



São Paulo, 21 a 23 de Julho de 2014

**Novas Perspectivas
na Pesquisa Contábil**

**Empresários Contábeis da Grande São Paulo: Atributos Importantes no
Desempenho da Profissão**

IVAM RICARDO PELEIAS

Centro Universitário Álvares Penteado

RAFAEL AUGUSTO LOURENÇO

Centro Universitário FECAP

MARCOS REINALDO SEVERINO PETERS

Centro Universitário Álvares Penteado

CARLOS EDUARDO FACIN LAVARDA

Fundação Universidade Regional de Blumenau

**Empresários Contábeis da Grande São Paulo:
Atributos Importantes no Desempenho da Profissão**

Resumo

A Contabilidade possui um amplo universo de atuação, que requer profissionais hábeis e preparados para exercer a profissão. Uma possibilidade é ser empresário contábil, cujo perfil requer atributos e atitudes específicas. Este artigo relata resultados de uma investigação, relativos à identificação e análise de atributos valorizados no desempenho da profissão por um grupo de sete empresários contábeis da Grande São Paulo. Foi realizada uma pesquisa de campo com entrevistas presenciais, usando a técnica da história oral. Os dados obtidos revelaram atributos e perfis comuns necessários ao desempenho da profissão entre os entrevistados e as organizações contábeis que dirigem, tais como: iniciaram as organizações de forma simples, em um ambiente familiar; as organizações são estruturadas de forma departamentalizada delegando poderes; declararam ter atingido destaque no segmento da profissão contábil com muito trabalho, dedicação e persistência; executam suas atividades pautadas na ética, honestidade e seriedade; procuram novos desafios e empreendimentos e possuem como meta a valorização da profissão contábil.

Palavras-chave: Contabilidade, Empresário contábil, História Oral, Profissão contábil.

1 Introdução

O universo de atuação da contabilidade é amplo, alcança pessoas físicas e jurídicas de qualquer natureza. O profissional contábil (doravante profissional) deve possuir várias habilidades para o desempenho da profissão, em função das constantes mudanças do ambiente de negócios competitivo, que demanda informações para subsidiar as tomadas de decisões.

As informações contábeis são elaboradas com o uso de técnicas específicas, como uma linguagem. Hendriksen e Van Breda (1999) consideram a contabilidade como uma linguagem de negócios, ao passo que Belkaoui (2004) aponta semelhanças entre a contabilidade e outras linguagens.

A contabilidade permite estudar o sistema de riqueza administrativa fornecendo informações úteis para os tomadores de decisões realizarem julgamentos seguros sobre as empresas (Iudícibus, 2010; Marion, 2012). Características relevantes da informação contábil, tais como servir de instrumento de medida e de subsídio aos modelos decisórios, requerem o envolvimento do profissional nas organizações. O profissional possui várias opções de atuação no Brasil, descritas no Art. 2º da Resolução CFC nº 560 (1983).

Needles, Karen, Krylova e Moustaffa (2001), descrevem os princípios e as competências necessárias para que os profissionais desempenhem suas atividades, devido à variedade de atuação profissional. No Brasil, Franco (1999), Marion (2001), Assaf Neto e Araujo (2004) e Peleias, Hernandez, Garcia e Silva (2007) abordaram a variedade de atuação e as competências que os profissionais devem possuir no desempenho da profissão.

Ao atender as demandas por artefatos e informações contábeis, o profissional evidencia sua importância em um amplo campo de atuação. Iudícibus (2001, p. 1) corrobora e ressalta a amplitude de atuação ao afirmar que a contabilidade possui metodologia própria para captar, registrar, acumular, resumir e interpretar os fenômenos que afetam a situação patrimonial, financeira e econômica das pessoas físicas ou jurídicas de qualquer natureza.

Uma possibilidade é ser empresário nas Organizações Contábeis (doravante OC), nas quais o profissional deve atuar com visão ampla, moderna e reparadora. Não deve ser um legislador, mas um tradutor das normas impostas por vários órgãos para aplicá-las de forma correta, orientando seus colaboradores e enviando informações corretas aos clientes.

Os serviços contábeis devem ser transparentes e os números resultantes, verdadeiros e confiáveis. O profissional deve obter e aplicar conhecimentos atualizados. Este perfil requer algumas características e atitudes tais como: iniciativa, liderança, criatividade,

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

autodesenvolvimento, agilidade, flexibilidade, gerir riscos, dominar outras línguas, conhecer informática, entre outras (Franco, 1999). As características, aliadas às técnicas contábeis, aumentam o leque de atuação do profissional, revelando uma promissora carreira.

Estas características são exigidas na Grande São Paulo, o principal centro econômico do país, situado no estado com o maior número de OC em atividade. Pelo exposto, busca-se a resposta à seguinte questão de pesquisa: *quais os atributos inerentes ao desempenho da profissão contábil de um grupo de sete empresários contábeis da Grande São Paulo?*

O objetivo central é identificar e analisar os atributos inerentes no desempenho da profissão contábil de um grupo de sete empresários contábeis da Grande São Paulo. Os objetivos específicos consistem em identificar, descrever e analisar: características das OC; características dos respondentes; o perfil de gestão das OC; estratégias adotadas para as OC; a trajetória profissional e o perfil empreendedor dos respondentes.

Há pesquisas sobre OC (Brundo, Macke, & Ghedine, 2004; Koonar, 2007; Liba, Robles, & Bacci, 2001; Matias & Carvalho, 2012; Nóbrega, Carvalho, Carvalho & Albuquerque, 2010; Peleias et al., 2007; Peleias, Castro, Cunha, & Segreti, 2011; Pereira, 2011; Schaefer & Peluchette, 1995; Silva & Solino, 2012). Entretanto, não foram localizados estudos sobre atributos requeridos para empresários contábeis, revelando uma lacuna a ser ocupada. Outra justificativa é a evolução da quantidade de OC com registros ativos no CFC entre 2004 e 2013, sintetizada na tabela 1.

Tabela 1 Evolução das OC no Brasil – 2004-2013.

Ano	Organizações contábeis			
	Sociedade	Empresário	Individual	Total
2004	21.172	0	46.835	68.007
2005	21.620	0	43.528	65.148
2006	21.421	0	44.194	65.615
2007	22.275	0	44.746	67.021
2008	23.341	0	46.039	69.380
2009	26.156	0	47.095	73.251
2010	27.552	1.759	46.972	76.283
2011	29.601	4.043	45.326	78.970
2012	31.020	6.250	43.829	81.099
2013	33.970	6.926	41.747	82.643

Fonte: Conselho Federal de Contabilidade.

A quantidade de OC aumentou em 21,5% no período. A quantidade constituída sob a forma individual diminuiu a partir de 2010, tendo aumentado a quantidade das constituídas como sociedades e empresárias. A edição da Resolução CFC nº 1.390 (2012) corrobora este movimento, contribuindo para a valorização deste segmento da profissão contábil.

2 Referencial Teórico

2.1 As Organizações Contábeis. Há vários tipos de empresas. As OC prestam serviços e fomentam o desenvolvimento econômico ao fornecerem informações para a tomada de decisões (Liba et al., 2001). Devem possuir registro nos CRC estaduais e seguir os preceitos do CFC. Figueiredo e Fabri (2000) relatam que o porte e a complexidade das OC varia por conta de: constituição da sociedade, ramo, gênero e porte dos clientes, serviços prestados, estrutura organizacional, qualificação dos profissionais, infraestrutura e colaboradores.

Segundo Thomé (2001), as OC de anos atrás eram diferentes das atuais em vários aspectos, a começar pelos seus nomes: *escritórios de contabilidade* ou *guarda-livros*. Aponta que atualmente são usadas as expressões *empresas de serviços contábeis* ou *empresa de contabilidade* para as sociedades e *escritório de contabilidade* para aquelas com um único proprietário. A tabela 2 a seguir sintetiza as características das OC.

Thomé (2001) relata que nas OC do passado, o serviço era feito pelos proprietários, com preocupação na atenção ao cliente, na execução dos trabalhos mais importantes e na

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

supervisão dos auxiliares. Relata que com o crescimento das empresas, as inovações tecnológicas e as novas exigências do ambiente de negócios, as OC reviram a forma de prestar serviços aos clientes. O trabalho pessoal do sócio foi substituído pelo dos colaboradores. O contabilista passou a atuar como empresário, dividindo seu tempo entre a supervisão, controle e fiscalização dos colaboradores e a gestão do negócio (Thomé, 2001).

Tabela 2 Características das organizações contábeis.

Autor	Características
Figueiredo e Fabri (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • Prestam serviços contábeis a pessoas físicas e jurídicas em várias atividades; • Geralmente são constituídas em forma de pessoas jurídicas; • Não se especializam em um ramo de negócio, atendem a vários simultaneamente; • Estruturadas de forma simples por setores/ departamentos onde uma pessoa realiza várias tarefas;
Liba et al. (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • A maioria se enquadra na categoria de pequeno e médio porte; • Prestam serviços de escrituração contábil e fiscal, rotinas de pessoal, encaminhamento de documentos, legalização de atos e registros, alteração e cancelamento das organizações em geral; • Subdivididas em especialistas ou generalistas, voltadas a certas atividades ou ramos empresariais; • Possuem uma estrutura familiar simplificada ou são organizadas em sociedades cujos sócios oferecem dedicação exclusiva.
Thomé (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Prestam serviços a pessoas físicas ou jurídicas em todos os ramos de atividade econômica; • Além dos serviços contábeis, podem assessorar seus clientes a gerir os empregados e o negócio • Sua estrutura é simples, devendo acompanhar a evolução tecnológica;
Cestari (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Prestam serviços a pessoas físicas ou jurídicas de vários ramos de atividade; • Na maioria das vezes dedicam-se a atender pequenos e médios clientes;
Lyra (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Geralmente são empresas pequenas com atenção dirigida a poucos clientes regionais, realizando atividades de escrituração fiscal, contábil, apuração de tributos e folha de pagamento; • Atendem pessoas físicas e jurídicas.

Peleias et al. (2007) ressaltam que, ao buscar o sucesso profissional, o empresário e empreendedor contábil deve desenvolver uma marca pessoal positiva para sua imagem. Elaborar e oferecer produtos e serviços diferenciados, identificar e entender as necessidades dos clientes, atualizar-se com as perspectivas e tendências da clientela. Figueiredo e Fabri (2000) corroboram esta opinião, afirmando que os serviços da OC devem ser prestados de acordo com a necessidade dos clientes. Koonar (2007) afirma que as OC devem oferecer aos clientes outros tipos de serviços além dos tradicionais de contabilidade.

Schaefer e Peluchette (1995) asseveram que o sócio de uma OC deve ser experiente. Este é um atributo importante, pois requer do indivíduo o conhecimento para aplicação prática, ajudando a adquirir atitudes e julgamentos necessários à atuação profissional. As OC não são apenas um elo entre governo e contribuinte, exercem várias funções como: auxiliar os clientes na gerência de seus colaboradores e orientar uma melhor forma de administrar seus negócios visando uma melhor lucratividade.

2.1.1 Estrutura e Funcionamento. A maioria das OC é formada na concepção da divisão do trabalho, por especialidade do serviço prestado, por setores ou departamentos (Spinelli, 2000). Gatti (2000) propôs entender a gestão moderna de uma OC pela análise das atitudes de seus sócios a cada década. A tabela 3 a seguir revela a visão de futuro do autor no início dos anos 2000, apontando a evolução das atitudes dos sócios das OC. Os empresários contábeis devem estar permanentemente atualizados para se manterem no ambiente de negócios.

Os serviços oferecidos pelas OC variam em decorrência das demandas dos clientes. Thomé (2001) afirma que as OC oferecem os seguintes serviços: escrituração fiscal; consultoria; contabilidade geral; contabilidade gerencial; administração de pessoal;

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

expediente (ou serviços comerciais); auditoria, perícia e assessoria.

A prestação de serviços contábeis de qualidade requer mão de obra qualificada. Os profissionais devem possuir conhecimentos de acordo com as atividades que irão realizar. Thomé (2001) descreve que o perfil dos colaboradores deve ser adequado à sua atuação esperada dentro da OC e sugere qualificações que os mesmos devem possuir, em função das áreas em que vierem atuar: contábil; de pessoal; fiscal; comercial e financeira.

Tabela 3 Atitudes dos sócios ao longo das décadas.

Administração anos 1970	Administração anos 1990	Administração depois do ano 2000
Experiência dos sócios	Os sócios buscavam a qualidade	Os sócios estarão conscientes de que devem trabalhar em equipe, pois sozinho ninguém chega a lugar nenhum
Sócios acomodados	Os sócios estavam curiosos	Os sócios estarão estudando
Sócios resistentes a qualquer mudança	Pretendiam implantar mudanças	Liderarão ou participarão de mudanças
Os conhecimentos da empresa eram calcados na experiência dos sócios e dos funcionários	Começavam a ter conhecimento da tecnologia	Os sócios buscarão conhecimentos globais do mercado, da ciência e de toda a tecnologia
Os sócios eram introvertidos	Eram competitivos	As empresas buscarão parcerias de clientes e trabalho

Fonte: Adaptado de Gatti (2000, p. 27).

As OC resultam da união de fatores materiais e humanos. Os materiais são a parte física: móveis, utensílios e tecnologia usada. Os humanos são as pessoas que trabalham nela e suas capacidades para realizar as atividades. Uma boa estrutura física e colaboradores qualificados permitem prestar os serviços nos prazos e condições contratadas, garantindo aos clientes a satisfação pelos serviços contratados.

2.2 Comportamento Empreendedor. O ato de empreender tem praticamente a idade do homem (Ângelo, 2003). Iniciou-se provavelmente quando um pedaço de osso tornou-se uma arma ou ferramenta. Greatti (2005), afirma que o espírito empreendedor é parte da história da humanidade e que a cultura empreendedora está enraizada na civilização. Emmendoerfer (2001) relata que o ser humano não nasce empreendedor, desenvolve essa característica no meio em que vive. Complementa que o ambiente, a época e o lugar afetam positiva ou negativamente essa característica.

A evolução do empreendedorismo no mundo permite relacionar o comportamento do empreendedor aos resultados positivos ou negativos de seu negócio. Campos (2007) afirma que o empreendedor busca as fontes de inovação e cria oportunidades. Cabe indagar qual a postura mais comum ao empreendedor, cujo comportamento é típico de pessoas diferenciadas, desassossegadas, com características específicas, tais como a motivação e a dinâmica. Dornelas (2012) afirma que empreendedores dedicados percebem oportunidades de negócio e têm como características a determinação e o otimismo.

O empreendedor consegue imaginar e desenvolver ideias a partir de um objetivo central. Pratica o aprendizado contínuo, pois as situações boas ou ruins trazem conhecimentos que geram novas ideias e resultados. A influência de fatores externos caracteriza o empreendedorismo, construído sob parâmetros psicológicos e demográficos, sob as perspectivas econômicas da região sede do empreendimento, de acordo com a descoberta das oportunidades, a exploração das mesmas e o aprimoramento organizacional requerido em formas estratégicas de atuação (Mello, Neves, Valenzuela, & Machado, 2010).

Ferreira, Santos e Serra (2010) relatam que o perfil empreendedor pode surgir: a) na família, influenciado por pais empreendedores; b) educacionalmente, pessoas instruídas empreendem mais. A formação permite ensinar, gerenciar os problemas e oferece

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

conhecimentos específicos à atividade da empresa; c) dos valores pessoais norteadores do comportamento. Os anseios do empreendedor definem seu posicionamento na sociedade, pois motivam a criatividade e a motivação; d) quanto à idade, a faixa dos trinta anos é a mais comum para empreender, pois a empreitada requer experiência; e) da experiência profissional prévia, que condiciona aspectos positivos e negativos, aqueles quando trata de áreas conhecidas do empreendedor e estes quando ocorre o contrário, culminando em situações de risco.

Os autores ressaltam que “[...] o empreendedor é definido em termos de comportamentos e atitudes, não de traços de personalidade ou outras características inatas” (Ferreira et al., 2010, p. 25). Relatam que o empreendedorismo surge da motivação gerada pelo desconforto e concluem que não se pode prever quem tem características do empreendedor, mas pode-se ver as características que se tem e quais competências faltam para ser empreendedor.

Cruz (2009) aponta que o líder empreendedor orienta estrategicamente os liderados ao invés de controlá-los, buscando compreender e explorar o potencial profissional das pessoas, usando meios para desenvolver empresa e colaborador. A noção empreendedora surge enquanto proprietário de um negócio ou gerente de um empreendimento.

O referencial teórico revelou a exposição do comportamento empreendedor sob uma série de características. O perfil empreendedor se compõe por um indivíduo fortemente motivado, capaz, dotado de adjetivos que o levam a apostar numa empreitada regida por riscos moderados e desafios diversos.

3 Abordagem metodológica

A investigação é qualitativa, feita para identificar e mensurar fenômenos subjetivos, envolvendo reflexões sobre as percepções, para obter um entendimento das atividades sociais e humanas. É descritiva, pois foi usada para identificar e obter dados sobre características de determinado problema ou questão (Collis & Hussey, 2005).

Realizou-se a pesquisa de campo com entrevistas presenciais, usando a técnica da história oral. Buscou-se obter os dados sobre o fenômeno de interesse (no caso, os atributos relativos à trajetória e ao perfil empreendedor dos sete entrevistados), da maneira como ocorre na realidade estudada. Houve a coleta de dados e o registro de variáveis presumivelmente relevantes, diretamente na realidade, para subseqüentes análises.

A história oral é um procedimento integrado a uma metodologia que privilegia entrevistas e depoimentos com pessoas que participaram de processos históricos ou viveram acontecimentos em sua vida privada ou coletiva (Delgado, 2006). O indivíduo é a fonte de dados, contando a história ou dando seu depoimento, sem ser ele próprio o objeto de estudo; a matéria prima do entrevistador é a narrativa do entrevistado; o pesquisador tenta aprender as relações sociais em que o fenômeno relatado e seu narrador estão inseridos (Lang, 1996). A história oral permite trazer vida para dentro da própria história (Thompson, 1992).

As entrevistas foram orientadas para recolher, com o interrogatório dos informantes, os dados para a pesquisa. O entrevistador deve controlar a ação, reconduzindo se necessário, o entrevistado ao objeto da entrevista (Cervo, Bervian, & Silva, 2007). Houve o contato prévio, sendo declarados os objetivos de pesquisa aos entrevistados, que aceitaram participar. Usou-se, nas entrevistas presenciais gravadas, um roteiro com questões sobre a administração da OC e as competências empreendedoras do entrevistado.

O roteiro de entrevista possui 13 perguntas abertas e 2 blocos. Os entrevistados tiveram liberdade para discorrer sobre o assunto perguntado. O bloco 1, com sete perguntas, levantou o perfil de administração da OC. O bloco 2, com seis perguntas, levantou o perfil empreendedor do entrevistado. A tabela 4, a seguir apresentado, sintetiza o roteiro.

As entrevistas foram gravadas e transcritas na íntegra, pois nada substitui a transcrição

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

completa (Thompson, 1992). A transcrição da totalidade das gravações foi feita de acordo com as orientações de Alberti (2005): ouviu-se uma parte da gravação para a familiarização do discurso; ouviu-se a construção das frases e realizou-se a transcrição. O material transcrito, respeitando o discurso original, foi remetido aos entrevistados, para a validação requerida.

Tabela 4 Perguntas do roteiro da entrevista.

Blocos	Perguntas
1 – administração da OC	1 – outros parentes seus trabalham na OC? Isto influencia a maneira de dirigi-la?
	2 – como você delega autoridade? O que você sente ao delegar?
	3 – como são as relações com os colaboradores?
	4 – o que você procura quando recruta ou seleciona pessoal?
	5 – qual estratégia você usa para desenvolver/conquistar clientes?
	6 – você elabora o planejamento estratégico na sua empresa? Por que ?
	7 – como você vê os competidores/ concorrência?
2 – perfil empreendedor do entrevistado	8 – o que você considera necessário para ter sucesso no seu setor de atividade?
	9 – o que considera essencial para ter sucesso no dia-a-dia? Isso de alguma forma explica o seu sucesso?
	10 – o que você diria para aqueles que iniciam seus negócios ou dirigem OC?
	11 – descreva o ambiente atual quanto às possibilidades de uma pessoa ter sucesso como empreendedor (empresarial, profissional)?
	12 – você se considera um empreendedor? Por que?
	13 – quais competências você possui e que considera importantes para ser empreendedor?

4 Apresentação e discussão dos resultados

Os sete empresários, sócios de OC de destaque na Grande São Paulo, convidados para participar da pesquisa estão informados na tabela 5.

Tabela 5 Empresários entrevistados.

entrevistados		empresas	
Nº	nome	razão social	site
1	Domingos O. Chiomento	DOC Consultoria Integral de Negócios	www.docontabilidade.com.br
2	Hatiro Shimomoto	King Contabilidade	www.grupoking.com.br
3	José M. C. Alcazar	Seteco Consultoria Contábil	www.seteco.com.br
4	José S. Abrantes	Orcose Contabilidade e Assessoria	www.orcose.com.br
5	Pedro E.Fabri	Flaumar Contabilidade e Assessoria	www.flaumar.com.br
6	Sebastião L. G. dos Santos	Gonçalves Assessoria Contábil	www.goncalvescontabil.com.br
7	Victor D. Galloro	Galloro & Associados	www.galloro.com.br

A escolha dos entrevistados considerou a representatividade e fatos comuns a eles no segmento das OC. Todos presidiram órgãos da profissão federais, estaduais e municipais: Conselho Federal de Contabilidade (CFC) (4); Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo (CRC-SP) (1, 2, 4, 5, 7); Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis do Estado de São Paulo (SESCON-SP) (1, 2, 3) e Sindicato dos Contabilistas de São Paulo (2, 6, 7). O entrevistado nº 2 foi deputado estadual por seis mandatos. A seguir estão descritas as falas consideradas mais importantes, na sequência dos entrevistados disposta na tabela 6. Logo após é feita a análise dos achados e o cotejo com a literatura pesquisada.

4.1 1º Bloco de Perguntas Sobre a Administração da Organização Contábil. A pergunta 1 indagou sobre o trabalho de parentes na OC e se essa relação influencia na maneira dela ser administrada: “*Outros parentes seus trabalham na OC? Isto influencia a maneira de dirigi-la?*”

Tabela 6 Respostas à 1ª pergunta do 1º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Trabalhar com parentes é interessante. Você cria confiança, uma credibilidade muito grande, quando eles estão afinados com o pensamento da diretoria”.</i>
2	<i>Tenho meu filho, ele é vice-presidente. Sim, influencia, principalmente porque ele é responsável pela parte administrativa financeira, e também na parte da tecnologia. É uma pessoa indispensável aqui. Ele já está há 25 anos na empresa.</i>

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

3	<i>Sim, parentes, os filhos. A esposa trabalhou aqui um bom tempo, cuidava do financeiro, hoje não trabalha mais. Essa participação não só influencia como influenciou, porque eu tenho dois momentos, quando a família não era presente, porque eram adolescentes, e quando a família chegou e abraçou a profissão. Então, sim, influenciou e influencia.</i>
4	<i>Eu tenho dois irmãos que trabalham aqui. E hoje tenho sobrinhos, alguns aí, primos, que por sinal demonstram muito valor. Não influencia. Eu me abstenho de tudo isso. A empresa tem um objetivo, servir os clientes da melhor maneira possível. Quem quer que seja não se adequou a isso, a probabilidade dele ser dispensado é muito grande.</i>
5	<i>Sim, tem um filho meu que já está comigo há vinte anos, hoje é meu sócio e o principal gestor da nossa empresa. É claro que o fato de eu ter o meu filho aqui influencia em muito, as vezes ajuda as vezes até atrapalha, porque trabalhar com parente é difícil.</i>
6	<i>A gerente tem um grau de parentesco, começou comigo basicamente, hoje a empresa tem mais de 28 anos no mercado. A minha gerente tem um amplo conhecimento em todas as áreas, o que facilita muito o crescimento contínuo da empresa.</i>
7	<i>Sim. Minha esposa trabalha, é minha sócia, e eu tenho mais três sócios que são meus filhos. Influencia lógico que influencia, porque todos têm as suas responsabilidades e me cabe cobrar essas responsabilidades.</i>

Em todas as OC trabalham parentes dos proprietários: irmãos, esposas e filhos. Essas pessoas ocupam cargos relevantes, o que pode influenciar na maneira dos proprietários administrá-las. O entrevistado nº 4 declarou que a família não influencia na administração. Confirma-se, parcialmente, a afirmação de Liba et al. (2001), que as OC possuem como característica uma estrutura familiar simplificada. Infere-se ainda a possibilidade de que os parentes possam ser influenciados pelo perfil dos fundadores, na forma apontada por Ferreira et al. (2010).

A pergunta 2 indagou sobre delegação de autoridade: “Como você delega autoridade? O que você sente ao delegar?”

Tabela 7 Respostas à 2ª pergunta do 1º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Delego muita coisa, mas têm coisas que, não sei a alma da gente, o espírito da gente, o perfil da gente é completar aquilo que você delegou. Eu me sinto à vontade em delegar.</i>
2	<i>O modelo que eu criei desde o início foi o da descentralização. Eu não poderia fisicamente atender a todos, por isso desde o início fui acrescentando funcionários.</i>
3	<i>Um líder que não delega autoridade não é líder. Se você centraliza tudo na sua pessoa, você fica limitado o crescimento, ao tamanho e à capacidade dos seus recursos físicos.</i>
4	<i>Você acredite se quiser, é o que eu mais gosto de fazer.</i>
5	<i>Eu delego isso tranquilamente.</i>
6	<i>Muita tranquilidade. Primeiro, quando eu delego a responsabilidade, concomitantemente delego também autoridade aos responsáveis. Eu delego para as pessoas que eu tenho confiança aliado a capacidade profissional das mesmas.</i>
7	<i>Fico aliviado, porque antigamente era tudo comigo. Eu fico mais aliviado.</i>

Os entrevistados relataram sentir-se à vontade para delegar poderes e exercer suas lideranças. Complementam que, para delegarem autoridade, as pessoas precisam demonstrar confiança e capacidade profissional para resolver os problemas que surgem. Confirma-se a afirmação de Cruz (2009), de que o líder empreendedor é capaz de orientar estrategicamente os empregados ao invés de controlá-los, compreendendo e explorando seu potencial, com meios que desenvolvam empresa e funcionário.

A pergunta 3 indagou sobre a relação com os colaboradores: “Como são as relações com os seus colaboradores?”

Tabela 8 Respostas à 3ª pergunta do 1º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Ao longo de 47 anos eu imagino que já passaram por aqui cerca de mil colaboradores. Quantas reclamações trabalhistas ao longo desses 47 anos? Seis. Então esse é um índice que dá pra se refletir como é o comportamento com os colaboradores.</i>
2	<i>Uma vez por mês vou à sala de treinamento, uso a palavra para transmitir conhecimento a todos e os</i>

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

	<i>diretores, coordenadores e gerentes estarão sempre lá.</i>
3	<i>É uma relação de igualdade, não tem diferença, há respeito e limites dentro da hierarquia, mas no dia a dia, somos iguais, seres humanos, não há diferença, cada um com o seu papel e uma missão a ser cumprida. A autoridade deve ser prevalectida, no momento certo, quando se passar a linha divisória dos respeitos mútuos.</i>
4	<i>O relacionamento é bom, mas as oportunidades são poucas pra mim pessoalmente. A gestão hoje é feita pelos meus três sócios. Eu diria que a relação é muito boa.</i>
5	<i>Eu sou até suspeito para falar, mas nesses quarenta e dois anos que eu estou aqui nós não temos uma reclamação trabalhista. Eu me orgulho muito disso.</i>
6	<i>Eu sempre os tratei com o maior respeito possível, procurando participar da vida pessoal deles, de alguma forma. Minha relação com eles é das melhores possíveis. Eles falam que eu não sou um patrão, mas um pai pra eles. Mas é um pai que eles têm respeito, e eu também tenho muito respeito por eles.</i>
7	<i>Nós temos um ambiente cordial aqui no escritório. As pessoas normalmente gostam do ambiente, é um fator também que as pessoas permanecem conosco durante muitos anos.</i>

Os entrevistados relataram uma boa relação pessoal e profissional com os empregados, em um ambiente de trabalho agradável e de liberdade, onde suas opiniões são escutadas e analisadas para melhorar a gestão da OC. Declararam ser uma relação de igualdade, dentro da hierarquia da OC. Confirma-se a afirmação de Gatti (2000), de que as atitudes dos sócios nos anos 1970 eram de resistência às mudanças e baseadas em suas experiências e que, a partir dos anos 2000, estão mais conscientes para trabalhar em equipe, liderando e participando de mudanças. Dois entrevistados relataram estarem mais distantes da relação profissional direta com os empregados e que esse contato é feito pelos gestores dos departamentos.

A pergunta 4 indagou sobre recrutamento e seleção de colaboradores: “*O que você procura quando recruta e/ou seleciona pessoal?*”

Tabela 9 Respostas à 4ª pergunta do 1º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Nós temos duas maneiras de recrutar colaboradores. Primeiro os que são jovens e que a gente percebe pelo feeling que podemos investir bastante nesse colaborador. Outra forma é de pegar colaboradores que trabalharam em escritório de contabilidade.</i>
2	<i>Primeira coisa é se enquadra no nosso perfil, questão de palavra, honestidade, pessoa que se atrasa, não se veste bem, tudo isso é avaliado para as pessoas entrarem aqui.</i>
3	<i>A gente procura disciplina, dedicação, a pessoa que seja comprometida com qualidade e está buscando o aperfeiçoamento cultural, profissional, e que goste da profissão.</i>
4	<i>Eu tenho uma pessoa de recursos humanos interna, pra cuidar desse setor e contratei uma especialista, uma psicóloga, da área de recursos humanos externa.</i>
5	<i>O meu pessoal procura saber primeiro a pessoa em si, o ser humano, porque eu acho que é mais fácil você ensinar o serviço para a pessoa do que ensinar ela a ser gente.</i>
6	<i>Primeiro eu vejo o perfil da pessoa, o ser humano, agora o profissional, isso ele vai ter que apresentar.</i>
7	<i>Caráter. Caráter é importante, o profissional deve ter, mas também se a pessoa tem interesse em progredir. Se a pessoa não tem pensa em progredir, nós não contratamos.</i>

As falas revelam que as características buscadas nos novos colaboradores das OC são: pessoas jovens, com vontade de crescer, que gostem da profissão, honestos, dedicados e alinhados ao perfil da OC. Confirma-se a fala de Thomé (2001), ao relatar para que a prestação de serviços de qualidade pela OC requer o perfil dos colaboradores adequado ao departamento em que atuarão. Brundo et al. (2004) abordaram a lógica da competência, analisando o *gap* existente entre as competências individuais necessárias e as competências atuais dos profissionais que atuam OC de Porto Alegre, RS.

A experiência anterior fica segundo plano, pois o serviço será aprendido ao longo do tempo. Relataram a atual dificuldade em encontrar mão de obra qualificada.

A pergunta 5 indagou sobre estratégias para desenvolver ou conquistar novos clientes: “*Qual estratégia você usa para desenvolver/conquistar clientes?*”

Tabela 10 Respostas à 5ª pergunta do 1º bloco.

Nº	Fala selecionada
----	------------------

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

1	<i>Nosso escritório tem a felicidade de nunca ter saído a campo para angariar clientes. Desde o início, quando nós montamos nosso escritório em casa, todos os clientes que foram vindo, eles foram vindo por indicação, foram vindo por boca-a-boca. Até hoje o perfil do nosso escritório se mantém dentro dessa filosofia.</i>
2	<i>Parece incrível, não uso muito não. Anunciar que nós estamos aqui trabalhando, que é uma empresa de contabilidade diferenciada. Essa é a estratégia, não tem propaganda. O mais é o tête-à-tête, o próprio cliente nosso que indica.</i>
3	<i>A estratégia é primeiro, preservar sempre a prestação de serviços centrada no comportamento ético, o exercício da profissão como determinam os nossos regimentos, oferecer ao cliente algo a mais do que ele precisa. Então a captação de novos clientes se dá primeiro por aquele cliente que você já tem, atender bem, preservar pela qualidade, preservar pela ética.</i>
4	<i>Em algumas pesquisas, a gente percebe que os clientes vêm por indicação de outros. É a grande maioria. Então o que a gente tenta ter no mercado é um nome idôneo, saber que não sacaneia ninguém. Então o boca a boca ainda é o melhor negócio.</i>
5	<i>Olha nós somos bem conservadores, assim como eu acho que a maioria das empresas de contabilidade, o nosso marketing é pobre, a gente não tem muita visão de marketing, então é a indicação de outro cliente, você atende bem um cliente e esse cliente com certeza vai falar bem de você vai te indicar em uma conversa entre eles empresários.</i>
6	<i>Bem, a melhor estratégia que você tem é você prestar um bom trabalho. Todos os casos que vieram aqui foi por indicação.</i>
7	<i>Normalmente é por indicação. Boca a boca. 90% por indicação.</i>

As OC não adotam estratégias de marketing para atrair e conquistar novos clientes. São usadas poucas formas de publicidade; prevalecem as indicações dos antigos. Relatam que a indicação ocorre por oferecerem serviços de qualidade e comportamento ético. Confirmam-se os achados de Peleias et. al (2007) com 259 OC de São Paulo, apontando o uso embrionário e intuitivo de instrumentos de marketing no setor e que os empresários contábeis poderiam adotar esses instrumentos como mais um elemento de apoio ao negócio, valorizando os serviços. Pereira (2005) propôs um modelo de reestruturação das OC, reiterando que o uso do marketing em OC é condição requerida para aumentar a lucratividade.

A pergunta 6 indagou sobre o planejamento estratégico: “*Você elabora o Planejamento Estratégico na sua empresa? Por quê?*”

Tabela 11 Respostas à 6ª pergunta do 1º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Desde o primeiro dia. Aqui, sempre tivemos um assessor, um consultor de fora. Que ele vem com os olhos de fora para dizer o que ele pensa a respeito das nossas estratégias.</i>
2	<i>“Nós fazemos reuniões semanais. Essa é a estratégia administrativa de planejamento”.</i>
3	<i>Sim, a linha mestra é planejamento estratégico. Saber o que queremos, onde desejamos chegar e de que forma chegar.</i>
4	<i>Eu participo da reunião principal. Quando vai pro papel, ele é discutido pelo grupo e todos participam da discussão pra ter uma abordagem estratégica dos objetivos.</i>
5	<i>Sim, sim, nós fazemos o planejamento estratégico. A gente decide isso entre os diretores da empresa. Nós fazemos um planejamento no mínimo para dois anos.</i>
6	<i>Eu faço todo um planejamento aqui, pois nós temos datas pra tudo e temos vários objetivos a serem alcançados.</i>
7	<i>Sim. Sempre estamos conversando, sempre é discutido, é planejado, o crescimento, ou diminuição, ou uma constância de cliente, sempre é discutido.</i>

Os entrevistados declararam elaborar o planejamento estratégico, em reuniões com outros gestores, para discutir o desenvolvimento das atividades. Reputam o planejamento estratégico importante, para definir os caminhos a seguir para uma melhor prestação de serviços aos clientes, aumentando sua rentabilidade. Confirma-se a assertiva de Kotler (1992), para quem o planejamento estratégico é um processo gerencial para orientar e reorientar os negócios e produtos da empresa para gerar lucros e crescimento satisfatórios; porém, difere dos achados de Peleias et al. (2011), sobre o posicionamento e a implementação do planejamento estratégico em cinquenta OC de São Paulo, constatando que a maioria dos

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

entrevistados o consideram importante; porém sem efetiva intenção de implementá-lo.

A pergunta 7 indagou sobre a concorrência “*Como você vê os competidores/concorrência?*”

Tabela 12 Respostas à 7ª pergunta do 1º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Não tem, não tem. Em escritório de contabilidade não tem competição. Eu não vejo na nossa atividade, dentro da nossa filosofia, na grande São Paulo, competição.</i>
2	<i>Como dirigente sindical da classe, não vemos como competidores nunca, e sim como colegas de profissão. Então não vejo como competidores.</i>
3	<i>A visão o que a gente aprendeu com o tempo é que não existe concorrência entre os profissionais de contabilidade, acho que quanto mais nós estivermos juntos nas entidades que representam a profissão, as associações, debatendo assuntos de nosso interesse, todos nós vamos crescer e aprender mais rápido.</i>
4	<i>Os concorrentes são gente que está se aperfeiçoando cada vez mais. Eu os vejo como outras fontes, células iguais a minha, querem crescer, querem trabalhar direito.</i>
5	<i>Eu não vejo como competidores, eu vejo como parceiros.</i>
6	<i>Essa é a maior briga que eu tenho, uns fingem que fazem, outros fingem que pagam. Então eu diria, que o maior problema é essa concorrência desleal, pessoas desqualificadas, pessoas que concorrem fazendo barato para pegar o cliente.</i>
7	<i>Não são concorrentes, são empresas do mesmo ramo de atividade. Na área de contabilidade temos empresas congêneres. Não temos preocupação com as congêneres.</i>

Cinco entrevistados relataram não considerar outras OC como concorrentes e sim como parceiros de profissão. Dois dizem haver concorrência, cada qual buscando uma parcela do mercado. Relataram haver profissionais despreparados e mal intencionados, ofertando serviços baratos e de má qualidade, denegrindo a profissão. Confirma-se o estudo de Nobrega et al. (2010) sobre a satisfação de 306 gestores do varejo de Sousa, PB, quanto à qualidade dos serviços contábeis oferecidos, tendo constatado que confiança, imagem, pontualidade, agilidade e presteza no atendimento são atributos importantes na OC e em seus profissionais.

4.2 2º Bloco de Perguntas Sobre o Perfil Empreendedor dos Entrevistados. A pergunta 8 indagou sobre o que é preciso ter sucesso dentro da profissão contábil: “*O que você considera necessário para ter sucesso no seu setor de atividade?*”

Tabela 13 Respostas à 8ª pergunta do 2º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Você tem que estar informado 24 horas por dia, porque aí você tem tempo de imediatamente tomar todas as providências e o benefício para o seu cliente.</i>
2	<i>São vários fatores. Mas uma das coisas é a filosofia empresarial. Tem que ter um norte que é a filosofia da empresa. Esse é um dos fatores.</i>
3	<i>Muita luta, persistência e perseverança. Olhar a médio e longo prazo acreditando sempre, que a estabilidade virá por um caminho lastreado por linhas da dignidade.</i>
4	<i>Ter conhecimento, se dedicar de corpo e alma. A dedicação, honestidade e a seriedade, essas três variáveis são importantes em qualquer crescimento.</i>
5	<i>Ser um cara sério, credibilidade, credibilidade e mais credibilidade. Nós precisamos estar super atualizados, portanto basicamente você tem que ser competente, estudioso, dedicado, e aí vem a parte de credibilidade e ética, duas coisas que caminham juntas.</i>
6	<i>Eu acho que é conhecimento, eu procuro estar sempre atualizado. Eu participo de todos os congressos, até mundiais. Você tem que estar permanentemente atualizado se quiser ter sucesso, eu sempre estou no meio dos profissionais e das entidades contábeis.</i>
7	<i>Coragem. A pessoa não pode ser medrosa. Não pode ser louca também, mas não pode ser medrosa. Muita, muita persistência. Eu estou sempre persistindo em me atualizar. Conhecimento é importante.</i>

As características necessárias relatadas para o sucesso na atividade são: conhecimento, atualização permanente, competência ao realizar as atividades, honestidade, seriedade, luta, dedicação e persistência. Confirma-se a literatura. Dornelas (2012), afirma que os empreendedores são dedicados, percebem oportunidades de negócio e são perceptivelmente determinados e otimistas. Ferreira et al. (2010), citam a iniciativa; dedicar tempo e esforço ao objetivo e independência. Mirshawka (2004) ressalta o bom preparo intelectual, tornar-se um

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

pesquisador dos assuntos de seu negócio e ter uma atitude positiva.

A pergunta 9 indagou sobre características essenciais para ter sucesso no dia-a-dia como empresário contábil: “O que considera essencial para ter sucesso no dia a dia? Isso de alguma forma explica o seu sucesso?”

Tabela 14 Respostas à 9ª pergunta do 2º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>O essencial eu acho que pra gente ter sucesso no dia a dia depende única e exclusivamente de você. A ética eu acho que é importante. A medida que as pessoas passam a ter confiança na gente, pelo nosso comportamento ético, eu acho que o sucesso se multiplica, é consequência.</i>
2	<i>Resumindo, seriedade. Cumprir os compromissos e deixar os clientes contentes.</i>
3	<i>Muita luta, persistência, perseverança um caminho sempre lastreado por linhas da dignidade.</i>
4	<i>Seriedade, ter a preocupação de nunca dar prejuízo a ninguém. O cara tem que ter seriedade sempre acima de tudo.</i>
5	<i>Dedicação, eu acho que nunca medi tempo de trabalho, sempre me dediquei, 24 horas no ar. Eu mergulho no que eu faço. Eu acho que essa dedicação é que me fez ter um certo sucesso. O cliente sabe que pode contar comigo.</i>
6	<i>Eu volto novamente, pela ética, pela honestidade, pelo conhecimento, estar sempre atualizado. Eu acho que isso é fundamental. E se a pessoa não tem isso, não evolui.</i>
7	<i>Eu acho o empreendedorismo importantíssimo. É a vontade de atender bem e fazer bem o que se propõe. Essa vontade é a melhor coisa que existe pra crescer e ter sucesso.</i>

As características essenciais relatadas para atingir o sucesso são: agir dentro de princípios éticos; seriedade e honestidade com os clientes; confiança, persistência e perseverança. Entendem o sucesso como uma consequência para os possuidores dessas características. Confirma-se a fala de Gatti (2000), ao afirmar que a moderna gestão das OC depende da evolução das atitudes de seus sócios ao longo do tempo, deles requerendo constante atualização para continuarem no ambiente de negócios.

A pergunta 10 buscou conselhos para as pessoas que iniciam, possuem ou dirigem OC: “O que você diria para aqueles que iniciam seus negócios ou dirigem OC?”

Tabela 15 Respostas à 10ª pergunta do 2º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Quem inicia o negócio precisa ter muita firmeza, estar determinado, ter certeza que vai ser um excelente profissional. Tem que olhar não o bolso. O bolso é o último que ele tem que olhar, ele tem que olhar o bolso do cliente, estar sempre colocando dinheiro no bolso do cliente. Porque o dele vem automaticamente.</i>
2	<i>Acredite em Deus que nós somos filhos de Deus, que nós somos orientados por ele, e que tenha entre pessoas de suas admirações, gurus, que reze diariamente chamando pelo nome, pedindo bênção, orientação.</i>
3	<i>Esse é um momento interessante. É uma excelente oportunidade para os estudantes. Não falta emprego para um contador. Um contador que estuda, que se dedica, ele tem emprego a qualquer momento, o bom profissional não fica desempregado. Então diria que não existe profissão melhor do que a nossa em termos de oportunidade.</i>
4	<i>Realmente que eles tenham muita dedicação, seriedade no que fazem, Não tem milagre, é uma atividade conservadora e o conservadorismo dá mais trabalho. A área contábil tem pleno emprego para os competentes. Sempre tem algo que pode ser melhorado. É uma profissão muito trabalhosa. Na área contábil não há sucesso sem trabalho.</i>
5	<i>Acreditem. É uma profissão que tem menos glamour, mas que traz muita satisfação e muito dinheiro. Durante a minha vida profissional eu nunca busquei muito o dinheiro, eu sempre busquei uma satisfação profissional, o dinheiro veio naturalmente, uma consequência. Aprendam, não façam somente o seu trabalho, olhem o que o vizinho está fazendo, aprenda com ele, aprenda outro serviço que não é teu, leia outros assuntos que não são seus, seja um cara de cultura, interessado. Então o segredo do sucesso dessa turma que esta começando agora é ter um pouquinho mais de perseverança, dedicação, comprometimento, as pessoas não estão comprometidas com o trabalho.</i>
6	<i>Primeiro que eles se preparem bastante, primeiramente qualidade, que eles tenham hoje no mínimo o inglês e o espanhol de preferência fluente. Fazer investimento em conhecimento, principalmente na parte da comunicação, procurar ler bastante, estudar, se aperfeiçoar e focar, eu diria hoje até numa</i>

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

	<i>especialização dentro da própria área contábil. Não queira ser generalista procura se aprimorar em determinados focos.</i>
7	<i>Para aqueles que estão começando é muito importante conhecer bem o código de ética do contabilista. Trabalhar com persistência, estudar, ser bastante atento nas suas responsabilidades, com precisão, porque o profissional tem valor se ele for um profissional preciso. Um profissional que não assume as suas responsabilidades, realmente não consegue ter sucesso pleno. Então se a pessoa for uma pessoa capaz, responsável e assumir o que contratou, o que prometeu, finalmente ele vai ter sucesso.</i>

Os conselhos oferecidos para se dirigir OC são: dedicação, determinação, seriedade, comprometimento, conhecimento, atualização permanente, falar outro idioma e gostar do que faz. Enfatizaram o excelente momento com muitas oportunidades de trabalho. Reforçaram a crença na profissão e não apenas no aspecto financeiro, uma consequência natural. Confirmase a fala de Dornelas (2012), que empreendedores são pessoas dedicadas, percebem oportunidades de negócio e tem como características aparentes a determinação e o otimismo.

A questão 11 indagou sobre as possibilidades de a pessoa ter sucesso como empreendedor: “*Descreva o ambiente atual quanto às possibilidades de uma pessoa ter sucesso como empreendedor (empresarial, profissional)?*”

Tabela 16 Respostas à 11ª pergunta do 2º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Pela minha experiência ao longo dos anos. Isoladamente, sozinho, é muito difícil. Aí eu vou montar um escritório, vamos supor. Eu acho muito difícil, sozinho, individualmente.</i>
2	<i>Desonestamente mais fácil. Não há denúncia, não há critérios de fazer levantamento das falcatruas, e tem muita gente crescendo.</i>
3	<i>Está fácil hoje. Acho que é uma questão de você acreditar. Tem que ter fé, acreditar naquilo que você acredita, se convencer daquilo que você acredita, com amor, ir pra luta e não ter medo das primeiras dificuldades não, superar dificuldades.</i>
4	<i>Hoje o espaço é outro. A economia e a tributação estão mais complexas, você precisa pelo menos de três caras no início, ou dois ou três, dois já dá pra fazer, ser uma parceria. Você não vê hoje escritórios contábeis começando com um cara só. É quase impossível o cara ser competente em tudo. Mas se juntar duas pessoas competentes, que se dediquem, que deem tempo ao tempo, não tem como não ter sucesso.</i>
5	<i>Está mais difícil. Eu comecei sem cliente, sem nada, de porta em porta, levando cartãozinho, eu acho que hoje se o sujeito quiser montar uma empresa de contabilidade ele deve primeiro trabalhar em um bom escritório de contabilidade, trabalhar em uma empresa de auditoria se possível, reunir todas essas experiências e depois sim montar uma empresa de contabilidade um pouco mais estruturada. Eu penso que hoje esse caminho que eu trilhei não está muito fácil para se trilhar. Hoje você não consegue se não tiver softwares, sistemas, você tem que investir coisa que no passado era só ter um pouco de inteligência.</i>
6	<i>O sucesso está muito atrelado ao conhecimento e às oportunidades. Têm pessoas que têm tudo isso e falta um pouquinho de sorte. Apesar que a sorte anda sempre atrelada ao trabalho. Eu vejo assim, trabalho, conhecimento, conhecimento contínuo, se você aplicar isso e você procurar ser transparente e ético, você tem tudo pra dar certo.</i>
7	<i>O empreendedor tem que querer as coisas, precisa ter uma meta pra ser atingida, e essas metas sempre devem ser renovadas. Tem que ser um líder, saber respeitar as pessoas, ter uma ética de relacionamento, eu acho que 50% do sucesso é pela postura da pessoa, pelo relacionamento da pessoa, pela observância da ética pessoal e também profissional, e ter um bom conhecimento.</i>

Para quatro entrevistados, atualmente é mais difícil ter sucesso, pois o mercado está mais complexo, com várias obrigações a exigirem alto conhecimento do empreendedor. Para um deles está mais fácil, basta acreditar e se convencer no que se acredita, não ter medo e superar as dificuldades. Dois deles afirmam que depende das oportunidades que surgem.

A pergunta 12 indagou se o entrevistado se considera um empreendedor: “*Você se considera uma pessoa empreendedora? Por que?*”

Tabela 17 Respostas à 12ª pergunta do 2º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Eu acho que sou empreendedor por excelência e com honestidade.</i>
2	<i>Sim. Sempre.</i>
3	<i>Eu me considero um empreendedor de sucesso, com muita luta, persistência e perseverança.</i>
4	<i>Eu acho que de onde eu partir pra o que eu fiz, com certeza respondo que sim.</i>

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

5	<i>Sim, sim. Porque estou buscando sempre desafios.</i>
6	<i>Eu me considero. Eu sou uma pessoa muito articulada, eu vejo muito negócios.</i>
7	<i>Eu acho que sim, ainda sou.</i>

Todos se declaram empreendedores, pelas seguintes razões: procuram novos desafios; apesar da idade procuram planejar e empreender algo novo; começaram as empresas de forma pequena e hoje ocupam um lugar de destaque dentro da profissão. Confirmam-se os achados de Matias e Carvalho (2012) ao constatarem que 84% dos empresários contábeis estudados em Belo Horizonte, MG, possuem quatro competências empreendedoras melhor desenvolvidas: capacidade para estabelecer metas; iniciativa para buscar novas informações; busca de novas oportunidades e comprometimento pessoal. De forma análoga, Silva e Solino (2012), analisaram prestadores de serviços contábeis da cidade de Natal, RN, constatando que o perfil desses profissionais é inovador, realizador e implementador de visões, autoconfiante, agente de mudanças e estimulador do crescimento econômico.

A pergunta 13 indagou sobre as competências necessárias ao empreendedor: “*Quais competências você possui e que considera importantes para ser empreendedor?*”

Quatro 18 Respostas à 13ª pergunta do 2º bloco.

Nº	Fala selecionada
1	<i>Competência minha é eu ser ético politicamente. Eu acho que para ser empreendedor, as pessoas precisam confiar em você, se o pessoal não confiar em você, eu acho que você não tem credibilidade para os desafios. Então a ética é fundamental.</i>
2	<i>Olha, a resposta é simples. Ser profissional e honesto. O resto todos tem. Esse é o caminho do sucesso, em qualquer área, não precisa ser só da contabilidade.</i>
3	<i>A minha competência é não levantar uma bandeira sem conhecimento de causa. A outra habilidade é que eu não entro numa discussão sem conhecimento de causa.</i>
4	<i>Esforço, sacrifício para atingir o sucesso. Sem perder o respeito por todos, dedicação, honestidade, seriedade. Essas variáveis são importantes em qualquer crescimento.</i>
5	<i>Eu acho que honestidade, basicamente a honestidade.</i>
6	<i>Ética, honestidade, conhecimento, estar sempre atualizado. Eu acho isso fundamental.</i>
7	<i>Força de vontade, persistência, coragem, ponderação, e falar não quando necessário.</i>

Os entrevistados declararam como competências importantes e por eles possuídas para ser empreendedor são: ter ética, honestidade, conhecimento, esforço, dedicação, persistência e atualização permanente. Confirma-se a literatura. Ferreira et al. (2010) afirmam que o empreendedor é definido em termos de comportamentos e atitudes, não de traços de personalidade ou outras características inatas. Para Emmendoerfer (2001), o ser humano não nasce empreendedor, desenvolve a característica no meio em que vive, pois o ambiente, a época e o lugar podem influenciar positiva ou negativamente nessa característica.

5 Considerações finais e possibilidades futuras

Esse trabalho relata resultados obtidos em uma pesquisa para identificar e analisar atributos considerados importantes no desempenho da profissão contábil por um grupo de empresários contábeis de destaque da grande São Paulo. A pesquisa de campo, feita por meio de entrevistas, buscou identificar opiniões e vivências sobre seus perfis, propiciando novas reflexões. O questionário possui dois blocos de perguntas.

As perguntas do bloco 1 revelaram que: em todas as OC trabalham parentes dos proprietários em cargos de relevância, o que para a maioria influencia na gestão da OC; há delegação de autoridade, uma característica de liderança; existe boa relação profissional entre sócios e empregados, em um ambiente de trabalho agradável e de liberdade; o recrutamento privilegia os jovens, honestos, dedicados, com vontade de crescer, que gostem da profissão e alinhados ao perfil das OC. A experiência fica em segundo plano, pois os serviços serão aprendidos com o tempo; não há estratégias de marketing declaradas e os novos clientes são conquistados por indicações dos antigos; ocorre o planejamento estratégico, com reuniões periódicas com os gestores das OC; as outras OC são consideradas parceiras na profissão, não

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

concorrentes. Foi apontada a existência de profissionais despreparados, oferecendo serviços baratos e de má qualidade, desvalorizando a profissão.

As perguntas do bloco 2 revelaram que: as características requeridas ao sucesso no segmento são: conhecimento, manter-se atualizado, competência, honestidade, seriedade, luta, dedicação e persistência; as características que explicam o sucesso dos entrevistados são: agir com ética; seriedade e honestidade com os clientes; confiança, persistência e perseverança; entendem que o profissional passa por um bom momento com várias oportunidades e que não se deve olhar apenas o dinheiro, pois é uma consequência natural; quatro deles consideram que está mais difícil ter sucesso como empreendedor devido a complexidade do mercado, um acha que está mais fácil, basta acreditar e se convencer daquilo que se deseja, dois acham indiferente, pois depende de se estar preparado para agarrar as oportunidades que surgem; todos se consideram empreendedores, por questões como: buscar novos desafios, sempre planejar e empreender algo novo e começaram suas empresas de forma pequena e hoje ocupam lugar de destaque na profissão.

Considera-se que os objetivos propostos foram alcançados e que as respostas dos entrevistados revelam características e perfis inerentes ao desempenho da profissão, tais como: iniciaram as organizações de forma simples, em torno de um ambiente familiar; são estruturadas de forma departamentalizada delegando poderes; atingiram com muito trabalho, dedicação e persistência lugar de destaque dentro da profissão contábil; executam as atividades pautados na ética, honestidade e seriedade; procuram novos desafios e empreendimentos e possuem como meta a valorização da profissão contábil.

Pela importância do tema e a riqueza das entrevistas efetuadas sugere-se realizar novas pesquisas para identificar atributos importantes no desempenho da profissão contábil em outras regiões, podendo ser efetuadas comparações posteriores com essa pesquisa.

Referências

- Abrantes, J. S. (2013, maio). *José Serafim Abrantes: entrevista concedida*. São Paulo. Arquivo eletrônico (2h50min18)..
- Alberti, V. (2005). Histórias dentro da história. In: C. B. Pinsky (Org.). *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto. pp. 155-202.
- Alcazar, J. M. C. (2013, maio). *José Maria Chapina Alcazar: entrevista concedida*. São Paulo. Arquivo eletrônico (1h55min07 min).
- Ângelo, E. B. (2003). Empreendedorismo: a revolução do novo Brasil. *Revista de Economia & Relações Internacionais*, 1(2), 37-48, 2003. Recuperado em 6 junho, 2013, de http://www.faap.br/revista_faap/rel_internacionais/empreendedorismo.htm
- Assaf Neto, A., & Araujo, A. M. P. (2004). *Introdução à contabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Belkaoui, A. R. (2004). *Accounting theory* (5nd ed.). London: Business Press, Thomson Learning.
- Brundo, A. S., Macke, J., & Ghedine, T. (2004, outubro). Um estudo exploratório-descritivo das competências individuais em empresas de serviços contábeis de Porto Alegre. *Revista Eletrônica de Administração – REAd*, 10(5). Recuperado em 22 julho, 2012, de http://www.read.ea.ufrgs.br/edicoes/pdf.php?cod_artigo=296&cod_edicao=41&cod_lista_edicao=41
- Campos, E. V. (2007). *As características do comportamento empreendedor*. Recuperado em 9 abril, 2012, de <http://guaiba.ulbra.tche.br/pesquisa/2007/artigos/administracao/302.pdf>
- Cervo, A. L., Bervian, P. A., & Silva, R. *Metodologia científica* (6a ed.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Cestari, H., Jr. (2002). *Gestão contábil no ciclo de vida das pequenas empresas*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

- Chiomento, D. O. (2013, abril). *Domingos Orestes Chiomento: entrevista concedida*. São Paulo. Arquivo eletrônico (1h46min11).
- Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de Graduação e Pós-Graduação* (2a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Conselho Federal de Contabilidade. (1983). *Resolução CFC n. 560, de 28 de outubro de 1983*. Dispõe sobre as prerrogativas profissionais de que trata o Artigo 25 do Decreto-Lei nº 9.295, de 27 de maio de 1946. Recuperado em 15 setembro, 2011, de www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES_560.doc
- Conselho Federal de Contabilidade. (2012). *Resolução CFC n. 1.390, de 30 de março 2012*. Dispõe sobre o Registro Cadastral das Organizações Contábeis. Recuperado em 12 maio, 2012, de http://www.crcsp.org.br/portal_novo/legislacao_contabil/resolucoes/Res1390.htm
- Cruz, R. R. N. (2009). *Análise da motivação dos empreendedores do novo paradigma do Século 21: um estudo de caso com empreendedores do primeiro, segundo e terceiro setor de Brasília*. Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.
- Delgado, L. A. N. (2006). *História oral – memória, tempo, identidades*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Dornelas, J. C. A. (2012). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios* (3a ed. rev. atual.) Rio de Janeiro: Campus.
- Emmendoerfer, M. L. (2001, março). As transformações na esfera do trabalho no final do século XX: Uma abordagem histórica e contingencial da questão do emprego e dos sindicatos. *Revista de Ciências da Administração*, 3(5), 67-84.
- Fabri, P. E. (2013, março). *Pedro Ernesto Fabri: entrevista concedida*. São Paulo. Arquivo eletrônico (2h27min12).
- Ferreira, M. P., Santos, J. C., & Serra, F. A. R. (2010). *Ser empreendedor: pensar, criar, moldar a nova empresa: exemplos e casos brasileiro*. São Paulo: Saraiva.
- Figueiredo, S., & Fabri, P. E. (2000). *Gestão de empresas contábeis*. São Paulo: Atlas.
- Franco, S. (1999). *Criando o próprio futuro: o mercado de trabalho na Era da competitividade total*. São Paulo.
- Galloro, V. D. (2013, maio). *Victor Domigos Galloro: entrevista concedida*. São Paulo. Arquivo eletrônico (55min10).
- Gatti, I. C. (2000, fevereiro). As empresas de serviços contábeis no ano 2000. *Revista Brasileira de Contabilidade*, (121), 8-21.
- Greatti, L. (2005). Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá, PR. *Revista FACEF Pesquisa, Desenvolvimento e Gestão*, 8(1), 67-83.
- Hendriksen, E. S., & Breda, M. F., Van (1999). *Teoria da contabilidade* (5a ed.) (A. Z. Sanvicente, Trad.). São Paulo: Atlas.
- Iudícibus, S. (Coord.). (2010). *Contabilidade introdutória* (11a ed.). São Paulo: Atlas.
- Koonar, K. (2007, june). *CPA firms and functions*. Retrieved november 1, 2011, from <http://www.easyarticlesubmit.com/Article/CPA-Firms-and-Functions/9024>
- Kotler, P. (1992). *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle* (2a ed.). São Paulo: Atlas.
- Lang, A. B. da S. G. (1996). História oral: muitas dúvidas, poucas certezas e uma proposta. In J. C. S. B. Meihy (Org.). *(Re)Introduzindo a história oral no Brasil*. São Paulo: Xamã.
- Liba, A., Robles, C., & Bacci, J. (2001). Aplicação do sistema de custeio ABC em uma organização contábil. *Revista Paulista de Contabilidade*, (480), 6-13.

- Lyra, R. L. W. C. (2003). *Uma contribuição a mensuração do resultado econômico da decisão de investimento em qualidade em empresas de serviços contábeis: uma abordagem da gestão econômica*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Marion, J. C. (2001). *O ensino da contabilidade* (2a ed.). São Paulo: Atlas.
- Marion, J. C. (2012). *Contabilidade empresarial* (16a ed.). São Paulo: Atlas.
- Matias, M. A., & Carvalho, L. E., Jr. (2012). Perfil empreendedor de empresários contábeis: um estudo com profissionais de Minas Gerais. *Anais do Congresso Brasileiro de Contabilidade*, Belém, PA, Brasil, 19.
- Mello, C. M., Neves, H. L., Valenzuela, K. M., & Machado, H. V. (2010). Do que estamos falando quando falamos empreendedorismo no Brasil? *RAU - Revista de Administração da UNIMEP*, 8, 80-98.
- Needles, B. E., Jr., Karen, C., Krylova, T., & Moustaffa, M. (2001, autumn). Strategy for implementation of IFAC international education guideline n. 9: "prequalification education, tests of professional competence and practical experience of professional accountants": a task force report of the International Association for Accounting Education and Research (IAAER). *Journal of International Financial Management & Accounting*, 12(3), 317-354.
- Nobrega, D. M., Carvalho, J. R. M., Carvalho, E. K. M. A., & Albuquerque, L. S. (2010). Percepção dos atributos de satisfação da qualidade em serviços contábeis: uma investigação no comércio varejista da cidade de Sousa-PB. *P&D em Engenharia de Produção*, 8(3), 129-143, 2010. Recuperado em 19 agosto, 2012, de <http://www.revista-ped.unifei.edu.br/documentos/V08N03/03-0210-v8-n3-2010.pdf>
- Peleias, I. R., Castro, F. H. F., Jr., Cunha, M. L., & Segreti, J. B. (2011, abril). Planejamento estratégico em organizações contábeis na Cidade de São Paulo. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade - REPeC*, 5(1), 73-98. Recuperado em 15 abril, 2012, de <http://repec.org.br/index.php/repec/article/viewArticle/56>
- Peleias, I. R., Hernandez, D. C. R., Garcia, M. N., & Silva, D. (2007, junho). Marketing contábil: pesquisa com escritórios de contabilidade do Estado de São Paulo. *UnB Contábil*, 10(1), 71-107.
- Pereira, M. C. C. (2005, outubro). Empresas de serviços contábeis: condicionantes estratégicas para uma atuação empreendedora. *Pensar Contábil*, 7(29), 5-14.
- _____. **Ética profissional**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- Santos, S. L. G. (2013, abril). *Sebastião Luiz Gonçalves dos Santos: entrevista concedida*. São Paulo. Arquivo eletrônico (2h5min7).
- Schaefer, J., & Peluchette, J. V. E. (1995). Gender-based differences of partners in CPA firms: evidence from Kentucky. *Journal of Applied Business Research*, 11(1), 60-67.
- Shimomoto, H. (2013, maio). *Hatiro Shimomoto: entrevista concedida*. São Paulo. Arquivo eletrônico (1h14min38).
- Silva, J. S., & Solino, A. S. (2012). Perfil empreendedor: um estudo sobre a nova realidade do prestador de serviços de contabilidade. *Anais do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, Resende, RJ, Brasil, 9. Recuperado em 10 setembro, 2012, de http://www.aedb.br/seget/artigos04/103_Artigo%20para%20SEGET2.doc
- Spinelli, E. L. (2000, outubro). Estratégias na gestão de organizações contábeis. *Revista Brasileira de Contabilidade*, (125), 37-45.
- Thomé, I. (2001). *Empresas de serviços contábeis: estrutura e funcionamento*. São Paulo: Atlas.
- Thompson, P. (1992). *A voz do passado: história oral*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.