

## O ESCRITÓRIO CONTÁBIL COMO PARCEIRO DE NEGÓCIOS

**RESUMO:** Este trabalho tem por objetivo discutir a apresentação do escritório contábil como parceiro de negócio para seus clientes. Os clientes dos escritórios contábeis no Brasil normalmente utilizam os serviços dos escritórios o para cumprimento de obrigações legais e fiscais, desconhecendo a riqueza de informações que podem ser apresentadas por seus fornecedores. Parte disso pode ser considerada como responsabilidade dos próprios escritórios que não se encontram preparados para fornecer informação útil aos seus clientes. Os escritórios contábeis que atuam no mercado das micro, pequenas e médias empresas representam a maioria das empresas contábeis existentes hoje no Brasil. Este trabalho, exploratório, busca apresentar o perfil destes clientes e suas sugestões de como os escritórios contábeis podem atuar para mudar a forma como seu cliente percebe a importância dos seus serviços. A proposta do trabalho será concebida pela elaboração de palestras com os profissionais dos escritórios contábeis apresentando uma nova forma de atuação dos escritórios, auxiliando estes profissionais a repensarem como podem oferecer serviços a seus clientes que contribuam para uma mudança de *mindset do negócio*. A pesquisa inicial, aqui apresentada tem o intuito de melhor conhecer o perfil dos clientes destes escritórios. A pesquisa foi direcionada às empresas que participaram das palestras realizadas no Sindicato das Empresas Serviços Contábeis e as empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas no Estado de São Paulo - SESCON-SP. Algumas pesquisas realizadas nos Estados Unidos mostram que as empresas que buscam informações para tomada de decisões sobre seus negócios na contabilidade acabam contratando pessoas para trabalhar internamente e fornecer esta informação, o que pode ser um custo desnecessário se o escritório contábil pudesse fornecer tais informações, auxiliando as empresas com dados uteis para a tomada de decisão. No curto prazo observa-se um movimento dos escritórios contábeis em oferecer um serviço que possa agregar valor aos seus clientes, mas no longo prazo, mudança de perfil dos profissionais que atuam na área além de contribuir para uma mudança de como as empresas percebem os serviços oferecidos pelos escritórios contábeis. As questões exploradas nesse trabalho ajudam a destacar que a atuação dos escritórios contábeis diz muito sobre a percepção dos clientes sobre os serviços prestados. Isto mostra que se o escritório quer ser o parceiro de negócio para seus clientes precisa mudar a postura e a forma como presta serviço aos seus clientes.

**Palavras-chave:** Escritórios contábeis. Parceiro de negócios. Práticas contábeis.

## 1 INTRODUÇÃO

Com o crescente desenvolvimento da tecnologia, informatização e inteligência artificial, as atividades rotineiras estão, cada vez mais, sendo substituídas por processos automatizados, desafiando as profissões a expandirem suas capacidades para adotarem as novas tecnologias.

Historicamente, os avanços na tecnologia mudam o papel dos empregos, alguns simplesmente desaparecerão. O contador será redefinido. Algumas tarefas que reduziram a capacidade dos contadores de agregar valor serão substituídas por máquinas inteligentes. Eficiência e precisão serão melhoradas. De fato, a inteligência artificial (IA) pode ser um driver de novos serviços que nem sequer são pensados hoje. O contador do futuro não muito distante será capaz de se concentrar no verdadeiro valor em serviços adicionais (Bolinger, 2017).

Para a área contábil, o desafio está em aplicar as principais habilidades de contabilidade a uma gama mais ampla de serviços, como a solução de problemas de negócios altamente complexos. É necessário ter uma série diversificada de influências, habilidades, pontos de vista e ideias (Ellis, 2018).

Atualmente não se tem informações sobre o perfil dos clientes dos escritórios contábeis, mas sabe-se, por experiência da atividade, que são em sua maioria pequenas e médias empresas (PMEs) e essa generalização prejudica o direcionamento dos serviços que são prestados pelos escritórios.

Um estudo realizado por Musah (2017), a maioria das PMEs não mantêm registros completos de contabilidade devido à falta de conhecimento contábil e para manter baixo o custo de contratação de contadores profissionais. Como um resultado, existe uso ineficiente de informações contábeis para apoiar o desempenho financeiro medido pelas PMEs.

Este estudo ainda complementa que a falha em manter registros precisos foi altamente atribuída a falta de habilidades do contador neste campo. O estudo mostra ainda que os proprietários e gerentes das PMEs gostariam de receber informações que mostrem mais sobre o desenvolvimento de seu negócio.

De 2008 a 2017, triplicou o número de empreendedores no país, passando de 14,6 milhões para 49,3 milhões segundo a pesquisa GEM/Sebrae (2017). Muitas dessas empresas serão baseadas na web ou em dispositivos móveis, com um alcance global. Como resultado, eles exigirão uma gama mais ampla de serviços, como assistência com códigos fiscais, identificação do tipo de serviço que prestam, enquadramento fiscal, gestão de custos e serviços, entre outras assessorias voltadas para a gestão contábil-financeira destas empresas.

Os escritórios contábeis são o principal ator neste processo de melhoria das informações para seus clientes PMEs, diante do contexto este estudo busca responder a seguinte pergunta: **Qual a percepção dos clientes de escritórios contábeis sobre o serviço oferecido?**

Este trabalho visa trazer uma contribuição para o direcionamento das atividades dos escritórios contábeis. Com o levantamento do perfil dos clientes dos escritórios contábeis será possível oferecer serviços que melhor atendam às necessidades de cada cliente. Com o mapeamento das necessidades dos clientes do escritório contábil será possível criar produtos personalizados que melhorem a percepção do escritório contábil como parceiro de negócios por seus clientes.

## 2 CONTEXTO E REALIDADE INVESTIGADA

De acordo Cardoso et al (2009) a Teoria da Regulação tem sido estudada por teóricos de direito e de economia por muitos anos, surgindo assim diversas teorias para explicar a regulação e prever quais mercados serão regulados e desregulados.

A regulação contábil é classificada como externa quando formalizada pelos padrões e normas contábeis e emanadas por uma instituição dotada de poder normativo como o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) entre outros (Cardoso *et al.*, 2009).

As mudanças ocorridas nos padrões nacionais de contabilidade implicam em transformações relevantes na utilidade da informação contábil, passando de uma função de controle patrimonial para uma de comunicação com atributos qualitativos que focam a transparência para os usuários externos (Iudícibus, 2007).

De acordo com Mota, Coelho e Queiroz (2014), as reduções de custos, observadas no processamento de informações, trouxeram novas formas aos negócios, sendo necessário entender como a informação é transmitida, armazenada e como pode ser utilizada no processo de tomada de decisões. Nesta perspectiva, o início da mudança de percepção do valor agregado dos serviços prestados inicia no processo de geração da informação e comunicação com o cliente final.

Na contabilidade, também, comunicação inclui duas dimensões principais – a dimensão fiscalizadora e a dimensão produtiva. Enquanto a dimensão fiscalizadora inclui: (a) receber informações sobre eventos econômicos de uma empresa; (b) interpretar (decodificar) a informação; (c) selecionar a informação para ser comunicada; a dimensão produtiva inclui: (a) codificação da informação como mensagem; (b) transmitir a mensagem codificada para o destino (Bedford ; Baladouni, 1962).

Um estudo realizado por Barreto et al. (2015) apresenta ferramentas da controladoria que podem ser utilizadas pelos escritórios contábeis, com o objetivo de avaliar o desempenho das empresas, ajudar na análise de resultados e disponibilizar informações.

Nessa mesma linha de entendimento, Arenales (2016) apresenta que a controladoria, dentro de uma grande empresa, é a área que tem a maior proximidade com o negócio e detém as informações para a tomada de decisões assim a mudança de visão de como os escritórios contábeis são percebidos pelos seus clientes é um primeiro passo para a valorização dos serviços oferecidos por estas organizações.

Quando as empresas contratam os serviços de contabilidade terceirizados, elas estão buscando um especialista, alguém com quem eles se sintam à vontade de fazer perguntas e discutir suas necessidades, não alguém com quem elas interajam apenas em época de declaração de impostos (Barbour, 2018).

Segundo a Intuit Brasil (2020), as empresas deviam esperar que a contabilidade mudasse seu foco da informatização para consultoria, com seus clientes confiando cada vez mais em seus contadores para analisar informações de negócios, apoiar decisões e fornecer conselhos estratégicos (Henry e Hicks, 2015). Ainda, segundo a Intuit Brasil (2020), o crescente número

de pequenas empresas que prestam serviços especializados, especialmente as lojas pessoais ou individuais, expandirão o mercado para empresas de contabilidade.

Esse estudo é de natureza aplicada pois visa melhorar a função do profissional do escritório contábil através da apresentação de novas formas de prestação de serviços que possibilitem a melhoria da percepção do cliente. A pesquisa exploratória com os clientes tem uma abordagem qualitativa que está baseada em coleta de dados sem medição numérica. A entrevista com os clientes se deu de forma a entender a percepção deles em relação aos serviços fornecidos por seus contadores. A seleção dos clientes foi por conveniência dos contatos dos autores com os escritórios contábeis, que se disponibilizaram a enviar aos seus clientes. Para Cervo e Bervian (2002, p.66), “a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los”. Dessa forma, a abordagem utilizada aqui foi uma survey para se ter um estudo exploratório sobre o tema. Esta pesquisa delimita-se de forma temporal em 2020, período da realização da pesquisa para levantamento do perfil dos clientes na região de São Paulo.

Foi encaminhado via web um questionário para 25 clientes de maneira direta, além de disponibilizar em diversos grupos de *whatsApp* voltados para proprietários de escritórios contábeis ligados ao SESCON-SP. Dos 25 clientes diretos houve 3 respostas e mais 8 advindas dos clientes dos grupos de *whatsApp*, totalizando 11 respostas. Foi eliminada deste grupo 1 resposta pois a empresa possuía contabilidade interna o que não é foco desta pesquisa.

### 3 RESULTADOS OBTIDOS E DISCUSSÃO

Quanto ao perfil das empresas que responderam ao questionário temos que todas elas são do segmento de serviços, em diversas áreas como eventos e entretenimento, tecnologia, jurídico e outros serviços.

Quanto ao volume de faturamento, 20% possui faturamento até R\$ 91 mil por ano, 30% possui faturamento que varia de R\$ 91 mil a R\$ 360 mil por ano, 20% possui faturamento de varia de R\$ 361 mil a R\$ 4,8 milhões por ano e 30% possui faturamento acima dos R\$ 4,8 milhões ano. Destas empresas, 30% são uni-profissional, 20% possui de 11 a 50 funcionários, e outros 20% possuem acima de 100 funcionários. Isso demonstra que os escritórios contábeis atendem empresas de diversos tamanhos.

Os gráficos a seguir demonstram como os clientes estão fazendo a gestão dos seus negócios, os relatórios que utilizam e como se sentem em relação às informações que possuem.

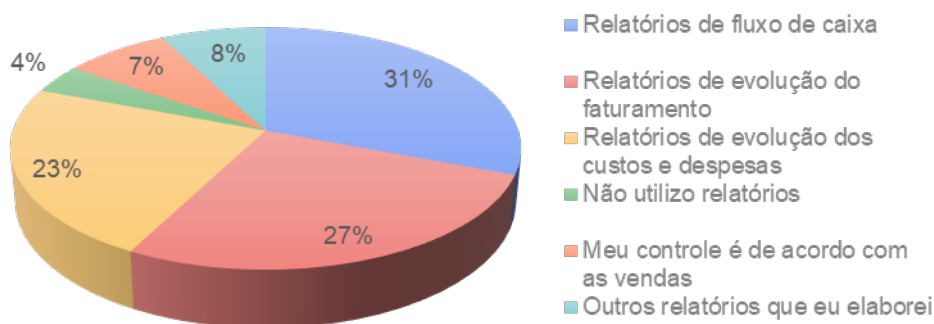


Gráfico 1: Como você faz a gestão financeira do seu negócio?

O Gráfico 1 indica que as empresas utilizam, em sua maioria, relatórios de fluxo de caixa e de faturamento para a gestão financeira do seu negócio. Esses relatórios são produzidos internamente pela empresa, sem a influência do escritório de contabilidade, o que indica que essas empresas não se utilizam das informações contábeis produzidas para a gestão do negócio.

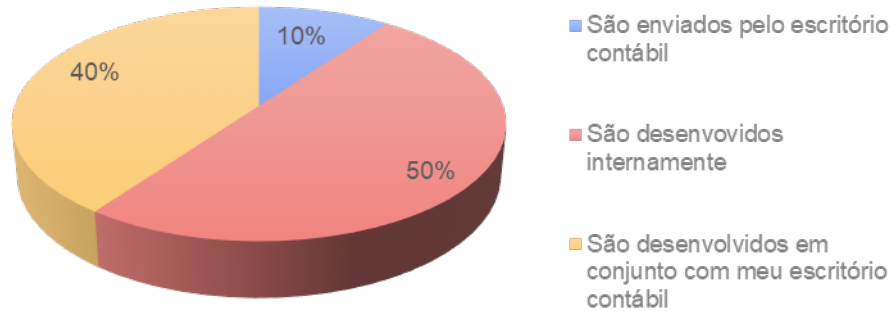


Gráfico 2: Como são produzidos os relatórios gerenciais da sua empresa?

O gráfico 2 corrobora com as informações inferidas no gráfico 1. 50% das empresas se utilizam de informações produzidas pela própria empresa, o que significa que não dependem do escritório contábil.

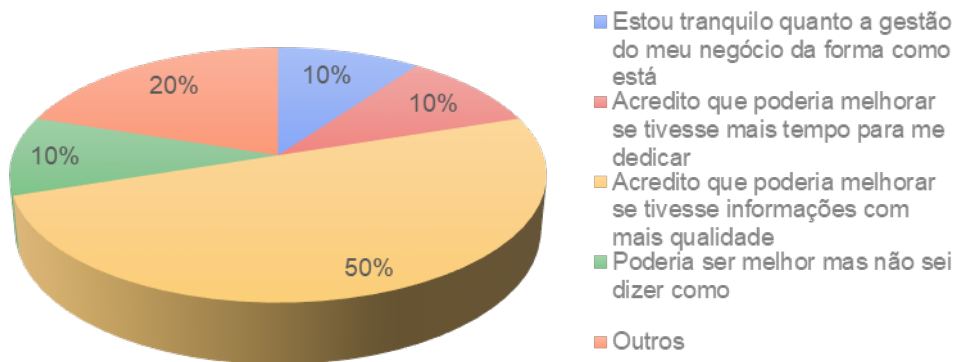


Gráfico 3: Qual a sua percepção sobre a gestão do seu negócio?

A percepção de que as informações do escritório contábil poderiam melhorar é apontada em 60% dos casos. O próprio empresário, em 10% dos casos, afirma que ele deveria se dedicar mais a fornecer informações. No entanto, percebe-se que não se utilizam as informações contábeis ou não se exigem do escritório contábil as informações necessárias para tomada de decisão.

Dessa forma, as informações demonstram que 50% dos clientes utilizam relatórios desenvolvidos internamente e 50% dos clientes acreditam que poderiam fazer melhor gestão se tivessem relatório com mais qualidade.

Estas respostas sugerem que há um grande campo para os escritórios contábeis trabalharem em conjunto com seus clientes. 40% destes clientes já utilizam relatórios desenvolvidos em conjunto com seus escritórios, mas apenas 10% está tranquilo com o andamento da gestão de seu negócio.

Também foi questionado aos clientes como estes avaliavam os escritórios contábeis pontuando as afirmações com uma nota de 1 a 5, onde 1 significa “Discordo Totalmente” e 5 “Concordo Totalmente”. Foram 15 questões diversas onde a primeira demonstrava a sua satisfação geral com o escritório contábil e 50% pontuou como sendo 3, 30% como sendo 4 e 20% como sendo 5.

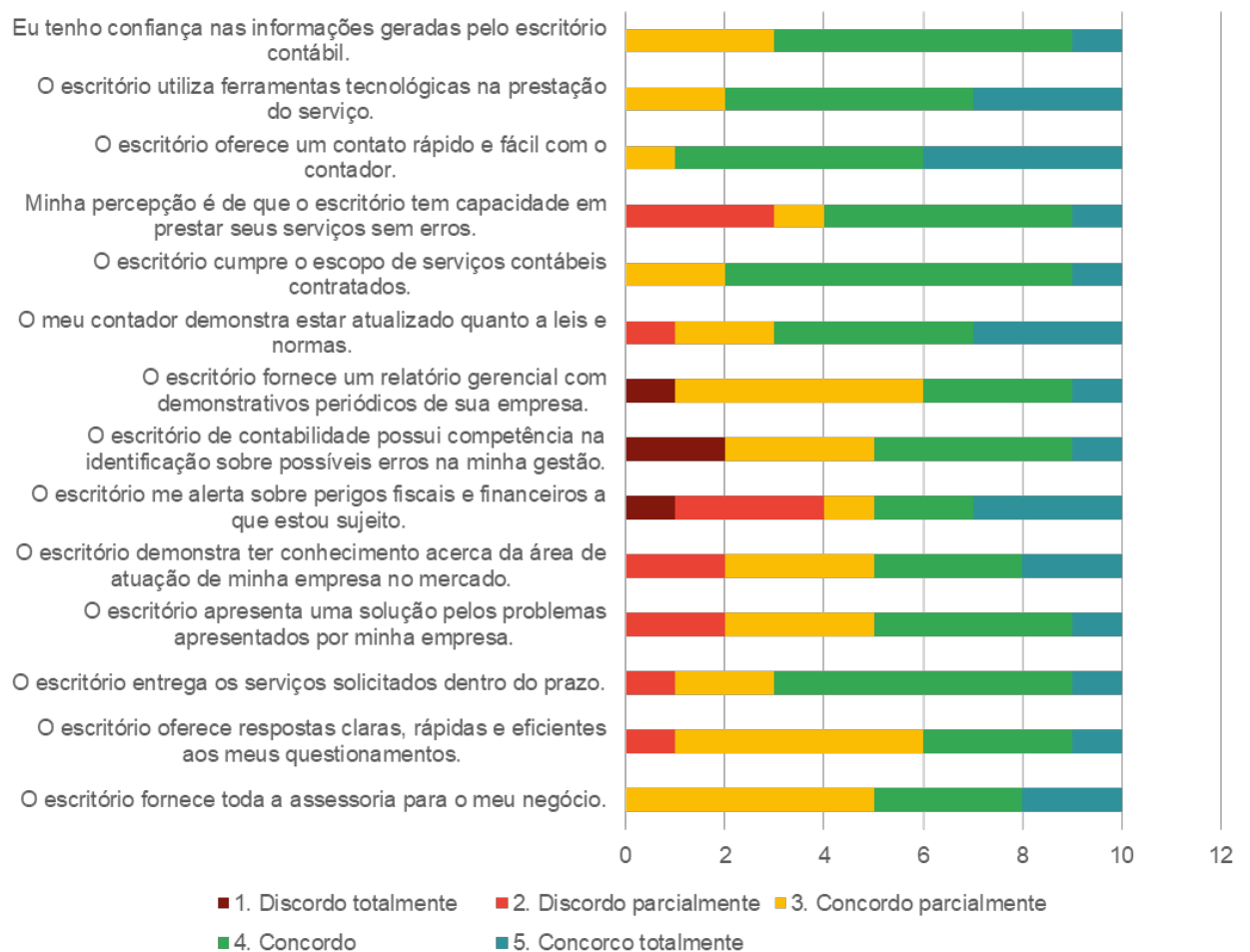


Gráfico 4: Percepção quanto aos serviços dos escritórios contábeis.

Observa-se por estas respostas que há aspectos que são relacionados à prestação regular do escritório, como alertar sobre os perigos fiscais a que a empresa está sujeita, entrega dos serviços no prazo, prestar serviços sem erros, respostas claras e eficientes quanto aos questionamentos.

Estes pontos referem-se à eficiência dos serviços atuais prestados pelo escritório contábil, como capacidade em prestar serviços sem erros e estar atualizados quanto a leis e normas.

Alguns pontos como ter conhecimento acerca do negócio do cliente, solução para problemas apresentados pelo cliente, entrega de relatórios gerenciais periódicos, são aspectos que podem ser adicionais à prestação de serviço primária do escritório.

A pontuação apresentada deve ser considerada como um direcionador dos escritórios contábeis para melhorar a prestação de seus serviços, desde o nível de confiança que passa com o serviço prestado, a tecnologia utilizada e mesmo cumprimento do escopo contratado.

Existe grande parte das informações que não são utilizadas, apenas 20% consideram úteis as informações recebidas.

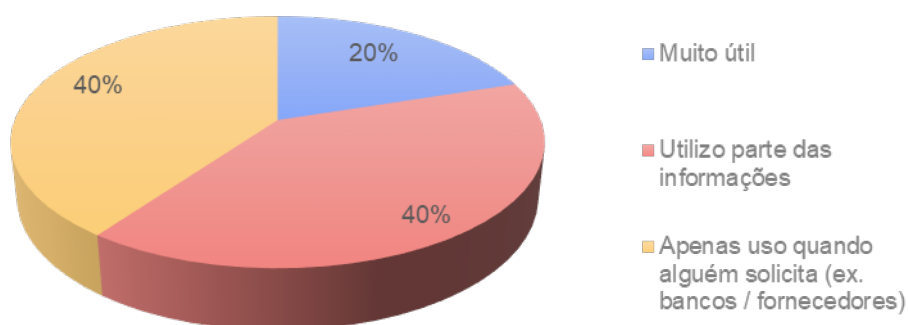


Gráfico 5: Quanto aos relatórios contábeis recebidos: O quão útil são as informações para a sua gestão?

Quando perguntados quanto ao tipo de informação que gostariam de receber, 75% gostariam de receber informações sobre margens da operação, o que indica que não existem estas informações hoje sendo informadas aos seus clientes.

Estas respostas dão uma percepção de que há um vasto campo a ser explorado pelos escritórios contábeis para atender seus clientes, focando no core business do escritório que é o de produzir informações que permitam a gestão e tomada de decisões para seus clientes.

#### 4 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o resultado das pesquisas que foram realizadas observa-se que os clientes ainda não percebem a utilização dos escritórios contábeis como parceiro de seu negócio. A grande maioria dos clientes espera dados fiscais e cumprimento de obrigações, sem se importar com um fornecedor de informações. Dessa forma, os escritórios contábeis têm um potencial de desenvolvimento bastante grande para atender seus clientes e melhorar a percepção dos seus serviços no mercado.

Observa-se na literatura estudada (Arenales, 2016; Barbour, 2016; Barreto et al. 2015, entre outros) que a utilização de contabilidade interna ou externa é importante para o empresário. Considerando que as empresas devem sempre buscar focar em seu *core business*, a terceirização das informações contábeis é ponto fundamental para a pequena e média empresa, pois quem produzirá melhor essas informações é o profissional qualificado para isso. O *core business* dos escritórios contábeis é a produção de informações para a gestão das empresas que sejam úteis e que permitam a tomada de decisões e é essa a oportunidade encontrada pelos escritórios para se tornar parceiro do negócio da empresa.

A área contábil é um campo amplo de geração de informações, mas que está sempre diante de desafios de comunicação e produção de informação útil para seus usuários. Com o

aumento da tecnologia, a geração deste nível de informação será fundamental para a manutenção dos escritórios contábeis além de aumentar o nível de confiança no profissional. A diminuição dos custos de conformidade faz com que haja outros campos para serem explorados e a assessoria contábil tem muito a ganhar com essa mudança.

Ainda há muito a se pesquisar para traçar um perfil das empresas que são atendidas pelos escritórios e como os escritórios podem ser mais presentes na gestão destes negócios. Um trabalho conjunto com entidades de classe como o SESCON, CRC, para a criação de um banco de dados mais estruturado sobre o perfil destes clientes pode proporcionar informações de qualidade.

## 5 REFERÊNCIAS

- ARENALES, A. D. R. O Papel Da Controladoria Como Business Partner. **Dissertação de Mestrado**, p. 1–84, 2016.
- BARBOUR, T. S. H. B. S. F. B. Contracted Accounting Services. **Alaska Business**, n. September, p. 16–19, 2018.
- BARRETO, LAÍS KARLA DA SILVA; SOUZA, LIÊDA AMARAL DE; TIMENI, SAMAR HAMAD; SILVA, HELÊNI CRISTINE XAVIER DA; SILVA, K. B. DA. Ferramentas Estratégicas de Controladoria: Estudo de caso múltiplo em cinco escritórios contábeis na cidade de Natal-RN. **RIC - Revista de Informação Contábil**, v. 9, n. 2, p. 77–94, 2015.
- BEDFORD, NORTON M.; BALADOUNI, V. A4 - Teoria da Comunicação242352.pdf. **The Accounting Review**, v. Vol. 37-, n. Oct/1962, p. 650–659, 1962.
- BOLINGER, G. Artificial intelligence and the future of the accounting profession. **CPA Practice Advisor**, v. 27, n. 8, p. 17, 2017.
- ELLIS, R. Supporting the accounting profession into the future. 2018.
- HENRY, B. B.; HICKS, M. A Survey of Perspectives on the Future of the Part I : Stettler ' s Six Predictions. **THE CPA JOURNAL**, n. August, p. 6–13, 2015.
- IUDÍCIBUS, S. DE. Ensaio sobre algumas raízes profundas da contabilidade, em apoio aos princípios fundamentais. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 1, n. 1, p. 8–15, 2007.
- MOTA, A. F.; COELHO, A. C. D.; QUEIROZ, L. L. “Teorias da Informação” e Teoria da Contabilidade: Contribuição para Tratamento da Informação ContábilXIV Congresso USP de Controladoria e Contabilidade. **Anais...2014**
- MUSAH, A. Benefits and Challenges of Bookkeeping and Accounting Practices of SMEs and Its Effect on Growth and Performance in Ghana. **JABM JOURNAL of ACCOUNTING - BUSINESS & MANAGEMENT**, v. 24, n. 2, p. 16–36, 2017.
- RICARDO LOPES CARDOSO *et al.* Regulação da contabilidade: teorias e análise da convergência dos padrões contábeis brasileiros aos IFRS Accounting regulation: theories and analysis of the Brazilian accounting standards convergence to IFRS. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 4, p. 773, 2009.