

UTILIZANDO O MARKETING COMO VANTAGEM COMPETITIVA PARA CONTADORES

Letícia Pereira Ferreira; Ana Letícia Lima de Oliveira

RESUMO

O objetivo deste estudo foi unir o contador a nova ferramenta chamada *marketing*. O marketing é a ciência e a arte de explorar, criar, se envolver e valorizar o cliente, a fim de satisfazer as necessidades do mercado de trabalho. A presente pesquisa tem como objetivo descrever e analisar quais são as percepções encontradas em escritórios de contabilidade online acerca do assunto *marketing*, evidenciando sua importância, entendimento acerca de seu conceito, as ações e seus possíveis aspectos positivos uma vez que se têm dúvidas sobre o real entendimento sobre sua aplicabilidade no desenvolvimento da atividade contábil por parte dos profissionais.

Palavras-chave: Contador, Marketing, Escritórios de Contabilidade.

ABSTRACT

The objective of this study was to unite the accountant with a new implement called marketing. Marketing is a science and art of exploring, creating, engaging and valuing the customer to satisfy the needs of the job market. The present research aims to describe and analyze what are the perceptions found in online accounting offices on the subject of marketing, highlighting its importance, understanding of its concept, actions and its possible positive aspects since there are doubts about the real understanding of its applicability in the development of accounting activities by professionals.

Key Words: Accountant, Marketing, Accounting Offices.

1 INTRODUÇÃO

1.1 Introdução

Neste artigo, será abordado o desenvolvimento da contabilidade, destacando como a contabilidade evoluiu em sua abordagem à geração de lucros. Desde os primórdios da civilização, surgiram conceitos relacionados à economia, bens e patrimônio, com o objetivo de medir a riqueza e registrar informações de forma a impulsionar os negócios. Isso envolve a análise de receitas, despesas e a busca por maior segurança financeira.

O marketing, por sua vez, é uma disciplina que se desenvolveu para potencializar as vendas, oferecendo melhorias para as empresas. Nos tempos atuais, o marketing não é mais visto apenas como uma ferramenta para impulsionar as vendas, mas também como um meio de estabelecer relações sociais no contexto contábil.

Para contadores recém-formados é natural que surjam dúvidas sobre como iniciar suas carreiras e quais passos tomar. Na área de ciências contábeis, existem diversas oportunidades para o desenvolvimento, seja trabalhando de forma autônoma ou em empresas. No entanto, a chave para o sucesso está em dedicar-se ao aprimoramento profissional, por meio de cursos e estágios, e em saber onde procurar oportunidades de emprego que permitam demonstrar suas habilidades recém-adquiridas.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 História da Contabilidade

A contabilidade é uma ciência com o objetivo de auxiliar as tomadas de decisões por meio de informações precisas. Ela é composta por padrões e um sistema de informações com a finalidade de atingir metas bem-sucedidas. A contabilidade tem um propósito controle do patrimônio, todos os fatos contábeis tem o papel principal de fornecer informações físicas e econômicas (PADOVEZE, 2012).

Frei Luca Bartolomeu Pacioli, conhecido como pai da Contabilidade nos leva a refletir que a contabilidade na pré-história se deu origem à civilização, com senso coletivo em tribos primitivas. Na agricultura antiga, existia uma organização econômica do direito a terra, com a divisão de propriedades. Isso permitia que cada indivíduo detivesse sua própria riqueza e, ao falecer, pudesse legar seus bens aos filhos ou parentes. Esses bens eram considerados heranças, que posteriormente passaram a ser denominadas como Patrimônio.

Os primeiros seres humanos começaram a realizar seus primeiros registros, relacionados ao uso pessoal, consumo, produção e valores. Nesse período, não havia crédito, e todas as transações de compra e venda eram realizadas à vista. Segundo Iudícibus (2010, p.16), “[...] a Contabilidade é tão antiga quanto o homem que pensa. Se quisermos ser pessimistas, é tão antiga quanto o homem que conta e que é capaz de simbolizar os objetos e seres do mundo por meio da escrita”.

O Patrimônio se tornou o principal objetivo para o homem primitivo, que o via de forma quantitativa, medindo-o em rebanhos e bens. Os primeiros registros eram mantidos apenas na memória. Com o tempo, as sociedades descobriram métodos mais eficazes para o registro contábil, incluindo gravações e outros métodos.

O Sistema Contábil é grandemente dinâmico e foi bem evolutivo na duplicação dos documentos. Os registros se tornaram diários, depois resumidos em papiros ou tábuas, no final do período, como nos faz lembrar o Livro Diário, Balancete Mensal e Balancete Anual.

2.2 Vantagens da Contabilidade

A Contabilidade se tornou mais importante com o passar dos tempos, com desenvolvimento econômico e obter controle sobre seu Patrimônio. É uma ciência social pois a ação do homem, vem modificando este patrimônio, usando matemática estatística como principal ferramenta (IUDIBU, MORION e FARIA, 2009).

A Contabilidade é voltada na área da administração, que ajuda na tomada de decisões, verificando se haverá lucro ou prejuízo, quanto maior o controle e organização, melhor será o nível de entendimento, melhorando a gestão financeira aumentando o desempenho, prevenindo prejuízos e aumentando os lucros.

Às vantagens supracitadas, Gonçalves e Baptista (2011, p.4) afirmam que “[...]Através do desenvolvimento das técnicas contábeis é possível registrar, consolidar, controlar e analisar todas as mutações patrimoniais e, dessa forma, dotar a administração das entidades de informações gerenciais não só necessárias, mas, invariavelmente, fundamentais ao processo decisório.”

Em qualquer tipo de negócio, o setor contábil é um dos mais relevantes, pois ele é necessário para que os negócios possam ter mais visão, para avaliar as despesas, lucros, receitas, custos, tudo isso para que possa garantir uma eficácia maior e com segurança. É de grande importância que as empresas auxiliem na gestão financeira dos empreendedores, onde possam analisar os dados e apresentar para o responsável da organização, para que se possa garantir um plano de estratégia para que haja um futuro lucrativo.

Existem diversos ganhos que o empreendedor pode analisar a médio e longo prazo e observar como o negócio é percebido no mercado e qual resultado poderá ser obtido. Ao evitar o surgimento de imprevistos através de um planejamento adequado, empreendedores conseguem ter uma visão mais clara do seu negócio, realizar prevenção de prejuízos e assegurar que os clientes evitem atrasos, preservando seu lucro. A diminuição de gastos na empresa é notável, uma vez que despesas desnecessárias são automaticamente reduzidas, permitindo que o cliente economize recursos em sua empresa. É por isso que a contabilidade é bem vista, tornando-se essencial para as empresas.

2.3 Objetivos da Contabilidade

A contabilidade tem como objetivo fornecer dados atualizados, reais e confiáveis para a empresa, utilizando relatórios para fazer análises do balanço patrimonial. Essas informações são precisas

na empresa para que possa ter controle financeiro do que pode ser pago e obter lucros, para que possa crescer e gerar resultados.

O contador tem que avaliar o estoque, isso sendo feito de qualquer jeito poderá afetar os rendimentos da empresa diminuindo os lucros e dando mais gastos. Para não haver desastres financeiros, o contador deve observar os custos referentes a mão de obra e matéria-prima evitando gastos desnecessários (GRANDCHAMP, 2021).

A contabilidade apresentando relatórios demonstrativos que possibilitam a análise e facilitam a elaboração de estratégias para o aprimoramento contínuo da empresa. No âmbito contábil, diversas informações são cruciais, tais como: controlar e mensurar a movimentação nas decisões; adquirir dados úteis para embasar escolhas estratégicas; garantir o cumprimento das leis financeiras; promover uma comunicação eficaz tanto interna quanto externa; considerar o patrimônio financeiro da empresa e sua disposição para cumprir obrigações; e auxiliar nos projetos relacionados aos recursos financeiros e ao capital.

Dentro do escopo dos recursos financeiros e do capital, há metas confiáveis, permitindo a análise por meio do balanço patrimonial. A organização financeira é um ponto crucial para estabelecer parcerias e alcançar benefícios, promovendo melhores resultados para a empresa. É imperativo que toda empresa mantenha suas operações alinhadas para exercer controle efetivo e gerar resultados. Essa prática inclui as seguintes etapas: registrar, ou seja, documentar tudo o que ingressa na empresa com a devida quantificação; organizar, implementando um sistema que mantenha a contabilidade da empresa devidamente estruturada; demonstrar, por meio de registros que promovem a organização interna; analisar, observando os demonstrativos para apurar os resultados; e acompanhar, monitorando o planejamento, incluindo pagamentos e entrada de recursos na empresa (TEIXEIRA, 2023).

2.4 História do Marketing

O marketing começou a ser estudado por volta do ano de 1909, teve início em 1940, que foi onde teve os primeiros estudos por Walter Dill Scott e William J. Reilly. Cada um com sua própria maneira de pensar, Walter pensava em assuntos sobre psicologia aplicada já William em leis do varejo, eles tinham teoria de mercado que podiam se desenvolver ou não. E o marketing teve nomes importantes que vieram para somar com seu desenvolvimento Henry Ford, Philip Kotler, Roland Vaile e Peter Drucker (SCHERMER, 2012).

O marketing hoje em dia veio para facilitar a vida dos humanos, antes era visto apenas algo para fazer propagandas, hoje é vista como uma importante ferramenta em relações humanas. No entanto ele é dividido em modalidades que se destaca com Marketing de Serviços.

Segundo Cobra (1985, p.6), a adoção do marketing no Brasil tem sido ampliada, e muito, devido ao crescimento da renda per capita da população, ao lado dos estímulos crescentes à produção e à exportação. Entretanto, “[...] o marketing como ciência é um acontecimento relativamente atual, já que sua prática e entendimento no Brasil ocorrem há menos de três décadas, por ser recente este é confundido com propaganda ou com vendas somente”.

Antigamente o conceito sobre vendas era apenas uma forma de lucro que poderia usar as vendas e criar promoções, o seu foco era o produto. Nos dias de hoje a comercialização é levada mais pela conquista do lucro e contentamento do cliente como relata a o quadro que se ilustra essa evolução de conceituação (COBRA, 1985, p.5).

A finalidade do marketing contábil “[...] é servir de elo conclusivo entre o mercado e os contabilistas, criando e oferecendo serviços de valor definitivamente percebidos pelos clientes” (BERTOZZI, 2002, p.74).

A função que o marketing deve assumir na área é a ordenação mais eficaz dos recursos da empresa de serviços contábeis, ampliar o prestígio profissional, planejar o futuro, racionalizar os custos, focar novos segmentos, criar estratégias para clientes potenciais, desenvolver novos serviços, investir em relacionamentos e imagem pessoal. Uma empresa de serviços contábeis que incorpora o marketing torna-se mais competitiva, sem necessariamente quebrar a ética da profissão (BERTOZZI, 2002, apud DEDONATTO et al., 2004, p.71).

2.4.1 Benefícios do Marketing

As ideias que o marketing vem a oferecer poder ser de grande ajuda para elevar a sua empresa a ter sucesso em diversas áreas quanto no online e off-line, obtendo melhores resultados. O empreendedor precisa de uma estratégia para poder chamar atenção do público-alvo e ter divulgação de sua marca. Nos anos anteriores os panfletos e outdoors eram uma forma de divulgação de sua marca, mas hoje em dia temos a tecnologia, que faz com que os clientes possam ter uma confiança maior e ter futuros resultados (COSTA, 2022)..

A estratégia de marketing é essencial para o sucesso da sua empresa. Não basta ser a melhor se não houver um bom planejamento de divulgação. O marketing oferece diversas estratégias para promover seu produto e garantir visibilidade no mercado. Manter um bom relacionamento com o cliente

também é crucial. Ter um site para sua empresa é uma maneira importante de apresentar seus produtos e serviços, aproximando-se dos clientes. Investir em marketing permite ao empreendedor promover sua marca em várias plataformas, incluindo redes sociais (COSTA, 2022).

A criação de um perfil forte é outra vantagem do marketing. Ao expandir o perfil da empresa, especialmente em redes sociais populares como Facebook, Instagram e WhatsApp, a divulgação dos produtos se torna mais eficaz, pois muitas pessoas navegam nessas plataformas. A credibilidade da empresa é construída através do uso inteligente das redes sociais, criação de sites e anúncios. O marketing também utiliza e-mails para que os clientes se cadastrem e recebam promoções, aumentando a confiança e a audiência do site (COSTA, 2022).

Auxiliar o cliente nas decisões é uma prioridade. A reputação da marca é importante, mas o cliente tomar a melhor decisão é ainda mais crucial. O marketing permite vendas diretas e indiretas, garantindo uma boa divulgação e atraindo mais clientes.

Uma boa divulgação é fundamental para garantir rendimento com o público-alvo e atrair mais clientes para seus negócios. Além disso, investir na confiança da equipe é essencial. Escolhendo as melhores opções de marketing, a equipe pode planejar estratégias de divulgação, ficando ciente e atualizada sobre os objetivos da empresa e contribuindo para a satisfação dos clientes.

Investir na empresa traz resultados positivos, incluindo aumento de vendas, prestação de serviços e parcerias. A divulgação da empresa traz vantagens, como a conquista de clientes, parcerias alinhadas aos objetivos, redução de custos e melhorias nas entregas de mercadorias, além de aprimorar a maneira de divulgação na internet (COSTA, 2022).

No marketing existem várias maneiras de fazer crescer sua empresa, escolha com sabedoria o melhor empreendimento que ajude a conquistar seus objetivos. O contador conhecendo bem o seu cliente, ela terá mais recursos para satisfazer o seu cliente, assim saberá investir bem a sua marca, com um bom marketing.

2.4 Características do contador

Ao se deparar com a transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho, um recém-formado frequentemente se vê diante de incertezas sobre como se destacar. Para alcançar o sucesso após a graduação, é preciso empenhar-se em mostrar o melhor de si, participando de cursos práticos, estágios e investindo em aprimoramento constante.

A escolha de um bom curso é fundamental para ampliar conhecimentos e melhorar técnicas, preparando o futuro contador para a profissão. Além disso, participar de eventos na área contábil é uma

maneira de conectar-se a pessoas com interesses semelhantes, empresas em busca de novos talentos e colegas recém-formados em busca de oportunidades para demonstrar seu potencial.

Segundo o site Infoco Digital (2021), elaborar um currículo é uma etapa crucial nesse processo. O currículo deve ser cuidadosamente elaborado para aumentar as chances de conquistar oportunidades profissionais. A avaliação do currículo, a busca por orientação junto a professores e profissionais da área, além da correção de possíveis erros de português, são passos essenciais nesse processo.

De acordo com o site Infoco Digital (2021), o contador precisa dominar diversas habilidades para se destacar em qualquer empresa ou organização. Essas habilidades incluem a emissão de notas fiscais eletrônicas (NFS-e), conhecimento em SPED fiscal e suas especialidades, habilidades básicas de gestão, técnicas de obtenção e manutenção de clientes, avaliação operacional de empresas com análise de custo-benefício, e o uso de assinaturas eletrônicas e digitais por meio de certificados digitais.

Manter-se atualizado com as últimas novidades do mercado contábil é crucial para não perder as inovações que estão ocorrendo. Isso permite ao profissional planejar estratégias de trabalho mais eficientes e estar sempre preparado para os desafios do cenário contábil em constante evolução.

O contador pode atuar em diversas áreas, como de empresas privadas, órgãos públicos, bancos e faculdades e empresas privadas. Pode trabalhar de duas maneiras: prestar serviços com empregado contratado na CLT ou como autônomo.

As vantagens de um autônomo que ele tem mais facilidade de organização, da rotina de trabalho em busca de se especializar, tem liberdade de trabalhar com mais de uma empresa, horários flexíveis. Já as vantagens de trabalhar em uma empresa tem pouca liberdade para cumprir suas metas (objetivos); obrigações mais rígidas com a empresa; dificuldade de trabalhar com mais de uma empresa.

Segundo o site Infoco Digital (2021), há caminhos que um contador pode tomar, ele pode ser um grande empreendedor, sendo assim abrindo sua própria empresa de contabilidade. Uma oportunidade para o profissional da área que possui maturidade e técnicas qualitativas. Obtendo sua própria empresa terá maior margem de lucro. Pode ser fornecedores de confiança, capacidade de maior investimento e lucrar.

Existem algumas na área que o trabalho contábil pode trabalhar, que depois de formado o contador poder exercer essas funções: tribunal de contas, governos, tribunal regional de trabalho, ministério público, nessas áreas o contador será responsável por relatórios, dados financeiros. Já as empresas privadas, escritórios tem a responsabilidade de ordenas as receitas, fornecer dados calcular impostos e fazer lançamentos de notas. A consultoria contábil já é uma parte mais escritório, autônomo obtendo vantagens de experiência, serviço comércio exterior e análises financeiras.

3 METODOLOGIA

Alves (1991) orienta que o pesquisador pode e deve desenvolver um projeto seguindo os passos da investigação. Esse projeto deve incluir pesquisas objetivas e definidas, que podem ser reestruturadas, deixadas de lado ou acrescentadas de outra forma, de acordo com a evolução do estudo. Além disso, é crucial que o projeto esteja bem definido, a metodologia seja antecipada e cuidadosamente escolhida, e haja confirmação sobre a procedência do estudo, demonstrando a cooperação para a elaboração do conhecimento e prática profissional.

No contexto da pesquisa qualitativa, o foco está em retratar a realidade e mostrar os sujeitos participantes sem se preocupar com a quantidade de dados. Essa abordagem procura compreender conhecimentos, opiniões e experiências das pessoas envolvidas na pesquisa. Trata-se de um processo de investigação mais flexível, permitindo a emergência de novos dados e categorias ao longo do estudo.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DE DADOS

Os critérios utilizados para a escolha das empresas foram os primeiros resultados apresentados na ferramenta de pesquisa do Google ao digitar as palavras-chave "serviços contábeis". Os sites identificados foram: www.contadoragora.com, www.jacalculei.com.br, www.contaja.com.br e www.contabilizei.com.br.

O site "Contador Agora" destaca-se por seu design criativo e atrativo. A análise revela um site prático e detalhado. O conteúdo é de fácil acesso, apresentando serviços de maneira explicativa, utilizando desenhos e gráficos para ilustrar seus serviços de forma concisa. O site valoriza o contato com o cliente, oferecendo opções como e-mail, ligação ou interação direta com especialistas.

A empresa "Já Calculei Contabilidade Ltda" apresenta um design mais simples. No início, são destacadas características que promovem a abertura e crescimento de empresas. Os recursos dos serviços são ilustrados de maneira informativa, mostrando opções de planos contábeis e garantias oferecidas. Há ênfase no contato com o cliente, com opções como telefone, WhatsApp, Chat e Sistema de Atendimento ao Cliente. O site disponibiliza links úteis, inclusive para vagas de emprego.

O site "Conta Já" se destaca por sua atratividade visual e cores vibrantes. Logo no início, oferece a possibilidade de falar com um especialista da equipe, apresentando informações sobre

contabilidade online. A empresa trabalha com metas e demonstra organização e competência, evidenciadas por depoimentos positivos de clientes. O atendimento é nacional, com custos acessíveis e opções de contato via WhatsApp. O site detalha procedimentos para abrir uma empresa e realizar a troca de contador.

O "Contabilizei" apresenta um site de cores simples, porém com desenvolvimento elaborado. Destaca a imagem do contador responsável e fornece informações claras sobre a abertura de contas e Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ. Clientes que já utilizaram os serviços elogiaram, atribuindo 5 estrelas. O cliente pode escolher a forma de atendimento, seja por WhatsApp, e-mail, telefone, chat ou por meio de um especialista. As opções de planos com descontos acessíveis também são oferecidas.

4.1 Resultados Das Análises

O marketing compreende um conjunto de técnicas e métodos aplicados no mercado de trabalho, direcionado para o público, vendas, produtos e o desenvolvimento das empresas, além de compreender a comunicação. Sua abordagem vai além de propagandas de vendas, sendo considerada uma estratégia essencial para aprimorar os negócios empresariais. O ato de integrar o contador a essa ferramenta, o marketing, é fundamental.

Em síntese, o marketing é uma ciência que busca explorar, criar, envolver e valorizar o cliente, atendendo às necessidades do mercado de trabalho. Essa ferramenta proporciona ao cliente uma resposta motivacional, compartilhada em mídias e redes sociais, visando incentivar habilidades. Destaca-se ao mostrar o conteúdo da empresa de forma satisfatória, capturando a atenção dos clientes com novidades, promovendo o compartilhamento entre as pessoas para que todos possam obter ideias vantajosas para implementar em suas empresas.

Manter o site sempre atualizado é uma prática essencial, assegurando que ele seja atrativo e a equipe esteja pronta para atender, garantindo, assim, a confiança dos clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na contabilidade, observa-se uma evolução constante, especialmente com a integração do marketing, que traz ideias inovadoras e estratégias para promover propagandas. Essa evolução destaca que o recém-formado na área não precisa temer, pois ao se especializar, torna-se um profissional capacitado na contabilidade.

O marketing surge como uma ferramenta que evidencia o potencial de crescimento para estudantes e profissionais contábeis, proporcionando serviços aplicados que inspiram confiança e apresentam planos acessíveis para atender às necessidades do cliente. Os sites de marketing contábil oferecem diversas oportunidades de rendimento com custos mais acessíveis, ampliando as possibilidades para os profissionais da área.

REFERÊNCIAS

DE OLIVEIRA, J. F.; DA SILVA, N. R.; DOS SANTOS, C. B. Marketing: um diferencial para a contabilidade. Revista Estudos - Vida e Saúde (Revista de Ciências Ambientais e Saúde), Goiânia, Brasil, v. 42, n. 2, p. 211–224, 2015. DOI: 10.18224/est.v42i2.4019. Disponível em: <<https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/estudos/article/view/4019>>. Acesso em: 10 nov. 2023.

BERTOZZI, Rodrigo D. Marketing Contábil: a nova guerra dos contabilistas. Revista do CRCPR. Ano 27. Nº134. 3º Quadrimestre de 2002.

CARVALHO, Melissa. Qual a importância da contabilidade para as empresas? Blog contabilidade para as empresas, contabilidade essencial para consiga oferecer resultados esperados Disponível em: <<https://blog.contmatic.com.br/contabilidade-para-as-empresas/#:~:text=A%20contabilidade%20%C3%A9%20essencial%20para,consiga%20oferecer%20os%20resultados%20esperados>>. Acesso em: 20 out. 2023.

COBRA, Marcos Henrique Nogueira. Marketing Básico: uma perspectiva brasileira. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1985.

COSTA, Bianca. Vantagens do marketing. Pesquisa feita em um blog benefícios do marketing 2020 disponível em: <<https://www.kommo.com/br/blog/beneficios-do-marketing/>>. Acesso em: 10 nov. 2023.

DEDONATTO, Omeri. et al. Marketing Contábil: um instrumento de comunicação na estratégia competitiva profissional. Revista do CRC/SC, Florianópolis, v.3, n.9. p.67 - 83, ago./nov. 2004.

DIGITAL, Infoco. Acabei de e formar em contabilidade: como começar a trabalhar? Disponível em: <<https://www.infocodigital.com.br/acabei-de-me-formar-em-contabilidade-como-comecar-a-trabalhar/>>. Acesso em: 20 out. 2023.

GONÇALVES, Eugênio Celso, BAPTISTA, Antônio Eustáquio. Contabilidade Geral. São Paulo, Atlas, 2011.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Teoria da Contabilidade. São Paulo: Atlas, 2010.

GRANDCHAMP, Leonardo. Qual objetivo da contabilidade? Compreenda sua importância para as empresas. Disponível em: <<https://www.jornalcontabil.com.br/qual-o-objetivo-da-contabilidade-compreenda-sua-importancia-para-as-empresas/>>. Acesso em: 20 out. 2023.

SCHERMER, Bianca. Entenda como surgiu e como foi o processo da evolução do marketing até os dias atuais. Blog Artigo Evolução do Marketing, 2021. Disponível em: <<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/evolucao-do-marketing>>. Acesso em: 20 out. 2023.

TEIXEIRA, Pedro. Qual o objetivo da contabilidade? Disponível em: <<https://www.contabilidadeconexus.com.br/qual-e-o-objetivo-da-contabilidade/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.