

Contabilistas

Pesquisa Qualitativa
Janeiro 2023

Pesquisa:



SEBRAE

Sumário



OBJETIVOS	3
METODOLOGIA E AMOSTRA	4
PERFIL E CONTEXTO	6
CRESCIMENTO E EXPANSÃO	18
OPORTUNIDADES & IMAGEM SEBRAE	26
PANORAMAS E CONCLUSÕES	41

Objetivos



- Conhecer os desafios dos contadores no fornecimento de serviços de consultoria para os pequenos negócios
- Entender a diversificação do portfólio de serviços do contador e a oferta além dos serviços básicos.
- Avaliar os serviços ofertados para contadores no âmbito da parceria com o CFC e explorar novas possibilidades e estratégias para o desenvolvimento de ações e projetos dentro do Programa Contador Parceiro

Metodologia



- **Pesquisa qualitativa** por meio da técnica de grupos de discussão:
 - 4 grupos de discussão em formato online com participantes das regiões Norte-Nordeste e Sudeste-Sul.
 - 2 grupos de discussão presenciais em Brasília.
- **Público-alvo:** composto por contadores de distintas regiões geográficas e tamanho do negócio, recrutados a partir de listagem do SEBRAE.
- **Período de realização:** 24 a 26 de janeiro de 2023.

Amostra



GD	TIPO	LOCAL	EPP	ME com até 2 empregados	ME com 3 ou mais empregados	Data
1	Presencial	Brasília	2	3	5	24/01
2	Presencial	Brasília	2	3	5	24/01
3	Online	Norte – Nordeste	1	2	4	25/01
4	Online	Norte – Nordeste	1	2	4	25/01
5	Online	Sudeste – Sul	1	2	4	26/01
6	Online	Sudeste – Sul	1	2	4	26/01

Resultados

Perfil & Contexto

Ser Contabilista



É complexo, estressante e demandante.

É preciso saber navegar o caos sem morrer afogado no intento. E ser um apaixonado pelo que faz.

Controle é a palavra-chave.

Verbatins

“Eu amo o que eu faço, se não fosse assim, não dava conta da pressão. Porque é muito trabalho e a responsabilidade é muito grande. A gente pode ser culpabilizado, ter registro cassado, pagar multas por causa de erros. Então é meio neurótico tudo. Mas eu amo! Inclusive quando eu quero relaxar eu faço cálculo! É o que me distrai.” (S/SE)

“A gente está ali meio sempre na beira do precipício. E quando chega a data do IR, meu Deus, é aquela loucura. Todo mundo varando noite.” (N/NE)

“A burocracia da nossa área não é para qualquer um. E todo dia tem uma mudança. Então você vai dormir à meia noite e às seis da manhã os caras mudaram uma norma e tudo aquilo que você fazia agora tem que mudar. Todo mundo interfere, até o STF que não entende nada disso, menos o CFC. Então você tem que estar atualizadíssimo com esse ambiente maluco, que muitas vezes não tem lógica nenhuma e lidar com vários sistemas ao mesmo tempo.” (BSB)



A Profissão e Suas Complexidades

Complexidade: exercer a profissão **exige formações complementares**. Maior parte é contador + (administrador, economista, advogado, especialista em...)

Demanda: estar atento à todas as **mudanças na legislação, nas normas, nos procedimentos...** Buscar brechas e vantagens para o cliente.

Stress: prazos, normas, entregas. **Responsabilização**. Atenção aos **detalhes e minúcias**. Perfeccionismo como valor intrínseco.



Além das exigências naturais da profissão existem as demandas de ser **também um empresário / empreendedor.**

Pensar o escritório como um negócio de longo prazo e fonte de sustento econômico:



- Relação societária,
- Contratação de mão de obra especializada,
- Controle de custos (aluguel, mobiliário, sistemas, tecnologia etc.),
- Relação com clientes, aumento da carteira,
- Propaganda, comunicação,
- Inovação / tecnologia,
- Precificação do serviço.

Verbatins

“A gente presta serviço para as empresas e esquece que a gente também é empresário. Quando a gente tem um escritório já com 10 ou 15 funcionários a gente tem que ter já outra atitude. E essa passagem não é fácil. E você se torna responsável por alimentar não sei quantas bocas num ambiente econômico instável. Então tem que saber ser empresário também pra gente.” (S/SE)

“O que mais complica a nossa vida é mão de obra. Eles saem da faculdade muito crus. E a gente sabe que só com um curso de contabilidade ninguém vai a lugar nenhum. Então a gente tem que treinar, tem que desenvolver, toda aquela parte de recursos humanos a gente tem que ter.” (N/NE)

“Uma das coisas que a gente tem dificuldade quando começa é captar cliente e fazer com que ele entenda o valor do nosso trabalho. A gente não sabe cobrar pelo serviço que presta. Então toda essa negociação nem sempre é a melhor pra gente. A gente precisa valorizar a nossa hora. Tem cliente que quer pagar um carro velho e sair com uma BMW. Não dá.” (BSB)



Diferenças de Perfil e Contexto

Existe grande heterogeneidade de contexto que impacta no **volume de trabalho** dependendo dos seguintes fatores:

- Tamanho do escritório,
 - Número de sócios, funcionários, clientes;
 - Tipo de serviço prestado,
 - Tipo de cliente assistido: prevalência de MEI, MPE, ME.
- Região do País:
 - DF, Sul e Sudeste maior pressão e demandas causadas por um ambiente econômico mais competitivo que Norte e Nordeste. Capitais também são mais demandadas que interior.



Diferenças de Perfil e Contexto



Existe diferença também no percurso para chegar onde estão:

- Herdeiros de escritórios familiares,
- Profissionais que saíram de grandes empresas,
- Profissionais que foram terceirizados de empresas,
- Profissionais que começaram sozinhos na sala da casa... Ou com 1 sócio, ou 2...

Essas diferenças impactam no tamanho do escritório, no custo da expansão e na organização interna das tarefas, além da visão profissional (receio de crescer).

Excesso de Demandas

Independentemente das diferenças, todos se sentem sobrecarregados por demandas pessoais ou profissionais,

- E pelem para separar vida privada da vida profissional e reservar um tempo para si em prol de saúde física e mental.



Verbatins

“Eu hoje cheguei num lugar que não quero mais crescer. Porque não quero morrer atrás de uma mesa como tantos por aí. É uma profissão que leva tudo o que você tiver e se não tiver cuidado não vê mais a família, não tem saúde, não tem mais nada além do trabalho.” (S/SE)

“O stress é muito grande. Porque é uma responsabilidade tremenda. Você pode deixar de mandar algo no prazo, pode deixar passar uma vírgula que muda tudo. Então tudo tem que ser controlado nas minúcias. Tem um escritório que teve que fechar por causa de uma multa de 900 mil reais. Então pra controlar tem que ter cabeça fria. Eu acordo as 5 da manhã, vou nadar, depois relaxo um pouco e vou para o escritório. E as 7 da noite estou fora.” (BSB)

“Se você não colocar um freio, a rotina te leva. Porque não é só o trabalho diário. Você tem que fazer cursos, fazer especialização, estar sempre atualizado com o que está acontecendo.” (N/NE)



Sentimento de desvalorização

- Dos clientes que sempre querem pagar o mínimo – até mesmo em função de seu porte.
- Dos Conselhos Regionais e Nacional que não tomam parte ativa na desburocratização e não tem papel político na discussão da carga tributária.
- Da sociedade em geral que vê o seu trabalho como a formalização da “picuinha” diária.



“A gente não é valorizado. Isso dói porque é muito esforço e no final existe aquela impressão que a gente é só custo. Quando o cliente é menor aí é mais difícil ainda porque ele não entende o que a gente faz. No final é isso, a gente é custo mesmo, a gente é o custo do sistema e esse é o preço a pagar por uma empresa. Mas ter uma empresa tem seus benefícios também né?” (S/SE)

“Os primeiros a não reconhecerem a profissão são os Conselhos. Não fazem nada para melhorar o sistema tributário caótico que a gente vive, não unifica nada, não briga em lugar nenhum por nós. A gente vai no Conselho com 10 dúvidas e sai com 14.” (N/NE)

“Tinha que fazer uma campanha de valorização do contador. Porque a gente é o último elo da cadeia alimentar. Acho por isso mesmo todo mundo aqui fez contábeis mais alguma coisa.” (BSB)



Resultados

Crescimento & Expansão

Custos da Expansão

São conscientes do custo de expansão do escritório de contabilidade.

- Expandir não é objetivo de todos, mas daqueles que hoje necessitam aumentar carteira de clientes para garantir sustentabilidade.

O crivo é a qualidade de vida, a saúde, o nível de stress.



Mão de Obra é Uma Barreira



O maior custo da expansão é a contratação de mão de obra. Delegar é uma ameaça.

- Treinamento é lento e intenso,
- Alta rotatividade por falta de possibilidade de crescimento,
- Erros nos processos implicam perdas financeiras, responsabilização jurídica, etc.

Risco é perda de controle e prejuízo.
Expansão na maioria das vezes passa por buscar novo sócio: projeto complexo.

“A gente tem aquela contradição. Crescer é bom porque realmente acaba melhorando muito a sua renda. Mas hoje a gente não tem boa mão de obra. E quando a gente treina e ele está ótimo ele sai para ganhar mais em outro lado porque a gente não consegue manter um salário assim tão alto. E pronto, lá se foi. E não dá para delegar muita coisa por causa do risco.” (S/SE)

“Tem que pensar muito bem se vale a pena ter mais clientes. Hoje eu penso assim, não vou ficar rico com isso, mas também não vou morrer de stress ou por uma bobagem que algum funcionário fez e me custou uma fortuna.” (BSB)

“Eu quero ter mais uns 5 ou 6 clientes. Mais que isso daí já tenho que ter um sócio e isso já é mais complicado. Como eu comecei mais ou menos agora, faz 2 anos que eu saí da empresa e montei meu próprio escritório, ainda tenho espaço e preciso.” (N/NE)



Rol de Serviços



Segmentação dos Serviços

O arco de tarefas e serviços prestados depende da relação com o cliente e do porte das empresas atendidas.



- Clientes organizados,
- Clientes desorganizados,
- Com problemas fiscais,
- Com saúde financeira,
- Em crise,
- Em falência, etc.

Cliente paga por um pacote de serviços fixos, Mas recebe serviços adicionais de assessoramento que não são monetizados.

- Existe envolvimento com a situação da empresa do cliente e caminham a segunda, terceira, quarta milha... Ou seja, zelam pelas empresas atendidas.

Barreiras à expansão

Para todos os entrevistados, hoje o teto para expandir é visto como baixo.



Escritórios menores atendem a clientes com demandas simples.

- Percebem o crescimento como aumento de volume de trabalho que implica contratação de mão de obra.

Escritórios maiores atendem a clientes com demandas mais complexas.

- Percebem o crescimento como aumento de especializações que exigem tempo e treinamento e passam a concorrer em outro mercado: grandes consultorias.

“O nosso escritório tem 15 funcionários e está bem estruturado, eu assumi do meu pai. Mas temos outros negócios também, por exemplo, temos uma fazenda. E o meu sonho é cada vez mais atuar na fazenda. Boi é mais fácil e dá mais lucro.” (BSB)

“Somos em 3 sócios. E estamos sempre naquele equilíbrio fino, porque não podemos pegar mais clientes e, ao mesmo tempo, queremos investir mais na área de auditoria por exemplo. Então temos essa coisa ambígua.” (S/SE)

“Tá bom do jeito que eu tô. Aumentar é só arrumar pra cabeça. Tem que cuidar para que os clientes da gente não quebrem. Só isso. Até mesmo porque eu não consigo aumentar o valor da minha hora. Então é aumentar serviço sem aumentar a renda. Não vale a pena.” (N/NE)



Resultados

Oportunidades &
Imagem SEBRAE

SEBRAE é Visto Como Oportunidade



Agregar serviços de consultoria SEBRAE é visto como uma oportunidade atraente para os escritórios menores que atendem MEI e Microempresários.

Proximidade com o cliente permite entrever problemas de gestão que ameaçam a sobrevivência da empresa, Ou outras dificuldades nas áreas de marketing e vendas que impedem o crescimento do negócio.

Verbatins

“Quando a gente abre uma empresa para alguém a gente sente mais ou menos se aquele negócio vai dar certo ou não pelo próprio jeito da pessoa. A gente acaba indicando o SEBRAE para ele ter uma noção das coisas que tem que fazer. Então se a gente puder fazer isso, seria de grande ajuda para todo mundo.” (S/SE)

“Muitas vezes o problema do nosso cliente tem a ver com coisas que eu não posso ajudar. Mas se ele quebrar é ruim pra mim, entende? Então eu faço o que eu posso. Mas também não tenho os meios necessários para ajuda-lo. Por exemplo, talvez o problema dele seja vendas. Eu não tenho conhecimento para falar nada sobre isso a não ser rezar pra ele vender, não fechar e continuar me pagando.” (N/NE)

“Parece uma boa ideia, mas não serve pra mim. Meus clientes são maiores e se eles precisarem de consultoria não é o SEBRAE que vai ajudar.” (BSB)



SEBRAE é Visto Como Oportunidade



Consultoria de gestão e negócios pode aumentar o escopo dos serviços sem o peso jurídico da contabilidade.

Custo do crescimento é baixo: tempo, treinamento.



Profissionalização e legitimidade no papel que já exercem informalmente sem estarem preparados.

Possibilidade de monetização e aumento da rentabilidade

Padrão SEBRAE de Qualidade



**Para os interessados,
uma vantagem a mais:**

IMAGEM POSITIVA DO SEBRAE

Vista como possibilidade de alavancagem e como um “selo de qualidade”.

SEBRAE funcionaria como uma instituição de retaguarda: gera segurança para o escritório e para o cliente.

Verbatins

“Ter o SEBRAE por trás é uma vantagem enorme. Porque o SEBRAE tem um nome forte, inspira confiança. Então acho que para dar uma assessoria de gestão, por exemplo, ter o nome SEBRAE ajuda muito, inclusive a monetizar.” (S/SE)

“Seria um giro muito interessante pra gente, porque faríamos mais ou menos o que fazemos agora, mas de forma profissional, com mais conhecimento da causa. Me parece uma ideia ótima ser consultor parceiro.” (N/NE)

“É que o cliente está perto da gente, mas está longe do SEBRAE. Então pensando na sobrevivência da empresa seria matar dois coelhos com uma cajadada só.”(N/NE)

“A vantagem é poder crescer e diversificar o nosso serviço sem ter aquela carga da contabilidade por trás. É mais fácil e mais barato.” (BSB)



Benefícios Secundários



**Para os interessados,
vantagem “colateral”:**

**Aprendizado pode servir para a
gestão de seu próprio escritório.**

“Seria bom pra gente também, não só para o nosso cliente. Porque a gente aprende pro nosso escritório também, como gestionar melhor o tempo, os recursos humanos. Sempre tem algo que serve.” (N/NE)

“A gente pode descobrir novas oportunidades pra gente também, de repente virar mais consultor que contador. Pode ser também uma transformação.” (N/NE)

Áreas de Interesse

Os temas de interesse, ou, que melhor encaixam com as necessidades de seus clientes são temas básicos de empreendedorismo.



- Gestão Financeira,
- Vendas,
- Marketing e marketing digital,
- Administração de Recursos Humanos.

Tudo aquilo que facilita também o trabalho da contabilidade: organização financeira e tributária, planilhas etc.

Verbatins

“Importante gestão do tempo. Também a questão do marketing digital que está alta. Tudo isso serve pra gente também. E tudo aquilo que ajudar na organização financeira do nosso cliente que é o carma de todo contador.” (S/SE)

“Tudo aquilo que nos ajude a ajudar nosso cliente a crescer é bem-vindo. Eu sou formada também em administração de empresas então acabo dando uma assessoria de graça. Mas se tiver o SEBRAE por trás talvez eu possa cobrar por isso.” (N/NE)

“A gente pode oferecer um serviço mais completo para o nosso cliente. E o que eles precisam é aquele básico mesmo que a gente tenta ajudar mas não tem todo o conhecimento que o SEBRAE pode oferecer. E eles muitas vezes não procuram o SEBRAE porque não tem tempo nem cabeça.” (BSB)



Tempo X Expansão

O principal gargalo é o TEMPO:

- Como gestionar o tempo de formação,
- Como equilibrar com as tarefas atuais.

O formato é fundamental para gerar engajamento.

Verbatins

“Uma das minhas preocupações hoje é como eu abro espaço na minha vida para isso. Tem que pensar quanto tempo, quanta inversão e se realmente vai compensar.” (S/SE)

“Acho que o formato disso que você está chamando trilha é que vai ser a chave do negócio. Tem que ter um conteúdo que realmente agregue pra nós, porque se for também muito teórico não serve. A gente lida com a realidade do negócio dos nossos clientes.” (N/NE)

“Quanto tempo vai ser? A gente vai poder fazer adaptações para os nossos clientes? Vai ter que usar sempre a marca SEBRAE?” (S/SE)



Motivos do Desinteresse

Aqueles que não se interessam:

- Escritórios maiores e melhor estruturados,
- Com clientes maiores e necessidades complexas.

Imagem negativa SEBRAE:

- Básico,
- Teórico,
- Descolado das necessidades de empresas maiores.



Ruídos:

- No DF, nos dois grupos foi reportado pelos participantes uma mágoa com o SEBRAE, visto como um desleal 'concorrente', motivado por comportamentos de consultores/atendentes que 'vendiam' serviços de contabilidade direcionando clientes do atendimento SEBRAE para determinados escritórios do DF.

Verbatins

“O SEBRAE é muito raso, o que eles dão é muito teórico e muito básico. Não serve para o que os meus cliente necessitam. Não tem condição de ajudar uma média empresa.” (BSB)

“Na verdade eu tenho muita desconfiança do SEBRAE, porque tem muito consultor que está lá só para ganhar cliente sabe, tipo assim faz a consultoria básica e depois leva o empresário como cliente e cobra a parte depois de terminar aquele be-a-bá. Acaba sendo concorrência desleal.” (BSB)

“Não vejo o SEBRAE a frente de questões mais específicas dos meus clientes por exemplo, porque as necessidades são maiores, mais difíceis. Tem a ver com um mercado muito dinâmico, competitivo. SEBRAE parece indicado mais para quem está começando.”(S/SE)

“Eu indiquei o SEBRAE para alguns clientes. Dá certo para quem é pequeno e está muito perdido. Para empresa estruturada não tem muita coisa para agregar não.” (N/NE)



Trilha do Contador Parceiro



Desconhecem o programa de capacitação e a trilha do conhecimento voltada ao Contador.

Aprovam a ideia e gostariam de conhecer e participar.

Entendem como uma oportunidade a capacitação em soluções SEBRAE para oferta ao mercado como consultores de negócios.

Se interessam pela trilha/formação à medida que enxergam uma possibilidade de aprendizado e agregar novos serviços e valores ao serviço contábil.

Conclusões

Panorama e
Recomendações

Oportunidades



- A carreira de contabilista é ampla, não existe um percurso definido e seu espectro de atuação é vasto. Ou seja, é possível incluir em seu pacote de serviços prestados uma consultoria de negócios. A proximidade com os empresários e a intimidade com seus processos internos podem torná-lo um canal de alta efetividade.
- Agregar serviço de consultoria SEBRAE interessa escritórios pequenos que atendem empresas de micro e pequeno porte. Para este grupo, a imagem SEBRAE é positiva e pode servir como um selo de qualidade importante na construção de seu posicionamento.
- Para esses escritórios, expandir via consultoria apresenta baixo custo, além da possibilidade de monetizar um serviço de assessoria que já prestam gratuitamente em prol da sobrevivência de seus clientes.
- Escritórios maiores são os que menos manifestam interesse pois, atendem a empresas cujo alcance do SEBRAE é visto como irrisório e supérfluo. Ademais o crescimento está voltado a áreas mais especializadas da própria contabilidade como auditorias ou planejamentos tributários.

Tripé do Interesse



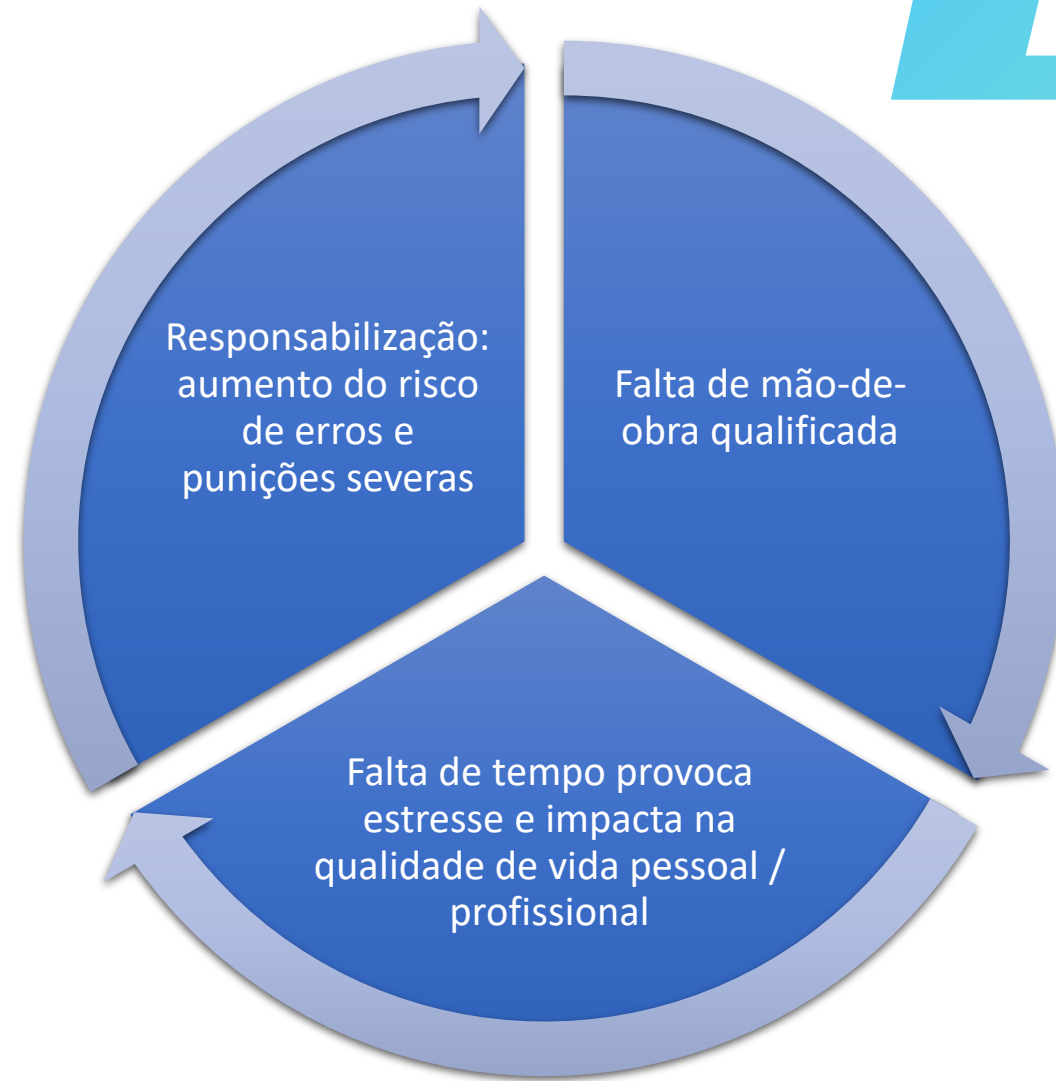
Ajudar na sobrevivência e crescimento de seu cliente aumentando sua rentabilidade

Aprender para si mesmo, ajudando a organizar e entender sua vida enquanto empresário.

Profissionalização de um papel que já exercem através do “selo **SEBRAE**” e a possibilidade de monetização.

Ciclo do Medo do Crescimento

- Crescer (em número de clientes) ainda é um grande fantasma que assombra os contadores. Tendência para a estagnação.
- O desinteresse passa por pelo menos três aspectos que afetam o dia a dia do contabilista:



Desafios da Nova Trilha



Divulgação do programa e discussão.
Desconhecem a trilha atual, aprovam o conceito, mas...

O maior desafio é encontrar o formato ideal do programa ou “trilha” – incluindo a nomenclatura da formação.

É preciso levar em conta a alta carga de trabalho e stress de seu dia e dia, além do esforço para reservar tempo livre em prol da saúde física e mental. Programas extensos tendem a ser vetados.

A recomendação é que o programa seja desenhado em conjunto para que possa ser o mais customizado possível e despertar engajamento.

Pontos de Atenção

Focar

- Empresas de contabilidade menores (que atendem MEI e ME)
- Empregados de ME/EPP de contabilidade (*gap* de qualificação)

Ações

- Capacitação (direta, com contabilistas já no mercado e indireta, com contadores recém-formados para a prática contábil – qualificação da mão-de-obra)
- Consultoria/ “Atendimento Voluntário”
- Desburocratização
- Mais parcerias com CFC e CRCs para apoio ao contabilista (flexibilização de regras rígidas/prazos que punem com multas pesadas erros operacionais culposos/não dolosos, e ausência de possibilidade de defesa nestes casos).

Conteúdos Não contábeis (que possam ser aplicados na própria empresa)

- Vendas
- Gestão Financeira/Organização tributária
- Marketing e marketing digital
- Administração de Recursos Humanos.
- Precificação dos serviços
- Como delegar atividades
- Investimentos

Realização

A pesquisa qualitativa (Grupos Focais) com “Contabilistas” é um produto da **Unidade de Gestão Estratégica e Inteligência** do Sebrae Nacional, com apoio da **Unidade de Relacionamento**

Equipe UGE

Marco Bedê marco.bede@sebrae.com.br

Kennyston Lago kennyston.lago@sebrae.com.br

Dênis Nunes denis.pedro@sebrae.com.br

Equipe URC (Relacionamento)

Fabíola Calazans fabiola.calazans@sebrae.com.br

Pesquisa realizada pela

