

O PERFIL DO EMPREENDEDOR CONTÁBIL: ESTUDO DE CASO NO ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE EM VILA VELHA-ES

THE PROFILE OF THE ACCOUNTING ENTREPRENEUR: CASE STUDY AT THE ACCOUNTING OFFICE IN VILA VELHA -ES

Geaninni Silva dos Santos¹

Pablo Roberto de Assis²

RESUMO: Esse trabalho aborda o perfil empreendedor contábil, estudo de caso de um escritório de contabilidade em Vila Velha. Com objetivo de demonstrar que não basta só empreender mais é necessário ter conhecimento na área da segmentação escolhida. Foi apresentado um panorama sobre a importância do empreendedor, destacando a crescente valorização da figura do contador como um profissional estratégico. Foram identificadas as principais características do perfil empreendedor, tais como iniciativa, criatividade, proatividade, capacidade de liderança, entre outras, e como essas características podem ser aplicadas na área contábil. Além disso, foi realizada uma análise de mercado para detectar se seguimento e viável e conhecimentos necessários para um contador empreendedor, como aprofundamento em gestão financeira, planejamento tributário, análise de mercado, gestão de equipes, entre outros. A pesquisa também explora as competências comportamentais, como habilidades de comunicação, negociação, resolução de problemas e capacidade de adaptação a mudanças, que são essenciais para um perfil empreendedor contábil. Por fim, foram discutidos os benefícios de um contador com perfil empreendedor.

2947

Palavras-chave: Perfil empreendedor. Estratégia. Segmentação. Contábil.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está evoluindo e se tornando algo cada vez mais comum na sociedade. Segundo informação do SEBRAE (2021) de acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a taxa de Empreendedorismo é de 38,7% (2019), segundo melhor patamar total de empreendedores, desde 2002. São mais de 53,4 milhões de brasileiros se dedicando ao negócio próprio. Os resultados fizeram com que o Brasil chegasse à marca de quarta maior Taxa de Empreendedorismo Inicial em 2019, mas ao mesmo tempo, IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) afirma que 80% das micro e pequenas empresas não chegam a completar o primeiro ano, e 60% fecham antes dos cinco anos de vida. Além de ser choque emocional e financeiro para o empreendedor, investiu dinheiro e

¹ Graduanda em Administração- Faculdade de Ilhéus.

² Administração- Faculdade de Ilhéus.

se dedicou ao negócio que não obteve retorno, também se torna ruim para economia, já que de acordo com próprio SEBRAE (2021) empreendedorismo proporciona para a sociedade possibilitando a criação de um mercado mais competitivo através do crescimento econômico e da geração novos empregos.

Situação do fechamento das empresas ocorre, porque o mercado de trabalho está cada dia mais competitivo, quem se destaca e pela capacidade de inovar, competitividade e criatividade, portanto, independente do segmento de mercado escolhido, um empreendimento exige muitas ações, investimentos, observações, estudos necessários, que acrescente estratégias que permitam traçar um plano que possa ajudar a determinar a consecução dos objetivos originalmente pretendidos. (GONÇALVES 2014)

Uma empresa de contabilidade é uma das principais opções para quem é formado em contabilidade que e deseja empreender. Ela oferece serviços de contabilidade, assessoria fiscal, consultoria e outros serviços para empresas de todos os portes e segmentos. Além disso, esse tipo de negócio pode ser gerenciado de forma remota, o que facilita a vida do empreendedor. O objetivo deste trabalho consiste na análise, estratégias e metas para uma empresa do seguimento contábil, sendo importante para a tomada de decisão do empreendedor.

2948

A empresa estudada chama-se, E Digital que está localizada em Vila Velha, no estado do Espírito Santo. O escritório físico fica, em Santa Mônica, tem 6 anos de existência e tem como proprietário Leandro Rodrigues Silva que é formado em contabilidade, entretanto o escritório também realiza atendimento de forma remota, possuindo demandas de clientes online.

O mercado contábil vem sofrendo várias mudanças com o avanço tecnológico, a chegada da contabilidade online e a contabilidade digital, e vem preocupando aqueles profissionais que não buscam acompanhar e se adequar as mutações do mercado. Uma pesquisa feita em 2018 pelo Instituto Sapiens, notificada pelo G1 (2018). (RAMALHO; OLIVEIRA, 2020, p.46)

A partir dessa pesquisa e análise prévia, constatou-se lacunas relacionados a qual o perfil, metas e estratégias que um empreendedor do seguimento contábil precisa, para se estabelecer no mercado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo é um agente de muita importância pois movimentam a economia, gerando emprego e renda para a sociedade. Dados do SEBRAE (2014) destacam que as micro e pequenas empresas–MPEs respondem por cerca de 91% dos empregos e 27% do Produto Interno Bruto. No entanto, apesar da importância das MPEs, nota-se um interesse ainda pequeno no sentido de conhecer, analisar e propor alternativas para esse segmento empresarial.

Os estudantes de ciências contábeis já aprendem de o início adquirir estratégias e características empreendedoras, com aulas de empreendedorismo, como demonstra nessa pesquisa feita com os alunos de ciências contábeis da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Campus I:

Para tanto, realizou-se um survey, no qual foram entrevistados 301 alunos em diferentes turnos de aula, por meio da utilização da escala de medição do perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009). Utilizou-se de uma escala em formato Likert composta de 22 itens. Para análise dos dados, utilizou-se técnicas estatísticas destacando a análise fatorial exploratória com o método de extração dos componentes principais e rotação ortogonal varimax, coeficiente de confiabilidade Alfa de Cronbach. Os resultados evidenciaram que os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em Empreendedorismo apresentaram alterações significativas no perfil empreendedor. (ALVES; BERLAMINO; TEXEIRA; ALBURQUERQUE, 2016, p. 2)

2.1 Empreendedorismo História

Nunca o empreendedorismo esteve tanto em ascensão, muitas pessoas querendo empreender e se apoderar de um perfil empreendedor, mesmo com a pandemia do covid-19, onde muitos empreendedores perderam seus negócios, como mostra essa pesquisa apresentada pelo Sebrae, Realizada no Brasil em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). Demonstra que Taxa de Empreendedores Estabelecidos teve um crescimento de 1,2 percentual e passou de 8,7% da população adulta, em 2020, para 9,9%, em 2021. mesmo com a pandemia ainda acessão. Entretanto a palavra empreendedorismo a pouco tempo não existia na língua portuguesa ela deriva palavra entrepreneur que significa aquele que assume riscos, tem origem francesa e o seu primeiro registro foi 1725 em uma obra do economista, Richard Cantillon.

Século XV, empreendedorismo era aquele que gerenciava grandes projetos de produção, era a pessoa responsável por obras arquitetônicas, exemplos: castelos, fortificações e catedrais. Século XVII e XVIII, Empreendedorismo era aquele que assinava contratos assumindo lucros ou prejuízos foi nessa época que o economista, Richard Cantillon notou que algumas pessoas que geralmente era proprietário individuais comprava coisas ao preço

certo, para vender as coisas pelo preço inserto, assumindo um risco. Ele intitulou essas pessoas de empreendedores.

Século XVIII, por conta da revolução industrial que os empreendedores passaram a ser grandes inventores que se aventuravam em ruas descobertas científicas foi nessa época que nasceu a distinção do empreendedor e o capitalismo. Século XIX e XX, graça ao tratado de economia política de Jean Baptiste Say os empreendedores passaram a ser confundidos com administradores e empresários, mas foi na Inglaterra graças ao trabalho de Adam Smith e depois de Alfred Marshall que o termo empreendedor passou a ser mais próximo do que estamos presenciados hoje, como: Bill Gates e Steve Jobs que são referências de um perfil empreendedor. (BLOG, ROCKCONTENT, SOUZA,2020).

Dornelas (2001) descreveu que o perfil empreendedor, geralmente, é composto pelas seguintes características: são pessoas que enxergam além das outras; sabem tomar as melhores decisões; fazem a diferença; sabem como explorar qualquer oportunidade; são determinadas e dinâmicas; dedicadas; otimistas e gostam do que fazem; são independentes e querem construir o próprio futuro; são grandes líderes e formadores de equipes; são bem relacionados; organizados; planejam; têm conhecimento sobre o que estão mexendo; assumem riscos calculados e conseguem criar valor para as pessoas.

2.2 Empreendedorismo Desafios e estratégias

2950

Ser um empreendedor gera muitos desafios que cerca todos os lados e âmbitos, as vezes com os familiares que acredita que o empreendedorismo, não é estabilidade ou amigos que acredita que essa profissão não é adequada, a concorrência e aceitação no mercado, mas o pior e a inexperiência de ter que planejar estratégia para obter êxito na aria que atual e não ser levado ao fracasso.

De acordo com Salomon (1986), existem problemas básicos para que um micro ou pequena empresa não consiga sucesso. Os empresários fazem análises inadequadas ou superficiais da escolha inicial do ramo de negócio, a capitalização não é suficiente e a capacidade de gerenciar é pequena. A maioria dos empresários estabelece seus negócios com base na facilidade de entrada em certo ramo, não em estudos de oportunidade de lucros. (CHARGA, 2022, p.14)

No livro o Segredo de Luísa, é uma narração que demonstra claramente as estratégias e desafios de uma estudante que tem uma visão empreendedora, mas detectar que não basta ter uma boa ideia é preciso utilizar metas e estratégias para sua ideia ter êxito. O SEBRAE (2022) esclarece, um bom planejamento estratégico, estuda e verificar todos os recursos que engloba o empreendimento para prevenir problemas, a definição de metas mais assertivas, o acompanhamento da equipe e estratégias significativas voltadas ao que seu negócio esperar atingir. Por meio dele o empreendimento poderá se consolidar no mercado.

Mas antes de desenvolver um planejamento estratégico e necessário realizar um plano de negócio, a partir dele ponderar identificar em que fase encontra negócio e as estratégias que deverá exercer.

2.2.1. Plano de Negócio SEBRAE (2005)

2.2.1.1 Planejamento

Qual meu empreendimento? em que lugar ele está aonde quer chegar, quais são as variáveis internas e externas que abrange, quem são os meus clientes e em que lugar se encontra e como posso chegar até eles.

2.2.1.2 Análise de Ambiente

- **Princípios Econômicos**

A renda dos seus clientes e as taxas de juros afetam como seu empreendimento começa e como ele sobrevive. Então é necessário sempre estar ligado nas flutuações econômicas.

- **Princípios Sócios- culturais**

São estudos da população em geral, como tamanho, concentração, escolaridade, gênero, ocupação, estado civil, composição familiar, distribuição geográfica, comportamento e necessidades do consumidor e comunidades em que atua.

- **Princípios Tecnológicos**

Adaptar às novas tecnologias, com sistemas adequado pra sua segmentação, pois elas afetam em forma geral e promove o melhoramento do empreendimento.

- **Fatores Políticos/legais:**

Envolve o cumprimento de leis, inclusive as que regem os setores em que atua, como tributária, cód. Lei de Defesa do Consumidor, Código Civil etc.

- **Concorrência**

É importante analisar a concorrência e prever seu comportamento. Um truque é ir até seus concorrentes ou conversar com seus clientes. Procure analisar preços, formas de pagamento, promoções, distribuições. Estude os diversos produtos e serviços que são oferecidos, localização, aparência.

2.3 Perfil empreendedor e a contabilidade

Segundo o SEBRAE (2021) um perfil empreendedor é definido por quatro particularidades: autoconfiança; coragem; persistência; otimismo. Particularidades que, Leandro Rodrigues Silva o proprietário do escritório de contabilidade, foi adquirindo quando fazia faculdade de ciências contábeis e depois de formado com o mercado de trabalho.

Ninguém nasce empreendedor. É o contato social e estudos que favorecem o desenvolvimento de talentos e características na personalidade que podem ser fortalecidos ao longo da vida.

Todos os contatos e referências irão influenciar diretamente no nível de empreendedorismo de uma pessoa, já que um empreendedor é um ser social. (SEBRAE, 2021).

Leandro Rodrigues Silva de 32 anos, nascido em Ilhéus-Ba proprietário do escritório de contabilidade, E Digital que fica localizado em Vila velha -Es. Filho de contador funcionário público desde muito pequeno queria seguir o mesmo passo do pai no seguimento contábil, mas na faculdade com seus professores aulas de empreendedorismo percebeu que poderia ser muito mais do que um contador funcionário público, e aos poucos foi adquirindo um perfil empreendedor. Quando se formou já queria abrir seu empreendimento, mas tinha consciência que precisava adquirir experiência e estratégias para ser bem-sucedido. Com pouco dinheiro foi embora de Ilhéus-BA para a cidade de Villa Velha-ES. Começou a trabalhar em um escritório de contabilidade onde apreendeu bastante sobre mundo contábil e criou várias amizades e adquiriu estratégias para obter seu próprio escritório de contabilidade, estratégias como contabilidade on-line.

2952

A Contabilidade on-line que foi nomeada assim, uma espécie de contabilidade econômica que oferece serviços contábeis geralmente em plataformas on-line de fácil acesso e com valores extremamente baixos comparados com escritórios tradicionais. (RAMALHO; OLIVEIRA, 2020, p.52)

O escritório tem um foco público e eleitoral, apesar de prestar serviços para várias empresas privadas. Possuindo mais de 10 especializações diferentes não só focado em Contabilidade. Também se tenta as diferentes formas de tributação, números de lançamentos e funcionários. A captação de clientes está direcionada ao público (candidatos políticos) e a empresas de pequeno e médio porte, profissionais liberais, autônomos e empreendedores, que não possuem condições de manter o setor contábil e fiscal internamente na empresa, optando assim pela terceirização dos serviços contábeis, reduzindo assim o custo e tempo despendido com estes serviços.

Segundo o dicionário Michaelis (2022), contabilidade caracteriza-se como uma ciência de teor prático e teórico que estuda os métodos de cálculos e técnicas de registro de toda movimentação financeira de uma entidade” (OLIVEIRA; OLIVEIRA, p.4). A vantagem de um profissional contábil e que tem várias opções de atuação, trabalhar em uma organização ou um escritório, trabalhar em órgãos públicos, ensinando contabilidade como professor ou pesquisador e pode ser um empreendedor e ter seu próprio escritório prestando vários requisitos de consultoria para outras empresas (RAMALHO; OLIVEIRA, 2020, p.50).

O papel do profissional da contabilidade nas empresas mudou muito nos últimos anos. Ele deixou de ser o responsável por encargos burocráticos e assumiu a posição de gestor. Afinal, é o profissional da contabilidade que detém as informações que auxiliam os empresários a tomarem as decisões estratégicas para o bom andamento dos negócios. (CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO ESTADO DE SÃO PAULO)

2.3.1. Alguns Departamentos e funções estabelecidos em um escritório de contabilidade

- Departamento Fiscal

Cuida de todas as questões relacionadas a impostos e tributos de uma empresa. Entre suas principais funções são, realizar o cálculo dos impostos a serem pagos e preparar a documentação necessária para a entrega das obrigações acessórias.

- Departamento Contábil

Encarregado de realizar todas as atividades relacionadas à contabilidade e ao gerenciamento dos registros contábeis financeiros da empresa. Entre suas funções estão, registro e controle das operações contábeis da empresa, Elaboração de demonstrações financeiras (balanço, demonstração de resultados, demonstração dos fluxos de caixa), Análise e acompanhamento dos custos e rentabilidade das empresas.

- Departamento Pessoal

Prepara e aplica os processos de admissão e exoneração; férias e décimo terceiro salário; advertências e acidentes de trabalho; entre outros procedimentos usuais de trabalho. Esse departamento transmite todas as informações necessários à plataforma digital da receita Federal para entrega de obrigações trabalhista.

2.4 Análise SWOT para definição do empreendimento

A análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*) é um instrumento que permite detectar os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças de uma

organização, projeto ou situação. No Brasil, a análise SWOT foi traduzida como F.O.F.A. que tem como base todas as informações disponíveis a serem avaliadas sobre sua realidade, faz parte do planejamento estratégico, funcionando como ferramenta bastante precisa no julgamento da aplicação de futuras ações em relação aos negócios, posicionamento de mercado, comportamento junto aos concorrentes, parcerias etc., avaliando todos os pontos importantes para a continuidade e expansão das atividades. Anterior à análise SWOT, não havia instrumento confiável disponível para avaliações das empresas conjuntamente com o ambiente, e grande parte dos planejamentos falhavam. (MACERRON FILHO 2014)

Os pontos fortes e fracos estão direcionados às características internas da organização ou característica, enquanto as oportunidades e ameaças estão associadas a fatores externos que podem afetar o seguimento. A traveis dessa análise, consegue-se obter uma visão mais completa e estratégica da situação, direcionando na tomada de decisões e no planejamento de demandas futuras.

De acordo com Serra, Torres e Torres (2004, p. 28) “a função da SWOT é a possibilidade de uma estratégia adequada – para que se alcancem determinados objetivos – a partir de uma avaliação crítica dos ambientes internos e externos”.

Rezende (2008) afirmou que os pontos fortes organizacionais são variáveis internas controláveis que criam condições positivas para o ambiente interno. Em outras palavras, são os pontos fortes internos da empresa em relação aos seus concorrentes, como a precificação de seus produtos ou a boa organização geral da empresa.

Quando aos pontos fracos, Martins (2007) os define como os aspectos negativos de uma empresa em termos de seus serviços e produtos. Mas, tal como as forças, são fatores controláveis, pelo que as empresas podem tentar revertê-los. Portanto, mesmo que este seja um ponto negativo, as empresas ainda podem tomar medidas para tentar mudar a situação e procurar as melhores formas de transformar estes pontos fracos em pontos fortes. Seguindo os fatores internos que a empresa ainda tem controle, vêm agora os fatores externos que a empresa não consegue controlar.

Depois dos fatores internos, os quais as empresas ainda podem controlar, agora surgem os fatores externos, que estão fora do controle das empresas, que são:

Oportunidades. Julgar Martins (2007) que são aspectos positivos do produto da empresa em relação ao mercado o qual se quer estar. Isso significa que uma empresa pode

enxergar grandes oportunidades de negócios como novos produtos, pontos estratégicos para instalação da empresa ou pouca ou nenhuma concorrência.

No entanto, o que parecem ser oportunidades também pode manifestar-se como ameaças. Martins (2007) considera ameaças como atividades que podem levar à redução da receita de uma empresa e, em última instância, ao desaparecimento da empresa. Curiosamente, o que antes pode ter sido uma oportunidade para uma empresa, como abrir uma loja num local sem concorrência, pode tornar-se uma ameaça no futuro porque quando o sucesso de uma empresa é observado, outros empreendedores estarão dispostos a tentar fazer o mesmo. mesma coisa. E essas variáveis são incontroláveis, diferentemente das fraquezas

3. MATERIAL E MÉTODOS

De acordo com Ferreira (1986), uma das definições de metodologia é aplicação de um método de ensino. O que neste caso trata-se do conjunto de estratégias utilizadas na elaboração do trabalho. Formando assim um conjunto, que se completa, com a teoria e a pesquisa.

De acordo com Severino (1941), são várias as modalidades de pesquisa que se pode praticar, o que implica coerência epistemológica, metodológica e técnica, para o seu adequado desenvolvimento.

Para alcançar os objetivos deste, serão utilizados procedimentos fundamentais para uma pesquisa científica seja desenvolvida coerentemente, é classificada como qualitativa exploratória, onde o autor obterá maiores informações sobre o negócio a partir de dados a serem obtidos através de informações sobre o setor e qualitativa no sentido de produzir dados a partir de observações extraídas diretamente com o empreendedor: Leandro Rodrigues, estabelecendo uma interação direta para a conclusão do estudo.

A coleta de dados, será utilizada a metodologia bibliográfica. De acordo com Severino (1941, p.122): A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível. Decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricos já trabalhados por outros pesquisadores, devidamente registrados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Empreendimento

A empresa foi estabelecida com a finalidade de atender à demanda por serviços de consultoria e assessoria contábil e fiscal, visto que, nos últimos anos, ocorreram várias mudanças no setor, principalmente referentes à legislação tributária como:

4.1.1 Implantação do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED): O SPED foi implementado para modernizar e integrar o sistema tributário brasileiro, consiste em obrigações acessórias eletrônicas que as empresas devem cumprir, incluindo a Escrituração Contábil Digital (ECD) e a Escrituração Fiscal Digital (EFD), o que veio a substituir as antigas obrigações fiscais em formato impresso.

4.1.2 Bloco K: Uma obrigação fiscal associada ao SPED que se aplica às indústrias e empresas que possuem estoque físico. Requer o envio de informações detalhadas sobre o controle e movimentação do estoque, como entradas, saídas, perdas e inventário físico que tem como objetivo aumentar a transparência e combater a sonegação fiscal.

4.1.3 Instituição do eSocial: Sistema eletrônico que unifica a prestação de informações trabalhistas, previdenciárias e fiscais, que exige que as empresas enviem regularmente informações sobre a folha de pagamento, admissões e demissões, entre outros eventos relacionados aos funcionários. Pretende simplificar e agilizar os procedimentos de cumprimento das obrigações trabalhistas e fiscais.

2956

4.2 Localização

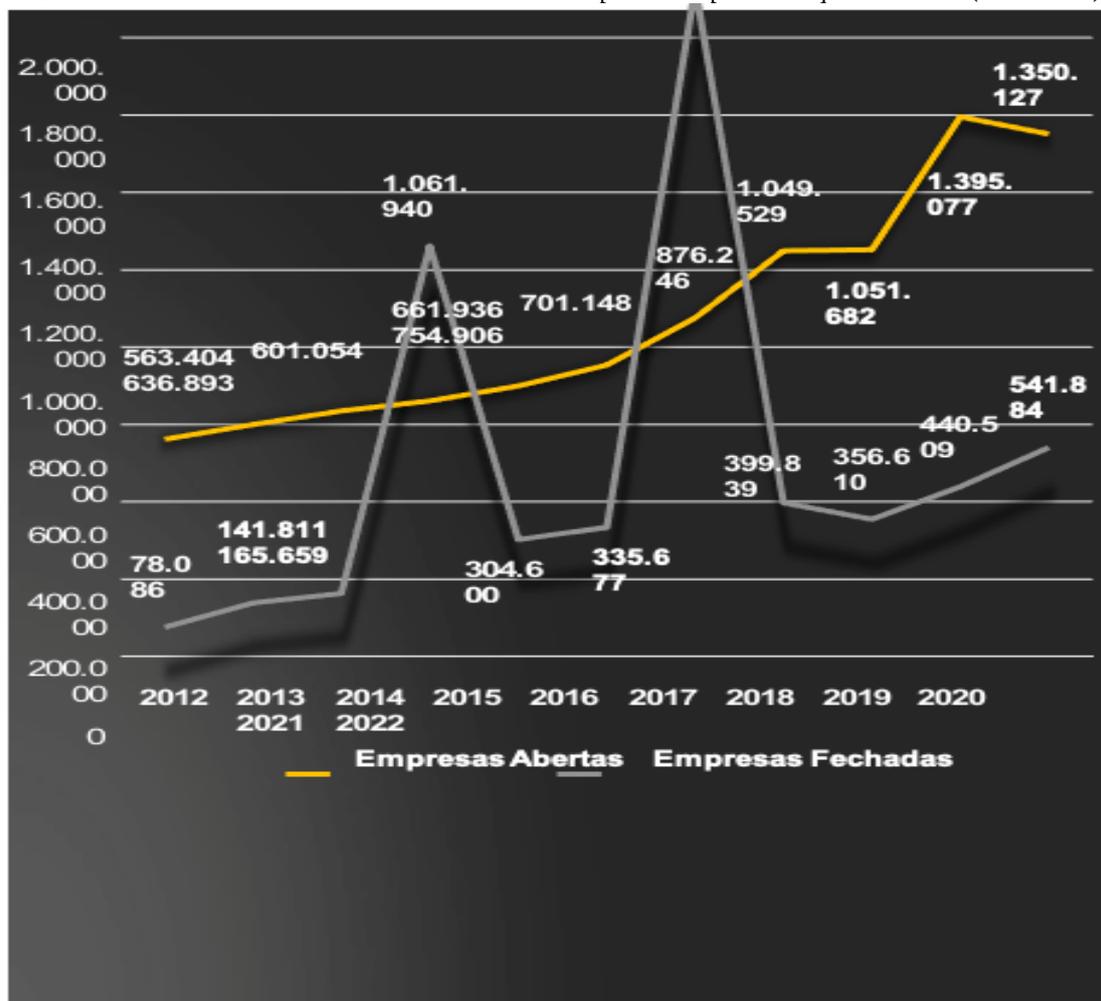
SEBRAE (2022) O sucesso do negócio depender da sua localização, é importante que o empreendedor esteja atento a questões como acessibilidade, número de concorrentes nas proximidades e condições de estacionamento. O Escritório físico fica em Santa Monica, Vila Velha no estado do Espírito Santo, população estimada segundo o IBGE (2022) de 467.722 habitantes. Entretanto, o escritório também realiza atendimentos de forma remota, possuindo assim uma cartela de clientes de todos estados. Local é um ótimo ponto para se exercer as atividades, pois a área comercial, com bom potencial para clientes, não possui concorrentes próximos, espaço para estacionar nas proximidades do estabelecimento e o imóvel e do proprietário e está totalmente reformado. Figura 01 demonstra localização.

4.2 Análise de mercado

Contabilidade é uma área do conhecimento relacionada ao registro, organização, análise e interpretação das informações financeiras e patrimoniais de uma empresa ou organização.

Portanto, além de garantir o cumprimento de todas as obrigações financeiras e tributárias, o profissional contábil é responsável por gerenciar todo o sistema de registro e controle dos recursos financeiros de uma empresa. “Uma empresa sem contabilidade é uma entidade sem memória, sem identidade e sem as mínimas condições de sobreviver ou de planejar seu crescimento.” (SILVA; GODOY; CUNHA; NETO, 2002, p.23).’. Analisando o mapa empresas do boletim do 1º quadrimestre/2022, retirado gov.br e possível perceber uma crescente demanda por serviços nesse seguimento, pois as pesquisas de mercado apontam tendências crescentes na abertura de empresas e negócios no país. Como demonstra Gráfico 01.

Gráfico 01 - Histórico de abertura e fechamento de empresas no primeiro quadrimestre (2012 a 2022)



Fonte: Mapa de empresas (2023)

Em relação as regiões segundo o Ministério do desenvolvimento Mapa das empresas (2023) todas as regiões obtiveram um aumento superior a 15% sobre o último quadrimestre de 2022. A região Centro-Oeste apontou maior aumento: 26,7%, além de aumento de 2,0% em relação ao mesmo período em 2022. A região Nordeste demonstrou o menor crescimento: 15,7%, e queda de 5,6% referente ao período de 2022.

4.3. Clientela

O escritório tem um foco público eleitoral, apesar de prestar serviços para várias empresas privadas e possuir várias especializações como contabilidade financeira; auditoria contábil; contabilidade de recursos humanos, se atende as diferentes formas de tributação, números de lançamentos e funcionários.

A captação de clientes está direcionada ao público (candidatos políticos) e a empresas de pequeno e médio porte, profissionais liberais, autônomos e empreendedores, que não possuem condições de manter o setor contábil e fiscal internamente na empresa, optando assim pela terceirização dos serviços contábeis, reduzindo assim o custo e tempo despendido com estes serviços.

O raio de atuação na captação não se limita, pois existe a possibilidade de atendimento online, e o escritório possui seu próprio sistema.

2958

Mas geralmente, a divulgação atualmente é feita através da indicação e referências dos próprios clientes satisfeitos com os serviços, outra forma de atrair clientes são as parcerias com o conselho de classe e sindicatos que objetivam transmitir credibilidade ao nosso público-alvo

4.4 Concorrentes

Quando questionado sobre a concorrência, o proprietário do escritório descreveu que: Nossos concorrentes são as empresas de contabilidade mais antigas na região, porque economicamente falando, seu nome; reputação e história que construiu ao longo dos anos, acaba sendo normal que os clientes a procurem. Porém, até as empresas que de fato entregam valor para seus clientes, não dá conta de atender toda a demanda que está crescendo em relação a aberturas de empresas como demonstrado no Mapa de empresas (2023) Que houve um aumento de 34,3% em aberturas de empresas no Brasil sobre o último quadrimestre de 2022, além de aumento de 34,7% sobre o mesmo período em 2022. Integrando no saldo positivo de

594.963 empresas abertas, e um total de 21.020.285 empresas ativas no Brasil. O fato de a Édigital também atender online tem uma facilidade de trabalhar com várias empresas do Brasil, com a mesma qualidade e excelência, este fato acaba acarretando mais clientes que buscam maior atenção e tempo de seus consultores. Assim diminuindo a concorrência.

Consideramos também nossos concorrentes as empresas de consultoria financeira, e as empresas que agregam tanto os serviços contábeis, quanto os serviços de consultoria financeira. Apesar de a maioria focar em apenas uma das áreas, empresas como a Contabilfarma Contabilidade e Exata Assessoria Contábil, contadores auxiliam seus clientes tanto em serviços contábeis, como na gestão financeira e empresarial.

4.5 Princípios

4.5.1 Missão

- Entregarmos o que prometemos, de forma eficiente, eficaz e precisa. Agregando valor para que exceda as expectativas dos nossos clientes.

4.5.2 Visão

- Ser uma empresa contábil em formato digital, referência em excelência, proporcionando soluções financeiras confiáveis e inovadoras; fundamentados em princípios éticos.

4.5.3 Valores

- **Confidencialidade:** manter a privacidade e a segurança das informações confiadas pelos clientes.
- **Integridade:** agir com honestidade, ética e transparência em todos os aspectos do trabalho.
- **Profissionalismo:** adotar uma conduta profissional, mantendo um alto nível de competência e conhecimento atualizado.
- **Responsabilidade:** assumir a responsabilidade pelo próprio trabalho, cumprindo prazos e compromissos.
- **Inovação:** buscar constantemente maneiras de melhorar os serviços oferecidos, utilizando tecnologias e práticas inovadoras.
- **Relacionamentos duradouros:** construir relacionamentos sólidos e duradouros com os clientes, baseados na confiança e na prestação de serviços excepcionais.

- **Desenvolvimento profissional:** investir no desenvolvimento e crescimento dos colaboradores, proporcionando oportunidades de aprendizado e capacitação.

4.6 MARKETING DE SERVIÇOS EM 8 P'S

O marketing, está muito relacionado a vendas. Compreende um conjunto de ações estabelecidas com o propósito de atrair clientes para, como resultado, vender algo. Esse algo não necessariamente representa um produto. A Edigital, inclusive, vende não apenas seus serviços, mas as suas próprias capacidades e habilidades, seu talento e sua experiência.

Por isso traçamos estratégias para o marketing de serviço, serviços contábeis e também são objeto de venda, ainda que intangíveis, não são vistos ou tocados, mas consumidos como uma experiência. Assim a Edigital oferece, em serviços, então, o mix é composto de 8 Ps. Quadro 01 apresenta análise.

Quadro 01- 8PS DO MARKETING

8 PS DO MARKETING	
Produto:	oferta de um serviço adicional, como consultoria para melhorar empresa do cliente.
Preço:	desconto pelo pagamento à vista, oferta de condição especial ou de meio diferenciado.
Praça:	atendimento por canais alternativos, como WhatsApp, Skype e Hangout.
Promoção:	E-mail marketing ou criação de blog com interação pelas redes sociais.
Processos:	abrir espaço para solicitação de orçamento via site ou consulta gratuita
Palpabilidade:	visitas agendadas ao cliente ou demonstração do sistema de integração contábil
Pessoas:	programa de mentorias por meio de cursos, eventos e vídeo-aulas

Fonte: Própria autora (2023)

4.7 Análise SWOT

Ambientais externos para crescer e ser competitiva, uma análise da viabilidade de abertura de uma loja de lingerie revela que uma empresa deve observar seus recursos internos para poder combater as ameaças e a concorrência. Aproveite as oportunidades existentes no ambiente externo portanto, o objetivo da análise SWOT é identificar os pontos fortes e fracos relacionados ao ambiente interno, e as oportunidades e ameaças relacionadas ao ambiente externo. Um dos benefícios de uma análise SWOT é que podemos enfatizar a base das decisões e a necessidade de compreender o cenário externo (ou seja, os

concorrentes e o mercado) para definir expectativas mais realistas na implementação de um projeto.

Além de compreender os fatores externos para crescer e ser competitiva, uma análise da viabilidade de uma abertura de escritório de contabilidade, revela que uma empresa deve observar seus recursos internos para poder combater as ameaças e a concorrência. Aproveite as oportunidades existentes no ambiente externo. Análise de oportunidades e ameaças decorrentes do ambiente externo, com o objetivo de verificar as capacidades internas de defesa contra ameaças e exploração de oportunidades detectadas, inclui a análise dos recursos internos que têm impacto positivo no empreendimento, nomeadamente: a situação da empresa estrutura, recursos humanos, instalações e finanças

A partir do detalhamento sobre análise SWOT, foi realizado no quadro 02 para obter uma visão mais clara e detalhada sobre empreendimento contábil com o objetivo de determinar pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças

Quadro 02– Análise SWOT

ANÁLISE SWOT			
PONTOS FORTES		PONTOS FRACOS	
AMBIENTE INTERNO	Conhecimento e experiência na área contábil;	Inexperiência em marketing e promoção.	
	Habilidades analíticas e de resolução de problemas Visão estratégica;	Poucas pessoas habilitadas na área da gestão de pessoas	
	Pro atividade e iniciativa;		
	Habilidade de comunicação e relacionamento interpessoal.		
OPORTUNIDADE		AMEAÇAS	
AMBIENTE EXTERNO	Mudança na legislação fiscal;	Concorrência acirrada;	
	Avanços tecnológicos;	Variações econômicas;	
	Aumento da conscientização sobre governança corporativa;	Surgimento de uma nova pandemia.	
	Terceirização de serviços contábeis.		

Fonte; própria autora (2023)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A taxa de desemprego tem aumentado no Brasil, isso acaba encarretando em perfis empreendedores que são pessoas por motivos de falta de oportunidades ou por sonhar em algo melhor, começam a empreender. Mas o fato de não ter experiência na área que está atuando, o seguimento acaba não prosperando. Porque não foi realizado uma análise de mercado. Que é nada mais que um estudo prévio sobre a área que vai empreender para detectar se é viável ou não, através da concorrência, clientela e localização.

As considerações finais desse estudo foram necessárias para os administradores recém-formados que procuram ingressar na área do empreendimento para compreender, como é necessário ter um perfil empreendedor bem definido, estruturado baseando-se no que aprendeu em sua vida acadêmica com suas estratégias, metas desenvolvidas e estruturadas.

Dessa maneira intencionou essa realização desse estudo de caso de um escritório de contabilidade intitulado, Perfil empreendedor contábil que caracteriza uma análise de estratégias e metas para ter uma segmentação que possa obter sucesso. Fundamentada descrição que o perfil empreendedor contábil engloba conhecimentos específicos necessários para um bom empreendimento. habilidades relevantes como seja ponderada

2962

Com base no estudo realizado neste trabalho, podemos concluir que o perfil empreendedor contábil é um conjunto de características que influenciam o desempenho e o sucesso dos profissionais dessa área.

Percebe-se que os empreendedores contábeis são indivíduos com competências e habilidades específicas, tais como: liderança, visão estratégica, capacidade de gestão financeira, inovação, tomada de decisões e habilidades de comunicação e relacionamento interpessoal. Além disso, constatamos que os empreendedores contábeis são profissionais que estão atentos às mudanças do mercado e buscam constantemente se atualizar e se adaptar às novas necessidades. Sua mentalidade está focada no crescimento e expansão dos negócios, buscando oportunidades para inovar e se destacar no mercado.

Por fim, verificamos que essencial um perfil empreendedor contábil para administração porque ele não só realiza seus sonhos como empreendedor, mas também ajuda outras pessoas a realizarem seus sonhos como empreendedores, pois têm uma forte orientação para o planejamento e controle financeiro, sabendo utilizar essas informações

para tomar decisões estratégicas em seus negócios. permitindo que eles se destaquem no mercado e sejam capazes de enfrentar os desafios e oportunidades que surgem no dia a dia.

REFERÊNCIAS

ALLAN Carlos Alves, Letícia Maria Belarmino Gonçalo, Vânia Vilma Teixeira Nunes, Lucia Silva Albuquerque. O perfil empreendedor do estudante do curso de ciências contábeis da UEPB. Ed 2016

AMBONI, Nério e ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. Teoria da Administração, 1 Ed. 2006

BLOG ROCKCONTENT, Ivan de Souza. A história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios. <https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empreendedorismo/> Ed, 2020

DOLABELA, F. O segredo de Luísa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

ELTON LUCAS RAMALHO LINS DO ARAÚJO; Mayara Cinara de Oliveira Tabosa. O Desenvolvimento das Habilidades empreendedoras no profissional contábil atual. ed 2020

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE – Estatísticas de Gênero – Censo 2010. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/?loc=o&cat=-1,1,2,2,99,11,100,101,60,8,128&ind=4726> > Acessado em: 31, maio, 2022.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE- <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/es/vila-velha/panorama>

MACERON FILHO, Oswaldo. A Análise SWOT e sua Relevância para o Planejamento Estratégico. Disponível em: http://www.unitau.br/files/arquivos/category_154/MCH0396_1427385441.pdf. Acesso: 07, julho, 2022 RAFAEL ALVERNE; Leandro Oliveira; Leonardo Oliveira. Contabilidade Gerencial para o Empreendedor contábil. Ed 2019

MARTINS, Marcos Amâncio P. Gestão Educacional: planejamento estratégico e marketing. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2007.

REZENDE, Denis Alcides. Planejamento Estratégico para Organizações: públicas e privadas. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2008.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. Ed. São Paulo:Atlas, 1999.

SCHUMPETER, J. A. A Teoria do Desenvolvimento Econômico. São Paulo, Nova Cultura, 1988.

SEBRAE. Como elabora um plano de Negócio. Gomes, Isabela Motta. Ed MG, 2005.

SEBRAE. Empreendedorismo: Investa em conhecimento. Em 13 de dezembro de 2021.

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/empreendedorismo-investa-em-conhecimento,7f3d29f7874bd710VgnVCM10000od701210aRCRD>

SEBRAE. Mas afinal, o que é empreendedorismo? Em 29 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-eempreendedorismo#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,impacto%20no%20cotidiano%20das%20pessoas> Acessado em: 30, maio, 2022.

SEBRE. Planejamento estratégico 2023: por onde começa? Em 14 dez, 2022. <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/planejamento-estrategico-2022-por-onde-comecar>

SEBRAE <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-sucesso-do-negocio-depender-de-sua-localizacao,11e89e665b182410VgnVCM10000ob272010aRCRD> Ponto de venda: estratégias e dicas para acertar na escolha. 24 de julho de 2022.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 23. ed. São Paulo: Cortez, 1941. 304 p.

SILVA, D. S. DA; GODOY, J. A. DE; CUNHA, J. X., NETO, P. C. Manual de procedimentos contábeis para micro e pequenas empresas. 5. ed. Brasília: CFC: Sebrae. 2002.

2964

SOLOMON, Steven. A grande importância da pequena empresa: a pequena empresa nos Estados Unidos, no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Editora Nórdica, 1986.

SERRA, F.; TORRES, M. C. S. & TORRES, A. P. Administração Estratégica. Rio de Janeiro: Reichmann e Affonso Editores, 2004.