

CONSULTORIA EMPRESARIAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO PARA OS NOVOS EMPREENDEDORES

Janaína Cristina Rodrigues da Silveira¹

Cassio Raimundo Valdisser²

RESUMO:

Este artigo tem como propósito avaliar de que forma os novos empreendedores podem utilizar o recurso da consultoria empresarial como parte do seu organograma nos anos iniciais, para assessorar nas tomadas de decisão. Tem como objetivo analisar a necessidade da consultoria para os empreendedores, auxiliando-os na tomada de decisão, conceituar o empreendedorismo e a consultoria empresarial e sua relevância aos empreendedores e, por fim, verificar a contribuição da consultoria empresarial aos novos empreendedores, de forma a assessorá-los na tomada de decisão. A metodologia utilizada é constituída de pesquisa bibliográfica elaborada a partir de materiais já publicados, principalmente em livros, revistas e artigos acadêmicos. Quanto aos fins da pesquisa, os objetivos foram alcançados por meio da pesquisa descritiva do conteúdo em estudo. A partir da realização e da leitura de outras pesquisas é possível perceber que a consultoria empresarial é fundamental para os novos empreendedores, como um recurso para aconselhamento nas decisões, no acompanhamento das atividades e para treinamentos de colaboradores, uma vez que as consultorias representam um caminho mais assertivo no mundo dos negócios para o aprendizado, pois, assim o empreendedor minimiza os riscos do negócio aprendendo sobre seu ramo sem perder o dinheiro investido.

PALAVRAS-CHAVE: 1) Empreendedorismo; 2) Consultoria empresarial; 3) Ferramenta de gestão.

ABSTRACT:

This article aims to assess how new entrepreneurs can use the business consulting feature as part of their organizational chart in the early years to assist in decision making. It aims to analyze the need of consulting for entrepreneurs, assisting them in decision-making, conceptualizing entrepreneurship and business consulting and its relevance to entrepreneurs, and, finally, verifying the contribution of business consulting to new entrepreneurs, in order to assist them in decision-making. The methodology used is composed of bibliographical research elaborated from materials already published, mainly in books, magazines and

¹ Graduanda em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Contato: janainacristina4@hotmail.com.

² Professor orientador. Bacharel em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Possui especialização em Administração e Gestão Pública e MBA em Controladoria e Finanças. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Contato: crvaldisser@yahoo.com.br.

academic articles. As for the purposes of the research, the objectives were achieved through the descriptive research of the study content. From conducting and reading other surveys, it is possible to realize that business consulting is fundamental for new entrepreneurs, as a resource for advice on decisions, for monitoring activities and for training employees, since consulting firms represent a path more assertive in the business world for learning, therefore, the entrepreneur minimizes the risks of the business learning about his business without losing the money invested.

KEY-WORDS: 1) Entrepreneurship; 2) Business consulting; 3) Management tool.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como finalidade avaliar de que forma os novos empreendedores podem usufruir do recurso da consultoria empresarial como sendo parte do seu organograma nos primeiros anos do negócio para assessorá-los nas tomadas de decisão.

De acordo com Sentanin e Barboza (2005, p. 2) “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Segundo Grocco e Guttman (2005, p. 6), a consultoria empresarial pode ser definida como:

(...) um processo interativo, executado por uma ou mais pessoas, independentes e externas ao problema em análise, com o objetivo de fornecer aos executivos da empresa-cliente um ou mais conjuntos de opções de mudanças que proporcionem a tomada de decisão mais adequada ao atendimento das necessidades da organização (GROCCO; GUTTMAN, 2005, p. 6).

Ao considerar o que foi exposto, este artigo buscou obter informações e dados visando responder à seguinte pergunta de pesquisa: Qual a relevância da consultoria empresarial para os novos empreendedores?

Por sua vez, o objetivo geral dessa pesquisa é investigar a influência da consultoria empresarial para os novos empreendedores, auxiliando-os na tomada de decisão.

Assim, os objetivos específicos são:

- Conceituar o empreendedorismo;
- Definir o conceito de consultoria empresarial e sua relevância.
- Verificar a contribuição da consultoria empresarial para os novos

empreendedores, a fim de auxiliá-los na tomada de decisão.

A importância desse artigo é poder conhecer a necessidade do novo empreendedor e no que a consultoria empresarial pode atuar para o sucesso das novas empresas a fim de reduzir a taxa de mortalidade da empresa em seus primeiros anos, tendo assim o propósito de enriquecer o conhecimento da empresa em relação aos processos e ao mercado a ser atingido.

Tendo em vista que a melhor maneira de confrontar as teorias de empreendedorismo e de consultoria empresarial é por meio de pesquisa bibliográfica, será realizado levantamento sobre a temática a partir de publicações em livros, revistas acadêmicas e artigos científicos.

Este artigo está organizado da seguinte forma: na Introdução, que é a seção 1, apresenta-se o tema, sua importância, demonstrando objetivos e o método de pesquisa utilizado; já a seção 2 expõe o Referencial Teórico contendo os principais conceitos utilizados na avaliação dos resultados; a seção 3 aponta os Aspectos Metodológicos utilizados; na seção 4 são evidenciados os Resultados encontrados, abrangendo o atendimento aos objetivos propostos; por fim, a seção 5 traz as Considerações Finais sobre o trabalho, encerrando com sugestões e recomendações sobre a pesquisa à Academia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Diante do contexto apresentado, nesta seção são conceituados o ato de empreender, o empreendedorismo e a consultoria empresarial como órgão de auxílio para os empreendedores.

2.1 Empreendedorismo

De acordo com Fillion (1997) *apud* Santos, Lopes e Claro (2009, p. 69) o empreendedor é “um indivíduo criativo, que possui a capacidade de determinar e alcançar objetivos, com alto nível de consciência do ambiente em que atua, usando as mudanças como forma de identificar oportunidades de negócio.”

Schumpeter (1934) *apud* Santos, Lopes e Claro (2009, p. 69) afirma que o empreendedorismo consiste na:

(...) busca de inovações como um diferencial competitivo, a partir da percepção e identificação de oportunidades de negócio, no desejo de concretizar e tornar um sucesso novo ou novos empreendimentos, mas também de gerar inovação em processos e utilizar recursos de formas variadas visando resultados positivos (SCHUMPETER, 1934 *apud* SANTOS; LOPES; CLARO, 2009, p. 69).

O empreendedorismo teve uma evolução de acordo com os aspectos e princípios que dominavam na época, destacando que este termo é marcado por três eras distintas conforme é exposto na Figura 1, apresentada por Landstrom e Benner (2010) *apud* Verga e Silva (2014, p. 7).

Figura 1 – Eras do empreendedorismo.



Fonte: Landstrom e Benner (2010) *apud* Verga e Silva (2014, p. 7).

A era econômica foi marcada pelo interesse dos economistas que focaram no risco e nas incertezas. A era das ciências sociais foi marcada pelos estudos de psicologia e ciências sociais que estudaram o empreendedor pelos traços da personalidade. A era dos estudos de gestão é a mais recente e está sendo marcada por mudanças políticas, tecnológicas e econômicas onde o empreendedorismo tem se tornado um tema dominante e muito estudado. Os empreendedores estão quebrando alguns paradigmas comerciais, culturais e sociais.

2.1.1 Características dos empreendedores

De acordo com Dornelas (2001) existem algumas características que tornam uma pessoa um empreendedor de sucesso, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Características dos empreendedores de sucesso

São visionários	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida e, o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos.
-----------------	--

(continua)

(continuação)

Sabem tomar decisões.	Eles não se sentem inseguros, sabem tomar decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator chave para o seu sucesso. E mais: além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente.
São indivíduos que fazem a diferença	Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma ideia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade (KAO, 1989; KETS DE VRIES, 1997). Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades.	Para a maioria das pessoas, as boas ideias são daqueles que as veem primeiro, por sorte ou acaso. Para os visionários (os empreendedores), as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação. Para Schumpeter (1949), o empreendedor é aquele que quebra a ordem corrente e inova, criando mercado com uma oportunidade identificada. Para Kirzner (1973), o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Porém, ambos são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.
São determinados e dinâmicos.	Eles implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de “fazer acontecer”. Mantêm-se sempre dinâmico e cultivam um certo inconformismo diante da rotina.
São dedicados.	Eles se dedicam 24h por dia, 7 dias por semana, ao seu negócio. Comprometem o relacionamento com amigos, com a família, e até mesmo com a própria saúde. São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem.	Eles adoram o trabalho que realizam. E é esse amor ao que fazem o principal combustível que os mantem cada vez mais animados e autodeterminados, tornando-os os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois sabem, como ninguém, como fazê-lo. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso.
São independentes e constroem o próprio destino.	Eles querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
Ficam ricos	Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios.

(continua)

(continuação)

São líderes e formadores de equipes.	Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si. Sabem que para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes. Sabem ainda recrutar as melhores cabeças para assessorá-los nos campos onde não detêm o melhor conhecimento.
São bem relacionados (<i>networking</i>) são organizados.	Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que as auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe. Os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam, planejam, planejam.	Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, desde o primeiro rascunho do plano de negócios, até a apresentação do plano a investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.
Possuem conhecimento.	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior é sua chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em cursos, ou mesmo de conselhos de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.
Assumem riscos calculados.	Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.
Criam valor para a sociedade.	Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Fonte: Dornelas (2001, p. 31).

Neste atual cenário de competitividade e de grandes exigências dos clientes com empreendedores em relação a qualidade, preço e atendimento dos produtos e/ou serviços, os empreendedores precisam estar em constantes mudanças para entrar ou se manter no mercado escolhido para atender, onde os concorrentes que eram limitados estão se aliando para atender com eficiência e eficácia.

2.2 Consultoria empresarial

De acordo Block (2001) *apud* Jacintho (2004, p. 26) “a consultoria em sua melhor forma é um ato de amor: o desejo de ser genuinamente útil a outros. Usar o que sabemos, ou sentimos, ou sofremos no caminho para diminuir a carga dos outros.”

Para Grocco e Guttman (2005, p. 18) consultoria é:

(...) um processo interativo, executado por uma ou mais pessoas, independentes e externas ao problema em análise, com o objetivo de fornecer aos executivos da empresa-cliente um ou mais conjuntos de opções de mudanças que proporcionem a tomada de decisão mais adequada ao atendimento das necessidades da organização (GROCCO; GUTTMAN, 2005, p. 18).

Muitos empreendedores se perguntam o motivo de precisar de um consultor empresarial e Grocco e Guttman (2005) apontam três motivos genéricos para a contratação de consultoria, são eles: a necessidade de maior conhecimento, a falta de tempo e política empresarial.

Segundo Orlickas (1998) *apud* Jacintho (2004, p. 30), a consultoria é:

[...] o serviço de consultoria oferecido ao cliente, acontece por meio de diagnóstico e processos e tem o propósito de levantar as necessidades do cliente, identificar soluções e recomendar ações. De posse dessas informações, o consultor desenvolve, implanta e viabiliza o projeto de acordo com a necessidade específica de cada cliente (ORLICKAS, 1998 *apud* JACINTHO, 2004, p. 30).

Os consultores disponibilizam serviços de aconselhamento, onde não gerem e nem tomam decisões em nome dos empresários, onde os consultores prestam um serviço independente que tem como característica a imparcialidade entre a empresa e o consultor.

Mesmo sendo utilizada em várias empresas e em diversas áreas, na visão de Oliveira (2000) *apud* Jacintho (2004, p. 34) a consultoria “consiste em pesquisar, entender, subsidiar e apoiar as pessoas que atuam diretamente na coordenação de equipes ou lideranças dos diversos segmentos organizacionais”.

A consultoria empresarial alcança os conceitos citados no Quadro 2, sendo que o consultor tem como responsabilidade assessorar o gestor e a empresa.

Quadro 2 – Conceitos da consultoria

Processo interativo.	É o processo que envolve um conjunto de atividades e que tendem a suprir as carências dos consumidores internos e externos.
Agente de mudanças externo.	É o especialista que faz com que a empresa alcance seus propósitos, no entanto ele apenas auxilia os gestores.
Responsabilidade de auxiliar as pessoas.	O consultor precisa ser totalmente comprometido, contudo seu papel é o de amparar a empresa na qual está prestando serviço.
Tomada de decisões.	A tomada de decisão envolve vários fatores, dentre eles o levantamento das informações, análise e acompanhamento.
Não tem controle direto da situação.	O consultor não é o responsável pela mesma tomada de decisão, ou seja, o poder de decisão é exclusivamente do gestor. Portanto, se ele participar ativamente das decisões deixa de ser considerado como um consultor.

Fonte: Oliveira (2007) *apud* Monteiro (2016, p. 22).

A procura pela consultoria empresarial vem crescendo com o passar dos anos com o surgimento das adversidades da economia e também a partir da compreensão dos empreendedores de que precisam de algum auxílio para gerenciar suas empresas.

Para Prim e Ehmke (2015) *apud* Monteiro (2016, p. 23), “a atividade de consultoria empresarial tem apresentado uma segmentação crescente dos serviços revelando uma tendência de crescimento global como estratégia para ganhos de competitividade”.

No Quadro 3 apresentam-se algumas tendências e motivos para procurar uma consultoria.

Quadro 3 – Motivos de procurar uma consultoria

Aumento da demanda de consultoria	Provocado pela busca de conhecimento e de inovação para enfrentar a globalização da economia as empresas sentem a necessidade de um profissional especializado.
Aumento da demanda de consultoria para as empresas consolidarem suas vantagens competitivas.	As empresas buscam aperfeiçoar suas vantagens competitivas em relação aos demais concorrentes para se sobressair em relação aos mesmos.
Aumento da demanda de consultoria como conseqüências dos processos de terceirização.	Algumas empresas optam pelo processo de terceirização por verificar que é mais viável para si mesma e por não dispor de profissional com a devida qualificação.
Aumento da demanda de consultoria pela necessidade de questionamento progressivo da realidade da empresa.	Visando a um processo de melhoria continua e sustentada, as organizações buscam aprimorar cada vez mais os seus processos e a consultoria as auxilia nisto.

(continua)

(continuação)

Fusões entre empresas de consultoria.	Algumas das empresas de consultorias também atuam vigorosamente na área da auditoria.
Internacionalização dos serviços de consultoria.	Com a aceleração do mundo globalizado as empresas de consultoria estão se instalando em diversos países, no entanto a cultura de determinado país pode influenciar na realidade de outro.
Aumento do número de professores e de universidade que realizam serviços de consultoria.	Esta é uma das tendências que está evoluindo cada vez mais de forma natural.

Fonte: Oliveira (2007) *apud* Monteiro (2016, p. 23).

Existem dois tipos de consultoria: a interna e a externa, no caso deste artigo o foco é a consultoria interna que irá auxiliar os empreendedores nas tomadas de decisões e em treinamentos dos colaboradores. Levando em consideração a oferta de serviços dos consultores existe consultoria que necessita da realização de um diagnóstico para que possa ser dada uma solução, outra que precisa além de dar a solução realizar um acompanhamento e treinamento dos funcionários e algumas que servem de aconselhamento quando são solicitadas.

Segundo Bastos (1999) *apud* Galvan (2014, p. 7) “o caminho mais assertivo para o aprendizado, tratando-se de negócios, é a busca de uma consultoria empresarial, objetivando o desenvolvimento organizacional, transformando de forma cuidadosa, a informação em conhecimento estruturado”.

As micro e pequenas empresas enfrentam um paradoxo nos anos iniciais como falta de recurso e foco nas rotinas, pois não sobra muito tempo para administrar o conhecimento e o planejamento estratégico e empresarial, nesse sentido, a consultoria empresarial pode ser útil para esse empreendedor, visto que será analisada a deficiência da empresa e analisada uma ação para resolver ou amenizar essa falha dentro da organização evitando assim o fechamento da mesma.

2.2.1 Etapas da consultoria

A consultoria é desenvolvida por meio de etapas, que de acordo com Oliveira (2001) *apud* Jacintho (2004) as classifica em sete passos: identificação, entrada, auditoria de posição, planejamento, ação, acompanhamento e avaliação e conclusão. A identificação é o processo de sondagem onde o consultor busca reconhecer a situação da empresa. A entrada é a elaboração de um contrato com o cliente, no qual é estabelecido os compromissos e

expectativas. Auditoria de posição é a etapa de identificar o problema a ser corrigido e a análise da causa do mesmo. O planejamento se define no detalhamento das estratégias e definição dos participantes e suas responsabilidades.

Na parte da ação é a aplicação do planejamento estabelecido, seja ele por meio de treinamentos dos envolvidos, estabelecendo mudanças, por meio de métodos e atitudes de solução. O acompanhamento e avaliação é a fase em que o consultor acompanha e avalia as mudanças realizadas fazendo uma análise se será ou não necessário uma nova auditoria de posição. E, por fim, a conclusão é o desligamento do consultor da empresa por tempo definitivo ou temporário, o que será definido de acordo com a necessidade da empresa (OLIVEIRA, 2001 *apud* JACINTHO, 2004).

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este artigo apresenta como metodologia o desenvolvimento de pesquisa bibliográfica realizada a partir publicações sobre a temática, disponíveis em livros, revistas acadêmicas e artigos científicos.

Em relação à abordagem do problema estudado, é utilizada a pesquisa qualitativa que, segundo Malhotra (2001, p. 155) conceitua como “pesquisa não estruturada, exploratória, baseada em pequenas amostras, que proporcionam *insights* e compreensão do contexto do problema”.

Para a realização desse artigo, no que diz respeito aos objetivos optou-se pela pesquisa descritiva, que segundo Gil (2008, p. 28) “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, o estabelecimento de relações entre variáveis.”

Sendo assim, faz-se necessário que a base teórica desse estudo se sustente para que seja possível chegar a uma conclusão na qual o instrumento de coletas de dados que será utilizado nesse artigo é por meio de pesquisa bibliográfica a partir de publicações sobre o tema abordado.

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Apresentação dos Dados

Segundo a pesquisa realizada por Jacintho (2004) infere-se que cerca de 50% dos empresários verificam suas questões financeiras por meio do contador sem ter um outro recurso de acompanhamento, tornando-se dependentes do contador, na qual não possuem uma assessoria gerencial, sendo apenas uma operação de recolhimento das guias de impostos e contabilizações obrigatórios.

Dos entrevistados por Jacintho (2004) mais da metade conhecem os serviços prestados pelo SEBRAE, que realiza trabalhos de consultoria para as empresas e também consultores individuais, mas mesmo tendo conhecimento do auxílio da consultoria existe uma resistência dos empreendedores com relação às consultorias, uma vez que mais da metade dos entrevistados sentem que sua organização possui a necessidade de uma consultoria e apenas 4% já utilizou desse recurso como uma ferramenta de gestão.

Já de acordo com a pesquisa de Alves, Dias e Monsores (2015) na amostragem pesquisada pelos autores apresenta-se que a maioria das empresas são do ramo de comércio, sendo que mais da metade conhece o serviço de um consultor, mas que desse 50% apenas 32% utilizam esses serviços ofertados tendo uma área mais carência a administrativa que é seguida por treinamentos. Dos entrevistados 50% ficam na dúvida se investiriam na consultoria, podendo concluir que de forma geral existe uma resistência de abrir as portas das empresas para a análise de um terceiro.

4.2 Análise e Discussão dos Resultados

De acordo com o contexto apresentado nesse artigo busca-se destacar que toda organização enfrenta dificuldades, seja gerencial ou operacional e para auxiliar nessas dificuldades é necessário a contratação de um consultor, mas além de realizar a contratação o empreendedor precisa estar aberto para reconhecer essa necessidade e estar apto para aceitar a mudança.

Conforme os dados apresentados nas pesquisas bibliográficas e nos estudos de campo dos autores Jacintho (2004) e Alves, Dias e Monsores (2015) é possível perceber que as empresas reconhecem que necessitam de um auxílio dos consultores, porém ainda existe uma resistência em contratar um terceiro para realizar essa análise, sendo necessário que os

consultores realizem um plano de ação para mudar a forma de pensar e agir desses empreendedores. No mundo atual, na era da tecnologia e da influência digital, os consultores podem utilizar o marketing digital na divulgação de seus serviços e da importância da consultoria, seja para os pequenos, médios ou grandes empreendedores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo retratou um levantamento bibliográfico sobre a influência da consultoria empresarial como uma ferramenta de gestão para os novos empreendedores.

Era objetivo dessa pesquisa definir o conceito de empreendedorismo, a consultoria empresarial e sua importância, em seguida a pesquisa visava investigar a importância da consultoria empresarial para os empreendedores, contribuindo na tomada de decisão, a fim de responder ao objetivo geral da pesquisa.

Por meio do estudo realizado pode-se perceber que foram atendidos os objetivos (geral e específicos), onde visava responder a problemática da relevância da consultoria empresarial aos novos empreendedores na tomada de decisão dos novos empreendedores, no qual pode-se perceber que a consultoria pode auxiliar os empresários nas tomadas de decisão e na execução de treinamentos e na parte gerencial, visto que o consultor como um órgão fora da empresa consegue ver os problemas que o gestor não consegue identificar por estar engessado no processo e na rotina da empresa.

Com a execução desse estudo foi possível verificar que por mais que o ramo de consultorias venha crescendo ainda é preciso trabalhar com os gestores das empresas para que possam enxergar o auxílio da consultoria para sua organização, a fim de reduzir a resistência existente.

Na realização desse estudo se deparou com a limitação quanto a busca por pesquisas já publicadas sobre a importância da consultoria.

Com a realização desse artigo obteve-se como aprendizagem o poder de ação de mudança que a consultoria pode exercer sobre a organização quando o gestor está aberto para obter um conhecimento maior e usufruir das mudanças organizacionais, podendo perceber que com um aconselhamento correto as empresas podem aprender sobre o ramo sem que seja necessário arriscar o investimento de capital.

Portanto, devido à dificuldade por pesquisas já existentes sobre a temática sugere-se que esse tema seja abordado com mais tempos para que seja realizado um levantamento de dados por meio de questionários com empreendedores para que assim os resultados possam ser mais precisos e representativos quanto aos objetivos abordados.

REFERÊNCIAS:

- ALVES, Jesimar da Cruz; DIAS, Nathalia Teixeira; MONSORES, Geneci Leme. **Consultoria empresarial como ferramenta estratégica de desenvolvimento em pequenas empresas**. XII SEGeT, 2015.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- GALVAN, Luciane. **O cenário do empreendedorismo no Brasil e a atuação dos empreendedores como gestores**. Porto Alegre: PUCRS, 2014.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GROCCO, Luciano; GUTTMANN, Erik. **Consultoria empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- JACINTHO, Paulo Ricardo Becker. **Consultoria empresarial: procedimentos para a aplicação em micro e pequenas empresas**. Florianópolis, 2004.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MONTEIRO, Jadna. **Consultoria empresarial: um estudo de caso sobre as prestadoras de serviço em consultoria empresarial do município de Criciúma/SC**. Criciúma, 2016.
- SANTOS, Moacir Bispo; LOPES, Camila Papa; CLARO, José Alberto Carvalho dos Santos. Processo de inovação e empreendedorismo no Brasil: O caso Mauá. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 66-82, 2009.
- SENTANIN, Luis Henrique Valenciano; BARBOZA, Reginaldo José. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, Garça-SP, Ano V, n. 9, 2005. Semestral.
- VERGA, E.; SILVA, L. F. S. da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.