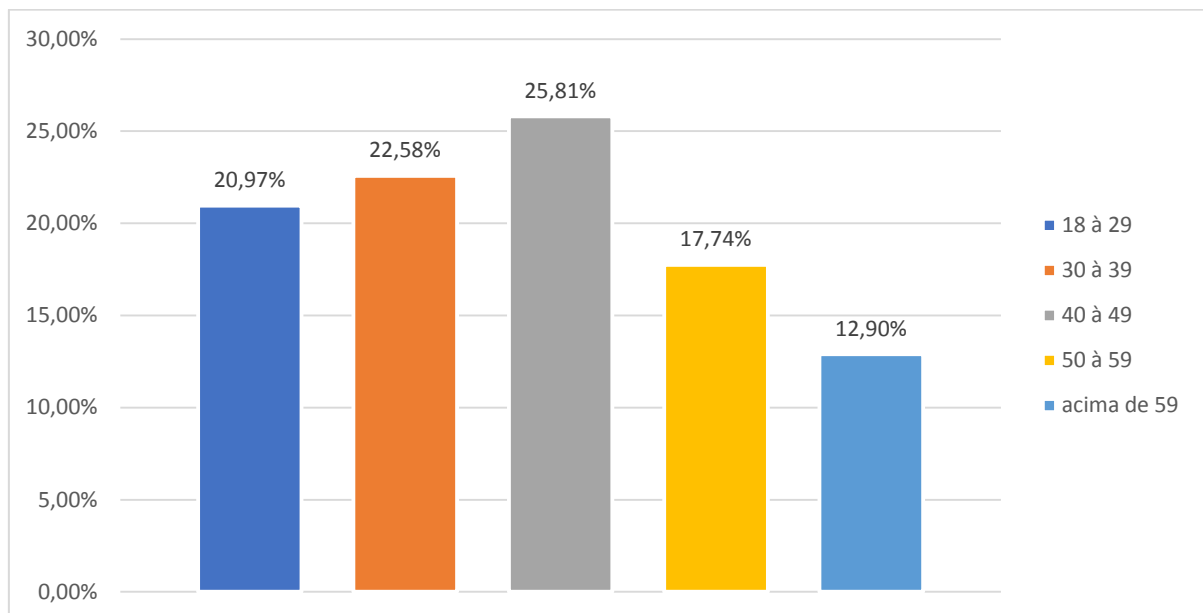
Percebeu-se em muitos empreendimentos a insegurança e desconfiança quanto a responder o questionário que se apresentava como tema a consultoria contábil. Mesmo assim, todos os questionários foram respondidos.

O questionário utilizado na pesquisa foi formulado em uma linguagem simples visando o perfeito entendimento dos entrevistados, não sendo previsto nenhum tipo de identificação pessoal, como nome da empresa ou do empresário, visto que a pesquisa trabalha o levantamento estatístico das informações.

5.1 Características sociodemográficas da amostra pesquisada

Nesta seção será analisada uma série de gráficos e dados que foram coletados durante as entrevistas semiestruturadas que apresenta as características da amostra pesquisada, por idade, sexo e grau de instrução. O primeiro quesito avaliado foi a idade dos empresários/gestores. No gráfico 1 são apresentados os seguintes dados:

Gráfico 1-Idade



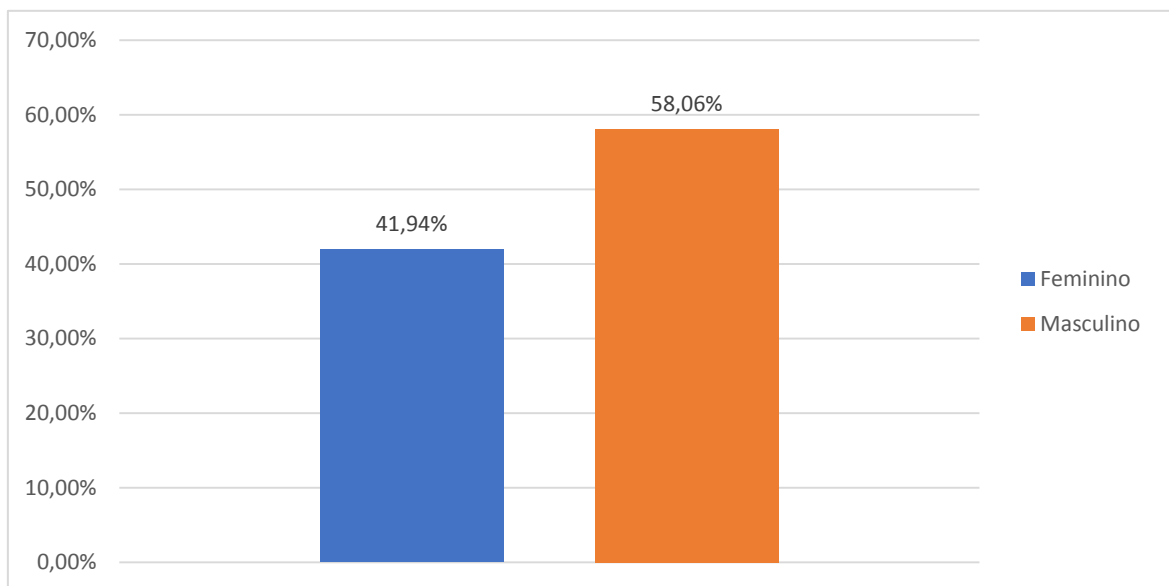
Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O gráfico 1 evidencia que 25,81% dos empresários/gestores tem entre 40 a 49 anos de idade, dos outros 22,58% tem entre 30 a 39 anos, 20,97% tem entre 18 a 29 anos, 17,74% tem entre 50 a 59 e 12,90% tem acima de 59 anos de idade. Esses

dados indicam que a maioria dos empresários/gestores possui entre 40 a 49 anos de idade.

Na amostra pesquisada, foram encontrados 58,06% de homens e 41,94% de mulheres, conforme o gráfico 2, abaixo.

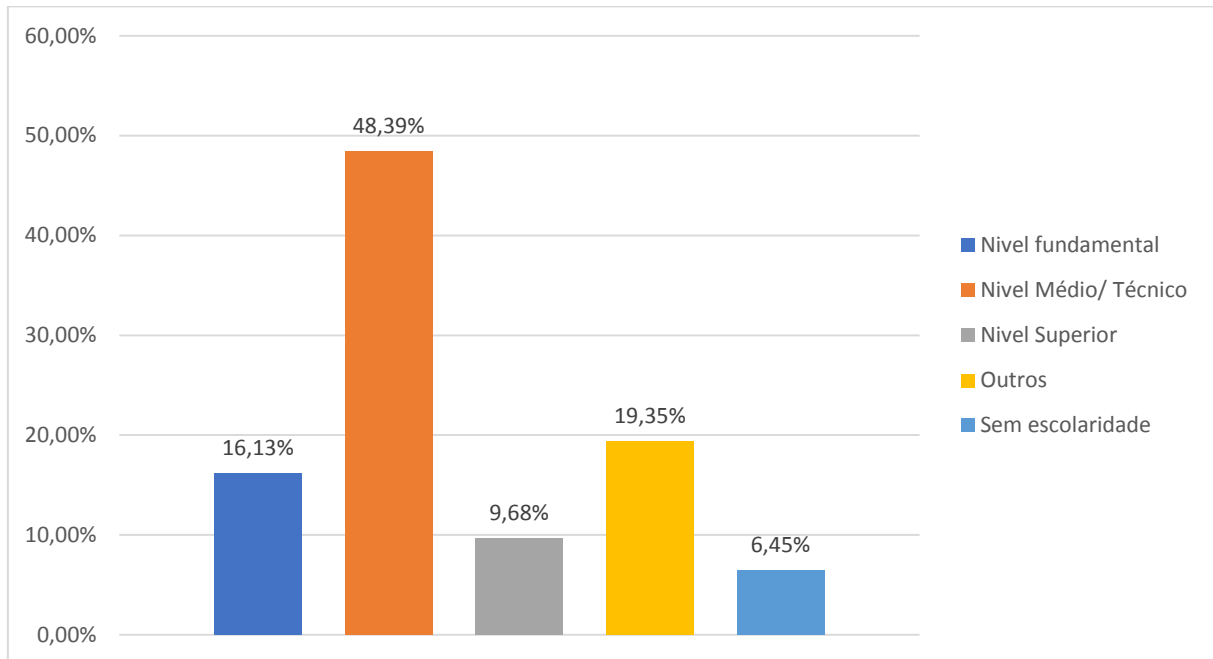
Gráfico 2- Sexo



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Como se pode perceber, o maior número de empresário/gestor é do sexo masculino.

Com relação ao grau de instrução dos empresários/gestores, temos, conforme o gráfico 3, 48,39% no nível médio/ técnico, 19,35% responderam outros, 16,13% nível fundamental, 9,68% nível superior e 6,45% sem escolaridade. Quando confrontados os dados obtidos através da questão percebe-se que a maioria possui o nível médio/técnico de instrução.

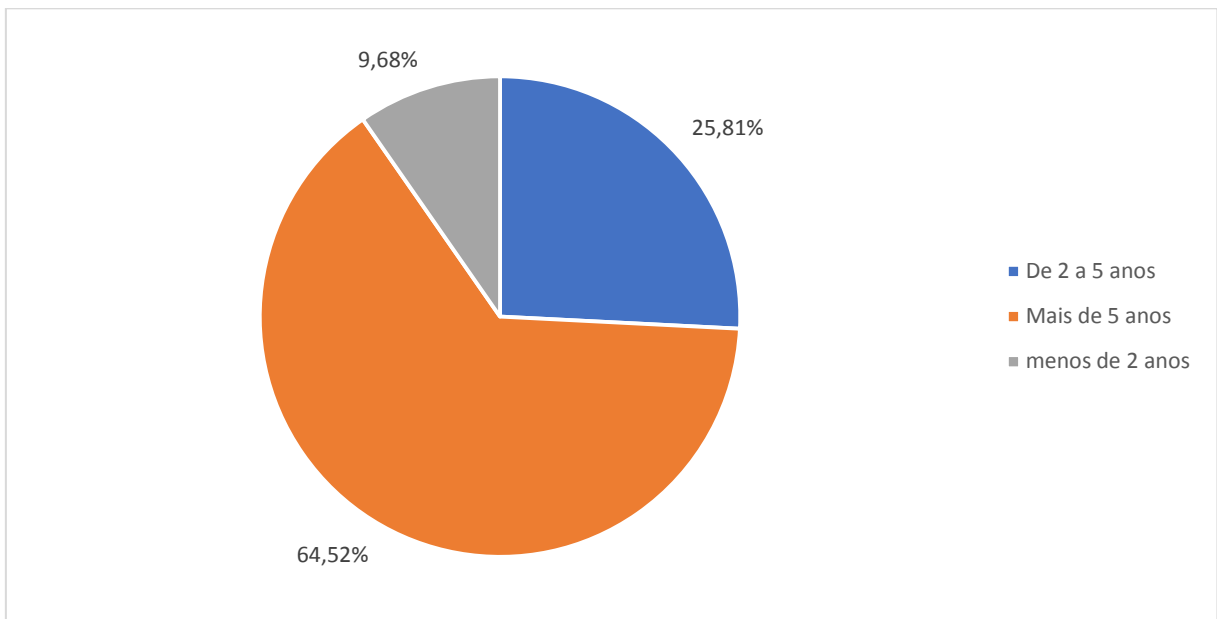
Gráfico 3- Grau de Instrução

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Os dados indicam que o maior número dos empresários/gestores possui o nível médio/técnico e que o número de empresários/gestores sem escolaridade é pequeno.

5.2 Perfil das micro e pequenas empresas localizadas na cidade de Teófilo Otoni-MG

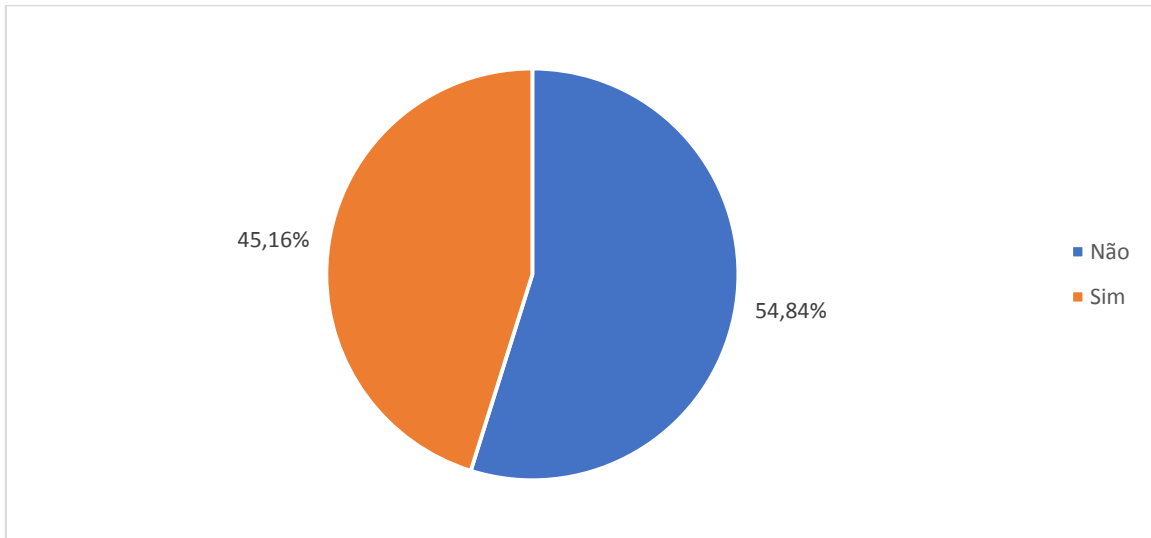
Na sequência foi perguntado aos empresários/gestores sobre o tempo de existência da empresa. O gráfico 4 evidencia as seguintes informações:

Gráfico 4- Tempo de Existência

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O tempo de existência das MPEs da cidade de Teófilo Otoni, encontra-se desequilibrado, com 64,52% representa ligeiramente uma maior quantidade de empresas com mais de 5 anos, com 25,81% empresas de 2 a 5 anos e com 9,68% empresas com menos de 2 anos.

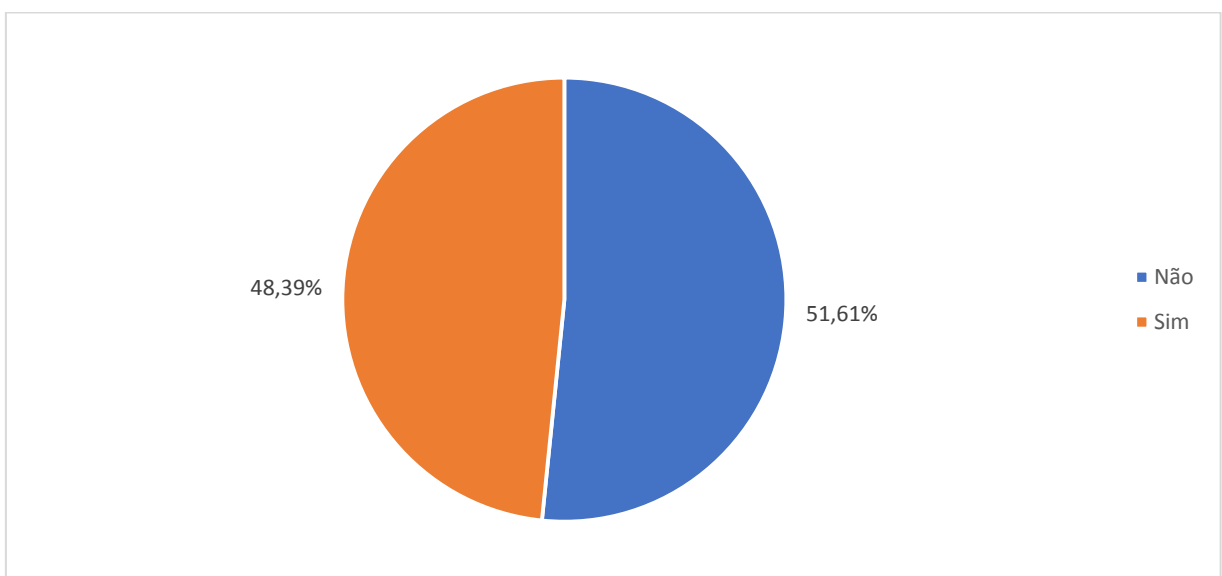
O gráfico seguinte revela se as MPEs já obtiveram ou contrataram alguma orientação contábil voltada para gestão. A orientação contábil é a disseminação do conhecimento contábil. Pode ser em forma de comentário e explicação, assessoria e consultoria.

Gráfico 5- Obtenção da Consultoria Contábil/financeira

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Expressa a pesquisa que um pouco mais da maioria com 54,84% das MPEs nunca obteve orientação contábil, mesmo sendo importante para tornar a gestão patrimonial mais eficiente, possibilitando uma maior capacidade gerencial.

A sexta questão perguntou aos empresários/gestores se o escritório que lhe presta serviço de contabilidade já divulgou, ofereceu ou se os mesmos já requisitaram algum tipo de consultoria contábil ou financeira. O gráfico 6 apresenta os seguintes dados:

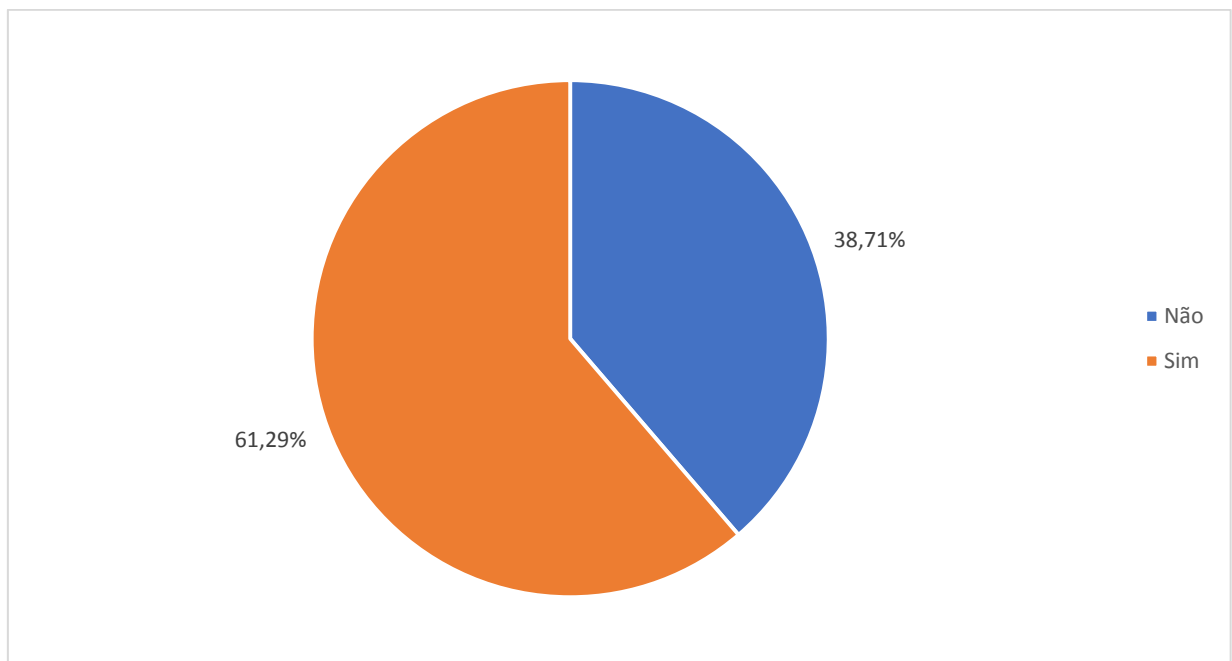
Gráfico 6- Conhecimento da Consultoria Contábil/financeira

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

A maioria dos entrevistados com 51,61%, afirma que não teve nenhum tipo de conhecimento, e nem requisitaram serviço de consultoria contábil/financeira por parte do prestador de serviço de contabilidade.

O gráfico a seguir revela a necessidade das MPEs de acompanhamento contábil/financeiro.

Gráfico 7-Necessidade da consultoria contábil/financeira na empresa

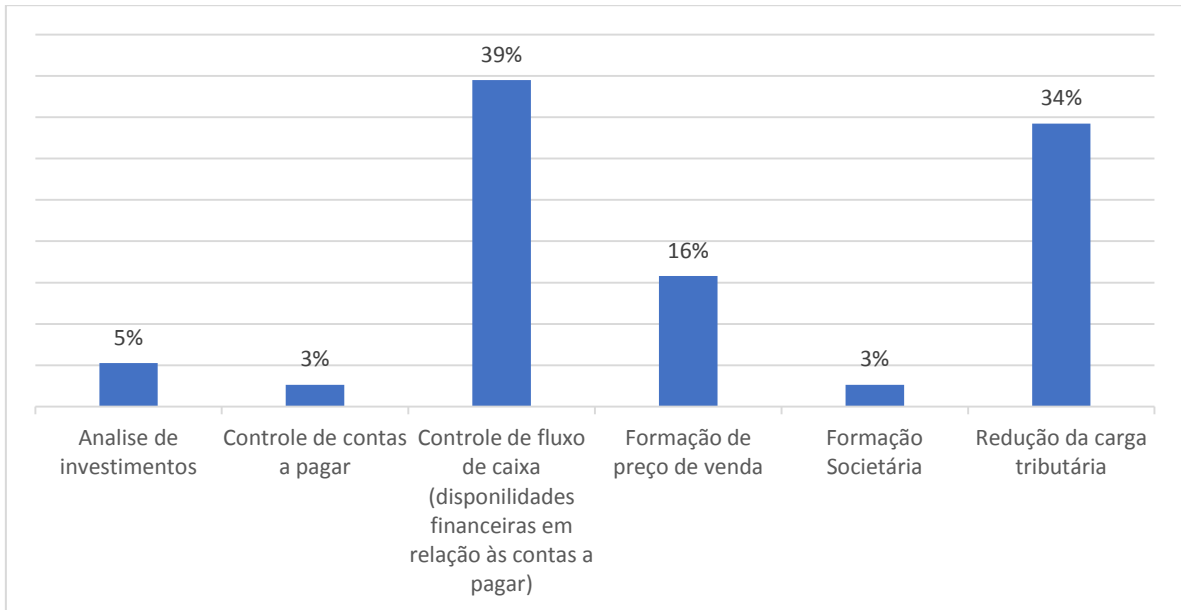


Fonte: Dados da pesquisa (2018)

A maioria das MPEs admitem que necessitam de acompanhamento contábil/financeiro, pois os serviços contábeis oferecidos não suprema necessidade de orientação e da eficácia voltada para a gestão.

O gráfico a seguir expressa as maiores necessidades:

Gráfico 8- Tipos de necessidades das MPEs de acompanhamento contábil/financeiro

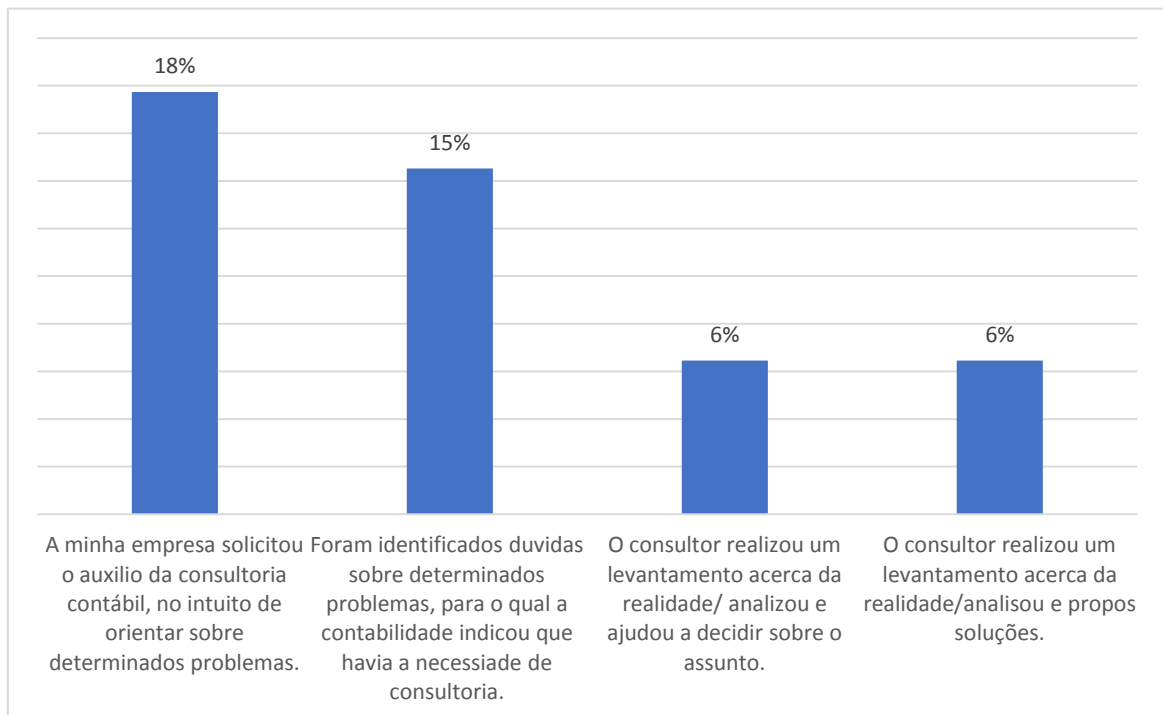


Fonte: Dados da pesquisa (2018)

A necessidade mais destacada entre os empresários/gestores é de acompanhamento financeiro em geral, representada pelas necessidades de controle de fluxo de caixa e a redução da carga tributária, que perfazem muito mais da metade (73%) das carências. De fato, essa realidade pode ser fruto tanto de uma gestão deficiente ou de fatores externos à célula social, como mercado, dentre outros.

Das 62 empresas entrevistadas, 28 falaram que obtiveram consultorias, os gráficos a seguir são as respostas de perguntas apenas das empresas que obtiveram a consultoria.

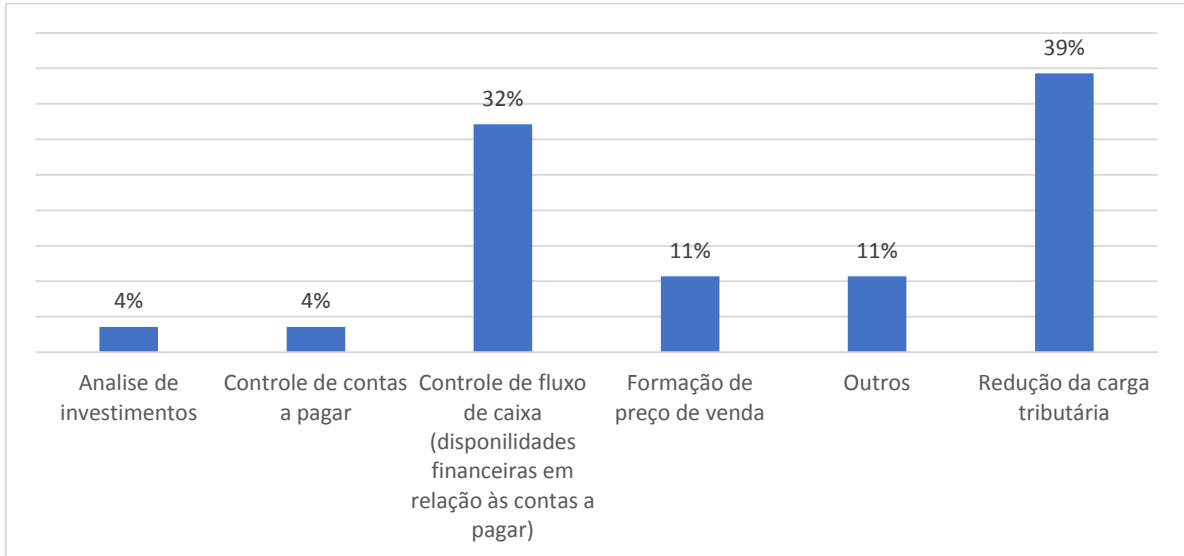
Gráfico 9- Informações acerca da utilização da consultoria contábil



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Os dados mostram com 18% que o motivo que levaram as empresas a obter a consultoria, foi o intuito de orientação sobre determinados problemas, com 15% foi por indicação da contabilidade também sobre duvidas de determinados problemas, o restante foi quando a própria empresa detectou essa necessidade com o auxílio de um consultor.

Gráfico 10- Produtos que foram utilizados na consultoria

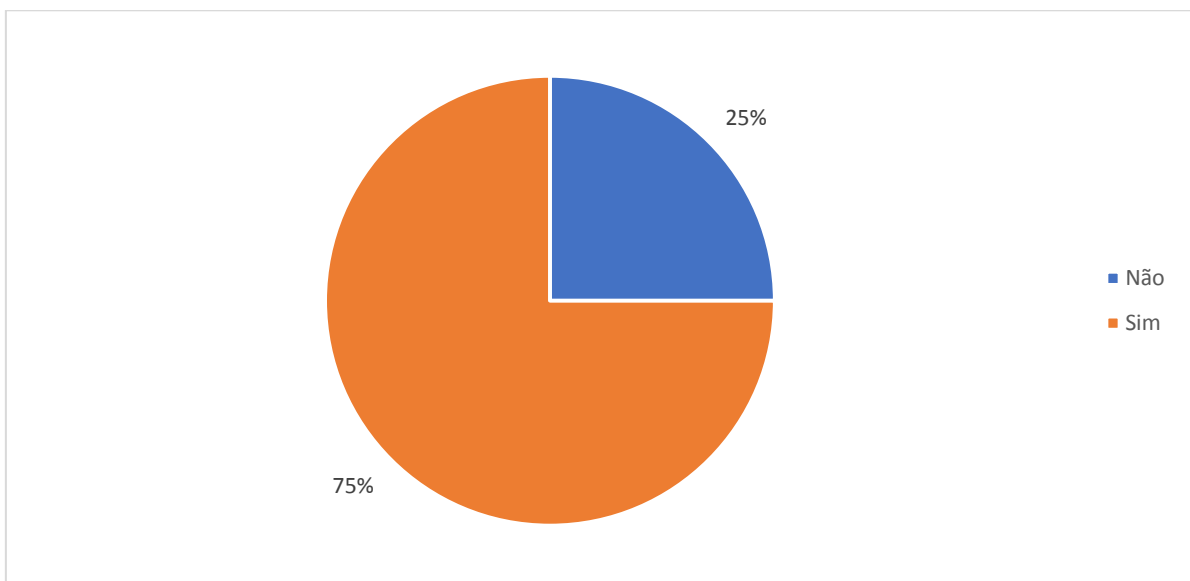


Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Os dados coletados evidenciam que 39% utilizaram a consultoria na redução da carga tributária, 32% foi no controle do fluxo de caixa, foi observado que esses dois produtos também foram os que as empresas mais queriam consultoria.

Em seguida foi perguntado para as empresas entrevistadas se a implantação da consultoria contábil auxiliou nos aspectos gerenciais. O gráfico 11 apresenta as informações a seguir:

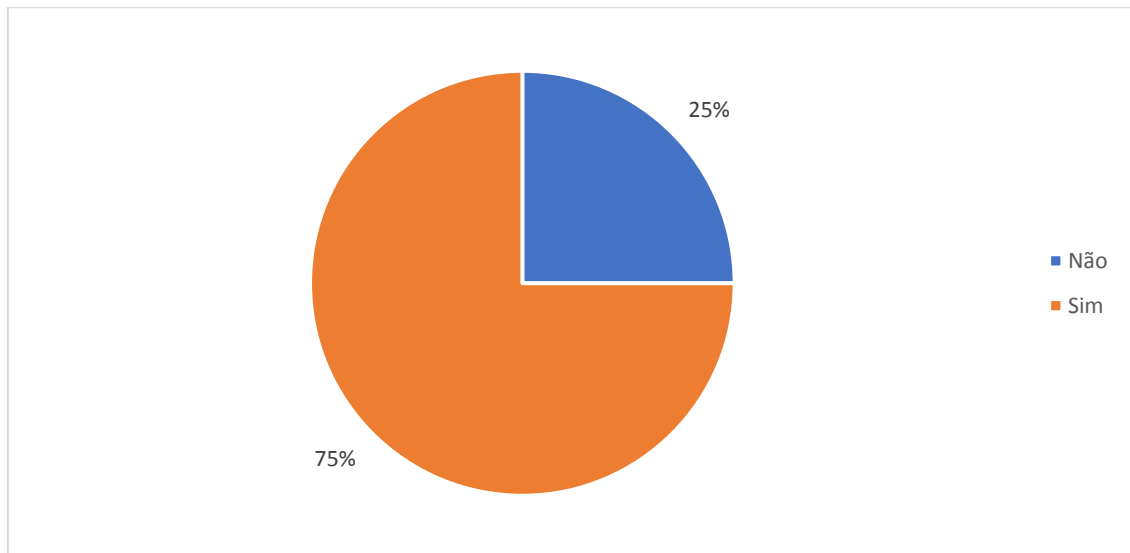
Gráfico 11- Sobre o auxílio da consultoria



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Os dados coletados evidenciam que 75% disseram que a consultoria auxiliou nos aspectos gerenciais, desta forma, é entendido que a consultoria contribui muito para a empresa.

Gráfico 12- Se a consultoria trouxe benefício para a empresa

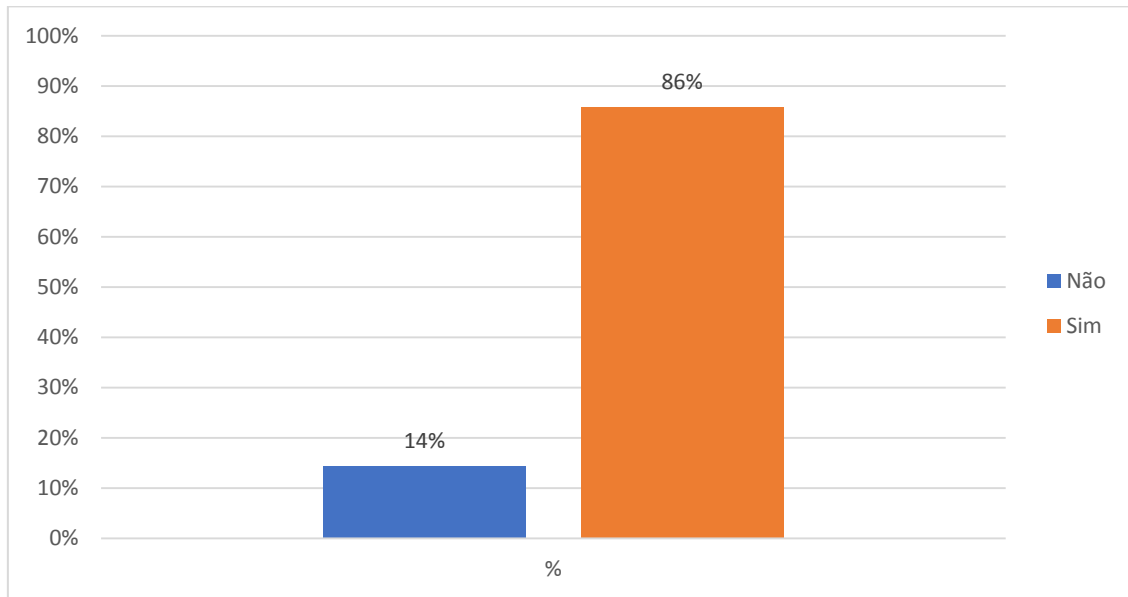


Fonte: Dados da pesquisa

O critério em seguida também é a indicação. Quanto à satisfação da consultoria realizada, as MPEs que se enquadram afirmam estarem satisfeitas ou muito satisfeitas em cerca de 75%.

Em seguida foi perguntado para os empresários/gestores se a implantação da consultoria contábil auxiliou nos aspectos gerenciais. O gráfico 13 apresenta as informações a seguir:

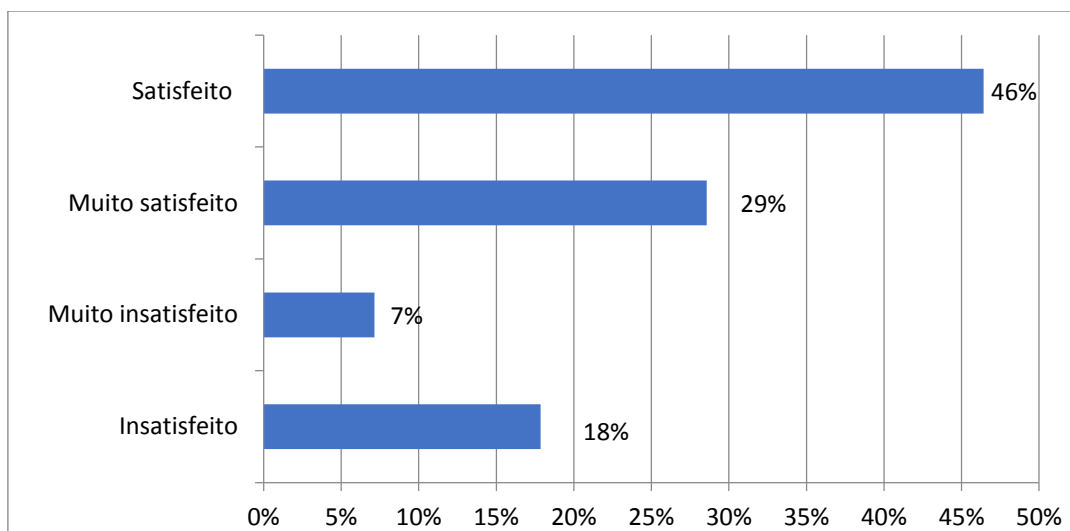
Gráfico13-A opinião do auxílio da consultoria contábil



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Os dados coletados evidenciam que 86% disseram que a consultoria auxilia na tomada de decisão.

Gráfico 14- Grau de satisfação das MPEs acerca da consultoria contábil



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho verificou-se a importância da consultoria contábil, e a aplicação das mesmas para o alcance da prosperidade das empresas, dentro de sessenta e duas micros e pequenas empresas situadas na cidade de Teófilo Otoni. Os benefícios propiciados a essas micro e pequenas empresas que utilizam esses dados para auxiliarem seus administradores no processo decisório das entidades. No presente trabalho, verificou-se com, que a idade dos empresários/gestores, que o nível de formação do empresário/gestor. Constatou-se que, o nível de formação do empresário/gestor predominante é o nível médio/técnico. Dessa forma, o empresário/gestor pode apresentar dificuldades na análise e interpretação das demonstrações financeiras, considerando um fator importante na tomada de decisões estratégicas e operacionais, necessitando, conseqüentemente, de aconselhamento. Nessa situação, o consultor pode desempenhar um papel importante de aconselhamento junto do empresário/gestor. Os dados da pesquisa compraram as hipóteses onde 75% responderam que a implantação da consultoria contábil auxiliou nos aspectos gerenciais, também 75% responderam que a consultoria trouxe benefício para a empresa.

Por fim, a pergunta problema que investigava se consultoria contábil poderia auxiliar na tomada de decisão das micro e pequenas empresas foi respondida com 86% de aprovação, mostrando ainda que a consultoria também pode ser vista com uma medida preventiva em casos de crises e incertezas enfrentadas pelas micro e pequenas empresas, uma vez que ao seguir o controle interno de forma eficiente o gestor seria capaz de efetuar projeções de modo a possuir elementos que a ajudaria a criar uma visão analítica a longo prazo.

O estudo contribuiu significativamente para o aprendizado profissional da pesquisadora, sendo possível conhecer mais profundamente a respeito do tema em questão, podendo desenvolvê-lo em sua vida profissional ao atuar como contadora.

REFERÊNCIAS

- BERTONCINI, Cristine et al. **Processo decisório: A tomada de decisão.** 2012. Disponível em:<http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/QjxDQgGcS5r3dHL_2013-5-3-12-8-34.pdf> Acesso em: 26 jul. 2017
- BLOCK, Peter. **Consultoria: O desafio da liberdade.** São Paulo: Makron Books, 2004
- CARVALHO, Rafael. 2015. Disponível em:<<https://www.napratica.org.br/como-surgiu-o-mercado-de-consultorias>> Acesso em: 08 out 2017.
- CHÉR, Rogério. **A gerência das pequenas e médias empresas: o que saber para administrá-las,** 2ed. rev. e ampl. São Paulo: Maltese, 1991.
- IBGE. **As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil.** 2003. Disponível em:<<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv1898.pdf>> Acesso em: 25 jul. 2017.
- IUDÍCIBUS, Sergio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação.** São Paulo: Atlas, 1999.
- HOLTZ, H. **Utilizing consultantssuccessfully.** Westport: Quorum, 1987.
- HOOG, W. A. Z. **Tricotomia contábil & sociedades empresárias.** 1. ed. Curitiba: Juruá, 2006.
- O'CONNELL, Andrew. **Uma Breve História da Tomada de Decisão,** Revisão de Negócios de Harvard Volume 84, 2006.
- OLIVEIRA, Djalma de P. R. **Manual de Consultoria empresarial: conceitos, metodologia, práticas**5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- PARREIRA, Francisco E. **Consultoria, consultores e clientes.** São Paulo: Érica, 1997.
- PEREIRA, Maria J. L. B. **Na cova dos leões: o consultor como facilitador do processo decisório.** São Paulo: Makron Books, 1999.
- SANTIAGO, Marlene Ferreira. **O efeito da tributação no planejamento financeiro das empresas prestadoras de serviços: um estudo de caso de desenvolvimento regional.** 2006. 139f. Dissertação de Mestrado – Universidade de Taubaté, 2006.
- SEBRAE.2017Disponível em<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-umescrit%C3%B3rio-de-consultoria>>Acesso em: 12 mar.2018.

Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira. 2014. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>> Acesso em: 26 mar.2018.

Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/as-vantagens-da-microempresa-e-empresa-de-pequeno-porte-no-brasil/70462/>> Acesso em 20mar.2018.

Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVC M100000b272010aRCRD>> Acesso em 20 mar. 2018.