



## **A CONTABILIDADE E AS ORGANIZAÇÕES: O CASO DE UM ESCRITÓRIO CONTÁBIL**

**Diego Ribeiro Marcondes<sup>1</sup>**  
**Nilton Rogerio Marcondes<sup>2</sup>**

### **RESUMO**

A revolução tecnológica da segunda metade do século XX gerou uma enorme demanda por informação, a qual o contador é responsável por suprir, no que se refere à situação financeira e patrimonial das empresas. As micro, pequenas e médias empresas encontram na contabilidade uma ferramenta não só para se manter dentro das leis tributárias e societárias, mas também para obter as tão necessárias informações que auxiliam na tomada de decisões. Por ser inviável para muitas dessas empresas manterem um departamento interno de contabilidade, os escritórios contábeis emergem como uma alternativa. O objetivo desse artigo é estudar o caso de um escritório contábil localizado no bairro do Ipiranga em São Paulo, a fim de determinar como se dá a atuação do contador como prestador de serviços contábeis às empresas de qualquer porte, demonstrando como é o mercado de trabalho para esse profissional, dentro da perspectiva dos escritórios de contabilidade. Esse estudo foi apresentado como parte da disciplina Projeto Integrado I do curso de Ciências Contábeis da Universidade Metropolitana de Santos - UNIMES.

**Palavras-chave:** Ciências Contábeis; Planejamento Estratégico; Escritórios Contábeis; Informação.

1 - Discente do curso de Ciências Contábeis da Universidade Metropolitana de Santos (Unimes Virtual).

2 - Coordenador e docente do curso de Ciências Contábeis da Universidade Metropolitana de Santos (Unimes Virtual).



## 1. INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica da segunda metade do século XX marcou o início da era em que vivemos: a era da informação. Na atualidade, é imprescindível obter informação de qualidade para auxiliar a tomada de decisões dentro das empresas e se manter competitivo no mercado globalizado, no qual não basta apenas oferecer o melhor produto ou serviço, é necessário apresentar algum diferencial e traçar estratégias para se sobressair à concorrência.

As tecnologias da informação mudaram a maneira como as empresas operam e afetaram todo o processo produtivo, além de terem reformulado, como um todo, os produtos e serviços oferecidos pelas empresas, como já previa Porter e Millar (1985). Para se manterem competitivas, as empresas estão inovando constantemente, investindo na obtenção e análise de informações como um meio de alcançar tal inovação. Nesse contexto, o trabalho do contador é importante, pois auxilia na organização e obtenção de informações sobre as finanças e a situação patrimonial das empresas, a fim de fornecer subsídios para que as decisões sejam tomadas conscientemente.

Há uma tendência de aumento na demanda por serviços contábeis pelas micro, pequenas e médias empresas, que deixam de manter a sua contabilidade em ordem apenas por motivos tributários, para fazer uso da contabilidade como uma ferramenta para obter informações que auxiliam na gestão, visando o crescimento e a competitividade. Na pesquisa feita por Miranda, Freire e Saturnino (2009), por exemplo, 70% dos entrevistados estão dispostos a pagar mais aos seus contadores se esses lhe oferecerem informações que permitam gerenciar melhor o seu negócio e 67% manteriam os seus contadores mesmo se o recolhimento dos impostos fosse simplificado. Embora tal pesquisa não seja representativa para as micro, pequenas e médias empresas em geral, ela exemplifica uma tendência da sociedade atual.



Para muitas micro e pequenas empresas não é viável contratar um contador para fazer sua contabilidade, pois em muito casos tratam-se de empresas familiares ou não há tanto trabalho contábil que justifique a contratação de um funcionário para fazê-lo. Em busca de auxílio contábil, muitas dessas empresas recorrem aos escritórios contábeis não somente para manter-se dentro das leis tributárias e societárias, mas também para obter informações importantes para o gerenciamento da empresa. Com a crescente demanda de serviços contábeis, os escritórios de contabilidade tornaram-se alternativa para micro e pequenas empresas, e pessoas físicas obterem esses serviços para as mais diversas finalidades.

Segundo o Conselho Regional de Contabilidade de São Paulo (CRCSP), um escritório individual de contabilidade se caracteriza:

“quando o profissional da contabilidade, embora sem personificação jurídica, execute suas atividades em local próprio, com empregado(s), e independentemente do número de empresas ou serviços sob sua responsabilidade.” (CRCSP, 2012).

Maior segmento do mercado dos serviços contábeis, os escritórios de contabilidade são uma opção para contadores que desejam seguir carreira fora do ambiente corporativo, e empresas que não possuem um departamento interno de contabilidade. Pessoas físicas fazem uso de seus serviços, em geral, somente para auxílio com o imposto de renda, em grande parte, por não conhecerem seus serviços e o quanto eles podem também auxiliar na organização de suas finanças.

Esse artigo tem por objetivo analisar o caso de um escritório de contabilidade localizado no bairro do Ipiranga na cidade de São Paulo, que chamaremos de KDA Serviços Contábeis. A análise será dividida em duas partes: descrição do escritório, seus serviços e seu planejamento estratégico. Com tal estudo, espera-se poder determinar como se dá a atuação do contador como prestador de serviços contábeis para empresas de qualquer porte, qual a sua contribuição para as empresas que o contratam e o que é o mercado de trabalho para este profissional.



Esse estudo foi realizado como parte da disciplina Projeto Integrado I, do segundo semestre do curso de Bacharelado em Ciências Contábeis da Universidade Metropolitana de Santos - UNIMES. A prática pedagógica do Bacharelado em Ciências Contábeis da UNIMES busca o desenvolvimento de competências e a capacidade de integração das disciplinas que compõem sua grade. Portanto, é fundamental ao discente dominar essas competências e aplicar os conteúdos aprendidos em uma situação-problema que deverá ser analisada sob os aspectos da contabilidade e o papel do contador. A integração das disciplinas do curso possibilita ao discente a oportunidade de compreender na prática o objeto de estudo sob uma perspectiva holística (PAUL, 2015).

Com a apresentação desse caso, espera-se dar uma visão geral de como funciona um escritório contábil, apresentando uma análise sobre a dimensão e características do mercado em que estão inseridos, além de um exemplo de estratégia para tais estabelecimentos, a fim de se entender melhor como funcionam, proporcionando aos discentes um primeiro contato com o mercado de trabalho do contador. Tal estudo não visa analisar todos os aspectos dos escritórios de contabilidade, mas apresenta o seu funcionamento e perspectivas como um todo.

## **2. KDA SERVIÇOS CONTÁBEIS**

A descrição do escritório KDA Serviços Contábeis será feita sob várias perspectivas, a fim de criar uma ideia geral do ambiente que o escritório está inserido e de sua estrutura, serviços e clientes. Tratar-se-á de sua trajetória e da história da região onde está localizado e de seus recursos materiais, humanos, financeiros e tecnológicos. Serão apresentados os seus principais serviços, clientes e concorrentes, além de suas estratégias de marketing e captação de novos clientes.

O escritório alvo desse estudo está localizado no bairro do Ipiranga, na cidade de São Paulo. O bairro do Ipiranga, que possui tal nome devido a um riacho homônimo, é um dos bairros mais antigos de São Paulo. É um bairro de classe média conhecido por



abrigar importantes pontos turísticos da cidade, como o Museu do Ipiranga e o Parque da Independência, além de ter sido o local onde foi proclamada a independência do Brasil em 1822. Segundo o Censo do IBGE, possui uma população de 94.787 habitantes e ocupa a 50ª posição entre os bairros mais populosos da cidade (IBGE, 2011).

Fundado no ano de 1975, o escritório é tradicional e conhecido na região. Está atualmente dividido em seis departamentos: fiscal, pessoal, contábil, triagem, repartição e jurídico. Todos os departamentos estão integrados para melhor atender os clientes e agilizar a solução de problemas que ocorrem no dia-a-dia. Ele está instalado em um sobrado próprio com onze salas, onde cada contador possui a sua própria sala. Há também uma copa para os funcionários e uma sala de recepção com água e café, além de entretenimento (revistas) para os clientes que aguardam para ser atendidos.

Entre os recursos materiais que o escritório possui destacam-se os materiais para escritório que são essenciais para a prática contábil; telefone fixo e rádio Nextel, vitais para a comunicação com os clientes; computadores e impressoras que facilitam as atividades contábeis; ar condicionado que propicia um ambiente mais agradável para o trabalho; e uma televisão. Um total de 36 pessoas, divididas em analistas e contadores, trabalham no escritório, sendo que há cinco contadores. É interessante notar que parte do trabalho contábil é feito por técnicos e pessoas sem formação na área, o que mostra que há espaço também para pessoas de outras áreas dentro de um escritório contábil.

Todos os recursos financeiros do escritório estão depositados em contas bancárias, sendo que não possui dinheiro em caixa, investimentos em ações ou empréstimos de instituições financeiras. Os recursos tecnológicos do escritório se limitam a computadores e impressoras, não havendo emprego de nenhuma tecnologia de ponta na atividade contábil.

Dentre os serviços oferecidos pelo escritório para pessoas físicas e jurídicas destacam-se constituição, transferência e encerramentos de firmas; contratos, alteração e destrato; atuação junto aos órgãos públicos; obtenção de certidões diversas;



organização e classificação de todos os documentos da empresa; conciliação de todas as contas da contabilidade (balancete); elaboração do fechamento contábil; demonstrativo do resultado do exercício; elaboração da declaração de imposto de renda anual; demonstração analítica do passivo circulante; emissão dos livros razão e diário geral; controle do ativo imobilizado - aquisições e baixas; emissão de recibos de pagamentos de salário (holerites); rotina de rescisões de contratos de trabalho; emissão de guia de recolhimento de INSS, contribuição sindical, RAIS e DIRF; solicitação de extratos de FGTS; escrituração de resumo de apuração do ICMS e IPI; declaração de índice de participação dos municípios; e emissão da guia de recolhimento do ISS, PIS, FINSOCIAL, IRPF, contribuição social, IRRF, IPI e do ICMS.

Embora muitos dos serviços oferecidos sirvam exclusivamente para manter a empresa dentro das leis tributárias e societárias, vários outros oferecem informações sobre a situação da empresa que auxiliam na gestão. Com sua diversidade de serviços, o escritório está preparado para atender as empresas dos mais diversos segmentos, dando todo o apoio contábil que elas possam vir a necessitar, possibilitando que o escritório seja competitivo dentro do mercado e consiga se manter frente da concorrência.

Os serviços do escritório são oferecidos para toda a região metropolitana de São Paulo, mas principalmente para pessoas físicas e jurídicas do bairro do Ipiranga na cidade de São Paulo. Possui como clientes pessoas físicas, empresas prestadores de serviços e comerciais, embora a maioria dos seus clientes sejam empresas comerciais. Os clientes do escritório pagam uma mensalidade com um valor fixo, que depende do tamanho da empresa e da quantidade e tipo de serviços contábeis que elas necessitam. Essa precificação diferenciada possibilita atender desde micro até grandes empresas, um diferencial que coloca o escritório à frente da concorrência, já que se torna uma opção para todo tipo de empresa.

Os principais concorrentes são outros escritórios de contabilidade tanto do bairro do Ipiranga quanto da região metropolitana de São Paulo. Alguns desses concorrentes possuem uma estrutura melhor que o escritório KDA, com mais departamentos e



serviços mais variados. Entretanto, nem todos os concorrentes possuem a tradição do escritório, que está ativo há décadas e já é conhecido na região. O escritório não faz nenhum tipo de promoção ou ação de marketing: a maioria de seus novos clientes vem por indicação.

### **3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

O planejamento estratégico:

“abrange toda a organização. É projetado no longo prazo, tendo seus efeitos e consequências estendidos a vários anos pela frente; envolve a empresa como uma totalidade, abrange todos os recursos e áreas de atividade, e preocupa-se em atingir os objetivos em nível organizacional; é definido pela cúpula da organização (no nível institucional) e corresponde ao plano maior ao qual todos os demais estão subordinados.” (CHIAVENATO, 2003)

As bases do planejamento estratégico são a visão, a missão e os valores da empresa, que servem como guia para tal planejamento. De fato, essas bases definem a empresa e criam um alicerce sobre o qual as estratégias e ações da empresa deverão se apoiar, possibilitando a construção dos planejamentos estratégico, tático e operacional.

Uma etapa importante do planejamento estratégico é a análise do ambiente onde a empresa está inserida. A análise do ambiente ou análise externa significa um levantamento das condições externas do ambiente que rodeia a organização, impondo-lhe desafios (que precisam ser enfrentados) e oportunidades (que precisam ser aproveitadas) (CHIAVENATO, 2003). Devem-se levar em conta as variáveis ambientais, culturais/sociais, demográficas, econômicas, jurídico/políticas, psicológicas e tecnológicas, no que diz respeito a governos, empresas e recursos humanos dos ambientes onde a empresa está inserida. A análise SWOT e as Cinco Forças Competitivas de Porter são ferramentas úteis para o planejamento estratégico, especialmente no que se diz respeito à análise da situação e do ambiente da empresa.

A análise do planejamento estratégico do escritório KDA será dividida em três partes. Primeiramente serão discutidas suas bases estratégicas, apresentando sua missão, visão



e seus valores. Em seguida, será feita a análise SWOT do escritório, discutindo suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Por fim, discutir-se-á suas Cinco Forças Competitivas de Porter.

### **3.1 BASES ESTRATÉGICAS**

As bases estratégicas são o primeiro componente do processo de criação do planejamento estratégico de uma empresa e oferecem uma estrutura ou contexto sobre o qual será desenvolvido o planejamento estratégico. As bases estratégicas possuem quatro componentes principais: a missão da empresa, que é a sua razão de existir; a visão, que é uma declaração do que a empresa deseja para o futuro; os valores que a empresa se compromete a seguir; e uma declaração de seus objetivos (HILL; JONES; SCHILLING, 2014).

Para se determinar a missão de uma empresa é preciso primeiramente definir o negócio da empresa, o que será guiado pelas perguntas *Qual o nosso negócio? Qual ele será? Qual ele deve ser?* (DRUCKER, 1974). Para responder a pergunta *Qual o nosso negócio?*, a empresa deverá defini-lo em função de três dimensões: quem ele está satisfazendo (grupo de consumidores), o que está sendo satisfeito (necessidades dos consumidores) e como as necessidades dos consumidores estão sendo satisfeitas (por quais conhecimentos e competências). Essa abordagem enfatiza a necessidade por uma definição *customer-oriented* do negócio ao invés de uma definição *product-oriented* (HILL; JONES; SCHILLING, 2014). Definido o negócio, a empresa conseguirá definir de maneira clara a sua razão de existir, ou seja, sua missão.

A missão do escritório KDA é atender o contribuinte nas áreas federal, municipal e estadual. Ao se fazer as indagações descritas acima, conclui-se que o negócio de um escritório contábil é atender pessoas jurídicas e físicas, no que se diz respeito a manter sua situação tributária em ordem, além de lhe oferecer informações gerenciais importantes. Entretanto, na missão do escritório encontra-se apenas parte da sua razão de existir: além de auxiliar o contribuinte, ele também existe para oferecer informações



importantes para a gestão dos clientes. Por outro lado, o escritório foi fundado em 1975, quando as micro, pequena e médias empresas estavam interessadas em serviços contábeis apenas para questões tributárias e não gerenciais. Logo, tal missão era suficiente para a realidade da época, mas poderia vir a ser alterada, para se adequar melhor ao mercado dos dias atuais.

A visão oferece uma orientação sobre o que a empresa deve preservar e para qual o futuro que ela deve mirar seu progresso. Uma visão bem concebida consiste em dois grandes componentes: uma ideologia central e o futuro desejado. A ideologia central define o que a empresa significa e porque ela existe. A ideologia central é imutável e complementa o futuro desejado. O futuro desejado é o que a empresa deseja se tornar, alcançar e criar. Tal futuro exigirá mudanças significativas e progresso para ser alcançado (COLLINS; PORRAS, 1996).

O escritório KDA tem como visão estar sempre atualizado na área contábil e fiscal para poder atender nossos clientes de forma prática e clara. Nota-se que tal visão está de acordo com as atividades e ações do escritório, e também com a definição de visão apresentada acima. A ideologia central da visão do escritório é atender os seus clientes de forma prática e clara, o que é imutável, enquanto o futuro desejado de tal missão é estar sempre atualizado na área contábil e fiscal. Observa-se que a ideologia central complementa o futuro imaginado e que são necessárias mudanças contínuas dentro do escritório, para que este esteja sempre atualizado. Portanto, observa-se que a visão do escritório está de fato formulada de maneira adequada.

Os valores de uma empresa determinam como os gerentes e empregados devem se comportar, como devem fazer negócio e que tipo de organização devem construir para ajudar a empresa a alcançar sua missão. Tanto quanto os valores ajudam a guiar e formar o comportamento dentro da empresa, eles também são normalmente vistos como o alicerce da cultura organizacional da empresa: o conjunto de valores, normas e padrões que controlam como os empregados devem trabalhar para alcançar os objetivos e a missão da empresa (HILL; JONES; SCHILLING, 2014).



O escritório KDA não possui valores definidos. Entretanto, ao se analisar suas atividades, conduta e ambiente organizacional, pode-se concluir que um possível conjunto de valores para ele poderia ser “Respeito, Responsabilidade, Ética, Comprometimento e Melhoria Contínua”. Esses cinco valores estão de acordo com o que é esperado em um escritório contábil pela sociedade e por seus clientes, já que se trata de um negócio em que responsabilidade e ética, por exemplo, são de extrema importância. De fato, tais valores devem ser o alicerce de toda aplicação de serviços e ferramentas contábeis.

### **3.2 ANÁLISE SWOT**

A análise SWOT é uma de diversas ferramentas de planejamento que são usadas por empresas para garantir que existe um objetivo claro definido para um projeto e que todos os fatores, positivos e negativos, relacionados a esse projeto foram identificados e abordados. Para garantir isso, o processo da análise envolve quatro áreas: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, sendo a ferramenta mais renomada para auditoria e análise da posição estratégica geral da empresa e seu ambiente (IFEDIORA; IDOKO; NZEKWE, 2014).

O propósito principal da análise SWOT é identificar as estratégias que vão criar um modelo específico de negócios para a empresa, que estará melhor alinhado com os seus recursos e com os requerimentos do ambiente em que a empresa se insere. Ela é fundamental para a avaliação do potencial interno e das limitações da empresa (forças e fraquezas) e das prováveis oportunidades e limitações (ameaças) encontradas no ambiente, observando todos os fatores interiores e exteriores a uma empresa que afetarão o seu sucesso (IFEDIORA; IDOKO; NZEKWE, 2014).

Ao se analisar as forças e fraquezas da empresa leva-se em conta apenas os seus fatores internos, a fim de se determinar os pontos positivos da empresa e trabalhar em cima deles para usá-los da melhor maneira possível. Entretanto, também se busca reconhecer os pontos fracos da empresa, para que todas as decisões sejam tomadas



tendo o conhecimento de quais os problemas que poderão ser encontrados no futuro, tentando minimizá-los. Por outro lado, ao se analisar as oportunidades e as ameaças, os fatores de interesse são externos, não controláveis pela empresa, já que fazem parte do ambiente onde ela está inserida. É importante estar ciente desses fatores, para se aproveitar as oportunidades, quando elas aparecerem, da melhor maneira possível e se proteger das ameaças de modo planejado e antecipado.

Dentre as forças do escritório KDA podemos citar a presença de seis departamentos (fiscal, pessoal, contábil, triagem, repartição e jurídico), o que permite que o escritório esteja mais preparado para auxiliar seus clientes nas diferentes áreas contábeis e possa oferecer uma gama maior de serviços, mantendo sempre a qualidade e o bom atendimento. Outro ponto positivo do escritório é a sua tradição, pois, fundado em 1975, está no ramo a mais de 40 anos e possui um grupo de clientes fiéis que ajudam a aumentar sua visibilidade e tornam desnecessários gastos com marketing, possibilitando um investimento maior em outros aspectos.

O tamanho e os recursos limitados são fraquezas do escritório KDA, pois impossibilita que eles prestem serviços a grandes empresas industriais, limitando o mercado de atuação do escritório a pessoas físicas e pequenas empresas prestadoras de serviços e comerciais. Embora haja um número grande de potenciais clientes para o escritório (micro e pequenas empresas), esse número poderia ser bem maior caso o escritório possuísse uma estrutura melhor, maior e mais tecnológica, capaz de dar suporte a grandes empresas industriais.

A crise econômica pela qual o Brasil está passando é uma oportunidade para o escritório KDA, pois muitas pessoas físicas e jurídicas estão procurando serviços contábeis para organizar e planejar suas finanças nesses tempos de incertezas econômicas, sendo uma oportunidade para o escritório aumentar seu número de clientes. Em tempos de crise, é importante tomar decisões mais acertadas, manter as finanças organizadas e o patrimônio controlado, o que pode ser alcançado pelo emprego dos serviços contábeis oferecidos pelo escritório.



Porém, a mesma crise econômica também é uma ameaça para o escritório KDA, pois o rendimento e crescimento das empresas vem diminuindo e, como a maioria dos clientes do escritório são empresas, conseqüentemente seus rendimentos também virão a cair. Além disso, com os avanços tecnológicos e informatização dos serviços públicos, muitos serviços contábeis, como apuração e emissão de guias tributárias, podem ser feitos pela internet por qualquer funcionário da micro e pequena empresa, não havendo a necessidade de um profissional de contabilidade para realizar esse tipo de serviço. Como muito gestores ainda não veem o contador como um fornecedor de informações importantes para a gestão, seus serviços não são requisitados pela empresa, que agora tem a capacidade de apurar seus tributos sem a ajuda de tal profissional.

### **3.3 FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER**

As Cinco Forças Competitivas de Porter (1979) são a rivalidade entre os concorrentes, o poder de negociação dos clientes, o poder de negociação dos fornecedores, a ameaça da entrada de novos concorrentes e a ameaça de produtos substitutos.

A rivalidade entre os concorrentes é um determinante da competitividade e do comportamento do mercado. Em um mercado com muitos concorrentes, por exemplo, as empresas investem em captação de clientes, redução de preços e marketing, enquanto que em um mercado com poucos concorrentes não há a necessidade de se reduzir preços e investir muito em marketing: é mais fácil manter uma constante parcela do mercado. É importante tomar as decisões gerenciais tendo-se em mente a rivalidade entre os concorrentes, para poder determinar em qual mercado a empresa está inserida e alinhar as decisões com tal mercado.

O poder de negociação dos clientes e dos fornecedores influenciam o produto (ou serviço) final da empresa, pois o primeiro deseja produtos de maior qualidade por preços menores, enquanto os fornecedores detêm o poder de negociação e controle dos preços de matérias-primas que afetará diretamente o preço final do produto ao



consumidor. O ambiente ideal para uma empresa seria aquele em que nem o cliente, nem o fornecedor tem o poder de negociação, pois assim ela pode operar dentro dos custos e lucros desejados, aplicando os preços que bem entender para seus clientes. Esse poder de negociação deve ser detalhadamente estudado pela empresa, para que ela possa operar da melhor maneira dentro do mercado em que se encontra.

A ameaça da entrada de novos concorrentes no mercado deve ser mensurada periodicamente pela empresa, para que ela possa criar estratégias para o caso de entrada de novos concorrentes, a fim de manter sua parcela do mercado e se sobressair à concorrência. Em um mercado com grande ameaça de entrada de novos concorrentes, as decisões devem ser tomadas de modo a garantir sempre a maior parcela do mercado, para que a empresa se mantenha protegida contra novos concorrentes. Assim como a entrada de novos concorrentes, a ameaça de produtos substitutos deve também ser estudada pela empresa, para que ela esteja preparada para lidar com produtos substitutos.

A rivalidade entre os concorrentes não é tão forte para o escritório KDA. De acordo com o site Apontador, há por volta de 83 escritórios contábeis somente no bairro do Ipiranga na cidade de São Paulo (APONTADOR, 2016). Embora essa fonte não seja oficial, pode-se perceber que há um grande número de concorrentes para o escritório KDA. Entretanto, o número de usuários da contabilidade nessa região também é muito grande, o que faz que não exista rivalidade entre os escritórios.

Por outro lado, o grande número de escritórios faz com que os clientes tenham um grande poder negociação, já que têm a oportunidade de comparar orçamentos e serviços para escolher o que possui melhor custo-benefício, sendo que apenas oferecer serviços de qualidade não é suficiente nesse mercado, sendo também necessário oferecê-los a preços competitivos. Portanto, é importante que o escritório ofereça serviços diferenciados, de modo a se sobressair à concorrência e captar novos clientes.

O escritório KDA não é dependente de fornecedores, pois os serviços que oferece não necessitam, em grande escala, de nenhum produto ou serviço de terceiros. Assim, os



fornecedores não possuem nenhum poder sobre o escritório. Logo, a força competitiva de Porter “poder de negociação dos fornecedores” não se aplica nesse caso.

Não há ameaça de entrada de novos concorrentes para o escritório KDA, pois, com a crise econômica atual, o investimento e o rendimento das empresas estão diminuindo, o que faz com que o ambiente econômico do país não esteja propício a abertura de novos escritórios contábeis, principalmente em um mercado com tantos concorrentes como o do escritório KDA.

Os serviços contábeis são vitais e importantes tanto para pessoas jurídicas, como para pessoas físicas, o que faz com que não haja ameaça de produtos substitutos para o escritório KDA, pelo menos em curto prazo. Porém, os avanços tecnológicos poderão, em longo prazo, fazer com que as micro e pequenas empresas possam realizar seus serviços contábeis pela internet, não necessitando do auxílio de um profissional de contabilidade, o que pode ser considerado um serviço substituto ao oferecido pelo escritório contábil.

## **CONSIDERAÇÕES**

Os serviços contábeis disponibilizados por um escritório são de extrema importância para a população em geral, mas principalmente para pessoas jurídicas, independentemente do seu tamanho. Existe uma grande demanda por serviços contábeis, mas também uma grande oferta (apenas no Bairro do Ipiranga em São Paulo, há cerca de oitenta escritórios de contabilidade).

Os escritórios de contabilidade não são afetados em grande escala por crises econômicas, pois, embora o rendimento dos seus clientes diminua e, conseqüentemente, o faturamento do escritório também, em tempos de crise é extremamente importante para as empresas manter sua contabilidade em dia, o que leva a um aumento na procura por serviços contábeis.

As perspectivas para a profissão são positivas devido ao aumento da demanda por



contabilidade nos últimos anos e que deve continuar aumentando nos anos que virão, muito em razão das leis e regulamentos governamentais, tanto para o recolhimento de impostos, como para a realização de atividades econômicas, e também porque é crescente a procura de serviços contábeis para questões gerenciais.

A contribuição do contador para as empresas que o contratam não se limita apenas ao controle, demonstração e tributação do patrimônio da empresa, mas ao oferecimento de informações vitais a gestão e tomada de decisão dentro da empresa. O trabalho oferecido por escritórios de contabilidade é essencial para o funcionamento de micro, pequenas e médias empresas, o que faz com que tal área de atuação profissional esteja sempre em crescimento, propiciando oportunidades para contadores desenvolverem suas carreiras nesse mercado, não havendo nenhuma defasagem em relação ao contador inserido no mercado empresarial.

Analisando o escritório KDA, um tradicional escritório de São Paulo, há mais de 40 anos no ramo, foi possível entender a importância e como funciona um escritório contábil, as perspectivas e desafios da profissão, além de se ter uma ampla ideia do mercado de serviços contábeis oferecidos por escritórios.



## Referências

APONTADOR. *Escritório de Contabilidade no Bairro do Ipiranga, São Paulo, SP*. 2016. <<http://www.apontador.com.br/>>. [Online; Acessado em 5 de Junho de 2016].

CHIAVENATO, I. *Introdução à teoria geral da administração*. [S.l.]: Elsevier Brasil, 2003.

COLLINS, J. C.; PORRAS, J. I. *Building your company's vision*. Harvard business review, SUBSCRIBER SERVICE, PO BOX 52623, BOULDER, CO 80322-2623, v. 74, n. 5, p.65, 1996.

CRCSP. *Escritório Individual*. 2012. <[http://www.crcsp.org.br/portal\\_novo/registro/informacoes/escritorio\\_individual.htm](http://www.crcsp.org.br/portal_novo/registro/informacoes/escritorio_individual.htm)>. [Online; Acessado em 13 de Maio de 2016].

DRUCKER, P. F. *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. [S.l.]: Harper and Row, 1974.

HILL, C.; JONES, G.; SCHILLING, M. *Strategic management: theory: an integrated approach*. [S.l.]: Cengage Learning, 2014.

IBGE. Censo demográfico 2010. *Características da população e dos domicílios: resultados do universo*. 2011.

IFEDIORA, C. O.; IDOKO, O. R.; NZEKWE, J. *Organization's stability and productivity: the role of swot analysis an acronym for strength, weakness, opportunities and threat*. International Journal of Innovative and Applied Research, v. 2, n. 9, p. 23, 2014.

MIRANDA, L. C.; FREIRE, D. R.; SATURNINO, O. *Demanda por serviços contábeis pelos mercadinhos: são os contadores necessários? Contabilidade Vista & Revista*, v. 19, n. 1, p. 131–151, 2009.

PAUL, N. L. d. F. *Manual de orientações Projeto Integrado I*. Bacharelado em Ciências Contábeis. UNIMES, 2015.

PORTER, M. E. *How competitive forces shape strategy*. Harvard Business Review Boston, 1979.

PORTER, M. E.; MILLAR, V. E. *How information gives you competitive advantage*. [S.l.]: Harvard Business Review, Reprint Service, 1985.



## **Diego Ribeiro Marcondes**

Discente do curso de Ciências Contábeis da Universidade Metropolitana de Santos (Unimes Virtual).

## **Nilton Rogério Marcondes**

Doutorado em Ciências da Educação pela Universidade de Coimbra, Portugal .Coordenador do curso de bacharelado em Ciências Contábeis no ensino a distancia da Universidades Metropolitana de Santos - UNIMES VIRTUAL.

### **Para citar este trabalho:**

**MARCONDES**, Diego Ribeiro; **MARCONDES**, Nilton Rogério. A CONTABILIDADE E AS ORGANIZAÇÕES: O CASO DE UM ESCRITÓRIO CONTÁBIL. **Revista Aten@**. Vol.1 – Número 0 – AGOSTO. 2016. Disponível em :

<http://periodicosunimes.unimesvirtual.com.br/index.php?journal=gestaoenegocios&page=index>