CONSULTORIA: PESQUISA DE MERCADO

Luciana NUNES (UnilesteMG); Ana Paula NUNES (UnilesteMG); Mirieth SOUZA (UnilesteMG); Wagner CARVALHO (UnilesteMG); Maria do Rosário MARTINS (UnilesteMG)

Introdução: Trata-se de um trabalho acadêmico realizado por alunos do 7º período de Administração, do Centro Universitário do Leste de Minas Gerais desenvolvido na disciplina de Laboratório de Consultoria Empresarial. Foi criada uma empresa fictícia de nome SOMA Consultoria que prestou serviços para um escritório de Contabilidade com o objetivo de realizar uma pesquisa de mercado a fim de conhecer os possíveis diferenciais competitivos, forças e fraquezas do escritório de Contabilidade em relação as empresas do mesmo ramo que estão presentes no mercado. Objetivo: Prestar consultoria na área de Marketing, realizando uma pesquisa de mercado para conhecer a opnião e avaliação de empresas que recorrem aos escritórios de Contabilidade, para assim conhecer os pontos fortes e pontos fracos possibilitando assim propor melhorias para que a empresa cliente, se mantenha forte e competitiva. Metodologia: A metodologia utilizada foi em primeiro momento a realização de uma visita técnica a empresa cliente para identificar as suas reais necessidades. Em seguida elaborou-se um questionário estruturado para ser aplicados em empresas que recorrem aos serviços prestados pelas Contabilidades, iniciando-se assim a pesquisa de mercado. Buscou-se orientações e sugestões quanto ao conteúdo do questionário com a professora responsável e o proprietário de nossa empresa cliente. Resultados: Analisando-se os dados obtidos percebe-se que as empresas entrevistadas são potenciais públicos-alvos para Contabilidade que presta os serviços. Todas empresas se definiram como micro e pequenas empresas, onde todas possuem o serviço de contabilidade terceirizado. Notou-se algumas queixas como pontualidade e presença do contador na empresa, o que neste caso faz total diferença pois demonstra que o contador se preocupa com o seu cliente. Notou-se também que não há uma diferença significativa entre os fatores que as empresas consideram ponto forte de seu contador atual, encontrando assim uma oportunidade de buscar o aperfeiçoamento em pontos como atendimento, prazos e contato direto para buscar destaque no mercado. Evidenciou-se que os clientes são os maiores meios de propagação dos serviços prestados, uma vez satisfeitos indicam os serviços, sendo a indicação um forte critério de escolha de qual Contabilidade contratar. Conclusão: Ao término desta pesquisa conclu-se que o objetivo foi atingido, uma vez que consegui-se identificar as opiniões dos entrevistados quanto aos serviços contábeis que são prestados.Coloca-se como dificuldade a restrição de algumas empresas responderem o questionário, fato que já era esperado, mas ao fim, os objetivos foram atingidos.

Palavras-chave: Pesquisa de mercado. Serviços contábeis. Consultoria.

Agências de fomento: UnilesteMG