

**ESTUDO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS
EMPREENDEDORAS E A NECESSIDADE DE ADAPTAÇÃO
DA ASSESSORIA CONTÁBIL**

por

Renata dos Santos Charão

Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Contábeis apresentado ao Curso de Graduação de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Ciências Contábeis.**

Orientador: Prof. Ms. Gilberto Brondani

Santa Maria, RS, Brasil

2010

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Ciências Contábeis**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
Aprova o Trabalho de Conclusão de Curso.

**ESTUDO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS E A
NECESSIDADE DE ADAPTAÇÃO DA ASSESSORIA CONTÁBIL**

elaborado por
Renata dos Santos Charão

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Contábeis

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Ms. Gilberto Brondani
(Presidente/Orientador)

Prof. Bruno Alex Londero

Prof. Angélica Scremin Londero

Santa Maria, 10 dezembro de 2010.

DEDICATÓRIA

À minha família, dedico essa vitória em conjunto, pois a concentração e a força de vontade não resultam em sucesso sem que ao seu lado andem o apoio, a orientação e sem dúvida alguma, o amor!

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me abençoado com a vida. Por eu ser fruto de um amor entre duas pessoas iluminadas. Que embasadas em valores, criaram-me e foram abrindo portas para que eu pudesse, através do conhecimento, vencer barreiras e alcançar meus sonhos. Agradeço aos meus pais por todo apoio que sempre recebi, toda proteção e encaminhamento, para que, a cada dia de luta, a vitória fosse sendo alcançada.

EPÍGRAFE

“A alegria está na luta, na tentativa, no sofrimento envolvido e
não na vitória propriamente dita.”

Mahatma Gandhi

RESUMO

Trabalho de Conclusão de Curso
Curso de Ciências Contábeis
Universidade Federal de Santa Maria

ESTUDO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS E A NECESSIDADE DE ADAPTAÇÃO DA ASSESSORIA CONTÁBIL

AUTORA: RENATA DOS SANTOS CHARÃO

ORIENTADOR: GILBERTO BRONDANI

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 10 de dezembro de 2010.

Este trabalho apresenta um estudo sobre as características empreendedoras, através de um levantamento do perfil empreendedor de todos os clientes de um escritório específico, na cidade de Santa Maria - RS. Evidenciando a necessidade de adaptação da assessoria contábil através da análise do perfil empreendedor considerando os pontos fortes e fracos, direcionando assim o trabalho do contador em relação aos seus clientes, trazendo assim a questão de quais são as adaptações necessárias que o profissional da área contábil deve ter ao prestar assessoria a empreendedores, objetivando realizar com eficiência os serviços prestados, buscando a satisfação de seus clientes e o crescimento da economia de maneira a contribuir com o desenvolvimento sustentável dos negócios e evidenciando dentro das constantes mudanças do mercado, o quanto é relevante conhecer e ter foco no cliente para manter-se atualizado, considerando ainda a importância da assessoria contábil para o sucesso dos empreendimentos. O trabalho está dividido em cinco capítulos, introdução, fundamentação teórica, com conceitos e definições sobre empreendedorismo, técnicas de gestão e assessoria, metodologia da pesquisa, análise dos dados e a conclusão.

Palavras-chave: empreendedorismo, necessidades dos clientes, assessoria contábil

ABSTRACT

End of Course Work
Accounting Course
Universidade Federal de Santa Maria

STUDY ON THE CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURS AND NEED FOR ADAPTATION OF ACCOUNTING CONSULTANTS

AUTHOR: RENATA DOS SANTOS CHARÃO

COACH: GILBERTO BRONDANI

Date and Location of Defense: Santa Maria - December 2010.

This paper presents a study on entrepreneurial characteristics through a survey of the entrepreneurial profile of all customers in a specific office in the town of Santa Maria - RS. Highlighting the need to adapt the accounting advice through analysis of the entrepreneurial profile considering the strengths and weaknesses, thus guiding the work of the accountant in relation to their customers. Thus bringing the question of what are the necessary adjustments that the professional accounting department should have to provide advice to entrepreneurs, aiming to perform efficiently the services, seeking to satisfy its customers and the growth of the economy in ways that contribute to sustainable development business. Making clear the disclosure within the changing market, how much is relevant to know and to focus on the customer to keep up to date, considering the importance of accounting advice for successful ventures. The work is divided into five chapters, introduction, theoretical framework, with concepts and definitions of entrepreneurship, management techniques and advice, research methodology, data analysis and conclusion.

Keywords: entrepreneurship, needs customer, accounting advice

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Pirâmide da Hierarquia de Necessidades de Maslow.....	25
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Clientes que Possuem Iniciativa.....	42
Tabela 2 – Clientes que Buscam Oportunidades.....	44
Tabela 3 - Clientes com Persistência nos Negócio.....	45
Tabela 4 – Clientes que Buscam Informações.....	46
Tabela 5 – Exigência de Qualidade.....	48
Tabela 6 – Cumprimento de Contratos de Trabalho.....	49
Tabela 7 – Orientação para a Eficiência.....	51
Tabela 8 – Orientação para os Objetivos.....	52
Tabela 9 – Planejamento Sistemático.....	53
Tabela 10 – Resolução de Problemas.....	54
Tabela 11 – Assertividade.....	56
Tabela 12 – Autoconfiança.....	57
Tabela 13 – Clientes que Correm Riscos nos Negócios.....	59
Tabela 14 – Uso da Estratégia de Influência.....	60
Tabela 15 – Monitoramento do Negócio.....	61
Tabela 16 – Gestão Financeira.....	62
Tabela 17 – Levantamento do Perfil Empreendedor.....	64

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Clientes que Possuem Iniciativa.....	43
Gráfico 2 – Clientes que Buscam Oportunidades.....	44
Gráfico 3 - Clientes com Persistência nos Negócio.....	45
Gráfico 4 – Clientes que Buscam Informações.....	47
Gráfico 5 – Exigência de Qualidade.....	48
Gráfico 6 – Cumprimento de Contratos de Trabalho.....	50
Gráfico 7 – Orientação para a Eficiência.....	51
Gráfico 8 – Orientação para os Objetivos.....	52
Gráfico 9 – Planejamento Sistemático.....	53
Gráfico 10 – Resolução de Problemas.....	55
Gráfico 11 – Assertividade.....	56
Gráfico 12 – Autoconfiança.....	58
Gráfico 13 – Clientes que Correm Riscos nos Negócios.....	59
Gráfico 14 – Uso da Estratégia de Influência.....	60
Gráfico 15 – Monitoramento do Negócio.....	61
Gráfico 16 – Gestão Financeira.....	63
Gráfico 17 – Levantamento do Perfil Empreendedor.....	64

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Questionário: Levantamento Perfil Empreendedor.....	72
---	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1	Empreendedorismo.....	16
2.1.1	Empreendedorismo de Oportunidade e de Necessidade.....	18
2.1.2	Empreendedorismo no Brasil.....	19
2.1.3	Incentivos Governamentais ao Empreendedorismo no Brasil.....	21
2.1.4	Intra-empresendedorismo.....	23
2.2	– Comportamento e Necessidade dos Clientes.....	24
2.4	Contabilidades Gerencial e Estratégica.....	27
2.5	Planejamento Estratégico.....	30
2.6	Gestão Estratégica.....	32
2.7	Novas formas de Assessoria.....	34
2.8	Coaching e a Contabilidade.....	36
3.	METODOLOGIA.....	39
3.1	Classificação da Pesquisa.....	39
3.2	Universo da Pesquisa.....	40
3.3	Seleção da Amostra.....	40
3.4	Plano e instrumento de coleta de dados.....	41
4.	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	42
4.1	Análise das características empreendedoras.....	42
4.2	Levantamento do Perfil Empreendedor.....	63
5	CONCLUSÃO.....	67
	REFERÊNCIAS.....	70
	ANEXO 1:.....	72

1 INTRODUÇÃO

A constante mudança no ambiente de negócios vem tornando quase obrigatória a necessidade de adaptação das organizações e colaboradores. Isso decorre da globalização, do avanço da tecnologia, da segmentação do mercado, do crescente nível de concorrência, entre outras variáveis.

Como forma de adaptação empresarial, surgem, em meio a esse contexto, novas maneiras de gerenciar processos, novas idéias, busca por oportunidades, sendo que essas características estas, de acordo com muitos autores, fazem parte do perfil empreendedor.

A contabilidade, também inserida nesse contexto, passa a contar com esse novo perfil de clientes, os empreendedores. Conhecer o cliente e saber quais são suas necessidades é um novo desafio para os contadores, já que tudo está sempre em constante mudança e novos negócios estão sendo criados, se faz necessário maior conhecimento e preparação.

Sabendo-se que a informação é a alavanca de um negócio, o que pode levar uma empresa à falência não são exclusivamente os impostos ou a necessidade de crédito, mas principalmente, a falta de preparo, de informação, de planejamento e de conhecimento específico, a cerca do negócio.

Sabe-se que as micro e pequenas empresas estão ganhando um espaço considerável na economia do país, os resultados dessas pesquisas mostram que o espaço para crescimento é grande, porém se faz necessário traçar metas objetivas em busca do sucesso almejado.

As variações externas são constantes, o mercado não para, a economia, os interesses dos clientes e as condições externas mudam. O empreendedor precisa estar atento e usar todos os recursos ao seu alcance para embasar este movimento, por isso o acompanhamento, o suporte e a assessoria contábil são ferramentas extremamente importantes.

Com uma assessoria eficiente, questionamentos, como qual o capital necessário para funcionar, operar, e também como calcular os gastos, entradas de dinheiro, variações de capital, terão respostas fundamentadas. Com conhecimento contábil, a análise da viabilidade do empreendimento, efetuando um planejamento

com estratégias eficazes, faz com que o sucesso do negócio torne-se mais tangível, correndo-se menos riscos.

Recentes pesquisas realizadas pelo Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, comprovam que sete, em cada dez empresas brasileiras, encerram suas atividades antes dos cinco anos de vida, e o principal motivo é a falta de planejamento por parte de seus administradores.

O objetivo deste trabalho é fazer um levantamento do perfil empreendedor, analisando seus pontos fracos e fortes para que a contabilidade possa prestar assessoria focando nas reais necessidades e identificando questões que devam ser tratadas com prioridade pelos contadores no momento de direcionar as melhores escolhas.

Salientando que a importância do contador não está apenas no encaminhamento de papéis, no lançamento de notas e cálculos de impostos, muito mais do que isso, a contabilidade visa o crescimento dos negócios de seus clientes, de modo que conseqüentemente todos saem ganhando, empresários, contadores e a economia em geral.

O problema de tantas variações no ambiente de negócios está na capacidade de adaptação. A preparação do profissional da área contábil não tem que estar apenas no conhecimento teórico e prático, mas também na sensibilidade às mudanças, na adaptação a novos perfis de clientes e a percepção de suas necessidades.

Portanto, considerando os empreendedores como sendo um novo perfil de clientes: quais adaptações que o profissional da área contábil deve ter ao prestar assessoria a empreendedores, objetivando suprir as reais necessidades empresariais desse novo perfil de clientes?

O que justifica esse trabalho é justamente evidenciar, dentro das constantes mudanças do mercado o quanto é importante ter foco no cliente. A contabilidade como prestação de serviços, requer que o profissional desenvolva um trabalho eficiente constantemente, já que o posicionamento do cliente em relação ao serviço só é estabelecido depois de usufruído e analisado seus benefícios.

Considerando ainda a contabilidade e a assessoria contábil como ferramentas muito importantes para os empreendedores, as informações fornecidas pelo contador são capazes de direcionar o melhor caminho a ser seguido, levando a

empresa ao sucesso e a economia a melhores condições, porém o contador deve adaptar-se às mudanças para poder acompanhar as necessidades atuais.

A importante participação do contador, em relação à assessoria para tomada de decisões é feita, pois a experimentação, a vivência, o bom senso e a origem das doutrinas deste profissional fazem com que os dados tenham uma riqueza de interpretações. Não somente pela exatidão dos dados fornecidos, mas também pela capacidade de percepção que o contador possui em relação ao mercado, pelo próprio meio onde está inserido.

Desta forma, este trabalho irá apresentar o perfil dos empreendedores, analisar as características desses clientes, associar os pontos fracos como questões de necessidades a serem supridas. Identificar, dentro da contabilidade, possibilidades de soluções criando assim um perfil de contador adaptado à realidade e à tendência futura do mercado.

O trabalho compõe-se de cinco capítulos, sendo que no primeiro consta a introdução, com a apresentação do tema, o objetivo, a problematização e a justificativa

No segundo capítulo, é apresentada a fundamentação teórica que serve como referencial de conceitos já estudado por outros autores, no qual foi descrito a definição do perfil empreendedor e suas necessidades e em relação aos profissionais da área contábil, técnicas de assessoria.

Na sequência, o terceiro capítulo refere-se à metodologia utilizada no desenvolvimento do presente estudo. Nesta parte, é informado o tipo de pesquisa, seleção de amostra, plano, limitações e instrumento de coleta de dados.

No quarto capítulo, são apresentados os dados coletados na pesquisa com seus resultados. Este capítulo recebe uma divisão em itens que melhor permitem a visualização dos resultados e sua compreensão.

O capítulo cinco traz a conclusão da pesquisa e as recomendações consideradas relevantes. Por fim, são apresentadas as referências bibliográficas que serviram de base para este trabalho, assim como os anexos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

O mundo está em constantes mudanças e adaptações. Quando se associa essas alterações ao mundo empresarial, observa-se que as variações econômicas, sociais, políticas e tecnológicas variam de forma muito mais acelerada do que se possa acompanhar.

Sendo assim, adaptações a essas mudanças são necessárias, criando a necessidade nas pessoas de inovarem ou criarem uma nova visão de como utilizar as coisas já existentes. O empreendedorismo analisa exatamente o perfil de pessoas que visualizam oportunidades e inovam, adaptando-se às mudanças.

Segundo Hisrich e Peters (2009, p. 30):

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação da independência financeira e pessoal.

Partindo desse conceito, pode-se definir empreendedores como sendo pessoas que possuem diferenciais, que geram inovação através da criação, pessoas motivadas, que buscam reconhecimento e certamente contribuem para a evolução da economia. São aqueles que assumem riscos e começam algo novo.

Para Meredith apud UFSC/LED (2000 p. 51):

Empreendedores são pessoas que têm a habilidade de ver e avaliar oportunidades de negócios, prover recursos necessários para pô-los em vantagens e iniciar ação apropriada para assegurar o sucesso. São orientadas para a ação, altamente motivadas, assumem riscos para atingirem seus objetivos.

Portanto, a habilidade de avaliar oportunidades remete-se ao empreendedor, porém este requer uma orientação para ação, pois todo negócio expõe-se a riscos, o objetivo é minimizá-los. A função do empreendedor, segundo Hisrich e Peters (2009, p. 29) :

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção, explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais, ou uma nova comercialização, para produtos, e organizando um novo setor.

No que se identifica como sendo o “criar uma nova visão”, de como utilizar os recursos já existentes, a reforma ou revolução do padrão de produção, a utilização de novos métodos tecnológicos, tanto para produzir um novo bem como para produzir um bem antigo de uma nova maneira, direciona a atividade empresarial a novas formas de negociação. Tanto que Chiavenato (2008) diz que o Empreendedor é a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócios.

Com o surgimento de novas formas de fazer negócios, surgem, também novos conceitos, como a definição de empreendedor elaborado no sentido a comparar com o histórico da atividade empresarial e administradores.

Mendes (2009, p. 03) faz uma análise significativa e histórica desse conceito:

Na língua francesa, o emprego corrente das palavras empresário e empresa e do verbo empreender datam aproximadamente do séc. XIV. Seus equivalentes em língua inglesa seguiram uma evolução paralela. Nos Séc. XVI e XVII o empresário era visto como uma pessoa que se entregava a especulação e não propriamente a produção e geração de riqueza, o que o tornava um indivíduo pouco recomendável.

Ao longo da história, a definição básica de empresário era de uma pessoa limitada à execução de um serviço determinado ou que fornece uma mercadoria específica. Com o decorrer do tempo, mudanças e adaptações ocorrendo foi surgindo novos perfis.

Salientando as diferenças, Mendes (2009, p.05) afirma que:

O empreendedor era utilizado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção. Nos referidos projetos, esse indivíduo não corria riscos, simplesmente administrava o projeto usando os recursos fornecidos, geralmente, pelo governo do país.

Com essa afirmação, podemos observar que aos poucos foi se definindo as características mais específicas de um empreendedor, chegando a definição que temos hoje. Diferenciando o perfil de um administrador de empresas a um empreendedor, tanto que segundo Hisrich (2009), alguns empreendedores têm dificuldade para administrar e desenvolver o empreendimento que criaram.

Ou seja, o empreendedor tem a visão do negócio, a idéia, a inovação, mas não necessariamente, possui as técnicas de gestão pertinentes para o desenvolvimento do negócio. A necessidade de informações e planejamento pode ser supridas através do conhecimento de profissionais da área contábil, administrativa e econômica.

2.1.1 Empreendedorismo de Oportunidade e de Necessidade

O empreendedorismo em países que estão em desenvolvimento pode se dividir em dois grupos de características diferenciadas: o de oportunidade, voltado ao empreendedor visionário e o de necessidade, definido como uma busca por soluções financeiras.

O empreendedorismo de Oportunidade, segundo Dornelas (2001, p. 28):

Empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário, sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, emprego e riqueza.

Sendo assim, o empreendedor de oportunidade é aquele que possui as características fidedignas do empreendedorismo. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico e ao crescimento de seus negócios. Busca as oportunidades sabendo da importância do planejamento e do desenvolvimento social, econômico e financeiro,

Em relação ao empreendedorismo de Necessidade, Dornelas (2001, p.28) afirma que:

Empreendedorismo de necessidade, em que o candidato se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. Nesse caso, esses negócios costumam ser criados informalmente...

O empreendedor por necessidade, geralmente está buscando uma solução financeira para sua situação. Os negócios não são planejados de forma adequada e muitos fracassam rapidamente. Sendo assim, não geram desenvolvimento econômico e aumentam as estatísticas de criação e mortalidade das empresas.

Considerando esses dois grupos de empreendedores, fica claro que a criação de empresas por si só, não leva ao desenvolvimento econômico. É necessário fortalecer o empreendedorismo de oportunidade. Os incentivos governamentais são de extrema importância, mas também a assessoria em relação a empresa, para fortalecer as técnicas de gestão por parte dos empreendedores.

Dornelas (2001, p. 206) ainda afirma que:

É de extrema importância que o empreendedor seja muito bem assessorado, desde o início em relação aos aspectos jurídicos e contábeis de seu negócio. Para isso ele deve recorrer a advogados e contadores que inspirem confiança, entendam do assunto e mais do que isso, auxiliem o empreendedor na gestão de seu empreendimento.

A assessoria se faz importante como orientação e auxílio no posicionamento e na tomada de decisões. Como já foi citado anteriormente, os empreendedores podem ser visionários ou estar criando uma empresa como forma de solucionar seus problemas financeiros, entretanto, em ambos os casos precisam de conhecimento e informações precisas.

É de extrema importância a capacitação de profissionais especializados, que entendam do negócio e, como afirma Dornelas (2001), “inspirem confiança e entendam do negócio”. Surge então uma necessidade maior desses profissionais em relação à capacidade de interagir, se comunicar e atingir os pontos necessários desses empreendedores em relação ao desenvolvimento de seus negócios.

O empreendedorismo de necessidade torna-se mais comum em países em desenvolvimento, como no Brasil, por ser uma consequência imediata ao desemprego. Sem alternativas, muitas pessoas começam a criar novos negócios, às vezes sem experiência no ramo, utilizando financiamentos, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS entre outras opções de capital muitas vezes de alto grau de risco.

2.1.2 Empreendedorismo no Brasil

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades, como o SEBRAE, foram criadas. Alguns projetos governamentais também entraram com apoio incentivando o desenvolvimento do empreendedorismo no país.

Segundo Dornelas (2001, p. 17) a motivação maior ocorreu:

Porque nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir custos e manter-se no mercado.

Além da necessidade das empresas em manter-se no mercado através de inovações, também ocorreu a criação de novos negócios, como tentativa de estabilizar a economia em relação à falta de emprego ou a procura por melhores remunerações.

Enfatizando ainda mais a importância do estudo sobre empreendedorismo, Mendes (2009, p. 29) afirma que:

O estudo do empreendimento é relevante atualmente, não só porque ajuda os empreendedores a melhor atender a suas necessidades pessoais, mas também, devido a contribuição econômica dos novos empreendimentos. Mais do que aumentar a renda nacional através da criação de novos empregos, o fenômeno do empreendedorismo atua como uma força positiva no crescimento econômico ao servir como ligação entre a inovação e o mercado.

O estudo do empreendimento é tão relevante que existe, por exemplo, um projeto denominado GEM – Global Entrepreneurship Monitor, uma iniciativa conjunta do Banson College, nos Estados Unidos e da London Business School, na Inglaterra, com o objetivo de medir a atividade empreendedora dos países, e observar seu relacionamento com o crescimento econômico.

Na GEM 2000, o Brasil aparece como o país que possui a melhor relação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total da população, 1 em cada 8 adultos.

Esse resultado demonstra o quanto os brasileiros estão interessados em obter seus próprios negócios. Por questão econômica ou evolução cultural, ou ainda pela independência financeira, várias podem ser as motivações que contribuem para o posicionamento desse novo perfil empresarial.

Com base nesses resultados, pode-se afirmar que o empreendedorismo no Brasil torna-se cada vez mais popular. As pessoas estão tendo idéias e motivações suficientes para a abertura de novos negócios, porém fica a dúvida se possuem consciência que o conhecimento no ramo e o planejamento são vitais para a continuidade da empresa.

Essa tentativa de novos negócios vem, também, de um desejo de inovar, desejo este que recebe influências de todo meio em que se vive. No caso do Brasil o grande número de pequenas empresas, a competitividade, o desemprego e a busca por melhores remunerações desenvolvem o desejo de criar novos negócios e para a prática e execução dessas ideias é necessário o conhecimento.

Segundo Hisrich e Peters (2006, p. 32):

Embora o desejo derivado da cultura, subcultura, família, dos professores e dos colegas de um indivíduo precise estar presente antes que qualquer atitude seja tomada, a segunda característica necessária concentra-se em torno desta questão: O que possibilita a formação de uma nova empresa?

Sabendo-se que todo negócio necessita de uma organização prévia, ou seja, um planejamento, identifica-se que, além do desejo de criação, é necessário que se elabore um plano de negócio. Para que o planejamento seja eficaz, é necessário

que se faça a previsão de fatos, ou seja, que se traduza, através de técnicas especiais, cálculos de tendências ou probabilidades que se esperam para o futuro da empresa.

O conhecimento do negócio, experiência e especializações são ferramentas que auxiliam na vantagem da busca pelo objetivo. A orientação deve ser buscada com parcerias a procura do melhor conhecimento, muitas vezes as ideias são boas, inovadoras, mas o negócio acaba dando errado por não estar adequado ao mercado. O empreendedor é o que visiona a oportunidade, porém, o estudo financeiro e burocrático não necessariamente faça parte do seu perfil.

Segundo Hisrich e Peters (2006, p. 41):

Uma coisa está clara: O futuro do empreendedorismo parece brilhante. Estamos vivendo na era do empreendedor, com o empreendedorismo sendo endossado por instituições educacionais, unidades governamentais, sociedade e corporações.

Com isso, pode-se concluir que a inovação nos negócios, ideias ousadas, empresários motivados que assumem riscos em busca do sucesso de seus negócios, já são perfis encontrados na realidade atual. O aumento e a maior popularidade desse perfil é uma tendência futura, contando ainda com o apoio de instituições, governo, sociedades e corporações,

Aos profissionais da área, se faz importante o enquadramento a esses perfis, em questão ao suporte e orientação. Ou seja, contadores, administradores, economistas devem estar conscientes da tendência e do perfil desses empreendedores para o auxílio em busca do sucesso dos negócios.

2.1.3 Incentivos Governamentais ao Empreendedorismo no Brasil

O governo brasileiro possui um tratamento diferenciado para as micro e pequenas empresas na constituição federal. Coube à Lei Complementar nº 128/2008 a criação da figura do Microempreendedor Individual – que altera partes da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/2006).

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, criou um site: www.portaldoempreendedor.gov.br, denominado Portal do Empreendedor, neste, são encontradas respostas a muitas dúvidas, bem como a legislação específica. Os benefícios também são expostos, tais como, contratação de um funcionário por

menor custo, isenção de taxas para o registro da empresa, redução de carga tributária, acesso a créditos, alvarás pela internet, serviços gratuitos, entre outros.

Em relação aos serviços gratuitos, os quais o governo disponibilizou em lei para os empreendedores individuais, estão empresas contábeis, as quais irão prestar assessoria gratuita durante a formalização e o primeiro ano como Empreendedor Individual, sendo essa uma proposta do governo para incentivar e melhorar as condições de negócio do país.

Sobre o incentivo governamental, antes mesmo das alterações na legislação, Dornelas (2001, p. 29) já afirmava que:

No entanto ainda faltam políticas públicas duradouras dirigidas à consolidação do empreendedorismo no país, como alternativa a falta de emprego, e visando respaldar todo esse movimento proveniente da iniciativa privada e de entidades não-governamentais, que estão fazendo a sua parte.

A política pública realmente voltou sua atenção para o empreendedorismo no Brasil. No entanto, é de extrema importância salientar que todo esse processo de incentivo fiscal, está focado na pessoa que trabalha por conta própria e que se caracteriza como pequeno empresário, criando condições especiais para o trabalhador conhecido como informal poder legalizar-se.

Como citado anteriormente, estas são característica de empreendedorismo de necessidade, onde a criação de uma empresa não está com foco direto na inovação de produtos e serviços já ofertados ou na criação de novas empresas. O que ocorre por parte do governo é a priorização da legalização fiscal e burocrática, ficando para os contadores a assessoria necessária.

Dornelas (2001, p. 202) afirma que:

Tão importante quanto conseguir o financiamento inicial para o começo do negócio, são as assessorias, que ajudarão o empreendedor a ultrapassar a primeira, e em geral a mais difícil fase do empreendimento: a da sobrevivência.

Portanto, o incentivo à legalização e a facilidade de créditos, por parte do Governo, regulariza grande parte dos trabalhadores informais. Mas para o desenvolvimento da economia no país, não basta apenas a abertura dessas empresas, é necessário que elas progridam gerando benefícios para toda a população.

Recai sobre a contabilidade a importante tarefa de assessorar esses empreendedores. É importante que os contadores estejam preparados para esse serviço, que o atendimento seja eficiente, pois dessas empresas depende o futuro da economia do país, aumentando ou diminuindo as estatísticas de desenvolvimento empresarial.

2.1.4 Intra-empendedorismo

Dentro de um contexto de empresas de Médio a Grande Porte existe a valorização de posturas intra-empendedoras, na qual se estimula os colaboradores a concretizarem suas visões através do patrocínio e da liberdade de ação para agir dentro da empresa.

Ao tentar identificar o porquê da dificuldade de implementar projetos pessoais e profissionais, um grande número de variáveis interfere no sucesso destas empreitadas: definição clara do que se quer fazer, planejamento das ações, dependência do apoio de outras pessoas e profissionais, condições ambientais favoráveis, entre outros.

Hisrich e Peters (2006), analisam essas questões definindo como solução a cultura intra-empendedor em que o ambiente de uma organização obtenha orientação empendedor. Como forma de incentivar a inovação dentro da própria empresa.

O conceito de intra-empendedorismo foi estabelecido há duas décadas, mas as empresas não estavam dispostas a proporcionar aos funcionários o espaço para criar e, conseqüentemente, errar e oferecer-lhes um orçamento para financiar inovação, além do mais não queriam arcar com os custos dos erros que inevitavelmente aconteceriam.

Segundo Hisrich e Peters (2006, p. 64):

Capacidade de compreender o ambiente, ser visionário, flexível, criar opções administrativas, encorajar o trabalho em equipe em uma abordagem multidisciplinar, estimular a discussão aberta, construir uma coalizão de patrocinadores e persistir.

Hoje esse conceito já está muito difundido e valorizado nas organizações, o que fortalece ainda mais o futuro do empendedorismo, que vem com perfil de

sistema revolucionário, acelerando inovações, usando da melhor forma o talento dos empreendedores.

Além do preparo, que normalmente exige condições técnicas, para a efetivação de um projeto e do ambiente que garanta condições mínimas, existem também aspectos pessoais que aumentam a probabilidade de efetivação de qualquer empreendimento.

A estes aspectos, Hisrich e Peters (2006) chamam de competências empreendedoras, ou quando manifestadas em um colaborador de uma empresa, competência intra empreendedora. Para facilitar essa capacidade de realização o empreendedor deve ter a possibilidade de contar com parcerias, tanto para desenvolvimento burocrático, gerencial, quanto pessoal.

2.2 – Comportamento e Necessidade dos Clientes

Considerando o comportamento dos empreendedores como clientes de escritórios de contabilidade, levando em consideração a segmentação desse perfil em função da necessidade de parceria, orientações e apoio a seus próprios negócios.

Basta (2006 p. 51) faz a seguinte afirmação:

Comportamento é o conjunto das reações que se podem observar num indivíduo, estando este em seu ambiente e em dadas circunstâncias; é o reflexo de sua personalidade, percepção, motivação, atitudes e aprendizagem.

Faz parte do perfil empreendedor a análise dos riscos do negócio. É essa análise do meio e das circunstâncias que motivam muitos desses empresários na busca de contadores capacitados para, além de contribuírem com a prestação de serviços burocráticos, auxiliarem nas tomadas de decisão.

Em relação a motivação. Basta (2006 p. 64) afirma
:

Quando alguém se esforça muito para obter algo que deseja, diz-se que essa pessoa está motivada, isto é, seu comportamento caracteriza-se por uma forte energia despendida numa ação visando objetivos definidos.

Existem várias teorias que tentam explicar as motivações que orientam o comportamento dos empreendedores, porém o que todas levam em consideração é a necessidade de começar algo novo, mas é possível observar outros fatores, mais subjetivos desse comportamento.

A teoria psicanalítica, fundada por Sigmund Freud, afirma que o comportamento humano é determinado por motivações inconscientes e por impulsos instintivos. Relacionando essa teoria com o comportamento do empreendedor pode-se afirmar que o impulso instintivo é justamente a percepção da necessidade de sobrevivência dentro do mercado.

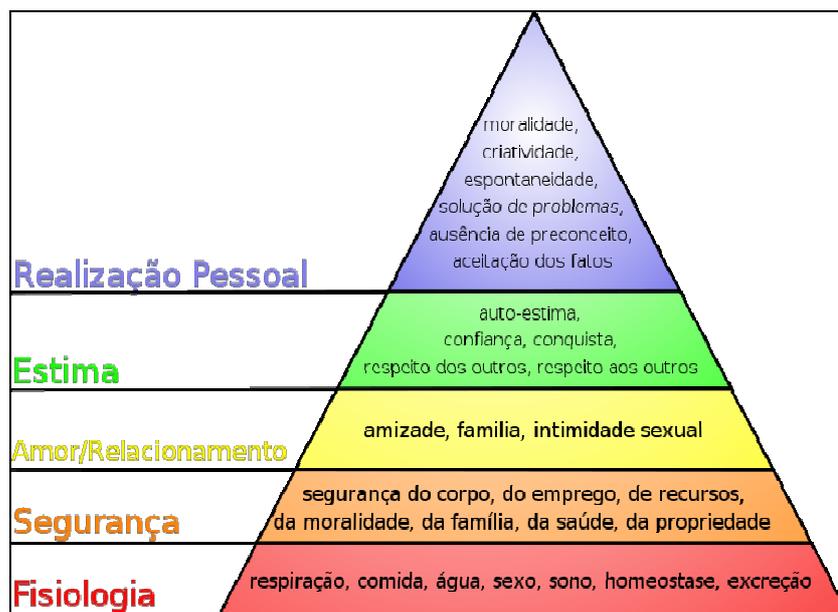
Outra teoria muito utilizada é a humanista, onde conceitos que fogem da limitação fisiológica tomam forma, identificando necessidades que levam as motivações.

Segundo Basta (2006 p. 65):

Para teoria humanista, o homem não se limita a sua fisiologia – reações mecânicas e cognitivas a estímulos. O ser humano é motivado pelas necessidades internas e externas que se manifestam fisiológica e psicologicamente.

Entre as principais ideologias da teoria humanista destaca-se Abraham Maslow com a Pirâmide das necessidades como mostra a figura a seguir. Nessa pirâmide as necessidades são priorizadas e hierarquizadas. Essa teoria define, desde as necessidades mais básicas, as fisiológicas até as mais, psicologicamente, inconscientes as quais influenciam o comportamento humano. Abaixo a ilustração:

Figura 1 - Pirâmide da Hierarquia de Necessidades de Maslow :



Considerando as necessidades fisiológicas, de segurança, amor e relacionamento (que podem ser consideradas como as mais básicas) e relacionando com os empreendedores, associar-se-ia ao perfil empreendedor que busca o negócio como suprimento destas necessidades de sobrevivência e não aos empreendedores que realmente visionam as oportunidades.

A estima e a realização pessoal sim, poder-se-ia associar as características dos empreendedores de oportunidades, uma vez que auto-estima, confiança e conquista são critérios básicos do perfil empreendedor pois transparece a capacidade pessoal, trata-se de pessoas que buscam a inovação e querem o reconhecimento, buscam o respeito alheio.

A realização pessoal, é o ápice da pirâmide, é onde o empreendedor alcançou seus objetivos finais, entre os itens criatividade e solução de problemas, lembrando sempre que a criatividade é relativamente ligada a inovação e a solução de problemas pode vir pela contratação de especialistas. Nesse caso, firmam-se as parcerias, nas quais a troca de idéias e o conhecimento de profissionais específicos colaboram significativamente para a tomada de decisões.

2.3 Assessoria e Prestação de Serviços

O significado da palavra assessorar é auxiliar tecnicamente. A prestação de serviços contábeis, como assessoria a empreendedores, significa orientar através de dados e conhecimento técnico, relativos à área empresarial. Para tanto é importante que o cliente entenda e perceba a importância desse serviço.

Para Las Casas (1991, p. 34)

Ao consumidor não é suficiente prestar bons serviços. Ele deve perceber o fato. Portanto, ao prometer qualidade de desempenho, o cliente deve percebê-lo na sua execução e o prestador de serviços sempre certificar-se de que o seu cliente está ciente do nível de atendimento recebido.

Quando se fala em parcerias de empreendedores com profissionais contábeis, deve-se lembrar que se trata de uma prestação de serviços. O contador deve ter a consciência de que a qualidade do serviço prestado deve ser percebida pelo seu consumidor, uma vez que esse serviço terá reflexos no futuro e interfere na sobrevivência da empresa.

O empreendedor, ao buscar serviços especializados na área contábil, não quer apenas os cálculos e o encaminhamento de guias e regularização fiscal. Tratam-se de pessoas criativas e inovadoras, que buscam sempre mais, querem o conhecimento para implantação de melhorias e a preparação para reagir perante os problemas que surgirem.

Las Casas (1991) ainda afirma que para o consumidor o que importa é a solução de seus problemas. É preciso mostrar os benefícios que ele recebe pelo dinheiro investido na contratação do serviço quando se encontra resistência. Essa situação pode ser percebida em casos de empreendedorismo de necessidade.

Las Casas (1991, p. 34) afirma que o prestador de serviços deve:

Fazer o cliente acreditar na mudança, entender seus hábitos, entender seu comportamento, ensinar os clientes a usar a inovação, promover benefícios e estimular tentativas, monitorar e avaliar o desempenho.

Assim, é possível definir que a postura do contador que trabalha com empreendedores deve ser adaptada, pois as necessidades dos clientes podem tanto ser voltadas à inovação quanto apenas uma procura por melhores condições financeiras em busca de qualidade de vida.

São clientes em potencial aqueles que buscam diferenciais, e por se tratar de uma tendência futura há um aumento nesse perfil empresarial, é importantíssimo que o profissional contábil mantenha-se sempre atualizado e disposto a assessorar aqueles que ainda buscam esse perfil.

2.4 Contabilidades Gerencial e Estratégica

Mendonça (2008) define a contabilidade como uma ciência, que como tal utiliza métodos e regras próprias para registrar os fatos contábeis, decorrentes, ou não, de ações humanas, mas que de alguma forma afete o patrimônio da empresa. Os conhecimentos que um contador deve ter, com base em suas rotinas trabalhistas devem fundamentar-se por experiência, por estudo, por especializações e por feeling de negócio.

O contador é um profissional que vivencia o termo empresa, ele acompanha todos os processos, vários tipos de atividades, vários métodos de gerência. O contador que vivencia a contabilidade em escritórios, traz ainda uma experiência

prática. Todo esse conhecimento tem que ser explorado. Diante de tantas observações, as conclusões que um contador chega, são através de exemplos práticos.

Segundo Ludícibus (et al, 2008 p. 05):

A contabilidade sempre foi muito influenciada pelos limites e critérios fiscais, particularmente os da legislação de imposto de renda. Esse fato ao mesmo tempo em que trouxe a contabilidade algumas contribuições importantes e de bons efeitos, limita a evolução dos princípios fundamentais da contabilidade ou, ao menos, dificulta a adoção prática dos princípios contábeis adequados, já que a contabilidade era feita pela maioria das empresas com base nos preceitos formas de legislação fiscal, a qual nem sempre se baseava em critérios contábeis corretos.

Quando se fala em critérios contábeis corretos, afirma-se a teoria de que a contabilidade não possui o objetivo final de legalizar a empresa apenas em âmbito fiscal. A contabilidade é o estudo do patrimônio como um todo gerando informações.

Para Horngren (2004 p. 04):

O objetivo básico da informação contábil é ajudar alguém a tomar decisões. Esse alguém pode ser o presidente de uma empresa, o gestor de produção, o administrador de um hospital ou de uma escola, ou um investidor.

A contabilidade, teoricamente, estuda e enuncia as leis de controle econômico e dita normas oportunas a serem seguidas a fim de que o controle possa ser eficaz, persuasivo e completo, porém a contabilidade gerencial orienta em aspecto administrativo, o entendimento da informação e propicia a tomada de decisão.

A definição de contabilidade gerencial segundo Antonio Lopes de Sá, (1958, p. 37):

Entendemos por Contabilidade Gerencial, como conceito básico, formador do método que orientará nossos estudos, o conjunto de conhecimentos contábeis organizado para observar o objeto da ciência contábil sob aspecto administrativo, notadamente sob os da tomada de decisões e política do governo da riqueza azienda.

O foco principal da contabilidade gerencial está no auxílio à tomada de decisões, sendo que, para esta prestação de serviço, o contador deverá estar bem preparado, atualizado e com conhecimento a informações precisas.

Para Horngren (2004, p. 04):

A contabilidade gerencial refere-se a informação contábil desenvolvida por gestores dentro da organização. Em outras palavras a contabilidade gerencial é o processo de identificar, mensurar, acumular, analisar, preparar, interpretar e comunicar informações que auxiliem os gestores a atingir objetivos organizacionais.

A importância da informação não está apenas em obter, por mais relevante que seja, a interpretação dos dados, a rapidez com que ela é fornecida faz diferença relevante para a tomada de decisões. Ou seja, não basta somente ter a informação mas recebê-la antecipadamente.

Segundo Horngren (2004 pág. 18):

O interesse crescente pela contabilidade gerencial também surge de sua habilidade em ajudar os gestores a adaptar-se às mudanças. Uma constante no mundo dos negócios é a mudança.

Horngren (2004) afirmam ainda que não poderia existir controle sem sistema de referência, um desvio só pode ser medido em relação a uma linha predeterminada e o resultado da gestão só pode ser avaliado em relação ao objetivo que se pretende atingir.

Para a determinação da linha que se pretende seguir, é necessária a elaboração de um Plano de Negócios, de logística, orçamentário, para estudar a viabilidade do negócio e melhores estratégias de abertura. Criam-se as estratégias com base nos objetivos e metas da empresa. Previsionam-se possíveis receitas, provisionam-se possíveis despesas, classificam-se despesas fixas e suas projeções com relação ao resultado através de um balanço projetado.

A contabilidade gerencial é uma forma de observar os fenômenos patrimoniais, no caso de uma prévia abertura de um negócio, uma importante ferramenta é o balanço projetado, pois através dele se organizará as projeções, sendo possível observar com mais clareza as possibilidades em função dos possíveis resultados.

Para Horngren (2004, p. 08):

As decisões dentro de uma organização são, frequentemente divididas em dois tipos: de planejamento e de controle. Na prática, planejar e controlar são tão inter-relacionados que parece artificial separá-los

Visão estratégica é um termo que se refere às técnicas de gestão, avaliação e ao conjunto de ferramentas respectivas concebidas para ajudar empresas na tomada de decisões estratégicas de alto nível.

Queiroz (2010) afirma que a estratégia é um conjunto de escolhas contextualizadas que visa mobilizar os recursos necessários para atingir os objetivos formalmente ou informalmente almejados. O que compõe a visão estratégica são as relações entre as pessoas, seus padrões de trabalho, de pensamento, seus valores,

suas crenças e emoções, competências, potencialidades, riqueza e complexidade que geram conflitos e resultados.

Para Fahey e Randall (1999 p. 08):

O desafio central da gestão estratégica é a necessidade de construir os alicerces para o êxito nos mercados de amanhã e de sustentar ao mesmo tempo a competição vitoriosa nos mercados de hoje. Esse desafio se situa no âmago da gestão estratégica, pois o ambiente com que se defrontam todas as organizações se encontra em constante mudança.

Além das informações fornecidas pela contabilidade gerencial, é necessário que o empreendedor esteja preparado para as mudanças que o mercado oferece. É preciso estar preparado para situações adversas, ter planejado alternativas supondo fatos de acordo com tendências e também reações estratégicas para acontecimentos inesperados.

2.5 Planejamento Estratégico

O planejamento estratégico foi marcado em sua história por um conjunto de conceitos de simples significados, mas nem sempre de fácil implementação. Dentro desses conceitos a posição do Mercado e a Análise SWOT tiveram grande destaque.

Tavares (2007, p. 39)

O conceito de SWOT – forças (Strengths), fraquezas (Weaknesses), oportunidades (Opportunities), ameaças (Threats), ou em sua tradução FOFA, relacionando em ordem diferente os mesmos significados -, começou a se popularizar, a partir de uma conferência sobre política de negócios, realizada por Kenneth Andrews em Harvard. Nesse enfoque, o planejamento contempla a relação entre as condições que a empresa pode usar para melhorar seu desempenho, e ameaças que podem afetá-la adversamente.

Pode-se associar a SWOT diretamente com a análise de mercado, levando em consideração todas as mudanças, preparando a empresa para situações adversas e inesperadas, assim como maximizando seus pontos fortes, planejando estratégias de como potencializá-las.

As dificuldades foram sendo encontradas, na implementação das estratégias, Tavares (2007) ainda afirma que o modelo organizacional nem sempre mostrava-se adequado para implementar o planejamento. Ele se referia ao comprometimento das pessoas responsáveis, resistências internas a cultura organizacional.

Segundo Figueiredo e Caggiano (2008), planejamento pode ser definido como o processo de reflexão que precede a ação e é dirigido para a tomada de decisão agora com vistas no futuro.

É importante que esta ação do dirigente seja fixada a fim de que as metas possam ser traçadas para a execução do planejamento. É necessário que exista um ponto de referência, um objetivo, para que seja direcionado o caminho a ser seguido.

O maior rendimento depende desta previa fixação de elementos, tecnicamente organizados. Traçar a estratégia é consequência de idéias fixadas e dos objetivos, independente do tamanho da empresa.

Para Porter (1989, p. 27):

Quanto menor a empresa mais importante é a estratégia. Isto se explica porque as empresas menores são mais sensíveis às variações externas, e mais vulneráveis as quedas de economia e variações no mercado, e justamente por isto, precisam ser pró-ativas, percebendo as mudanças de cenário, tendo sua estrutura e continuidade muito mais facilmente abalada do que uma empresa gigantesca e com diversas comparações ou segmentos de negócios.

Um fator importante para o andamento do negócio é o planejamento tributário, pois uma adequada gestão fiscal alcança a redução de custos, ocasionando reflexos positivos na situação financeira e econômica da empresa, já que impostos, taxas e contribuições são um dos principais itens na composição do preço final de um produto ou serviço e afeta diretamente o resultado final.

A assessoria contábil possui a capacidade de efetuar uma análise profunda sobre o tipo de atividade escolhida e através de cálculos e simulações chegar à forma de tributação mais adequada. Crepaldi (2002) afirma que conhecimento financeiro auxilia no planejamento, na solução de problemas e nas tomadas de decisões.

O Planejamento Financeiro é importante para oferecer direção em relação às atividades fins da empresa. Dois elementos essenciais do processo de planejamento financeiro são o planejamento de caixa e o planejamento de resultados. O primeiro envolve a elaboração do orçamento de caixa e o segundo exige a elaboração de demonstrações projetadas.

O Planejamento de resultado apoia-se nos conceitos do regime de competência para projetar o lucro e a posição financeira geral da empresa. Sabe-se

que para elaboração de demonstrações projetadas utiliza-se referências do ano precedente e previsões de receitas para o ano seguinte.

Ao se planejar a abertura de um negócio, utilizar-se-ia um modelo de projeção baseado em técnicas qualitativas e de análise financeira, ou seja, a caráter exploratório, far-se-ia projeções de receitas e despesas em busca de um possível resultado futuro, projeções de aquisições de ativos e passivos, estruturando em prazo estimado de um ano uma possível posição empresarial.

Existem diversos enfoques simplificados disponíveis para a preparação do balanço projetado, o mais comum é o baseado no julgamento subjetivo, desejos e suposições, onde são estimados os valores das contas do balanço e o financiamento externo da empresa é utilizado como variável de fechamento.

Essa projeção teria caráter exclusivo de planejamento, diferentemente das projeções de balanço que envolvem dados quantitativos, em que gestores, investidores e credores analisam suas decisões. Essa projeção seria apenas mais uma ferramenta para o planejamento estratégico de um negócio, baseando-se em previsões calculadas e estimativas.

2.6 Gestão Estratégica

A administração não difere de gestão, uma vez que o administrador tem a função de tratar aspectos gerais da organização e o gestor não faz nada de diferente do administrador ou do gerente, porém tem a responsabilidade de exercer o papel com mais dinâmica e criatividade.

Ferreira, Reis e Pereira (1997, p. 6)

Administrador de empresas é uma denominação genérica, que raramente é encontrada nos planos de cargos e salários das organizações e não permite identificar o cargo ou a atividade desempenhada pelo indivíduo.

Essa definição está focada na prática organizacional, onde todo indivíduo que desempenha uma função gerencial exerce as funções típicas do administrador, independentemente da sua formação técnica ou profissional.

Ou seja, os profissionais da atualidade, ligados a empresas e organizações, tem que possuir um conhecimento e uma visão administrativa dos negócios. Além da informação a melhor aplicação deve ser visionada com prática. Esta postura

profissional deve ser inserida como básica dentro do desenvolvimento do trabalho, tendo como segmento a visão estratégica do negócio.

Para tanto, o profissional que está voltado à gestão empresarial, tanto colaboradores da empresa quanto prestadores de serviços terceirizados, devem estar conscientes da visão sistêmica empresarial que vai ao encontro da gestão estratégica associada diretamente às relações entre pessoas.

Segundo Drucker apud Ferreira et al (2002 p. 181):

O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade. Ele cria algo novo, algo diferente, ele muda ou transforma valores, não restringindo o seu empreendimento a instituições exclusivamente econômicas. Ele é capaz de conviver com os riscos e incertezas envolvidos nas decisões. Ele inova. Contudo, seu espírito empreendedor não é uma característica da personalidade. Qualquer indivíduo que tenha a frente uma decisão a tomar pode aprender a se comportar de forma empreendedora.

Ou seja, o espírito empreendedor está relacionado com a satisfação de uma necessidade, explorando oportunidades. A inovação e a capacidade de inovar são atribuídas ao desenvolvimento da civilização. Dentro deste contexto, existe a inovação sistemática.

Segundo Drucker (2002 p. 183):

A inovação sistêmica consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, bem como na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica ou social. O espírito empreendedor pode ser desenvolvido através da prática da inovação sistemática, visto que a inovação é o instrumento próprio do espírito empreendedor.

Pode-se entender que a inovação sistemática é o resultado de uma administração empreendedora. Por isso, é de extrema importância o estudo e observações feitas ao comportamento empreendedor e suas práticas, para captar os princípios que os motivam e posteriormente sistematizar em busca de técnicas de gestão específicas as necessidades deles.

Drucker (2002 p. 184) ainda afirma que:

Alguns autores questionam a mensagem de que qualquer coisa, de qualquer tamanho, esteja onde estiver, poderia ser bem administrada pela simples aplicação de técnicas de administração. A arrogância e a ignorância de alguns administradores profissionais se tornam empecilhos para um gerenciamento eficaz, o qual consiste em dar continuidade à cultura e à estratégia transmitidas pelos empreendedores, fundadores do negócio.

Ser empreendedor não significa abrir um negócio, mas sim, se tornar competitivo. É necessário que suas idéias, embasadas na visão de oportunidades, tenham planejamento. Sendo este, administrado através de uma gestão estratégica, senão entrava no primeiro item, que é o da implementação.

Para Tavares (2007, p. 40):

A gestão estratégica procura reunir o plano estratégico e sua implementação em um único processo. Visa assegurar as mudanças organizacionais necessárias para a implementação e a participação dos vários níveis organizacionais envolvidos em seu processo decisório.

Sendo assim, a gestão estratégica procura reunir as atividades intencionais e planejadas, estratégicas, operacionais e organizacionais, que visa adequar e integrar a capacidade interna da organização ao ambiente externo. Não existe uma forma única de abordar a gestão estratégica, existem peculiaridades em cada organização. Gestão estratégica envolve aprendizagem, aprimoramento e risco.

2.7 Novas formas de Assessoria

Do ponto de vista empresarial, as mudanças a que as organizações estão expostas, fazem com que novas formas de gestão sejam desenvolvidas e aplicadas. Conseqüentemente novas formas de assessoria devem existir para acompanhar essas mudanças. O perfil do Consultor vem ganhando novas características chegando a uma nova figura chamada de *coaching*.

Para Wunderlich (2009), *coaching* é uma metodologia ou um processo de orientação de pessoas ou equipes, muito utilizada em empresas como uma consistente ferramenta de gestão e liderança.

Essa nova maneira de orientação tem o objetivo final de orientar ou incentivar uma pessoa ou uma equipe a obter os melhores resultados, sendo esses profissionais ou pessoais.

O Instituto Internacional de *coaching*, o InCoaching, traz os benefícios do processo explicando cada item como sendo favorável ou não, deixando o senso crítico de cada pessoa definir o que é melhor para seus negócios

Os itens expostos explicam e caracterizam o relacionamento do *coaching* com seu cliente, a forma como interagem e se comunicam, objetivando sempre o alcance da realização pessoal e profissional.

Para Paula (2005, p. 31):

O coaching é o processo pelo qual o coach e o cliente formam uma parceria que cria uma sinergia e um momentum. Metas bem formuladas e alcançáveis são estabelecidas – elas imantam o cliente em direção às mesmas ao invés de fazê-lo sofrer para alcançá-las. O cliente desenvolve novas capacidades que se traduzem em sucesso pessoal e profissional.

Quando se remete esse tipo de consultoria a empreendedores, trabalha-se no âmbito profissional e pessoal, pois dentro das características empreendedoras está a autoconfiança, que muitas vezes não está nas técnicas de gestão nem no conhecimento do negócio e sim no desenvolvimento pessoal.

Wunderlich (2009) afirma ainda que, em sua essência mais profunda, o coaching é um processo conversacional, um diálogo, no qual há auto-descoberta e interatividade. Ou seja, se ativa a capacidade das pessoas entenderem a si mesmas, o que buscam de verdade no negócio, se é o que realmente querem.

Paula (2005, p.35) afirma ainda que:

O campo de atuação do *executivo coaching* não abarca as questões pessoais do indivíduo, embora percorra seu emocional. O consultor apenas fará uma leitura dos aspectos emocionais presentes nas situações trazidas pelo cliente, com o objetivo de ajudá-lo a perceber-se melhor, identificando com clareza suas emoções para que, a partir daí, possa se posicionar de forma mais coerente e segura. Ao consultor não caberá a interpretação dos aspectos inconscientes, como em processos analíticos. O que ele fará será captar os sentimentos com base nas expressões manifestas do cliente.

Ou seja, não se trata de um especialista terapêutico ou operacional dos negócios e sim um especialista em negócios. No entanto, é um trabalho que envolve uma profunda reflexão sobre tudo o que é importante na vida pessoal, como reconhecimento e superação de fragilidades.

O coaching atua encorajando e motivando o seu cliente, procurando transmitir-lhe capacidades ou técnicas que melhorem as suas capacidades profissionais ou pessoais, sendo assim considera idéias como a que do simples fato de compartilhar pensamentos, pode-se realizá-los através da organização e do planejamento.

O contador, pode enquadrar-se no perfil de coaching executivo. Assessorando o cliente na identificação de metas, valores e no propósito da empresa no mercado, trabalhando também a clareza da sua missão pessoal e empresarial.

Com base no desenvolvimento de competências técnicas e emocionais, o coaching atua como um olho externo para seu cliente, apoiando-o em seu autoconhecimento através de um ângulo novo de visão.

Wunderlich (2009), deixa claro que coaching não é uma profissão regulamentada, embora exista escolas, oficinas e organizações representativas, a atividade é realizada com liberdade de expressão. A sua prioridade está em beneficiar as pessoas e a sociedade.

Sendo assim, o coaching pode-se adaptar a qualquer ramo de atividade. Ele se direciona ao desenvolvimento pessoal do empreendedor, com objetivo de fazer com que a pessoa saiba o que está buscando e o que a motiva, pois a falta de persistência nos negócios, muitas vezes é consequência de não estar onde realmente se deseja ou ainda não ter um objetivo definido.

2.8 Coaching e a Contabilidade

A contabilidade aderida ao coaching pode criar uma nova forma de assessoria para os empreendedores. Se reunirem informações técnicas e precisas, a interpretação dos dados e ainda o desenvolvimento da motivação pessoal.

Segundo Casado (1997, p. 236)

As organizações são compostas de pessoas que trazem para o ambiente de trabalho todo o seu jeito de ser, sentir e viver. São motivações diferentes, habilidades e aptidões diversas, competências distintas que precisam conviver e produzir.

Associando esta afirmação de Casado ao coaching, fica claro que ao assessorar um empreendedor, precisa-se ter uma visão empresarial e pessoal do cliente em questão. Não necessariamente de sua vida pessoal, mas sim, do seu comportamento diante da empresa.

Muitos são os motivos para se começar um negócio. Como foi evidenciado anteriormente, existe o empreendedor por necessidade e o empreendedor de oportunidades. Remetendo assim ao que busca resolver algum problema através do negócio e o que busca crescimento aproveitando oportunidades.

O contador no perfil de coaching deve ter a dinâmica psicológica para saber colocar suas idéias de maneira não emotiva e totalmente racional. Por estar vendo de fora, possui uma visão mais estratégica do negócio, porém as barreiras que

encontrar para se fazer entender e ser aceito, deverão ser derrubadas através de técnicas de persuasão.

Para Figueiredo e Caggiano (2008), comunicação é uma troca de fatos, idéias e opiniões, por duas ou mais pessoas. A troca é bem sucedida somente quando resulta num real entendimento. Para isso existem estudos, como a programação neurolinguística que é uma metodologia de comunicação.

Segundo Queiroz (2010, p. 17)

A Programação Neurolinguística é uma metodologia de comunicação que utiliza processos para determinar os padrões utilizados pelas pessoas na geração de seus comportamentos e na obtenção dos resultados desses comportamentos. Assim, fracasso e sucesso são apenas lados distintos do resultado.

A PNL – Programação Neurolinguística, por ser uma metodologia que se baseia no comportamento das pessoas, pode ser uma importante ferramenta a ser utilizada pelos contadores na maneira como interagem com o cliente.

Se a assessoria contábil integrar-se com o perfil coaching, a orientação comportamental voltada para o negócio faz-se necessária pelo comprometimento e maturidade da visão empresarial, bem como o caráter motivacional que se faz importante pela necessidade de comprometimento com o negócio.

Queiroz (2010, pág. 19) afirma ainda:

A PNL estuda o comportamento como um todo, tanto aqueles excepcionais quanto os limitantes e ineficazes. Mas o foco é a transição para a excelência, com direcionamento para a eficácia comportamental. Assim as ferramentas utilizadas pela PNL são sempre direcionadas à criação da eficácia comportamental, para a geração de resultados satisfatórios nos diversos contextos da vida.

A PNL é a ciência que permite que a pessoa tenha como dar o melhor de si e possa extrair o melhor dos outros. Com a PNL tornou-se possível modelar pessoas que têm facilidades para superar obstáculos, resolver conflitos, negociar, ampliar a inteligência emocional e atingir seus objetivos, de modo prático, assertivo e rápido.

Para Queiroz (2010, p. 34):

Os fundamentos da PNL são o aprendizado e do funcionamento do ser humano: somos seres neurossensoriais, nosso aparato sensorial representa a porta de entrada de estímulos em nosso sistema nervoso, nossas experiências são interpretadas como únicas por esse sistema e o resultado, a saída, são os nossos comportamento, que atingem, ou não, os resultados que esperávamos.

Portanto, a compreensão do ser humano é identificar o que realmente o motiva. O coaching leva a pessoa ao auto-conhecimento a PNL é a ferramenta que orienta o porquê do comportamento pessoal, sendo assim podemos relacionar ao empreendedorismo, que não está ligado tão só, e unicamente ao resultado numérico do negócio, o empreendedor busca reconhecimento, satisfação e crescimento pessoal.

3. METODOLOGIA

A metodologia é a explicação minuciosa, detalhada, rigorosa e exata de toda ação desenvolvida no método do trabalho de pesquisa. Nesse capítulo será explicado o tipo de pesquisa realizada, do instrumental utilizado, do tempo previsto formas de tratamento dos dados e tudo aquilo que formalizou a pesquisa.

Segundo Minayo (1993, p.23) a pesquisa é:

Atividade básica das ciências na sua indagação e descoberta da realidade. É uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente. É uma atividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota, fazendo uma combinação particular entre teoria e dados.

Define-se, portanto, a pesquisa, como uma indagação em nível científico, na qual se procura descobrir a realidade dos fatos. Sendo assim, é uma atitude que não se finda, a busca pelo entendimento e explicações das ações e reações são permanentes.

Buscar o que motiva, fazer um levantamento de um perfil determinado, para posterior análise. Identificação de pontos fortes e fracos, avaliação das necessidades e desejos. Todas essas são questões abordadas nesse trabalho embasado no referencial teórico e na pesquisa para levantamento de dados.

3.1 Classificação da Pesquisa

Do ponto de vista da sua natureza, a pesquisa é considerada aplicada, objetivando gerar conhecimentos para aplicação e prática dirigidos à solução de problemas específicos. Condizendo com a realidade de um local específico.

No caso, aplicada com todos os clientes do Escritório Hábil Contabilidade e Assessoria. Buscando conhecimento do perfil empreendedor para análise das suas necessidades orientando assim uma assessoria contábil eficiente.

A forma de abordagem foi qualitativa, considerando que existe uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objeto e a subjetividade que não pode ser traduzido em números.

Ou seja, o estudo é feito com um grupo específico, relação direta com o sujeito. Não existe cálculos quantitativos nem margens de erros na sua interpretação

pois o trabalho foi feito em local e grupo determinados de acordo com um estudo para levantamento de dados.

É uma pesquisa descritiva, visa descrever as características de determinado grupo de clientes. Envolvendo o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática.

Sobre os procedimentos técnicos, caracteriza-se como bibliográfica, baseada em material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos e material disponibilizado na internet. Caracterizando-se também como levantamento, pois a pesquisa envolve a interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.

3.2 Universo da Pesquisa

A população alvo da pesquisa foram os clientes do escritório Hábil Contabilidade e Assessoria Ltda. Localizado no centro cidade de Santa Maria, a dois anos no mercado, possui uma carta de 26 clientes. Formado por dois sócios, conta com duas colaboradoras.

Aplicou-se questionários a todos os clientes do escritório, no intuito de fazer um levantamento do perfil empreendedor de cada empresário individual ou sócio responsável pela empresa.

O objetivo é identificar, dentro da carta de clientes, quais possuem efetivas características empreendedoras. Caracterizando do perfil empreendedor inferior até o superior. Distinguindo assim os que buscam oportunidades dos que se enquadram no empreendedorismo de necessidade.

3.3 Seleção da Amostra

Define-se então a seleção da amostra em levantamento de dados para análise em caráter qualitativo. Onde o levantamento de dados é feito através de questionários e a análise é de sua totalidade e interpretativa.

3.4 Plano e instrumento de coleta de dados

Foi, então, enviado ao escritório o projeto do trabalho de conclusão, onde foi apresentado o questionário que se desejava aplicar. Com toda disponibilidade o sócio responsável passou a informação do número de clientes e se colocou à disposição para o envio dos questionários.

O questionário teve embasamento num aplicativo fornecido pelo Sebrae-SP. No qual as questões foram adaptadas conforme apresentada no anexo um. A avaliação das respostas, que correspondiam de 1 a 5 dentro de uma ordem crescente de ações comportamentais respondiam às declarações do questionário.

A avaliação foi feita somando o número da resposta, chegando a um total de pontos por item analisado. Ou seja, cada soma de pontos direcionava um perfil de empreendedorismo, podendo enquadrar-se na seguinte determinação de perfis: PI – Perfil empreendedor Inferior; PMI – Perfil Empreendedor Médio Inferior; PM – Perfil Empreendedor Médio, PMS – Perfil Empreendedor Médio Superior e PS - Perfil Empreendedor Superior.

A coleta de dados foi desenvolvida nos meses de outubro e novembro de 2010. Através do retorno dos questionários das empresas clientes do escritório Hábil Contabilidade e Assessoria. Após a coleta dos dados, a planificação foi feita com auxílio de programas operacionais no computador.

A seguir procedeu-se a análise descritiva, com base nos dados dispostos sob a forma de tabelas e gráficos, os quais serviram como auxílio para a conclusão e sugestões apresentadas neste trabalho.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesse capítulo, apresentam-se os resultados obtidos, através da análise e interpretação dos dados coletados junto aos clientes do escritório Hábil Contabilidade e Assessoria, na cidade de Santa Maria- RS.

As análises serão apresentadas com base nos gráficos e tabelas, elaborados de acordo com as respostas dos questionários. Nas tabelas, os dados estão representados através da distribuição dos clientes, enquadrando-os em grau de empreendedorismo, do perfil empreendedor inferior ao superior, e posteriormente uma representação gráfica da tabela.

4.1 Análise das características empreendedoras.

A partir das respostas obtidas com os questionários, foi possível analisar o perfil empreendedor de cada cliente do escritório Hábil Contabilidade e Assessoria, que totaliza sua carta de clientes em 26 entrevistados através de questionários.

Cada questionamento referia-se a uma declaração, nela o cliente respondia sua frequência de ações, que pontuava de 1 a 5 a ação de nunca fazer até sempre fazer. Os questionamentos direcionavam a 16 características empreendedoras, das quais será apresentada cada uma com o enquadramento dos respectivos clientes em cada perfil de acordo com suas respostas.

A Tabela 1 e o Gráfico 1 representam a característica empreendedora do grau de iniciativa que os clientes possuem em relação aos seus negócios

Tabela 1 – Clientes que possuem Iniciativa

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	2
Perfil Empreendedor Médio Superior	21
Perfil Empreendedor Superior	3
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

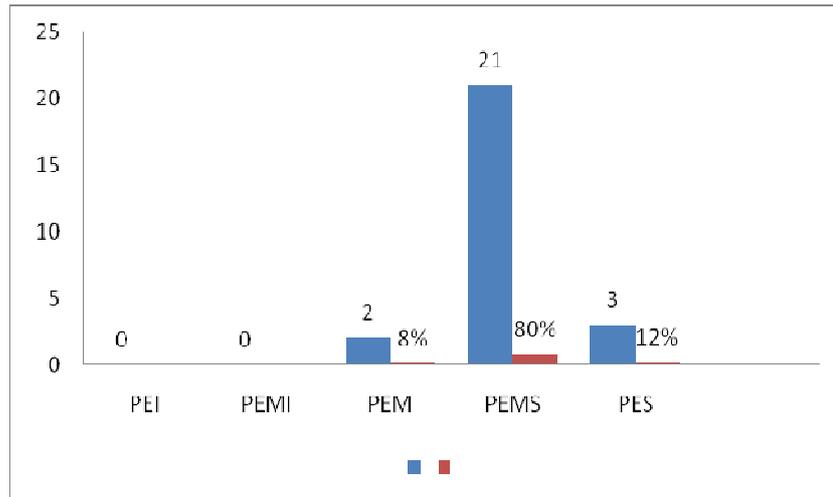


Gráfico 1 – Clientes que Possuem Iniciativa

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Ao analisar o grau de iniciativa, pode-se observar que 21 dos 26 clientes entrevistados enquadraram-se no perfil empreendedor médio superior, o que representa 80% do total. Ficando ainda 12% em nível superior e 8% enquadrados no perfil empreendedor médio.

Possuir iniciativa empreendedora é muito mais do que efetuar o que é necessário sem que alguém tenha ordenado ou orientado. É a idéia em ação, empreendedores são motivados, com objetivos e com visão, mas nada acontece sem a iniciativa.

É colocando o planejamento em ação que se começa o caminho para o alcance do objetivo final. Nada se consegue só pelo pensamento, é necessário a busca pelo sucesso, é preciso dar os primeiros passos e ter iniciativa.

A motivação é a alavanca da iniciativa, é onde o grau de risco começa a ser mensurado. Pois, pela ansiedade de começar a trilhar os caminhos, muitas iniciativas são tomadas antes mesmo de saber precisamente como elas devem ser feitas. É característica fundamental do empreendedor, não deixar nada para depois. As ações devem ser tomadas antes de se tornarem urgentes, é necessário comprometimento e ação.

A característica de ter iniciativa, cabe aos empreendedores de oportunidade, bem como aos de necessidade. Pois todo empreendedor coloca em prática suas

idéias, a diferença está até onde eles conseguem chegar, se alcançam suas metas, por isso da importância da orientação e da assessoria.

A Tabela 2 e o Gráfico 2 representam a característica empreendedora de se dar atenção para as oportunidades que surgem:

Tabela 2 – Clientes que Buscam Oportunidades

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	2
Perfil Empreendedor Médio Superior	6
Perfil Empreendedor Superior	18
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

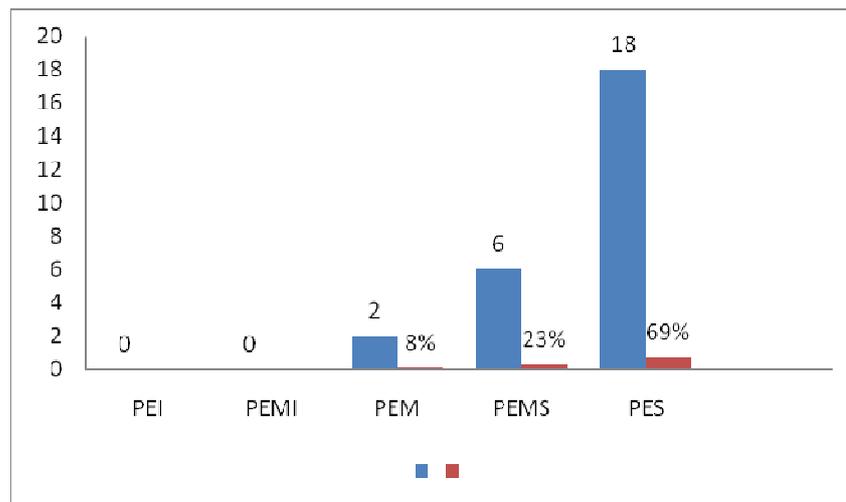


Gráfico 2 – Clientes que Buscam Oportunidades

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Nesse item de levantamento, a máxima se deu em 18 de 26 clientes que se enquadraram no perfil empreendedor superior, o que representa que 69% dos clientes buscam oportunidades. Ficando ainda 23% em perfil médio superior e apenas 8% num perfil empreendedor médio, que se define ainda como enquadramento relevante dentro do perfil.

A busca por oportunidades está associada ao desejo por desafios, por novas realizações, efetivando-se como característica empreendedora, preferir realizar tarefas novas do que as que já domina. Mesmo tendo alcançado o sucesso do negócio, o empreendedor busca inovar ou segmentar ainda mais o mercado, diversificando seus produtos ou serviços.

A busca por oportunidades é uma constante, por fazer coisas novas, ter diferencial e além de buscar esse diferencial, é necessário aproveitar, organizar, planejar e ter a iniciativa do negócio.

O empreendedorismo de oportunidade, é justamente a característica maior do perfil empreendedor, associa-se a visão em busca da inovação, em estar atento ao que pode ser mudado ou criado.

A Tabela 3 e o Gráfico 3 representam a característica empreendedora de ter persistência nos negócios.

Tabela 3 – Clientes com Persistência no Negócio

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	1
Perfil Empreendedor Médio Superior	16
Perfil Empreendedor Superior	9
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

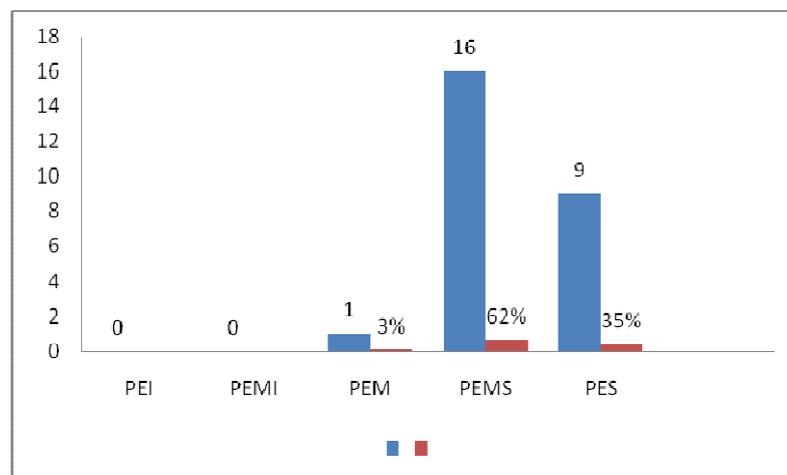


Gráfico 3 – Clientes com Persistência no Negócio

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

A persistência no negócio está relativamente associada ao critério de desenvolvimento das ações do negócio, da tomada de decisões, escolhas a serem feitas e caminhos a serem seguidos de maneira a solucionar problemas, sem desistir ou deixá-los agravar.

Nesse item, 16 dos 26 clientes, o que representa 62% do total, enquadraram-se no perfil empreendedor médio superior e 35% no nível superior, ficando apenas 3% no perfil médio, o que significa que para a maioria desses clientes a persistência no negócio é característica fluente.

Ações como persistir em encontrar soluções para problemas difíceis, insistir para que as pessoas e colaboradores realizem suas ações necessárias, ter concentração e dedicação, permanecer até o fim.

Essas ações pode refletir na criação de estratégias, obter várias formas de superar obstáculos em busca da realização dos objetivos, são ações e planejamentos característicos do empreendedor que tem persistência no negócio,

A Tabela 4 e o Gráfico 4 representam a Busca dos Empreendedores por Informações.

Tabela 4 – Clientes que Buscam Informações

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	0
Perfil Empreendedor Médio Superior	4
Perfil Empreendedor Superior	22
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

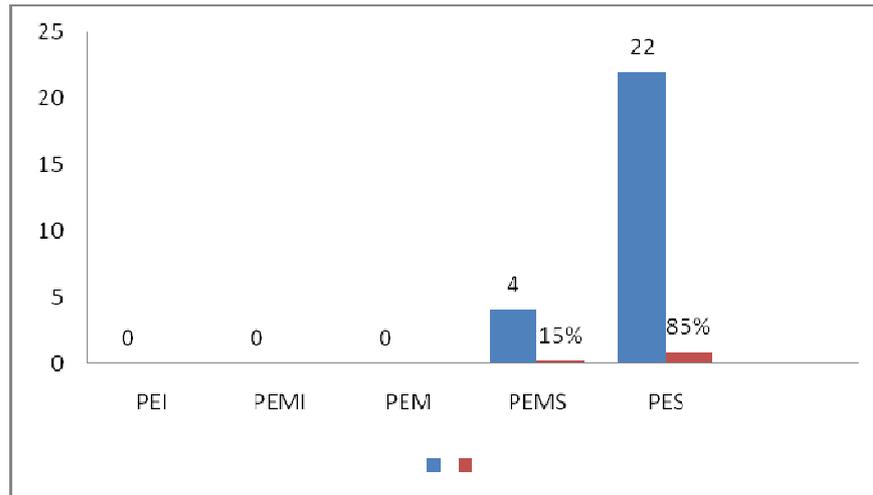


Gráfico 4 – Clientes que Buscam Informações

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Como mostra claramente a tabela e o gráfico, quase que a totalidade dos clientes se encontram no perfil empreendedor superior, exatamente 22 de 26, o que representa 85% do total, ficando o restante no perfil empreendedor médio superior, o que também se classifica como forte característica empreendedora.

A busca por informações deve surgir desde o momento do planejamento do negócio, a própria percepção de oportunidade, já direcionada à necessidade de se obter mais conhecimento. Ao começar uma atividade ou um novo projeto, é necessário reunir todas as informações possíveis.

Quando se tem uma idéia, mas não se tem o conhecimento específico ou especializado do negócio, é importante buscar orientações das pessoas que conhecem as características do empreendimento. Ter a precaução de somente tomar decisões e atitudes depois de todas as informações obtidas terem sido analisadas.

Todo negócio está exposto a riscos, porém, os empreendedores têm, de acordo com o seu perfil, a característica de tentar mensurá-los e minimizá-los. É importante ter iniciativa, mas mais importante que isso, é ter certeza dos passos a serem dados.

Em âmbito operacional, a informação se faz presente em relação ao desenvolvimento do trabalho. Entender o cliente e saber exatamente o que ele procura, só ocorre em técnicas de percepção, reuniões e diálogos para que informações sejam expostas e se possa identificar o que o cliente está buscando.

A busca por diferentes fontes de informação é necessária para não desenvolver a “miopia” nos negócios. É importante que se analise o mercado, o cliente, ou qualquer outro objeto em questão por óticas diferentes onde tenha-se visão ampla do negócio, para que ocorra a diversificação de estratégias.

A Tabela 5 e o Gráfico 5 representam a característica empreendedora de Exigência de Qualidade

Tabela 5 - Exigência de Qualidade

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	2
Perfil Empreendedor Médio Superior	6
Perfil Empreendedor Superior	18
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

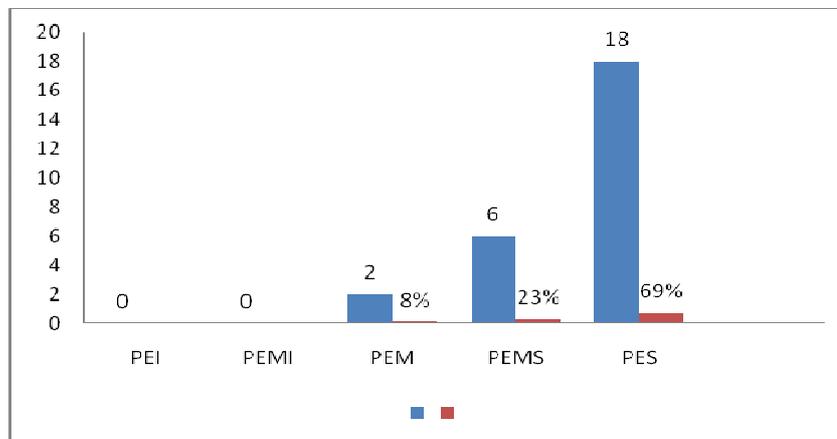


Gráfico 5 – Exigência de Qualidade

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Quando se fala em exigência de qualidade, significa a busca por trabalhos bem feitos, 18 de 26 clientes, enquadraram-se no perfil superior de empreendedorismo, o que representa 69% do total, ficando 23% no perfil empreendedor médio superior e 8% no perfil empreendedor médio.

O que esses dados mostram é que a maioria dos clientes buscam qualidade, que pode ser exigida tanto nos serviços recebidos quanto na operação de sua

própria atividade, efetuando um trabalho de alta qualidade proporcionando resultados positivos.

O empreendedor, dentro de todas suas características especificadas até agora, mesmo estando o trabalho em nível satisfatório, ele investe tempo para aperfeiçoá-lo. Essa afirmação associa-se além da busca pela qualidade à ideia de inovação que o empreendedorismo traz.

Normalmente a visão empreendedora busca para sua organização o posicionamento de melhor do ramo, representando através do atendimento, do trabalho desenvolvido, da melhoria em produtos e serviços, toda a qualidade que envolve o negócio.

Em contrapartida a satisfação em obter um serviço contratado, ou em um produto adquirido, só se realiza quando considerado de alta qualidade. Portanto a característica de exigência de qualidade está tanto em fornecer quanto em adquirir produtos e serviços.

A Tabela 6 e o Gráfico 6 representam o Cumprimento de Contratos de Trabalho:

Tabela 6 – Cumprimento de Contratos de Trabalho

Grau de Empreendedorismo	Cientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	3
Perfil Empreendedor Médio Superior	23
Perfil Empreendedor Superior	0
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

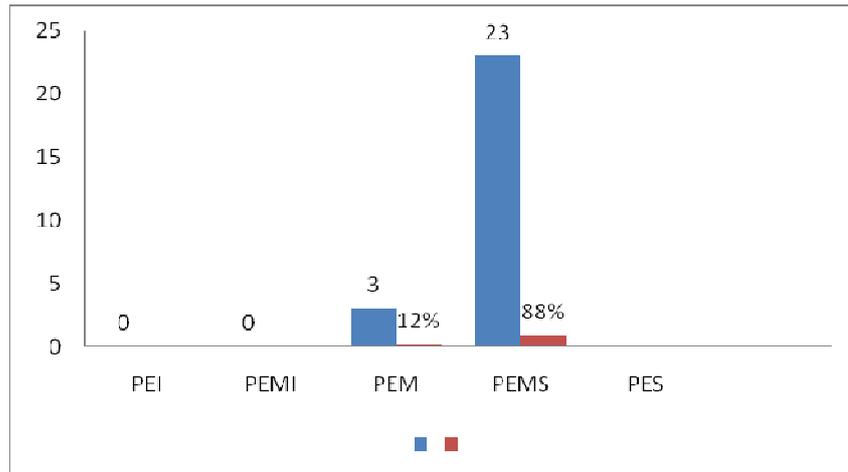


Gráfico 6 – Cumprimento de Contratos de Trabalho

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

O cumprimento de contratos de trabalho, refere-se ao esforço para realização do serviço ou produto. De acordo com o resultado da pesquisa, neste item, 23, de 26 clientes enquadraram-se no perfil empreendedor médio superior, representando aproximadamente 88%, ficando o restante dentro do perfil empreendedor médio.

O comprometimento que o empreendedor tem em relação ao seu negócio está inteiramente ligado com a qualidade de seus serviços, bem como o cumprimento de seus contratos. Esse comprometimento associa-se, muitas vezes, aos sacrifícios pessoais, que devem ser reavaliados.

No entanto não existe uma fixação de horários de trabalho a cumprir, o que o empreendedor busca é concluir suas tarefas no prazo exigido. Assim, o envolvimento com o negócio passa a não ter horários, nem feriados, e sim uma busca constante pelo sucesso.

Esse comprometimento em demasia pode muitas vezes trazer consequências negativas no futuro, pois o que se almeja em relação ao negócio é o sucesso, o crescimento o resultado positivo, porém a realização profissional é uma parcela da pessoal.

Portanto, o empreendedor deve ter um planejamento de seu trabalho, sempre mensurando horários para o cumprimento de suas obrigações profissionais como pessoais, sendo importante esse equilíbrio para o desenvolvimento do negócio bem como um controle emocional, visão clara e bem estar pessoal.

.A Tabela 7 e o Gráfico 7 representam a Orientação para a Eficiência:

Tabela 7 - Orientação p/ Eficiência

Grau de Empreendedorismo	Cientes
Perfil Empreendedor Inferior	2
Perfil Empreendedor Médio Inferior	5
Perfil Empreendedor Médio	19
Perfil Empreendedor Médio Superior	0
Perfil Empreendedor Superior	0
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

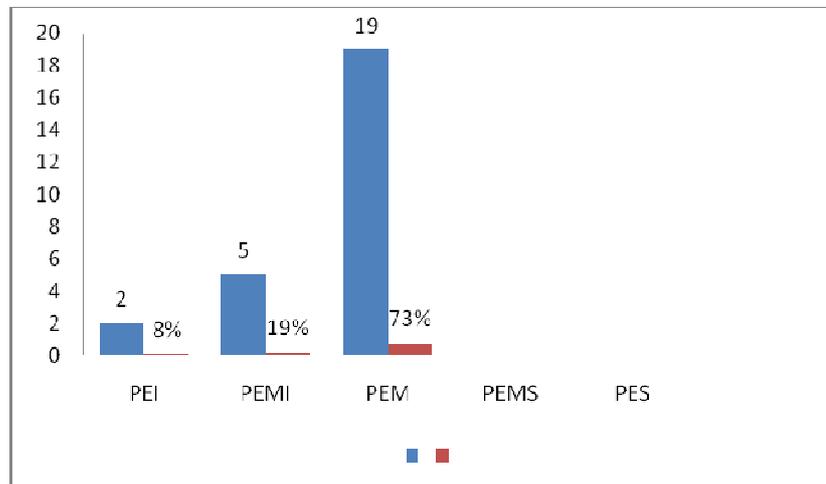


Gráfico 7 – Orientação para Eficiência

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Dentro da característica de orientação para eficiência, pode-se observar um grau inferior de empreendedorismo. Sua máxima enquadrou-se no perfil empreendedor médio, com 19 dos 26 clientes, o que representa aproximadamente 73% do total, ficando o restante em 19% no médio inferior e 8% no perfil inferior.

Com base nos questionamentos, pode-se analisar que essa carência empreendedora dentro dessa característica, deve-se a itens como adequação e aproveitamento do tempo. É necessário uma programação pessoal para não haver desperdício do tempo.

Adequação e aproveitamento do tempo implica em ter o tempo para o desenvolvimento do trabalho, para organização e planejamento, como também para

o descanso e o lazer. É necessário ter o tempo e o espaço para reflexão, para organizar os pensamentos e direcionar melhor a visão.

A procura por formas mais econômicas de fazer as coisas, também é outro ponto importante para orientação à eficiência. Muitas vezes a busca pela agilidade, faz com que pesquisas de preços não sejam efetuadas, ou o próprio planejamento operacional, pode ser avaliado com foco em redução de custos.

Entretanto, essas são necessidades que não estão sendo priorizadas pelos clientes em questão. Controlar sistematicamente o dinheiro que usam no empreendimento, também não é regra geral e a procura por formas úteis de usar o tempo, são características tanto para eficiência quanto para a dedicação ao negocio e crescimento pessoal.

A Tabela 8 e o Gráfico 8 Representam Orientação para os Objetivos

Tabela 8 - Orientação para os Objetivos

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	1
Perfil Empreendedor Médio	9
Perfil Empreendedor Médio Superior	16
Perfil Empreendedor Superior	0
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

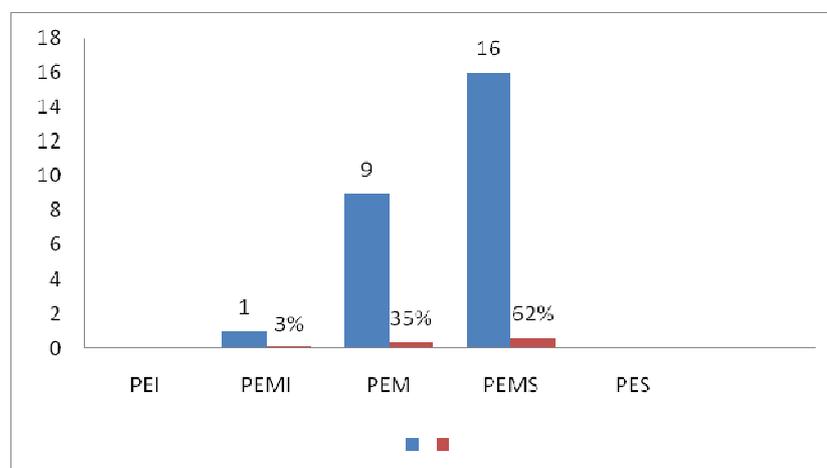


Gráfico 8 – Orientação para os Objetivos

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Nesse item, a maioria dos clientes enquadraram-se no perfil empreendedor médio superior, sendo 16 dos 26 clientes, representando aproximadamente 62% do total, estando 35% dentro do perfil médio e 3% no perfil médio inferior, o que representa apenas 1 cliente.

Quando se fala em orientação para objetivos, refere-se ao estabelecimento de metas, em se ter resultados específicos em mente. O que, certamente, faz parte do perfil empreendedor, pois todo planejamento efetuado é em busca de se colocar a idéia em prática e alcançar os objetivos traçados.

O que fez a média do perfil empreendedor cair um pouco nesse item foram questões sobre a visão clara do futuro. Muitos ainda querem investir em outros negócios, estão se especializando, não tendo uma visão voltada especificamente para o negócio atual e ainda sem poder mensurar até onde querem chegar.

A Tabela 9 e o Gráfico 9 representam Planejamento Sistemático.

Tabela 9 - Planejamento Sistemático

Grau de Empreendedorismo	Cientes
Perfil Empreendedor Inferior	1
Perfil Empreendedor Médio Inferior	3
Perfil Empreendedor Médio	15
Perfil Empreendedor Médio Superior	5
Perfil Empreendedor Superior	2
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

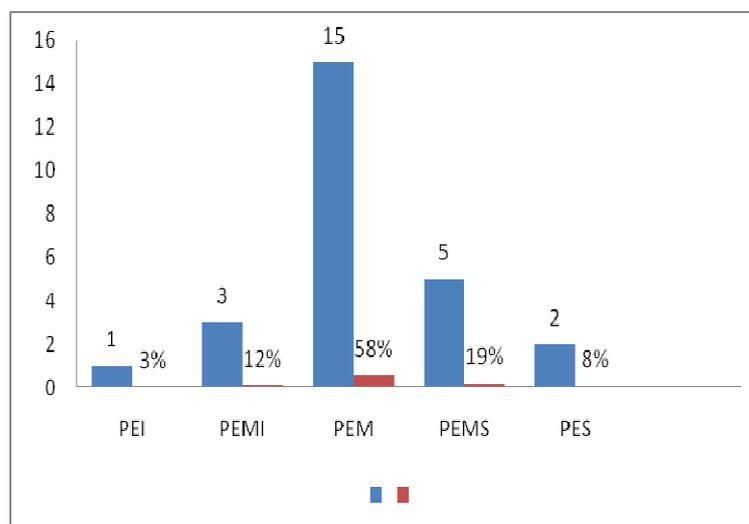


Gráfico 9 – Planejamento Sistemático

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

O planejamento sistemático está inteiramente voltado para a divisão de etapas e em sistematizar a operação ou produção. Nesse item houve enquadramento em todos os níveis de perfil. Onde a máxima se deu no perfil empreendedor médio. Como mostra a tabela e o gráfico 15, dos 26 clientes 58% encontram-se no perfil médio, em segundo lugar o perfil médio superior com 19% do total, na sequência o perfil médio inferior com 12%, ficando o superior com 8% e o inferior com aproximadamente 3%.

O Empreendedor ao analisar com cuidado as vantagens e desvantagens das várias formas de executar as tarefas está caracterizando a maneira de sistematizar o trabalho. Considerando a importância do planejamento, a análise deve ser feita em relação à preparação para todos os problemas que possam ocorrer, planejando possíveis soluções.

Antecipar os prováveis problemas faz com que os riscos do empreendimento, diminuam consideravelmente. Pois ao encontrar-se em uma situação problemática a ação estará embasada em análises prévias, sem haver grandes surpresas ou despreparo emocional e funcional.

A Tabela 10 e o Gráfico 10 representam Resolução de problemas:

Tabela 10 - Resolução de Problemas

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	4
Perfil Empreendedor Médio Superior	21
Perfil Empreendedor Superior	1
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

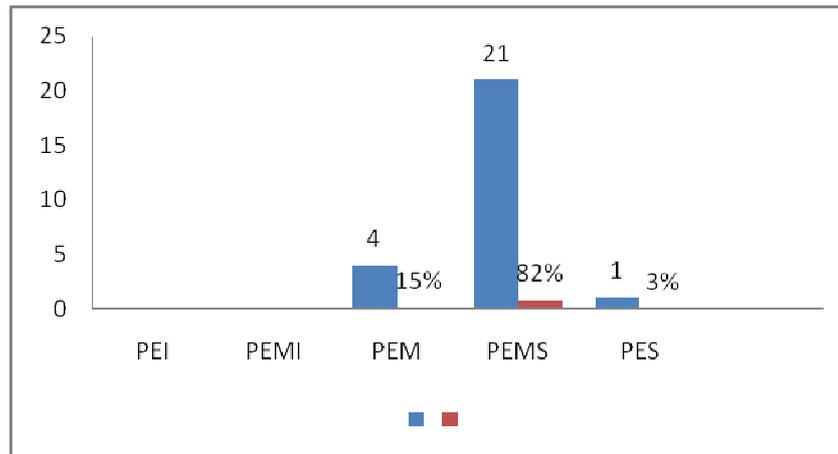


Gráfico 10 – Resolução de Problemas

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

A dinâmica empresarial para a resolução de problemas, é característica marcante dos empreendedores. No caso dos clientes do escritório Hábil Contabilidade e Assessoria, 21 dos 26 enquadraram-se no perfil empreendedor médio superior. Ficando ainda 15% no nível médio e aproximadamente 3% no nível superior.

O que significa que faz parte do perfil empreendedor pensar em soluções diferentes para resolver os problemas, bem como possuir uma diversificação de projetos, buscando sempre a inovação e o diferencial.

O empreendedor, ao analisar os riscos do negócio, ao deparar-se com um problema e ter encontrado a solução cabível, continua analisando a solução para verificar a sua funcionalidade. Ou seja, a resolução do problema, não está em encontrar a solução, além disso, é necessário acompanhar o processo para ter certeza da eficácia da escolha.

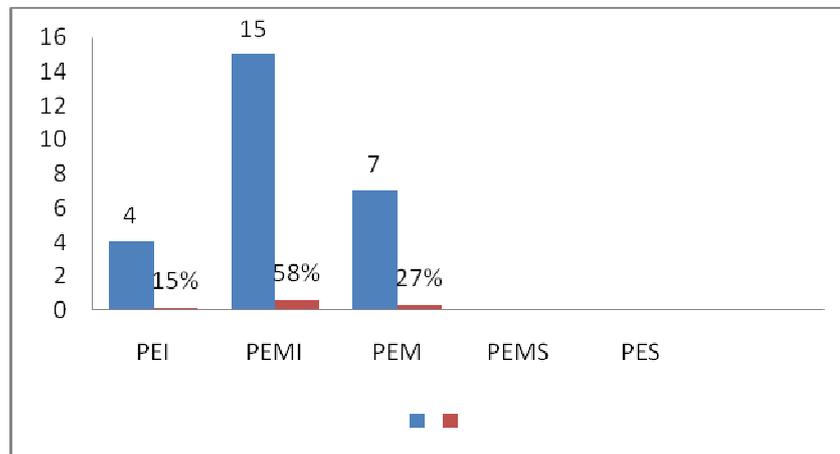
Possuir a flexibilidade de aceitar que se uma determinada maneira de resolver um problema não der certo, tentar outras. A adaptação e a sensibilidade ao negócio se faz importante uma vez que no contexto de mudanças que o mercado vive, a rigidez não tem espaço.

A Tabela 11 e o Gráfico 11 representam a característica de Assertividade dos clientes:

Tabela 11 - Assertividade

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	4
Perfil Empreendedor Médio Inferior	15
Perfil Empreendedor Médio	7
Perfil Empreendedor Médio Superior	0
Perfil Empreendedor Superior	0
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

**Gráfico 11 – Assertividade**

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Para a interpretação dessa característica empreendedora, é necessária a definição do conceito de assertividade, para que se possa associá-la como característica empreendedora.

Segundo Martins (2005, p. 21):

A postura assertiva é uma virtude, pois se mantém no justo meio-termo entre dois extremos inadequados, um por excesso (agressão), outro por falta (submissão). Ser assertivo é dizer “sim” e “não” quando for preciso.

Dentro dessa característica empreendedora, podemos observar um perfil inferior de empreendedorismo por parte dos clientes em estudo. A maioria enquadrou-se no perfil empreendedor médio inferior, sendo 15 dos 26, o que representa aproximadamente 58% do total, ficando ainda 15% em nível inferior e 27% no perfil empreendedor médio.

Ter um posicionamento dentro da empresa, e agir em relação a ele, tomar atitudes quando for preciso são ações que refletem a assertividade do empreendedor, bem como alertar as pessoas quando seu desempenho não tem sido o esperado.

Ter facilidade em dar ordens às pessoas sobre o que elas devem fazer, reflete a postura assertiva de forma bastante característica. Pois de nada adianta possuir colaboradores se não existir um treinamento e a postura de um líder dando comprometimento ao negócio.

São também posturas externas de assertividade saber discordar das opiniões adversas, manifestar desconforto com alguém, lembrando sempre que ela não se manifesta com agressividade ou rispidez, é a sinceridade manifestada de forma equilibrada.

O que torna difícil de atingir a assertividade é o desgaste que muitos associam ao fato de dar ordens, de discordar, de dizer quando não gostou de algo. Essas atitudes não precisam ser necessariamente explícitas, existem técnicas de gestão, de motivação e diversas maneiras de atingir o objetivo.

Portanto, a assertividade é um ponto a ser evoluído em relação ao perfil empreendedor desses clientes. Como forma de estruturar o relacionamento entre empreendedor e colaboradores, bem como fortalecer o crescimento pessoal em relação ao posicionamento e atitudes necessárias.

A Tabela 12 e o Gráfico 12 representam Autoconfiança dos clientes:

Tabela 12 – Autoconfiança

Grau de Empreendedorismo	Cientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	0
Perfil Empreendedor Médio Superior	3
Perfil Empreendedor Superior	23
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

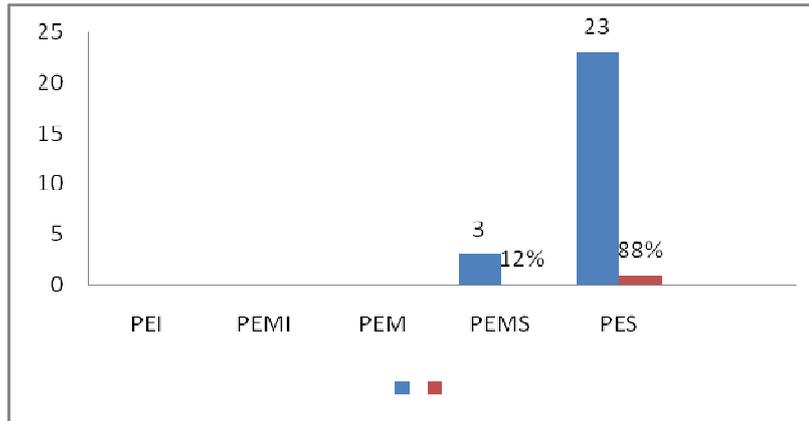


Gráfico 12 – Autoconfiança

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Como afirma Hisrich (2006), autoconfiança é a convicção e a capacidade que a pessoa tem de fazer ou realizar alguma coisa.

Ao se tratar das características empreendedoras (que se pode considerar como sendo a convicção e a capacidade de realizar o sonho do empreendimento de maneira real e sustentável) por se trata de clientes com negócios ativos, a maioria enquadrou-se no perfil superior, correspondendo a 88% do total e os demais no perfil empreendedor médio superior.

Foram feitos questionamentos como confiança nas atividades que se dispõem a fazer, manter a própria maneira de pensar, mesmo que as outras pessoas discordem energicamente, sendo que escutar as opiniões adversas estão dentro do perfil, porém não existe espaço para influências sem análise.

Ter persuasão com as outras pessoas, realizar negócios e tomar atitudes que as outras pessoas consideram arriscadas, tentando algum negócio difícil que desafia, com confiança no sucesso, essas são características empreendedoras marcantes em relação à autoconfiança.

A Tabela 13 e o Gráfico 13 representam o risco que se corre moderadamente:

Tabela 13 – Clientes que Correm Riscos nos Negócios

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	2
Perfil Empreendedor Médio Superior	13
Perfil Empreendedor Superior	11
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

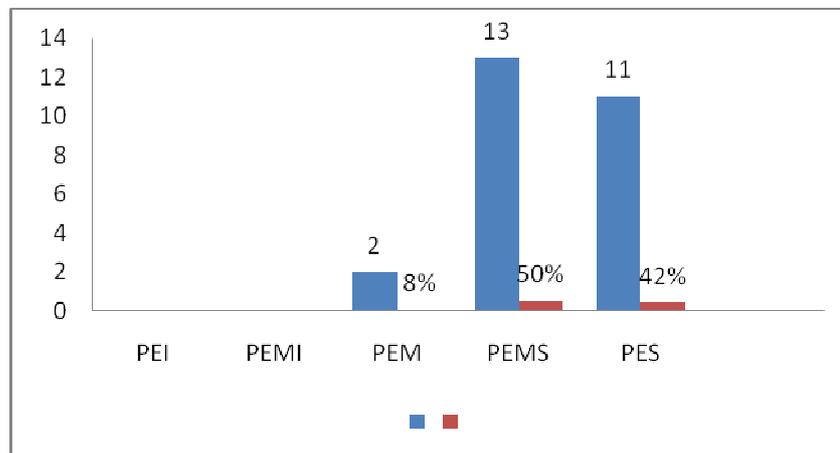


Gráfico 13 – Clientes que Correm Riscos nos Negócios

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Sabe-se que todo negócio é exposto a riscos, devido às constantes variações no ambiente externo e que não se pode ter controle sobre isso. É necessário analisar o quanto o empreendedor é moderado em relação a esses riscos, já que planejamento e análise do mercado fazem parte do perfil empreendedor.

Como se pode observar na tabela e no gráfico, a maioria dos clientes possuem características empreendedoras relevantes em relação a correr riscos moderados em seus negócios, ficando 42% no perfil superior, 50% no médio superior e 8% no médio.

Os empreendedores procuram situações em que se possa controlar ao máximo o resultado final, pois preferem escolher a opção do menor risco, riscos que devem sempre acompanhar as escolhas, bem como envolver-se em negócios novos, depois de terem feito o possível para assegurar o sucesso.

Portanto, correr riscos moderadamente significa considerar as possibilidades de sucesso ou fracasso antes de começar a agir tendo como finalidade alcançar os objetivos, buscando soluções que tragam benefícios a todas as pessoas envolvidas.

A Tabela 14 e o Gráfico 14 representam o Uso da Estratégia de Influência

Tabela 14 – Uso da Estratégia de Influência

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	3
Perfil Empreendedor Médio Superior	6
Perfil Empreendedor Superior	17
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

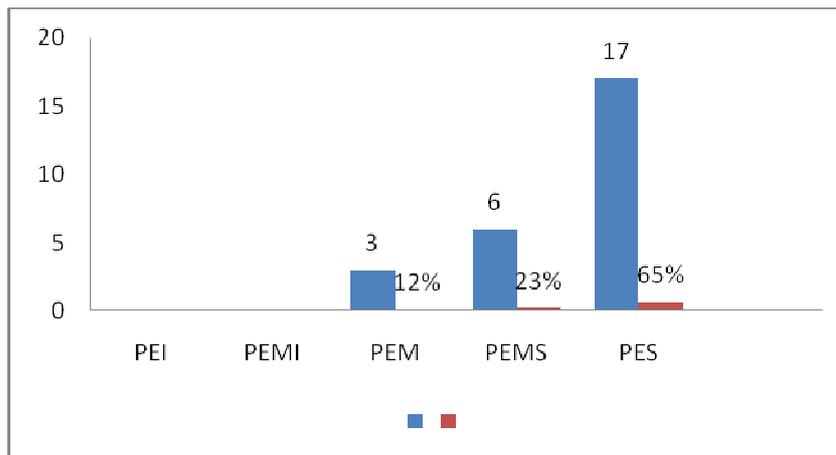


Gráfico 14 – Influência

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

A estratégia da influência está associada ao efeito de ação sobre outra pessoa em busca de um objetivo pré-estabelecido. Nesse item, 65% dos clientes enquadraram-se no perfil superior, 23% no perfil empreendedor médio superior e 12% no médio.

Esses dados significam, dentro da característica de influência, que existe uma coordenação como forma de influenciar na atuação de seus colaboradores direcionando essa mesma postura desejada aos parceiros e patrocinadores, para isto existe um planejamento.

Por existir uma postura decidida, em busca de seus objetivos já planejados, faz parte da estratégia de um empreendedor identificar as pessoas capazes de ajudar a atingir os objetivos, bem como procurar pessoas influentes no meio, ou que possam contribuir com conhecimento.

Ao chegar até essas pessoas, é necessário convencê-las de que seu projeto é sustentável, influenciando-as para que sonhem juntas, para que acreditem no objetivo final e nos benefícios que o negócio poderá gerar, estas são estratégias para conseguir apoio, conhecimento e colaboradores.

A Tabela 15 e o Gráfico 15 representam o Monitoramento do Negócio.

Tabela 15 – Monitoramento do Negócio

Grau de Empreendedorismo	Cientes
Perfil Empreendedor Inferior	1
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	1
Perfil Empreendedor Médio Superior	11
Perfil Empreendedor Superior	13
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

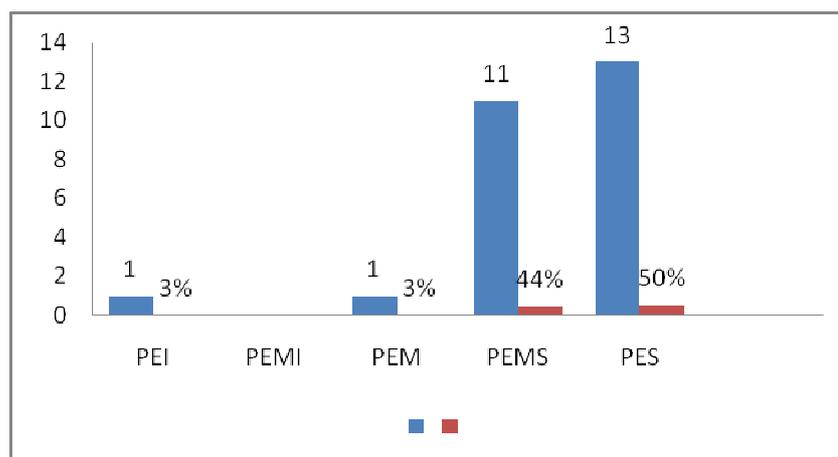


Gráfico 15 - Monitoramento

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

O monitoramento está associado ao andamento dos negócios. Ao alcance das expectativas, se as decisões estão sendo tomadas e resultando em consequências positivas. Nesse item, 50% dos clientes enquadraram-se no perfil superior e 44% no perfil médio superior, ficando apenas 3% no perfil médio e inferior.

Comparar as conquistas com as expectativas sobre o negócio resulta numa mensuração de qual distância se encontra do objetivo final. Como o empreendedor trabalha embasado em planejamentos, de acordo com as medidas tomadas, é possível analisar se está ou não seguindo a linha mais adequada.

Esse monitoramento deve ser constante, uma vez que a cada decisão tomada, a conquista pode tanto aproximar-se como se tornar cada vez mais distante. É importante também que se tenha o controle das finanças.

O monitoramento da parte operacional da empresa também é de extrema relevância, pois é de suma importância estar atento aos prazos, às entregas, ao tempo necessário para um desenvolvimento de qualidade que faz desses itens a imagem da empresa. O posicionamento que se quer em relação aos clientes.

A Tabela 16 e o Gráfico 16 representam a característica empreendedora de Gestão Financeira:

Tabela 16 - Gestão Financeira

Grau de Empreendedorismo	Clientes
Perfil Empreendedor Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio Inferior	0
Perfil Empreendedor Médio	1
Perfil Empreendedor Médio Superior	1
Perfil Empreendedor Superior	24
Total	26

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

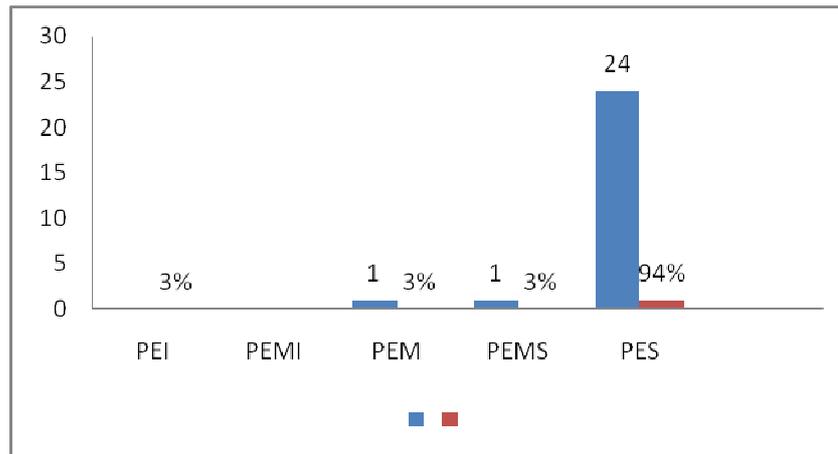


Gráfico 16 – Gestão Financeira

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

A gestão financeira está relacionada ao controle que se tem, em relação ao conhecimento das variações financeiras, bem como a mensuração do negócio em busca do objetivo final. Nesse item, 94% dos clientes enquadraram-se em perfil superior, demonstrando a relevância do controle financeiro.

Obter o controle do negócio em relação aos custos são atitudes que se traduzem pelo monitoramento preciso dos recursos. Podendo ser materiais, humanos e financeiros, afim de ter conhecimento suficiente para desenvolver projetos futuros ou atividades, podendo prever retornos e o que possa se esperar do crescimento dos negócios.

A preocupação com as consequências financeiras é importante, pois traduz em números o resultado das escolhas feitas. É o reflexo do crescimento ou não do negócio, é o referencial para a atuação futura, por isso a necessidade de profissionais especializados atuando nessa área.

4.2 Levantamento do Perfil Empreendedor.

A Tabela 17 e o Gráfico 17 representam o levantamento do perfil empreendedor, calculando o total de clientes e dividindo proporcionalmente em porcentagens de acordo com o enquadramento de cada resposta direcionando as respectivas características empreendedoras. Identificando assim em qual dos perfis a maioria dos clientes se enquadra.

Tabela 17 – Levantamento do Perfil Empreendedor

	CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS	PI	PMI	PM	PMS	P S	TOTAL
1	TEM INICIATIVA	0	0	2	21	3	26
2	BUSCA OPORTUNIDADES	0	0	2	6	18	26
3	PERSISTÊNCIA	0	0	1	16	9	26
4	BUSCA INFORMAÇÕES	0	0	0	4	22	26
5	EXIGÊNCIA DE QUALIDADE	0	0	2	6	18	26
6	CUMPRIMENTO DE CONTRATO DE TRABALHO	0	0	3	23	0	26
7	ORIENTAÇÃO PARA EFICIÊNCIA	2	5	19	0	0	26
8	ORIENTAÇÃO PARA OBJETIVOS	0	1	9	16	0	26
9	PLANEJAMENTO SISTEMÁTICO	1	3	15	5	2	26
10	RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS	0	0	4	21	1	26
11	ASSERTIVIDADE	4	15	7	0	0	26
12	AUTOCONFIANÇA	0	0	0	3	23	26
13	CORRER RISCOS MODERADOS	0	0	2	13	11	26
14	USO DA ESTRATÉGIA DE INFLUÊNCIA	0	0	3	6	17	26
15	MONITORAMENTO	1	0	1	11	13	26
16	PREOCUPAÇÃO COM GESTÃO FINANCEIRAS	0	0	1	1	24	26
%	TOTAL	2%	6%	17%	36%	39%	100%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos.

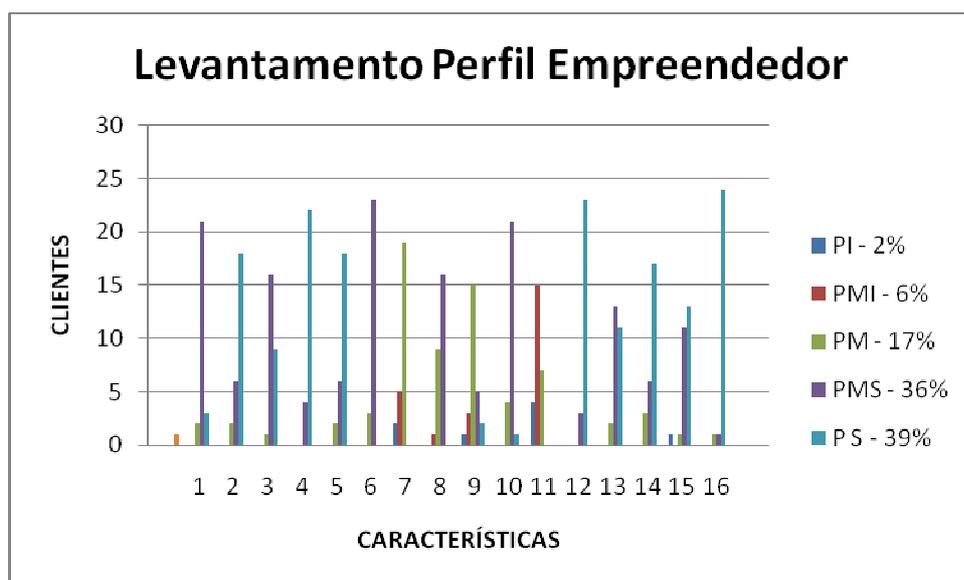


Gráfico 17 – Levantamento do Perfil Empreendedor

Fonte: Elaboração própria com base nos dados obtidos

Como se pode observar, na tabela e no gráfico, 39% das respostas obtidas pelos clientes, direcionaram o Perfil Empreendedor Superior e 36% o Perfil Médio Superior, o que significa que 75% dos clientes corresponderam a pesquisa com evidentes características empreendedoras.

Em relação ao Perfil Empreendedor Médio, enquadraram-se 17% das respostas aos questionamentos, o que faz com que se possa afirmar que 92% dos clientes enquadram-se do Perfil Médio ao Superior. Ficando apenas 8% enquadrados no Perfil Médio Inferior ao Inferior.

As características mais marcantes desses clientes foram identificadas na busca por informações, na autoconfiança e na preocupação com a gestão financeira. Onde o maior número de respostas enquadrou-se no perfil superior.

Em contrapartida, as características com as quais os clientes menos se identificaram foram as de orientação para eficiência, planejamento sistemático e assertividade onde se encontrou maior número de respostas em Perfil Médio a Inferior.

Focando nos pontos fracos das características empreendedoras, a orientação para eficiência remete à organização pessoal, para melhor aproveitamento do tempo, identificando como necessidade um planejamento e distribuição das obrigações, bem como horas de laser e momentos familiares.

O planejamento Sistemático está voltado para as etapas do negócio. Sendo mais uma questão de gestão operacional. E a assertividade nessa análise, está direcionada para a postura do empreendedor em relação aos colaboradores e tomadas de decisões.

Identifica-se como necessário, no ítem de assertividade, uma assessoria em caráter mais pessoal. Já que se trata de uma postura e conseqüentemente de ações tomadas de acordo com conceitos pessoais.

O relacionamento com colaboradores, pessoas terceirizadas ou até mesmo fornecedores e apoiadores, deve basear-se numa clareza de comunicação. A dificuldade encontrada, de acordo com as respostas analisadas, estão no momento de críticas, de ordens e de insatisfação com alguma atitude recebida.

Ter a dinâmica e a flexibilidade de saber se posicionar e conseguir se comunicar sem rispidez torna essa característica mais distante do perfil dos clientes analisados. Sendo necessário uma análise mais profunda de gestão de pessoas.

O que pode ser generalizado, em relação aos pontos fracos, é que as três características empreendedoras que os clientes menos se identificaram levam dentro dos seus critérios atitudes pessoais e comportamentais.

Diversos estudos já identificaram, como foi descrito anteriormente, que o empresário atual, com características empreendedoras, mudando seu perfil de acordo com seus desejos e suas necessidades atuais, buscam além do sucesso nos negócios um crescimento pessoal e um reconhecimento e posicionamento social.

Como muitos autores afirmam, ser um empreendedor é muito mais que alcançar seus objetivos, é adquirir conhecimento, é enfrentar o desafio. Planejar cada detalhe, ter dedicação e comprometimento, ter persistência, autoconfiança e ação, o empreendedor quer deixar sua marca e fazer diferença.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve por objetivo a análise do perfil empreendedor nos clientes de um escritório de contabilidade, considerando seus pontos fortes e fracos para direcionar a assessoria contábil para as reais necessidades, identificadas nesse estudo de caso.

Um dos seus objetivos específicos do trabalho era justamente fazer um levantamento do perfil empreendedor. Esse objetivo foi alcançado, de maneira que através da aplicação do questionário foi possível conhecer as características de cada cliente do referido escritório.

Com a análise dos dados percebeu-se que os clientes apresentaram características bem definidas do perfil empreendedor onde as mais marcantes foram identificadas na característica da busca por informações, na autoconfiança e na preocupação com a gestão financeira.

Em contrapartida, as características que os clientes menos se identificaram foram orientação para eficiência, planejamento sistemático e assertividade, onde encontrou-se maior número de respostas do perfil médio ao perfil Inferior.

Dentro desses dados, de características que menos os clientes se identificaram, foi feita uma análise com os pontos fracos, associando estes itens como necessidades a serem supridas, dentro do perfil empreendedor, o que alcança um segundo objetivo específico da pesquisa, que seria identificar as principais necessidades desses empreendedores.

Esse resultado foi importante para salientar mais um foco que os contadores devem ter, ao assessorar esses empreendedores. Através da análise de suas necessidades torna-se possível direcionar soluções, é preciso então conhecer o cliente com quem se trabalha para poder realizar um serviço que realmente seja eficaz.

Retomando os pontos fracos dos clientes em questão, pode-se observar que são características bem pessoais que compõem o comportamento do cliente, tendo reflexo na sua forma de agir e reagir nas situações dentro da empresa.

Sendo assim, chega-se a conclusão, que muito mais que uma assessoria numérica e de dados precisos, bem como suas interpretações, o que o cliente busca

em meio a todas essas mudanças tecnológicas, de mercado, diante de concorrentes potenciais e tudo mais que possa ameaçar seus negócios, é a segurança pessoal e profissional.

Ou seja, empreendedores inovam, criam diferenciais, arriscam suas idéias num mercado avassalador, por isso das características de autoconfiança e de visão estratégica. No entanto são características que em momentos de insegurança devem ser fortalecidas.

Então, de acordo com mais um objetivo específico do trabalho, que conta com a possibilidade de direcionar as melhores técnicas contábeis para suprir as necessidades dos clientes, surge um perfil novo do próprio contador.

Como sugestão, pode-se fazer uma adaptação comportamental do profissional da área contábil, voltado para a interatividade, o diálogo através de técnicas como a programação neurolinguística, enquadrando-se no perfil coaching de assessoraria.

Seria a união do conhecimento técnico, da análise dos dados com a capacidade de interagir com seus clientes, buscando conhecer sua visão de negócios orientando também questionamentos motivacionais e de postura mais relevante que os empreendedores devem ter para gerir um negócio.

A importância desse trabalho está na evidência do cliente, no quanto é importante entender e analisar as suas necessidades. Para manter-se atualizado é preciso saber das tendências, para onde o mercado caminha, sendo assim o contador deve adaptar-se, acompanhar as mudanças, ser dinâmico e persuasivo para poder transmitir seus conhecimentos.

No entanto, as adaptações que o profissional da área contábil deve ter ao prestar assessoria aos seus clientes empreendedores é justamente criar técnicas que possam auxiliar na comunicação, na interatividade com seus clientes.

Quando se busca suprir as reais necessidades empresariais desse novo perfil de clientes, observa-se que muito mais que relatórios, cálculos e a própria interpretação de dados, o que o cliente quer hoje são parcerias, trocas de informações, de vivência.

A busca pela motivação e dedicação ao trabalho está em realmente conhecer o que motiva, abrir um negócio como solução de problemas financeiros não é uma escolha sustentável, porém observar uma oportunidade, sentir que pode

se preparar e entrar na idéia, significa planejamento e este necessita de orientação para o negócio.

Dentro deste planejamento a assessoria contábil se faz fundamental. O contador trabalha e conhece o meio dos negócios, pela própria experiência no ramo sabe identificar escolhas e decisões e através da análise dos resultados direciona com precisão o caminho que deve ser seguido.

No entanto, como tudo está em constante evolução, a contabilidade também necessita de adaptações, com toda a definição de empreendedorismo e o levantamento do perfil de clientes específicos, pode-se notar que cada vez mais existe a busca por um equilíbrio entre satisfação profissional e pessoal.

Assim como o empreendedorismo está moldando o perfil dos clientes para os contadores. Outras mudanças e adaptações podem ocorrer, é necessário que sempre haja estudos de mercado, de perfil, oscilações e tendências futuras, para que o profissional da área contábil, como de qualquer outra área devem sempre acompanhar essas mudanças para não ser substituído.

Sendo assim, um contato mais persuasivo com seus clientes aparece como necessidade de adaptação da assessoria contábil, uma vez que o empreendedor não busca apenas resultados, ele busca, também, conhecimento, sendo assim técnicas de comunicação e aperfeiçoamento na maneira de acompanhar o desenvolvimento da empresa, faz-se necessário.

Portanto, as mudanças no meio empresarial, trazem um perfil empreendedor de clientes para os contadores, onde se faz necessária a adaptação da assessoria contábil, por tratar-se de clientes que buscam diferencial, buscam a informação e a relação entre profissional e pessoal. Sendo que cada vez mais o contador deve especializar-se em técnicas mais persuasivas de consultoria para poder através de suas assessorias alcançar as necessidades reais de seus clientes.

REFERÊNCIAS

BASTA, Darci; MARCHESINI, Fernando Roberto de Andrade; OLIVEIRA, José Antonio Ferreira de; SÁ, Luiz Carlos Seixas de. **Fundamentos de Marketing**. 7ª edição - Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial – Teoria e Prática**. 2ª ed. – São Paulo: Atlas 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 3ª Ed. - Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

FAHEY, Liam; RANDALL, Robert. **MBA – Curso Prático de Estratégia**. 3ª Ed. – Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

FERREIRA, Ademir Antonio; REIS, Ana Carla Fonseca; PEREIRA, Maria Isabel. **Gestão Empresarial**. São Paulo: Pioneira, 2002.

FERREIRA, Ademir Antônio; REIS, Ana Carla Fonseca; PEREIRA, Maria Isabel. **Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias**. 1ª ed. – São Paulo: Pioneira Administração e Negócios 1997.

FIGUEIREDO, Sandra; CAGGIANO, Paulo Cesar. **Controladoria – Teoria e Prática**. 4ª ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Habra, 1997.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 5ª ed. – Porto Alegre: Bookman 2006.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 7ª ed. – Porto Alegre: Bookman 2009.

HORNGREN, Charles; SUNDEM, Gary; STRATTON, William. **Contabilidade Gerencial**. 12ª ed. – São Paulo: ABDR, 2004.

HORNGREN, Charles; SUNDEN, Gary; STRATTON, William. **Contabilidade Gerencial**. 12^o ed. – São Paulo: Pearson, 2004.

IUDÍCIBUS, Sérgio; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual da Contabilidade das Sociedades por Ações**. 7^o Ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing de Serviços**. 1^a edição – São Paulo: Atlas, 1991.

MARTINS, Vinicius. **Seja Assertivo** – Editora Campus, 2005.

MENDES, Jerônimo. **Manual do Empreendedorismo: Como Construir um Empreendimento de Sucesso** – São Paulo: Atlas, 2009.

MENDONÇA, Miller Oliveira. **A Contabilidade e o Contabilista**. <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-contabilidade-e-o-contabilista/25421/> - 24 de setembro, 2008.

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústria e da concorrência**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1989.

QUEIROZ, Jansen de. **Coaching e a Implantação da visão estratégica**. <http://www.gestaodecarreira.com.br/coaching/coaching/coaching-e-a-implantacao-da-visao-estrategica.html> - 24 de março, 2010.

RONCHI, Luciano. **Sistemas de informação Contábil**. 1^o ed. em português – São Paulo: Atlas, 2004.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão Estratégica**. 2^a edição – São Paulo: Atlas, 2007.

ANEXO 1:

LEVANTAMENTO DO PERFIL EMPREENDEDOR

Questionário

Informações

- O objetivo desse questionário é servir de ferramenta para levantamento de dados para um projeto de pesquisa desenvolvido por uma acadêmica do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria.

Instrução de Preenchimento:

- Este questionário é composto por 64 declarações que devem ser lidas e preenchidas com os números correspondentes aos seguintes critérios:

01 - Nunca	02- Quase Nunca	03 -As Vezes	04 - Quase Sempre	05 - Sempre
------------	-----------------	--------------	-------------------	-------------

- 1 – Busco atividades que precisam ser efetuadas - _____
- 2 – Gosto de desafios e oportunidades - _____
- 3 – Procuo soluções para problemas difíceis - _____
- 4 – Reúno informações para novos projetos - _____
- 6 – Coisas mal feitas me incomodam - _____
- 7 Sou esforçado no meu trabalho - _____
- 8 Encontro formas de agilizar o trabalho - _____
- 9 Estabeleço metas próprias - _____
- 10 Quando planejo um trabalho extenso divido em etapas - _____
- 11 Penso em soluções diferentes para os problemas - _____
- 12 Alerto as pessoas quando não estão desempenhando um bom trabalho - _____
- 13 Confio que terei êxito para desenvolver qualquer atividade - _____
- 14 Gosto de controlar o resultado final - _____
- 15 Desenvolvo estratégias de influencia - _____
- 16 Comparo minhas conquistas com minhas expectativas - _____

- 17 Sempre analiso os recursos necessários para novos projetos - _____
- 18 Escuto com atenção as pessoas - _____
- 19 Faço o que é necessário por conta própria - _____
- 20 Gosto de realizar novas tarefas - _____!
- 21 Insisto para as pessoas fazerem o que eu quero - _____
- 22 Busco a orientação de especialistas na minha área
- 23 É importante para mim desenvolver um trabalho de alta qualidade - _____
- 24 Trabalho várias horas e faço sacrifícios pelo trabalho - _____
- 25 Procuo formas úteis de usar o tempo - _____
- 26 Faço as coisas com objetivos em mente - _____
- 27 Analiso vantagens e desvantagens das varias formas de executar tarefas - _____
- 28 Penso em muitos projetos - _____
- 29 Se estiver chateado com alguém digo-lhe. - _____
- 30 Mantenho minha maneira de pensar - _____
- 31 Só faço algo novo quando estou seguro do sucesso - _____
- 32 Dedico tempo pensando em como convencer as pessoas - _____
- 33 Verifico a que distancia estou dos meus objetivos - _____
- 34 Sei qual retorno financeiro posso esperar de meus projetos - _____
- 35 Fico triste quando não consigo fazer o que quero - _____
- 36 Faço as coisas antes mesmo de saber precisamente como fazer - _____
- 37 Fico de olho nas oportunidades de coisas novas - _____
- 38 Persisto em minhas tarefas - _____
- 39 Somente tomo atitudes depois de buscar informações - _____
- 40 Meu resultado no trabalho é melhor que das outras pessoas - _____
- 41 Faço o que for necessário para terminar meu trabalho - _____
- 42 Aborreço-me quando perco tempo - _____
- 43 Faço coisas que me ajudam a alcançar meus objetivos - _____

- 44 Penso nos problemas que podem ocorrer e planejo soluções - _____
- 45 Analiso se a solução está tendo resultado - _____
- 46 Tenho facilidade em dar ordens - _____
- 47 Quando faço algo difícil ou desafiador tenho confiança de sucesso - _____
- 48 Considero possibilidade de sucesso ou fracasso antes de agir - _____
- 49 Procuo pessoas importantes para me ajudarem a atingir meus objetivos - _____
- 50 Sei a que distancia estou de conquistar meus objetivos
- 51 Preocupo-me com as consequências financeiras do que faço - _____
- 52 Sofri fracassos no passado - _____
- 53 Faço as coisas antes que se tornem urgentes - _____
- 54 Tento fazer coisas novas e diferentes - _____
- 55 Permaneço até o fim diante das dificuldades - _____
- 56 Quando tenho que fazer um trabalho a alguém faço muitas perguntas - _____
- 57 Mesmo satisfatório invisto tempo em melhorias no trabalho - _____
- 58 Esforço-me para satisfazer o cliente - _____
- 59 Procuo formas econômicas de fazer as coisas - _____
- 60 Minhas metas correspondem ao que é importante para mim - _____
- 61 Antecipo prováveis problemas, em vez de aguardar que eles aconteçam - _____
- 62 Penso em diferentes formas de resolver problemas - _____
- 63 Demonstro quando discordo das pessoas - _____
- 64 Sou muito persuasivo com os outros - _____
- 65 Faço coisas arriscadas - _____

