

Consultoria Contábil para Micro e Pequenas Empresas: Perspectivas entre Contadores e Empresários de Coração de Maria – Bahia

DOI: <https://zenodo.org/records/18095518>

Yasmim Gonçalves Gomes dos Santos

Bacharel em Ciências Contábeis, UEFS
Universidade Estadual de Feira de Santana, UEFS
ygcontabilidade4.0@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-8771-4171>

Alison Silva Ferreira

Mestrado em Contabilidade pela Universidade Federal da Bahia, UFBA
Universidade Estadual de Feira de Santana, UEFS
asferreira1@uefs.br
<https://orcid.org/0000-0002-3170-484X>

Resumo

As micro e pequenas empresas (MPEs) exercem um papel fundamental na economia brasileira, mas enfrentam dificuldades para garantir sua continuidade, muitas vezes por má gestão, planejamento inadequado e falta de capacitação dos proprietários. Nesse cenário, a consultoria contábil é essencial para aprimorar a gestão das MPEs, sendo o contador o agente que torna esse serviço acessível ao empresário. Esta pesquisa visa compreender quais serviços de consultoria são oferecidos pelos contadores às MPEs e se atendem às reais necessidades dessas empresas, sob a ótica de contadores e empresários da cidade de Coração de Maria. Aplicaram-se dois questionários: um com linguagem técnica para contadores (10 respostas) e outro acessível para empresários (19 respostas), totalizando 29 retornos válidos. Os resultados apontaram que, embora os gestores reconheçam a importância da consultoria para o avanço de suas empresas, há resistência em investir nesses serviços, principalmente por limitações financeiras, culturais e comunicativas. Os dados também revelaram que existe um descompasso entre o que é oferecido pelos contadores e o que é percebido como necessário pelos empresários. Como contribuição prática, a pesquisa oferece subsídios para melhorar a comunicação entre contador e cliente, ampliar a oferta de serviços estratégicos, promover a educação empresarial e reforçar o papel do contador como aliado no crescimento sustentável das MPEs.

Palavras-chave: Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Gestão. Consultoria Contábil. Contador.

Accounting Consulting for Micro and Small Enterprises: Perspectives from Accountants and Entrepreneurs in Coração de Maria, Bahia

Abstract

Micro and small enterprises (MSEs) play a fundamental role in the Brazilian economy but face significant challenges in ensuring their continuity, often due to poor management, inadequate planning, and a lack of owner training. In this context, accounting consulting is essential to improving MSE management, with accountants serving as the key agents who make such services accessible to entrepreneurs. This study seeks to understand which consulting services are offered by accountants to MSEs and whether they meet the actual needs of these businesses, from the perspective of both accountants and entrepreneurs in the city of Coração de Maria. Two questionnaires were applied: one with technical language for accountants (10 responses) and another designed in accessible language for entrepreneurs (19 responses), totaling 29 valid responses. The results showed that, although managers acknowledge the importance of consulting for the advancement of their companies, there is resistance to investing in such services, primarily due to financial, cultural, and communication barriers. The findings also revealed a mismatch between what accountants provide and what entrepreneurs perceive as necessary. As a practical contribution, this research offers insights to improve communication between accountants and clients, expand the range of strategic services, promote entrepreneurial education, and reinforce the role of accountants as allies in the sustainable growth of MSEs.

Keywords: Micro and Small Enterprises (MSEs). Management. Accounting Consulting. Accountant.

1 Introdução

Nos últimos anos, é evidente o crescimento da participação do empreendedorismo na economia nacional. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014), as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) representam mais de 90% das entidades jurídicas na economia brasileira e são responsáveis por 44% dos empregos formais em serviços e cerca de 70% dos postos gerados no comércio e por quase 50% das remunerações desse setor. Dessa forma, esses empreendimentos não apenas geram empregos, mas também promovem renda e melhores condições de vida para a população.

Um estudo conduzido pelo SEBRAE, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 2014, observou que, em 2011, as MPEs contribuíram com mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, representando 27%, em comparação com os 21% registrados em 1985. Em 2020, SEBRAE e FGV atualizaram o estudo, constatando que, em 2017, essas empresas alcançaram uma representação de 29,5% no PIB, indicando um crescimento contínuo ao longo dos últimos 35 anos.

Contudo, apesar de sua importância econômica e social, as MPEs enfrentam problemas em relação à sua taxa de sobrevivência, 23,4% das empresas criadas em 2012 não continuaram por mais de dois anos (Sebrae, 2017). Conforme pesquisas do SEBRAE em 2023, a mortalidade de um negócio resulta de diversos fatores, com destaque para má gestão, planejamento empresarial deficiente e ausência de capacitação dos proprietários. Diante disso, para auxiliar as MPEs no aprimoramento da gestão, o contador se apresenta como um recurso estratégico por meio da consultoria contábil, uma ferramenta capaz de melhorar significativamente as condições da empresa (Weiss, 2017). Ao atuar como consultor em gestão, um contador bem-preparado não apenas contribui para a sobrevivência das empresas, mas também impulsiona seu crescimento e sucesso (Carneiro; Dall’Agnol, 2005).

Nesse contexto, a consultoria contábil para MPEs é capaz de oferecer suporte aos líderes empresariais para a tomada de decisões mais eficientes. Por isso, é proposto o seguinte problema de pesquisa: Quais os serviços de consultoria oferecidos pelos contadores às MPEs e como esses serviços atendem às necessidades específicas dessas empresas, sob a perspectiva dos microempreendedores da cidade de Coração de Maria?

Consequentemente, o objetivo geral desta pesquisa é analisar os serviços de consultoria oferecidos pelos contadores às MPEs, avaliando se esses serviços atendem às necessidades específicas dessas empresas, sob a perspectiva dos microempreendedores da cidade de Coração de

Maria. Para subsidiar adequadamente o objetivo geral, pretende-se: (i) caracterizar a consultoria contábil oferecida às MPEs pelos contadores da cidade de Coração de Maria; (ii) mapear a demanda por serviços de consultoria contábil entre as MPEs, investigando como os gestores dessas organizações percebem o papel dos contadores e a qualidade dos serviços contábeis recebidos; (iii) analisar a percepção dos clientes sobre a importância dos serviços de consultoria contábil para a sobrevivência e o sucesso de suas empresas e (iv) evidenciar as principais dificuldades enfrentadas na relação cliente e contador na prestação de serviços contábeis nessa localidade.

A justificativa para a pesquisa baseia-se em dois pontos principais: (i) em outros países a consultoria contábil já é amplamente reconhecida por sua importância na gestão empresarial. No Reino Unido, por exemplo, os contadores são a principal fonte de consultoria para pequenas empresas, respondendo por 74% dos serviços desse tipo (Carter, Mason e Tagg, 2006); e (ii) há uma escassez de pesquisas acadêmicas e científicas que avaliam o papel da consultoria contábil no apoio à gestão das MPEs, sendo a maioria dos estudos disponíveis sobre esse tema encomendados por instituições como a Caixa Econômica Federal e o SEBRAE (Amaral; Casa Nova, 2011).

Ademais, observa-se uma escassez de pesquisas que explorem diretamente a consultoria contábil voltada para MPEs, inclusive nos principais programas de pós-graduação em contabilidade no Brasil, como os da UFRJ, UFMG, UFPR, UFSC e UFBA, onde não se identificaram trabalhos recentes sobre o tema. Apenas na FEA/USP foram encontrados dois estudos, publicados em 2015 e 2018. Essa lacuna evidencia a subexploração acadêmica da área, apesar da sua relevância prática. A consultoria contábil é estratégica para o desenvolvimento das MPEs, mas ainda carece de atenção na produção científica nacional. Tal descompasso compromete a integração entre teoria e prática no campo contábil (Silva, 2015).

2. Referencial Teórico

2.1 As Micro e Pequenas Empresas e a expansão da Consultoria no Brasil

As empresas podem ser classificadas de diferentes formas segundo seu porte, sem um único critério considerado correto (Donadone *et al.*, 2012). No Brasil, segundo o Sebrae (2014), microempresas empregam até 9 pessoas e pequenas empresas entre 10 e 49, ou possuem receita bruta anual de até R\$ 3,6 milhões. Já a Lei nº 9.137, de 5 de dezembro de 1996, com alterações da Lei nº 9.732/1998, define microempresa como aquela com receita bruta anual de até R\$ 120.000,00 e empresa de pequeno porte com receita bruta anual entre R\$ 120.000,01 e R\$ 1.200.000,00.

O número dessas empresas vem crescendo de forma significativa em todo o mundo. Em 2016, 676 a cada 1.000 empresas nos Estados Unidos eram consideradas pequenas e, na Europa,

apenas 1% empregava mais de 50 funcionários (Schuster; Friedrich, 2017). O Brasil, por sua vez, também tem registrado um crescimento acentuado no número de MPEs desde 2009, com estimativa de 4.143.505 microempresas e 1.130.679 empresas de pequeno porte em 31 de dezembro de 2017 (SEBRAE, 2017).

No entanto, apesar dessa popularização as MPEs, frequentemente administradas por familiares, enfrentam desafios significativos na gestão, principalmente devido à falta de competências administrativas por parte de seus proprietários (Drucker, 2001; Casa Nova, 1996). Um estudo conduzido em Passo Fundo, no Rio Grande do Sul, que revelou que 57,50% dos empresários locais nunca participaram de cursos ou especializações em suas áreas de atuação, evidenciando uma carência de formação técnica (Schuster; Friedrich, 2017).

Além disso, essas empresas enfrentam diversas limitações decorrentes de seu pequeno porte, como forte pressão da concorrência, atuação com um número reduzido de produtos, dificuldade para realizar análises complexas e pesquisas de mercado, além do limitado acesso a capital financeiro e às novas tecnologias (Schuster e Friedrich, 2017; Sousa et al., 2015). Apesar desses desafios, a consultoria para pequenas empresas ainda é um serviço pouco utilizado.

Até pouco tempo, a consultoria era vista como um luxo; hoje, no entanto, tem se consolidado como uma solução valiosa para empresas em situação crítica (Necsulescu e Sirbu, 2011). Especialmente porque a consultoria pode ser definida como “conselho, sugestão e recomendação”, com o objetivo de melhorar as condições dos clientes, sendo essencial que sua situação esteja claramente melhor ao término do serviço; caso contrário, o consultor não terá cumprido seu objetivo (Weiss, 2017).

Dessa forma, o serviço de consultoria pode ser comparado à relação médico-paciente, em que a empresa assume o papel de paciente e o consultor, o de médico, realizando uma análise diagnóstica quando a organização está em dificuldade, a fim de identificar as causas e repará-las (Oliveira, 2015; Necsulescu e Sirbu, 2011). Assim, a consultoria torna-se vital para a sobrevivência das empresas, funcionando como um “Plano de Saúde” empresarial que ajuda a prevenir riscos de falência (Almeida et al., 2018).

Como a consultoria é um processo interativo de análise e diagnósticos das necessidades organizacionais, Crocco (2005), identifica três situações principais que levam uma empresa a contratar esse serviço: (1) não saber do que precisa ou até saber, mas não ter o conhecimento necessário para agir; (2) ter o conhecimento, mas não possui a competência para aplicá-lo; ou (3) não conseguir administrar a gestão do próprio conhecimento. Assim, todos os clientes sabem o que

desejam, mas poucos sabem do que realmente precisam, e é nessa diferença que o consultor agrega valor (Weiss, 2017).

As atividades de consultoria serão úteis, portanto, na medida em que fornecem os melhores serviços nas áreas financeira, contábil, fiscal, de recursos humanos, entre outras, oferecendo soluções que ajudem as empresas a melhorarem suas atividades, aumentando a eficiência e a produtividade (Necsulescu; Sirbu, 2011, p. 105).

O Brasil se consolidou como um centro global relevante para empresas de consultoria, abrigando as principais firmas internacionais, como as Big Five: PWC, Arthur Andersen, EY, KPMG e Deloitte, além de contar com um mercado em expansão que inclui consultorias acadêmicas e iniciativas de entidades como SEBRAE, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Donadone et al., 2012).

Com a ampliação do campo da consultoria, o contador passa a ter diversas opções de atuação, incluindo o cargo de consultor contábil (Tisott et al., 2022), podendo exercer serviços essenciais como: i) análise de custos; ii) planejamento gerencial; iii) planejamento tributário; iv) planejamento orçamentário; v) planejamento financeiro; vi) reeducação financeira, de pessoal e de compras/vendas; vii) estudo do perfil do cliente, identificação de problemas e proposição de soluções; e viii) implementação da consultoria com foco na geração de valor e resultados (Oliveira, Miranda e Takamatsu, 2018).

2.2 O Mercado de Consultoria Contábil e os Desafios para Contadores no Apoio a Micro e Pequenas Empresas

Esse dinamismo na profissão reflete-se, também, na constante evolução da contabilidade como uma ciência social, impulsionada pelas demandas da sociedade e pelos desafios do desenvolvimento de negócios, empresas e instituições (Marion, 2009). Em sintonia com essa evolução, o reconhecimento global da competência contábil no Brasil tem sido cada vez mais destacado.

A profissão contábil abrange aproximadamente 30 especializações (Marion, 2009), e a obrigatoriedade da contabilidade nas empresas, imposta por lei, representa uma exigência legal para os empresários (Carneiro e Dall’Agnol, 2005). Consequentemente, toda instituição necessita dessa ciência, o que expande sua área de atuação e ressalta a importância da profissão, inclusive nos pequenos negócios onde a contabilidade deverá estruturar sistemas informacionais e produzir relatórios simples com linguagem adequada (Casa Nova, 1996).

Para atuar como consultor contábil, é necessário não apenas formação técnica, mas também competências administrativas e analíticas, como domínio de custos, formação de preços, orçamentos e elaboração de relatórios adequados a diferentes públicos (Almeida et al., 2018). Essas habilidades permitem transformar dados em informações úteis à gestão, apoiando decisões estratégicas para a tomada de decisão. Desse modo, a consultoria contábil surge com uma oportunidade para os escritórios de contabilidade ampliarem seus serviços e agregarem valor aos clientes (Tisott et al., 2022).

Com o objetivo de analisar como os serviços de consultoria contábil são prestados a clientes de Micro e Pequenas Empresas (MPEs), Oliveira, Miranda e Takamatsu (2018) identificaram que 75% dos contadores oferecem esse serviço, enquanto 25% não o realizam. Entre as principais atividades estão: consultoria antes da abertura da empresa, orientação para gestão e continuidade, atendimento mensal com base na contabilidade financeira e gerencial, e planejamento tributário. O estudo também apontou dificuldades comuns, como omissão de receitas, confusão entre finanças pessoais e empresariais, inexperiência e resistência dos clientes, falta de transparência nas informações, desconhecimento sobre impostos e desconfiança em relação ao contador.

Tais desafios evidenciam a complexidade da consultoria contábil para MPEs e a necessidade de uma abordagem adaptativa e educativa por parte dos contadores. O papel de educador é condicionado às particularidades dessas empresas, e a transferência de conhecimento só é eficaz quando há compatibilidade entre o contexto do consultor e o do cliente (Dalley; Hamilton, 2000).

2.3 Estudos Anteriores

Diante das dificuldades enfrentadas pelos contadores na prestação de serviços às MPEs, torna-se essencial compreender como os gestores percebem a consultoria contábil e qual é o papel do contador nesse contexto. Jacintho (2004), identificou que, na maioria dos casos, o trabalho contábil ainda se restringe a demandas burocráticas, sem assessoramento estratégico. De forma semelhante, Nwobu, Faboyede e Onwelingo (2015), em pesquisa na Nigéria, observaram que 25,5% dos pequenos empreendedores utilizam serviços contábeis por exigência fiscal, enquanto apenas 5,3% os contratam visando à gestão.

Miranda et al. (2008), ao estudarem mercadinhos na Grande Recife, constataram que 63,7% das empresas processam suas informações financeiras internamente, e que 36,4% dos gestores dispensariam o contador caso o recolhimento de impostos fosse simplificado, evidenciando a visão limitada do contador como mero agente fiscal. Ainda na Nigéria, 20,2% dos entrevistados

afirmaram não ver necessidade de serviços contábeis nas operações de suas empresas (Nwobu, Faboyede e Onwelingo, 2015).

Outro fator limitante apontado por Miranda et al. (2008), Jacintho (2004) e Silva (2015) é o custo da consultoria, o que dificulta seu uso estratégico pelas MPEs. No entanto, estudos mostram que os benefícios superam os custos, promovendo crescimento, longevidade e agregação de valor ao negócio. Por isso, a consultoria deve ser encarada como um investimento, e não como uma despesa (Tisott et al., 2022; Schuster e Friedrich, 2017).

Apesar disso, é comum a resistência do cliente durante o processo de consultoria, o que pode reduzir a qualidade do serviço (Jacintho, 2004). Entre os principais obstáculos estão a falta de informações confiáveis e as falhas na colaboração entre cliente e consultor, o que gera divergências de mentalidade, informações dissociadas ou com ruídos, além de outros entraves que precisam ser superados para garantir o sucesso e a continuidade da consultoria (Schuster; Friedrich, 2017; Silva, 2015; Jacintho, 2004).

3. Metodologia

A pesquisa é de natureza descritiva e qualitativa, dado que seu propósito é retratar e compreender as características da consultoria contábil direcionada às MPEs (Gil, 2008). Foi utilizada a técnica de levantamento de dados por meio de questionários tipo survey, com questões objetivas, o que permite agilidade na coleta de dados, padronização das respostas e facilita a análise quantitativa, contribuindo para a identificação de padrões e tendências (Gil, 2008).

Adicionalmente a pesquisa também pode ser observada como um estudo de caso múltiplo, dado a disponibilidade populacional enxuta. Essa abordagem permite compreender a totalidade da situação específica analisada, de forma detalhada e individual, além de possibilitar a descrição de cenários comparativos e desafiadores (Lintz; Martins, 2000).

Para atender os objetivos da pesquisa os questionários foram aplicados questionários por meio de visitas in loco em empresas da cidade de Coração de Maria (BA), envolvendo dois grupos: dez contadores e dezenove empresários dos setores de comércio e serviços, todos atuantes em Micro e Pequenas Empresas (MPEs), selecionados com base na proximidade geográfica e facilidade de contato. Antes do preenchimento, cada participante foi informado de que se tratava de uma pesquisa acadêmica e recebeu as devidas orientações sobre a finalidade do estudo, assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. O tempo médio de resposta foi de aproximadamente dez minutos, variando de acordo com a familiaridade do participante com o tema.

A cidade de Coração de Maria integra a Área de Expansão Metropolitana de Feira de Santana e tem se destacado pelo crescimento populacional e econômico. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022), a população passou de 26.692 para 28.258 habitantes, e o PIB per capita quase dobrou em uma década, de R\$ 5.180,00 para R\$ 10.109,67, consolidando o município entre os 300 de maior relevância no estado da Bahia. Esse cenário evidencia a participação das MPEs no desenvolvimento regional (Tisott *et al.*, 2022) e, conseqüentemente, a necessidade de serviços de consultoria que contribuam com liquidez, rentabilidade e estabilidade financeira (Oliveira, 2015).

Considerando que a comunicação entre contadores e empresários pode ser um obstáculo, especialmente quando há uso excessivo de jargões técnicos (Silva, 2015), foram elaborados dois questionários, um com linguagem técnica, direcionado aos contadores, que visa entender os motivos, segundo esses profissionais, pelos quais os serviços de consultoria são (ou não) consumidos pelos clientes e um questionário, com uma linguagem mais acessível, voltado aos clientes. Neste último caso, o objetivo é compreender a motivação dos potenciais clientes para consumir serviços de consultoria contábil ou financeira. O instrumento de coleta aplicado em ambos os grupos contém exatamente dezoito questões, permitindo múltiplas respostas em algumas delas.

Essa diferenciação na comunicação visou garantir que todos os participantes, independentemente do seu conhecimento técnico, pudessem entender claramente as questões e respondessem com precisão. As perguntas foram elaboradas com base em instrumentos de pesquisas anteriores (Silva, 2015; Oliveira, Miranda e Takamatsu, 2018; Jacintho, 2004), assegurando uma metodologia robusta e validada, o que contribuiu para a qualidade e profundidade dos dados coletados.

Quadro 1. Objetivos associados a coleta de dados

Bloco	Ao Contador	Ao Cliente	Objetivos
1	Perfil do Respondente	Perfil do Respondente	Analisar variáveis relacionadas ao perfil dos entrevistados.
2	A importância dos serviços contábeis e a análise da situação financeira	A importância dos serviços contábeis e a análise da situação financeira	Identificar os principais problemas financeiros enfrentados pelos entrevistados e as informações contábeis e financeiras mais requisitadas.
3	O contador, o cliente e a consultoria contábil	O contador, o cliente e a consultoria contábil	Entender a percepção de clientes e contadores sobre os serviços de consultoria contábil e sua importância no avanço e continuidade das MPEs dessa região
4	Gestão empresarial e relacionamento contador-cliente	Gestão empresarial e relacionamento contador-cliente	Investigar a qualidade da comunicação, a relação e o nível de compreensão entre contadores e seus clientes.

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Para facilitar a compreensão dos questionários aplicados, a estrutura foi organizada em quatro blocos principais, tanto para contadores quanto para clientes. Cada bloco aborda temas específicos, com objetivos que variam desde o levantamento do perfil dos entrevistados até a análise da qualidade da relação contador-cliente, conforme o Quadro 1.

A coleta foi realizada entre os dias 5 e 14 de novembro de 2024, totalizando 29 formulários válidos. Após a obtenção das respostas, os dados foram tabulados em planilhas do Microsoft Excel, permitindo a sistematização das informações em tabelas e gráficos que representam a distribuição das respostas. Essa etapa possibilitou a visualização dos resultados de forma clara e objetiva, além de preparar o material para a análise posterior. Ressalta-se, contudo, que a obtenção de interlocutores é uma das dificuldades recorrentes em pesquisas com pequenos negócios, o que frequentemente resulta em um número reduzido de respondentes (Silva, 2015).

4 Resultados e Análise dos dados

Foram analisadas variáveis do perfil dos entrevistados. No caso dos empresários, consideraram-se idade, ramo de atividade, número de empregados, faturamento anual, tempo de atuação e se buscaram orientação antes de abrir o negócio. Para os contadores, foram avaliados aspectos como idade, formação acadêmica, especialização, tempo de atuação, setor atendido e percepção de valorização por parte dos clientes.

Verificou-se que, entre os empresários, a maioria (36,84%) está na faixa de 31 a 37 anos, seguida por 21,05% entre 38 e 45 anos. Entre os contadores, 70% têm menos de 30 anos, sendo 50% com 1 a 3 anos de atuação e 30% com 3 a 5 anos, caracterizando um perfil jovem e com experiência recente, corroborando com o perfil (idade). Os empreendimentos também apresentam níveis variados de maturidade: 26,32% têm até 3 anos de atividade, sendo considerados novos; 21,58% entre 4 e 6 anos, com maturidade média; e 21,05% entre 7 e 10 anos, mais consolidados. Quanto ao setor de atuação, 68,42% pertencem ao comércio varejista e 31,58% ao setor de serviços.

Tabela 1. Perfil dos respondentes

Idade	Empresa	Contador	Ramo de atividade?	Empresa
Entre 19-25 anos	10,52%	30,00%	Comércio Atacadista	5,26%
Entre 26-30 anos	21,05%	40,00%	Comércio Varejista	68,42%
Entre 31 a 37 anos	36,84%	20,00%	Serviços	31,58%
Entre 38 a 45 anos	21,05%	0,00%	Indústria	0,00%
Entre 46 a 59 anos	10,52%	10,00%		
Mais de 60 anos	0,00%	0,00%		
Tempo de atuação na área	Empresa	Contador	Faturamento anual?	Empresa
Menos de 1 anos	0,00%	10,00%	Até 100 mil.	42,11%
De 1 a 3 anos	26,32%	50,00%	Entre 100 e 244 mil.	10,53%
De 4 a 6 anos	31,58%	30,00%	Entre 244 e 600 mil.	5,26%
De 7 a 10 anos	21,05%	10,00%	Acima de 600 mil.	5,26%
De 11 a 15 anos	5,26%	0,00%	Prefiro não informar.	36,84%
De 16 a 20 anos	10,53%	0,00%		
Mais de 21 anos	5,26%	0,00%		
Quantidade de empregados	Empresa	Contador	Procurou orientação / consultoria de um contador antes de abrir a empresa	Empresa
Entre 1 e 5	84,21%	20,00%	Sim, orientação com amigos e colegas	21,05%
Entre 6 a 10	5,26%	30,00%	Sim, orientação com o SEBRAE	15,79%
Entre 11 a 15	5,26%	50,00%	Sim, busquei orientação com um contador	63,19%
Entre 16 a 20	0,00%	0,00%	Não busquei orientação	0,00%
Mais de 21	5,26%	0,00%		
Setor que atua predominantemente	Contador	Tempo de atuação do escritório contábil	Contador	
Fiscal	20,00%	Menos de 1 ano.	0,00%	
Contábil	20,00%	De 1 a 3 anos.	0,00%	
Societário	20,00%	De 3 a 5 anos.	20,00%	
Pessoal	40,00%	De 5 a 10 anos.	70,00%	
Tributário	0,00%	Mais de 10 anos.	10,00%	
Comercial	10,00%			
Financeiro	10,00%			
Sentimento de valorização pelos seus clientes como profissional contábil?	Contador	Nível de formação acadêmica	Contador	
Não me sinto valorizado(a), já que muitos clientes não entendem a importância do meu papel na saúde financeira deles.	10,00%	Técnico em Contabilidade	10,00%	
Sim, me sinto valorizado(a), pois meus clientes confiam em mim para decisões importantes.	0,00%	Graduação em Ciências Contábeis	80,00%	
Não me sinto valorizado(a) porque, apesar de entregar um bom serviço, o reconhecimento é escasso.	60,00%	Especialização na área	10,00%	
Não me sinto valorizado(a), pois acredito que deveria ganhar mais pelo meu trabalho.	40,00%	Mestrado ou doutorado	0,00%	
Sim, me sinto valorizada, pois meus clientes frequentemente me agradecem e reconhecem meu trabalho.	30,00%			
Já realizou algum curso/especialização no ramo do seu negócio ou em gestão empresarial/financeira?	Empresa			
Não tenho tempo, a empresa consome todo o meu tempo disponível.	26,32%			
Acho que os cursos são muito caros, se tivessem um preço acessível eu faria.	0,00%			
Já fiz cursos e continuo me aperfeiçoando na minha área.	63,16%			
Não vejo necessidade, já tenho muitos anos de experiência no negócio.	10,52%			

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Os dados demonstram que a maioria dos negócios são de pequeno porte, já que 84,21% possuem entre 1 a 5 funcionários. Em relação ao faturamento, 42,11% informaram até R\$ 100.000 (cem mil) por ano, e 36,84% optaram por não divulgar. Ressalta-se que a pesquisa se limitou apenas as MPEs, excluindo dessa amostra os Microempreendedores Individuais (MEI).

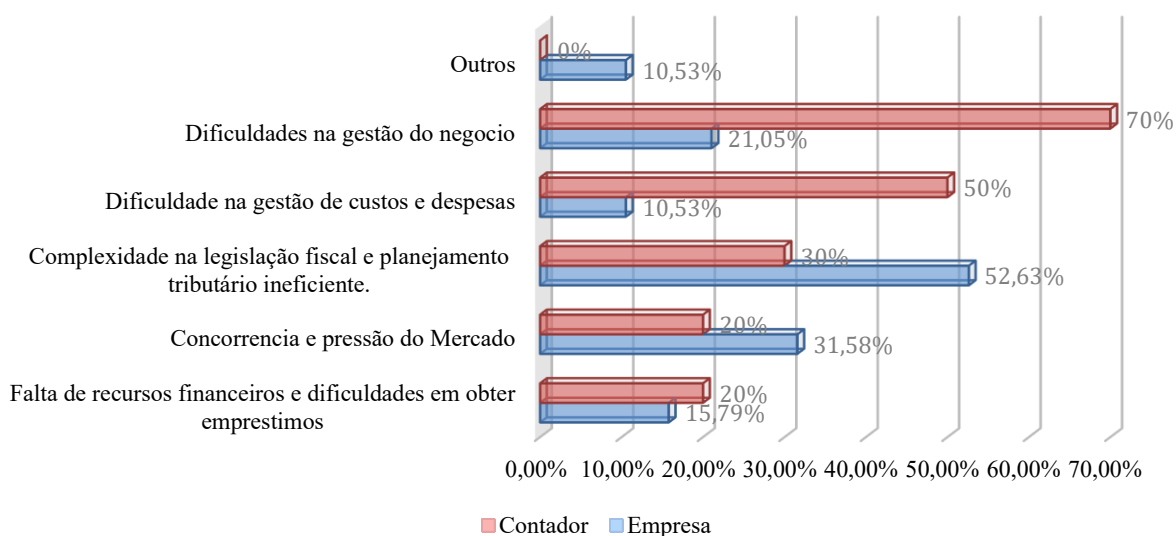
Antes de abrirem suas empresas, 63,19% dos empresários buscaram orientação de contadores, 15,79% recorreram ao SEBRAE e 21,05% a amigos. Nota-se que uma parte considerável dos empresários ainda opta por fontes não profissionais, o que pode indicar uma falta de reconhecimento da importância da orientação especializada. Nesse contexto, 60% dos contadores afirmaram não se sentir valorizados, 40% relataram que deveriam ser mais bem remunerados, e somente 30% disseram se sentir reconhecidos.

Por fim, em relação à formação, 80% dos contadores possuem graduação em Ciências Contábeis e 10% têm especialização. Entre os empresários, 63,16% fizeram cursos na área; 26,32% alegaram falta de tempo e 10,52% não veem necessidade, confiando na experiência prática.

4.2 Relação Cliente e Contador

Foi analisada a dinâmica da relação entre contadores e empresários, abordando aspectos como a clareza da informação e principais dificuldades na comunicação, além das informações contábeis e financeiras mais frequentemente solicitadas.

Gráfico 1. Motivos que as MPEs costumam apresentar dificuldades para operar?

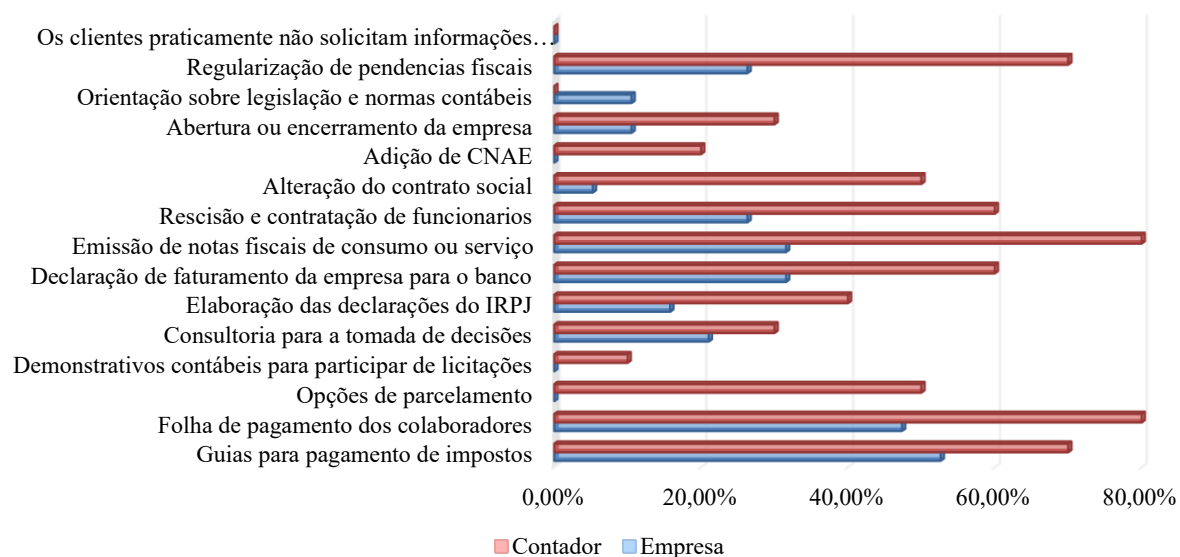


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Na opinião dos empresários, o principal obstáculo ao crescimento de seus negócios é a burocracia e complexidade na legislação fiscal (52,63%), seguido pela concorrência e pressão do mercado (31,57%). Já para os contadores, 70% apontaram a gestão ineficaz como principal dificuldade enfrentada pelas MPEs, sendo que, dentro desse grupo, 50% destacaram especificamente a má gestão de custos e despesas. Conforme a literatura essas dificuldades variam desde a limitação no acesso do capital financeiro e ao benefício das novas tecnologias (Sousa et al., 2015) até mesmo aos problemas na gestão financeira e administrativa (Schuster e Friedrich, 2017; Neves e Pessoa, 2006; Drucker, 2001).

Por este motivo, é imprescindível que os clientes e contadores estejam alinhados, e que os clientes tenham interesse nos números contábeis, solicitando demonstrativos e relatórios que proporcionem uma visão clara e objetiva da saúde financeira da organização, com linguagem adaptada às suas necessidades. Como ressaltam Atrill e McLaney (2021), "as informações contábeis fornecidas devem ser relevantes, confiáveis e compreensíveis, permitindo aos gestores tomarem decisões bem-informadas e planejar adequadamente os próximos passos da organização". Essa proximidade é fundamental para garantir que os relatórios financeiros atendam às expectativas de clareza e precisão necessárias para uma gestão eficaz, auxiliando o cliente na avaliação de custos, formação de preço e projeções financeiras.

Gráfico 2. Informações e relatórios mais solicitados ao contador

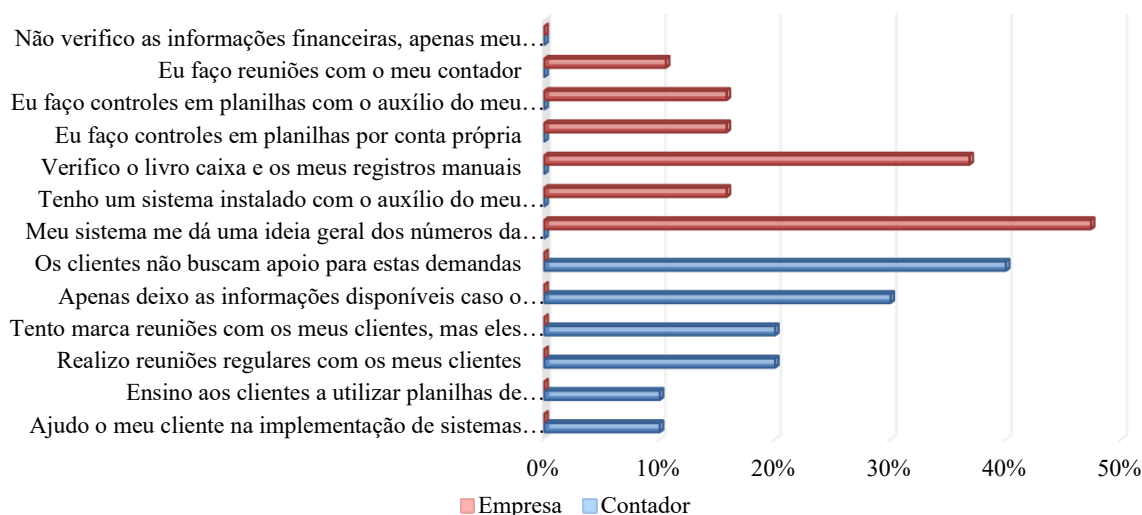


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Sobre as informações mais solicitadas pelos empresários aos contadores, eles ressaltam que solicitam, na maioria dos casos (52,63%) guias para pagamento de impostos. Ao menos

70,00% dos contadores corroboram com a afirmativa, e acrescentaram acerca das solicitações dos clientes em regularizar a situação fiscal (70,00%), fato pouco mencionado pelos empresários (26,32%). Para os empresários as informações sobre folha de pagamento dos colaboradores (47,37%), declaração de faturamento para banco (31,58%) e emissão de notas fiscais (31,57%) também é importante. Em 80% dos casos, esses pontos também foram confirmados pelos profissionais de contabilidade. No entanto, apenas 21,05% das empresas solicitam consultoria para a tomada de decisões diárias. Embora também muito baixo, para os contadores esse percentual é um pouco maior (30,00%).

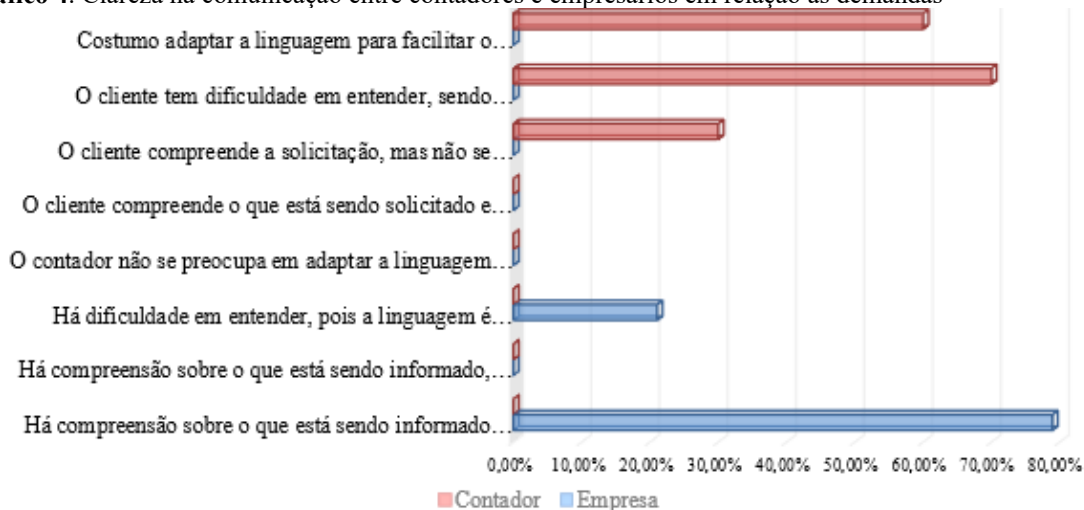
Gráfico 3. Como é feita a verificação das Informações financeiras da empresa?



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Quanto às informações financeiras, 47,36% dos empresários afirmam que utilizam um sistema próprio para controlar as finanças e 36,84% verificam o livro caixa e seus registros manuais. Somente 15,79% utilizam um sistema ou planilhas com o auxílio do contador e um percentual ainda menor (10,53%) costuma manter reuniões com seu contador. Já para os contabilistas, 40% afirmam que seus clientes não buscam apoio nesse sentido, 30% disponibilizam as informações apenas quando solicitadas, outros 20% alegam tentar agendar reuniões com os clientes, mas frequentemente eles não estão disponíveis. Como a literatura tem evidenciado que os empresários podem buscar mais auxílio dos profissionais de contabilidade para essas demandas (Caspers; Neiverth, 2022). Também, foi abordado aos empresários como avaliam a clareza da comunicação do contador em relação às demandas de suas empresas.

Gráfico 4. Clareza na comunicação entre contadores e empresários em relação as demandas



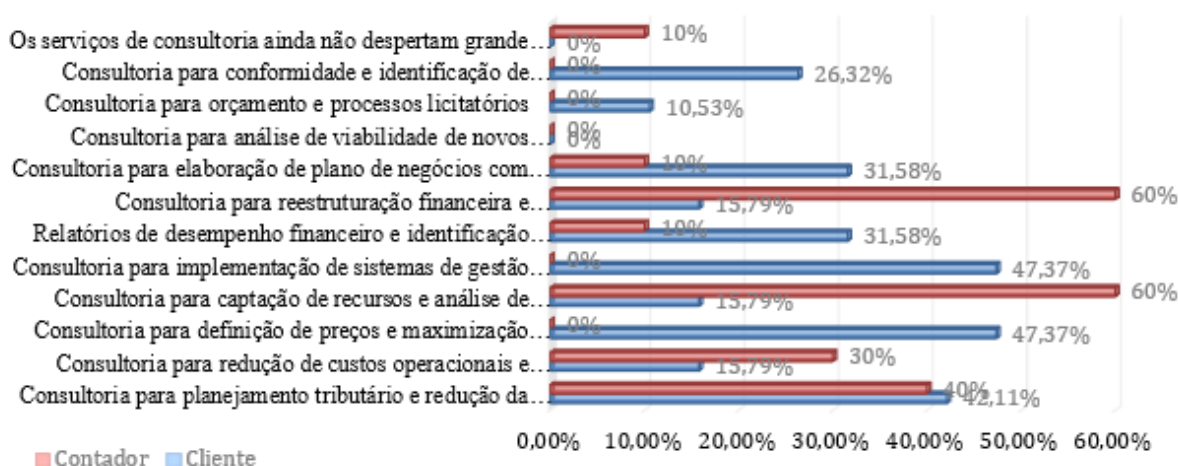
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

A maioria dos empresários (78,95%) afirma compreender as solicitações do contador, enquanto 21,05% relatam dificuldades com a linguagem técnica. Por outro lado, 70% dos contadores percebem que seus clientes têm dificuldade de compreensão, sendo necessário repetir orientações. Para lidar com isso, 60% adaptam a linguagem e 30% acreditam que os clientes entendem, mas não demonstram interesse em atender às solicitações.

4.3 Perspectiva dos Entrevistados sobre a Consultoria

Para alcançar o objetivo da pesquisa, buscou-se compreender a percepção de contadores e clientes sobre os serviços de consultoria contábil e sua relevância para o avanço e a continuidade das MPEs na região. Os resultados possibilitam mapear os tipos de consultoria mais oferecidos pelos contadores e as principais expectativas dos proprietários de micro e pequenas empresas.

Gráfico 5. Serviços mais demandados (ofertados) pelas empresas (contadores)



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Os empresários indicaram como principais necessidades os serviços de consultoria para definição de preços e maximização de lucros (47,37%), implementação de sistemas de gestão e melhoria da competitividade (47,37%), planejamento tributário e redução da carga fiscal (42,11%), além de análise de desempenho financeiro e elaboração de planos de negócios com segregação patrimonial (31,58%).

Já os contadores apontaram maior demanda por análise de crédito para captação de recursos (60%) e reestruturação financeira com foco na regularização de dívidas (60%), havendo convergência apenas quanto à consultoria tributária (40%). Além disso, 10% afirmaram que os clientes não solicitam serviços de consultoria, enquanto todos os empresários declararam alguma demanda. Os resultados indicam uma desconexão entre os serviços oferecidos pelos contadores e as reais necessidades dos empresários, evidenciando a importância de um maior alinhamento entre ambas as partes. É dever dos contadores buscarem compreender mais profundamente as demandas de seus clientes, conforme destacado por Pimentel (2008).

Tabela 2. Tipos de consultoria oferecida (demandada) e sua importância

Consultorias Oferecidas	Contador		Empresa
	Oferece	vê Importância	Demanda
Consultoria para planejamento tributário e otimização fiscal	80,00%	80,00%	10,53%
Consultoria para redução de custos operacionais	30,00%	30,00%	0,00%
Consultoria para precificação	0,00%	10,00%	15,79%
Consultoria para captação de recursos e análise de créditos	60,00%	50,00%	26,32%
Consultoria para diagnóstico de situação financeira e patrimonial	20,00%	40,00%	21,05%
Consultoria para reestruturação financeira e regularização de dívidas	70,00%	50,00%	26,32%
Orientação para a elaboração de um plano de negócios	10,00%	50,00%	15,79%
Pesquisas de mercado e avaliação de viabilidade de produtos e projetos	0,00%	30,00%	21,05%
Consultoria de orçamento e licitação	0,00%	0,00%	0,00%
Consultoria de conformidade para identificar fraudes e riscos	10,00%	10,00%	0,00%
Não há necessidade de serviços de consultoria	0,00%	0,00%	26,32%

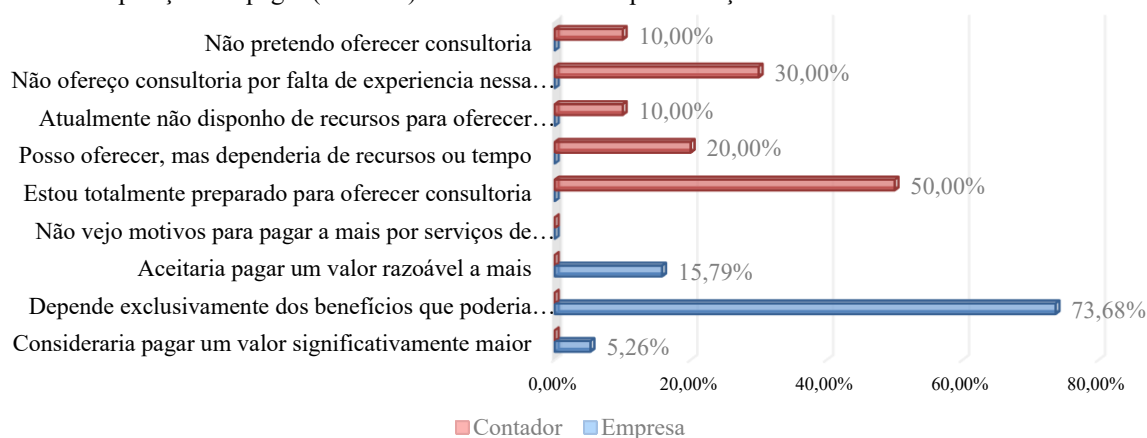
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Sobre a importância dos serviços de consultoria para a continuidade das MPEs, 80% dos contadores apontaram o planejamento tributário e fiscal como essencial, sendo também o mais ofertado. Outros 50% destacaram a relevância da captação de recursos, reestruturação financeira e elaboração de planos de negócios. No entanto, a oferta prática se concentra principalmente em reestruturação financeira (70%) e captação de recursos (60%).

De fato, a demanda dos clientes é pela maioria destes serviços, em especial captação de recursos e análise de crédito e reestruturação financeira (26,32%). Entretanto, também são

mencionadas demandas que ainda recebem pouca atenção dos contadores, como pesquisas de mercado, viabilidade de novos produtos (21,05%) e consultoria para precificação (15,79%). Isso demonstra que os contadores ainda precisam aprimorar sua sensibilidade às particularidades do negócio de cada cliente, oferecendo soluções alinhadas ao contexto empresarial. Assim, mais uma vez, nota-se uma lacuna entre a demanda dos clientes e a oferta de serviços contábeis. No entanto, é importante reforçar que cabe ao contador conquistar a confiança e a consideração dos seus clientes, entendendo suas necessidades organizacionais, referente aos aspectos contábeis e características (Antonovz, 2019).

Gráfico 6. Disposição em pagar (oferecer) um valor adicional por serviços de consultoria



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Essa limitação pode estar relacionada à capacidade, recursos e disponibilidade dos contadores para oferecer serviços de consultoria. Embora 73,68% dos empresários estejam dispostos a contratar consultoria se houver benefícios claros, apenas 50% dos contadores se sentem aptos a oferecê-la, enquanto 30% citam falta de experiência e 20% mencionam limitações de tempo e recursos. Como os escritórios contábeis concentram grande parte do tempo no cumprimento de obrigações acessórias, resta pouco espaço para o assessoramento, o que dificulta a oferta de consultorias, que exigem dedicação exclusiva às demandas dos clientes (Stein; Von Mengden, 2014).

Outra discussão é que, contadores frequentemente se veem como responsáveis por oferecer informações financeiras objetivas sobre os negócios. Essa perspectiva faz com que estejam mais à vontade ao registrar eventos passados, em vez de contribuir diretamente para decisões estratégicas futuras. Essa dificuldade se intensifica especialmente quando as decisões envolvem aspectos subjetivos, como a alocação de custos, estimativas relacionadas à

concorrência ou cenários hipotéticos que demandem projeções baseadas em dados incertos (Goold, 1984, p. 190).

4.4 Análise Geral dos Retornos

De modo geral, os dados indicam que há uma predominância de empresários e contadores nas faixas etárias intermediárias, sugerindo uma maturidade profissional relativamente recente tanto no empreendedorismo quanto na área contábil. No que se refere a especialização, muitos empresários enfrentam obstáculos como a falta de tempo ou a crença de que a experiência prática substitui a necessidade de conhecimentos técnicos e teóricos. Os resultados confirmam estudos anteriores que apontam a falta de formação técnica entre empresários, devido à baixa participação em cursos ou especializações (Schuster; Friedrich, 2017).

Observou-se que a maioria dos empresários buscam serviços contábeis básicos e relata afirma não receber informações úteis para a tomada de decisões, porém quando convidados a conversar com o contador, muitos alegam indisponibilidade. Por sua vez, os contadores afirmam que seu apoio é geralmente requisitado apenas em momentos de crise financeira, reforçando estudos que apontam a limitação dos serviços contábeis às obrigações fiscais e burocráticas (Jacintho, 2004). Além disso, foi identificada uma baixa procura pelo SEBRAE tanto antes da abertura dos negócios quanto para orientação contínua, o que é preocupante, considerando que a entidade oferece suporte gratuito que poderia contribuir significativamente para o fortalecimento e longevidade das MPEs.

Enquanto contadores veem como prioridade consultorias tributárias, captação de recursos e reestruturação financeira, os empresários valorizam mais precificação, pesquisas de mercado e competitividade. Essa diferença evidencia uma lacuna entre o que os contadores oferecem e o que os clientes realmente precisam, indicando que os serviços contábeis ainda se distanciam das demandas dos usuários (Silva, 2015).

Apesar do interesse pela consultoria, o custo ainda é um fator limitante. Muitos empresários só estariam dispostos a pagar se os benefícios fossem evidentes (Jacintho, 2004; Silva, 2015), reforçando a percepção da consultoria como um luxo (Necsulescu; Sirbu, 2011).

Finalmente, a relação entre contadores e empresários requer atenção. Apesar de 63,16% dos empresários afirmarem não enfrentar obstáculos com seus contadores, os próprios contadores demonstram discordância, destacando problemas como o desconhecimento sobre o papel e a importância do contador, bem como a falta de reconhecimento do valor dos serviços prestados.

Nesse ambiente, destaca-se a importância de uma abordagem personalizada, bem como os prejuízos causados pelo uso excessivo de jargões técnicos (Casa Nova, 1996; Silva, 2015).

5. Considerações Finais

O presente estudo trouxe contribuições significativas ao explorar o encontro de perspectivas entre contadores e empresários sobre a consultoria contábil voltada para micro e pequenas empresas na cidade de Coração de Maria. Para tanto, utilizou-se uma metodologia inspirada em pesquisas anteriores com esses públicos, assegurando que a coleta de dados fosse plenamente alinhada às suas especificidades. Dessa forma, foram elaborados dois questionários com linguagem diferenciada para contadores e empresários e aplicados de forma impressa durante visitas in loco, assegurando um contato direto e personalizado. Com uma população limitada de entrevistados, foi possível realizar uma análise detalhada de cada situação. A análise dos resultados foi realizada por meio da contagem das respostas dos questionários, com a posterior organização dos dados em gráficos e tabelas, o que permitiu uma interpretação detalhada e aprofundada das informações coletadas.

Os objetivos da pesquisa foram plenamente alcançados. Foi possível caracterizar a consultoria contábil oferecida pelos contadores, evidenciando suas principais áreas de atuação, como planejamento tributário e análise de crédito. Também foi mapeada a demanda por serviços contábeis entre as MPEs, evidenciando as lacunas na oferta de serviços considerados essenciais pelos clientes. Além disso, a análise da percepção dos gestores demonstrou como os serviços de consultoria são valorizados para a sobrevivência e o sucesso das empresas, embora existam limitações relacionadas à disposição para investir nesses serviços. Por fim, as dificuldades na relação entre clientes e contadores foram identificadas, com destaque para os avanços na comunicação e a busca por maior reconhecimento do papel e valor do contador.

As investigações da pesquisa demonstraram que a consultoria contábil é capaz de intermediar as dificuldades com gestão vivenciadas pelos microempresários, mas enfrenta barreiras culturais, financeiras e comunicativas. Essas dificuldades refletem o contexto já discutido de que a consultoria, muitas vezes, é vista como um luxo ou custo adicional, em vez de um investimento.

Adicionalmente, a relação entre contador e empresários é marcada por um descompasso entre o que é oferecido pelos profissionais contábeis e o que é percebido como necessário pelos empresários. Enquanto a teoria enfatiza a importância da consultoria contábil para planejamento, gestão e eficiência operacional, na prática, a demanda por serviços contábeis

ainda se concentra em tarefas burocráticas e fiscais. Por isso, é fundamental posicionar a consultoria contábil com a mesma relevância que os serviços fiscais, incorporando-a como parte integrante e indissociável do pacote completo de serviços oferecidos. Essa abordagem não só educa o contador a oferecer esses serviços de forma mais frequente, como também sensibiliza o empresário para a importância da consultoria contábil na continuidade das MPEs, reforçando o contador como um parceiro estratégico na tomada de decisões.

Entre as limitações deste estudo, destaca-se o número limitado de entrevistados, reflexo do porte da cidade pesquisada, que ainda está em processo de expansão e possui um mercado econômico emergente. Dessa forma, os resultados obtidos podem não refletir a realidade de outras regiões. Assim, como recomendações para estudos futuros, sugere-se replicar esta pesquisa em outros municípios ou grandes regiões litosferas (microrregiões ou macrorregiões), especialmente em localidades mais desenvolvidas ou com maior densidade populacional para ampliar a base de dados e enriquecer as análises comparativas.

Referências

- ALMEIDA, L. S. F. *et al.* A consultoria contábil como oportunidade de negócios profissionais: um estudo documental. **Pensar Contábil**, v. 20, n. 72, 2018.
- AMARAL, J. V.; CASA NOVA, S. P. C. Os fatores de insucesso das empresas de pequeno porte e a contabilidade: um estudo em unidades lotéricas. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 5, n. 2, 2011.
- ANTONOVZ, T. **O contador e a ética profissional**. Editora Intersaberes, 2019.
- ATRILL, P.; McLANEY, E. **Contabilidade Gerencial para Tomada de Decisão**. São Paulo: Pearson, 2021.
- BRASIL. Lei nº 9.137, de 5 de dezembro de 1996. Altera a legislação tributária federal e institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 6 dez. 1996.
- CARNEIRO, J. D.; DALL'AGNOL, R. M. A consultoria em gestão realizada pelo contabilista como alternativa de redução da mortalidade das MPE. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 4, n. 10, p. 09-23, 2005.
- CASA NOVA, S. P. C. **As empresas de pequeno porte e a contabilidade**. 1996. (Dissertação Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- CASPERS, C. F.; NEIVERTH, R. N. S. A falta de informações contábeis gerenciais na gestão de micro e pequenas empresas luverdenses. **Epitaya E-books**, v. 1, n. 25, p. 71-91, 2022.
- CROCCO, L.; GUTTMANN, E. **Consultoria empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- DALLEY, J.; HAMILTON, B. Knowledge, context and learning in the small business. **International Small Business Journal**, v. 18, n. 3, p. 51-59, 2000.
- DONADONE, J. C.; SILVEIRA, F. Z.; RALIO, V. R. Z. Consultoria para pequenas e médias empresas: as formas de atuação e configuração no espaço de consultoria brasileiro. **Gestão & Produção**, v. 19, p. 151-171, 2012.
- DRUCKER, P. F. **Melhor de Peter Drucker: a administração, O-Exame**. NBL Editora, 2001.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Editora Atlas SA, 2008.
- GOOLD, M. **Accounting and strategy**. Centre for Business Strategy. London Business School, 1984.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama**. Coração de Maria. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/coracao-de-maria/panorama>. Acesso em 10 mai. 2024.
- JACINTHO, P. R. B. **Consultoria empresarial: procedimentos para aplicação em micro e pequenas empresas**. 2004. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.
- LINTZ, A.; MARTINS, G. A. **Guia para Elaboração de Monografias e Trabalhos de Conclusão de Curso**. Editora Atlas. 2000. São Paulo. SP
- MARION, J. C. **Contabilidade básica**. Atlas, 2009.

- MASON, Colin M.; CARTER, Sara; TAGG, Stephen K. The effect of the national minimum wage on the UK small business sector: a geographical analysis. **Environment and Planning C: Government and Policy**, v. 24, n. 1, p. 99-116, 2006.
- MIRANDA, L. C. *et al.* Demanda por Serviços Contábeis pelos Mercadinhos: são os contadores necessários? **Contabilidade Vista & Revista**, v. 19, n. 1, p. 131-151, 2008.
- NECSULESCU, E.; SIRBU, C. Professional Accountants as Consultants for Business. **EuroEconomica**, v. 30, n. 5, 2011.
- NEVES, J. A. D.; PESSOA, R. W. A. P. Causas da mortalidade de micro e pequenas empresas: o caso das lojas de um Shopping Center. **Organizações em Contexto**, v. 4, p. 165-195, 2006.
- NWOBU, O.; FABOYEDE, S. O.; ONWUELINGO, A. T. The role of accounting services in small and medium scale businesses in Nigeria. **Journal of Accounting, Business and Management (JABM)**, v. 22, n. 1, 2015.
- OLIVEIRA, D. P. R. **Manual de Consultoria Empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015
- OLIVEIRA, L. C. S.; MIRANDA, R. D.; TAKAMATSU, R. T. As características da consultoria contábil como subsídio à sobrevivência das micro e pequenas empresas. In: CONGRESSO NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, 2018, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte: CNACM, 2018.
- PIMENTEL, A. **Estratégias essenciais de marketing**. Universo dos Livros Editora, 2008.
- SCHUSTER, W. E.; FRIEDRICH, M. P. A. A importância da consultoria empresarial na gestão financeira das micro e pequenas empresas. **Revista de Administração IMED**, v. 7, n. 2, p. 183-205, 2017.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. Brasília: SEBRAE, Mar. 2023.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Atualização do estudo sobre a participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Nacional**. Brasília: SEBRAE, Mar., 2020.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Brasília: SEBRAE, 2014.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Perfil dos Pequenos Negócios**. 2017. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/perfil-dos-pequenos-negocios/>> Acesso em: 10 set., 2024.
- SILVA, C. N. **Conte comigo! Características da consultoria contábil aos pequenos negócios**. 2015. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.
- SOUSA, A. S. Gestão financeira em empresa familiar de pequeno porte do ramo de roupas em Embu das Artes. **Revista de Administração**, v. 13, n. 23, p. 21-35, 2015.
- STEIN, S. R.; VON MENGDEN, P. R. A. Impacto das obrigações acessórias no trabalho dos escritórios de contabilidade do Vale do Paranhana/RS-estudo de caso. **Revista Eletrônica de Ciências Contábeis**, n. 5, p. 55-74, 2014.
- TISOTT, S. T. *et al.* A contabilidade consultiva como fator de sucesso das micro e pequenas empresas. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 16, n. 1, p. 127-144, 2022.
- UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. **Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis da FEA USP**. Repositório Institucional. 2024. Disponível em: <https://encurtador.com.br/U0jqz>. Acesso em: 10 set., 2024.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Bahia**. Repositório Institucional. 2024. Dissertações. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/1205>. Acesso em: 10 set., 2024.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Programa de Pós-Graduação em Contabilidade da Universidade Federal de Santa Catarina**. Repositório Institucional. 2024. Disponível em: <https://encurtador.com.br/HJSm7>. Acesso em: 10 set., 2024.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. **Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis**. Repositório Institucional. 2024. Dissertações. Disponível em: <https://ppgcc.ufrj.br/index.php/dissertacoes>. Acesso em: 10 set., 2024.
- WEISS, A. **A Bíblia da Consultoria: métodos e técnicas para montar e expandir um negócio de consultoria**. Autêntica Business, 2017.

Data de Submissão: 30/09/2025

Data de Aceite: 22/12/2025