



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E
LETRAS CURSO DE ADMINISTRAÇÃO BACHARELADO

GUSTAVO MAYKOM AYCK SOUSA MILHOMEM

**OS BENEFÍCIOS DA CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA PEQUENOS
EMPREENDEDORES:** Um estudo de caso na microempresa Eletro Freitas

Açailândia-MA

2025

GUSTAVO MAYKOM AYCK SOUSA MILHOMEM

**OS BENEFÍCIOS DA CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA PEQUENOS
EMPREENDEDORES:** Um estudo de caso na microempresa Eletro Freitas

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Administração da Universidade Estadual
da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL,
Campus Açailândia como requisito para obtenção
do grau de bacharel em Administração.

Orientador: Natan Barros de Oliveira

Açailândia – MA

2025

M644o

Milhomem, Gustavo Maykom Ayck Sousa

Os benefícios da consultoria empresarial para pequenos empreendedores: um estudo de caso na microempresa Eletro Freitas / Gustavo Maykom Ayck Sousa Milhomem. – Açailândia: UEMASUL, 2025.

32 f. :il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Bacharel em Administração) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Açailândia, MA, 2025.

Orientador: Prof. Me. Natan Barros de Oliveira.

1. Consultoria empresarial. 2. Benefícios. 3. Microempresa. 4. Pequenos empreendedores. I. Título.

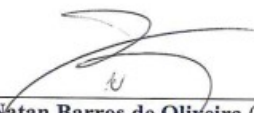
CDU 659.2



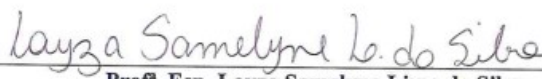
Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 02/2022/ ADMINISTRAÇÃO/CCHSTL/UEMASUL
APÊNDICE VI
ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

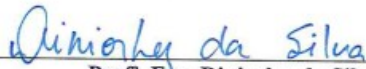
Aos 11 dias do mês de julho do ano de 2025, às 15:00 horas, reuniu-se a Banca Examinadora da Defesa Pública, composta por: **Prof. Me. Natan Barros de Oliveira - UEMASUL, Prof. Esp. Layza Samelyne Lima da Silva - UEMASUL e Prof. Esp. Diniorley da Silva - UEMASUL**, a fim de avaliar o Trabalho de Conclusão de Curso **OS BENEFÍCIOS DA CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA PEQUENOS EMPREENDEDORES**, desenvolvido por **Gustavo Maykom Ayck Sousa Milhomem**, acadêmica(o) do Curso de Administração Bacharelado do Centro de Ciências Humanas, Sociais, Tecnológicas e Letras (CCHSTL), da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL), *Campus Açailândia*. Após a exposição e arguição, o referido trabalho foi considerado *aprovado*. Após a somatória das notas, a ata foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.



Prof. Me. Natan Barros de Oliveira (orientador)
Universidade Estadual da Região Tocantina do Estado do Maranhão- UEMASUL



Prof. Esp. Layza Samelyne Lima da Silva
Universidade Estadual da Região Tocantina do Estado do Maranhão- UEMASUL



Prof. Esp. Diniorley da Silva
Universidade Estadual da Região Tocantina do Estado do Maranhão- UEMASUL



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1 História da Consultoria Empresarial.....	7
2.2 Consultoria Empresarial.....	9
2.3 Modelos de Consultoria.....	11
2.4 Consultoria empresarial nas pequenas empresas.....	13
2.5 Teorias da consultoria empresarial.....	14
3. METODOLOGIA.....	16
4. ANÁLISE DO ESTUDO DE CASO.....	18
4.1 Dificuldades na gestão da empresa.....	18
4.2 Área com maior necessidade de apoio.....	18
4.3 Histórico de contratação de consultoria.....	19
4.4 Visão externa da consultoria para identificação de problemas.....	20
4.5 Desafios para manter a competitividade do mercado local.....	21
4.6 Potenciais benefícios da consultoria empresarial.....	22
4.7 Expectativas com a implantação de uma consultoria empresarial.....	23
4.8 Perspectivas de longo prazo com apoio da consultoria.....	24
4.9 Critérios para escolha de um serviço de consultoria.....	25
5. CONCLUSÃO.....	26
6. REFERÊNCIAS.....	27
APÊNDICES.....	32
APÊNDICE A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE.....	32
Questionário.....	33

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal compreender os benefícios que a consultoria empresarial pode trazer para pequenos empreendedores, por meio da análise de um estudo de caso realizado na microempresa Eletro Freitas, localizada na cidade de Açailândia, Maranhão, e atuante no setor de energia solar. A pesquisa seguiu uma abordagem qualitativa e exploratória, utilizando como principal instrumento de coleta de dados uma entrevista semiestruturada com o gestor da empresa. A partir das informações obtidas, foi possível identificar os principais desafios enfrentados pela microempresa. Também foram apontadas as áreas mais carentes da organização, as perspectivas esperadas em uma consultoria a longo prazo, as limitações enfrentadas e os possíveis benefícios ao implementar melhorias através de uma consultoria. O estudo conclui que, mesmo sem experiência prévia com esse tipo de serviço, microempresas como a Eletro Freitas podem se beneficiar consideravelmente da consultoria, desde que ela seja adaptada à sua realidade e limitações.

Palavras-chaves: consultoria empresarial; benefícios; microempresa; pequenos empreendedores.

ABSTRACT

The main objective of this study is to understand the benefits that business consulting can bring to small entrepreneurs, through the analysis of a case study carried out at the microenterprise Eletro Freitas, located in the city of Açailândia, Maranhão, and operating in the solar energy sector. The research followed a qualitative and exploratory approach, using a semi-structured interview with the company's manager as the main data collection instrument. Based on the information obtained, it was possible to identify the main challenges faced by the microenterprise. The most careful areas of the organization, the expected perspectives in long-term consulting, the limitations faced and the possible benefits of implementing improvements through consulting were also highlighted. The study concludes that, even without previous experience with this type of service, microenterprises like Eletro Freitas can benefit considerably from consulting, as long as it is adapted to their reality and limitations.

Keywords: business consulting; benefits; microenterprise; small entrepreneurs.

1. INTRODUÇÃO

Neste trabalho é apresentado como a consultoria empresarial pode ajudar os microempreendedores a crescer dentro do seu mercado atuante, e para isso, foi realizado um estudo de caso na microempresa Eletro Freitas. A Eletro Freitas é uma empresa privada, fundada em 14 de dezembro de 2019 por Enderson de Araújo Freitas, com sede em Açailândia – MA e atuação no setor de energia solar. Enquadrada como MEI, oferece serviços de instalação e manutenção de sistemas fotovoltaicos, instalações elétricas residenciais, prediais, automação residencial e manutenção elétrica em geral. Atende clientes dos setores residencial, comercial e rural na Região Tocantina, Estado do Pará e Tocantins. Seu diferencial está no atendimento humanizado, compromisso com a segurança, responsabilidade ambiental e inovação tecnológica. Tem como missão oferecer soluções eficientes e sustentáveis, e como visão, ser referência em tecnologia e sustentabilidade elétrica no Maranhão e estados vizinhos.

A escolha desse tema veio da percepção de que muitos microempreendedores enfrentam dificuldades para lidar com os desafios do dia a dia da gestão. É muito comum ver microempreendedores que atuam em negócios que são de família, ou outros casos que deixaram de ser empregados e resolveram abrir seu próprio negócio e muitos desses microempreendedores não tem conhecimento técnico e acabam ficando estagnados no mercado. De acordo com Dornelas (2008), no Brasil, grande parte dos empreendedores abre um negócio por necessidade, sem vocação ou capacitação, o que contribui para a alta taxa de mortalidade das microempresas.

Logo, muitos empreendedores não buscam adquirir conhecimento ou até mesmo pedir ajuda profissional, por não conhecerem de fato os benefícios que a consultoria empresarial pode proporcionar, tanto como melhorias para as microempresas, como de aprendizado para o próprio microempreendedor, que pode adquirir, também, conhecimentos e noções básicas sobre gerenciamento de modo geral através de consultorias. De acordo com o SEBRAE (2021), esse desconhecimento sobre o papel estratégico da consultoria contribui para que muitos pequenos empresários não percebam o valor desse recurso para o crescimento e a

sustentabilidade do negócio. Oliveira (2001), também diz que, a consultoria atua não apenas como uma ferramenta de melhoria organizacional, mas também como um processo de aprendizado para o empreendedor, que passa a adquirir noções fundamentais de gestão. Diante disso, surgiu a pergunta que orienta esta pesquisa: quais são os principais benefícios que a consultoria empresarial pode oferecer aos pequenos empreendedores? A partir dessa dúvida, a proposta é analisar como a consultoria pode colaborar com o desenvolvimento das microempresas, mostrando seus resultados na prática e também os possíveis limites desse processo.

O objetivo desta pesquisa é entender os principais benefícios da consultoria empresarial para pequenos empreendedores, utilizando como unidade de análise uma microempresa real. O trabalho apresentado busca identificar as áreas mais carentes da empresa, descrever os impactos que a consultoria pode trazer a longo prazo e perceber as limitações que esse processo pode apresentar na realidade estudada. O tema apresentado tem a missão de mostrar que a consultoria pode ser uma ferramenta útil para resolver problemas e melhorar a gestão, mostrar os benefícios que ela pode oferecer e ajudar outros donos de pequenos negócios a enxergarem a consultoria como um investimento e não como um gasto.

A pesquisa tem abordagem qualitativa e foi feita por meio de um estudo de caso. Para a coleta de dados, foi realizada uma entrevista semiestruturada com o gestor da empresa, a fim de levantar informações sobre a situação atual do negócio e entender suas percepções em relação à consultoria empresarial.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 História da Consultoria Empresarial

A consultoria é algo que já existe há muito tempo, mesmo que de forma informal, Segundo Costa (2020) na Grécia Antiga, por exemplo, os sacerdotes eram vistos como pessoas sábias e com ligação com os deuses. Por isso, davam conselhos para aqueles que precisavam.

O mesmo acontecia com padres católicos, que eram procurados por pessoas em busca de ajuda, por serem considerados homens próximos do divino. De acordo com Quintella (1994), existem registros históricos que mostram que a consultoria já era feita de forma prática desde os tempos bíblicos. Ele cita Arão, irmão de Moisés, como o primeiro consultor executivo, e também fala que para alguns Noé teria recebido conselhos de Jetro na construção da Arca.

Mesmo com esse passado mais informal, a consultoria como um serviço profissional e organizado começou de verdade só no fim do século XIX e no início do século XX, na Inglaterra e nos Estados Unidos (Costa, 2020). De acordo com Costa (2020), foi a Revolução industrial que aumentou a busca por profissionais com mais conhecimento, e isso levou à criação da primeira empresa de consultoria, fundada pelo engenheiro químico Arthur D. Little. Com o tempo a consultoria foi crescendo e ganhando força.

Segundo Coget (1999) os Estados Unidos foi o país que mais incentivou esse tipo de serviço. Das dez maiores empresas de consultoria no mundo, seis vieram dos EUA, duas nasceram na união de empresas americanas e inglesas, uma é da Inglaterra e outra da França.

Segundo Pereira e Costa (2011), a consultoria surgiu porque as empresas daquela época começaram a precisar de ajuda, lá no tempo da Revolução Industrial, em 1776, quando criaram a máquina a vapor. De acordo com Chiavenato (2000), essa invenção mudou tudo: o jeito de trabalhar, como as empresas funcionavam e até a vida das pessoas no geral.

Nessa época, a industrialização foi se espalhando por vários países da Europa e pelos Estados Unidos, e um monte de fábricas começou a surgir nas cidades. Já o Brasil acabou ficando meio pra trás, porque o mercado aqui era pequeno, as taxas de importação eram muito baixas e a economia ainda dependia bastante do trabalho escravo (Maringoni, 2021).

Com todas essas mudanças rolando, as empresas começaram a perceber que precisavam de alguém pra ajudar a colocar a casa em ordem, entender melhor os processos e achar soluções pra melhorar os negócios. Foi aí que a consultoria começou a ter espaço. Nos Estados Unidos, a primeira empresa de consultoria

apareceu em 1886, e na Inglaterra só começou a surgir depois de 1945 (Donadone, 2002).

No Brasil, a consultoria empresarial também foi chegando aos poucos. A Deloitte, por exemplo, abriu seu primeiro escritório por aqui em 1911. O objetivo era auditar as ferrovias britânicas que operavam no país. Já em 1915, foi a vez da Price Waterhouse & Peat Marwick abrir seu escritório no Brasil (Wood Jr.; Paes de Paula, 2015).

Mais pra frente, a partir de 1936, começaram a surgir consultorias fundadas por brasileiros que tinham experiência em empresas estrangeiras. Algumas dessas pioneiras foram a Soteconti Auditores Independentes, criada em 1936, a Dreyfuss em 1943 e a Boucinhas & Campos em 1947 (Ricardino Filho, 2002). Depois, teve até uma fusão entre a Soteconti e a Boucinhas & Campos, que virou a Boucinhas, Campos & Conti (BC&C, 2018).

Vale lembrar que, naquela época, a consultoria ainda era uma atividade bem no começo. Tinha pouca empresa com tamanho e estrutura suficientes pra precisar de serviços técnicos como contabilidade e auditoria (Donadone, 2002). Mas, com o passar do tempo, à medida que os negócios foram ficando mais complexos, a consultoria foi ganhando cada vez mais espaço.

2.2 Consultoria Empresarial

Consultoria empresarial nada mais é do que um serviço feito por alguém de fora da empresa, que entende do assunto, e entra pra ajudar na parte da gestão, a melhorar os processos e resolver problemas que tão atrapalhando o negócio (Crocco e Guttman, 2005). Como explicam Crocco e Guttman (2005), o papel do consultor é ajudar a encontrar soluções, dar conselhos estratégicos e apoio técnico pra empresa alcançar seus objetivos.

A real é que muita gente ainda não entende direito o que é consultoria. Segundo Alves et al. (2015), tem muito dono de empresa que acha que contratar um consultor é só gastar dinheiro à toa, em vez de enxergar isso como uma forma de fazer a

empresa crescer. Isso rola porque ainda tem muita confusão sobre o que esse profissional realmente faz.

No fim das contas, consultoria é quando alguém de fora normalmente uma pessoa experiente e que entende do assunto entra na empresa pra dar uma força, melhorar o que não tá funcionando direito. Essa pessoa dá sugestões, observa o que pode ser feito de forma mais eficiente e ajuda os donos e gestores a tomarem decisões melhores (Oliveira, 2001). Mesmo sem ter poder de decisão dentro da empresa, o consultor tem um papel importante: mostrar caminhos, dar ideias e propor mudanças.

A palavra “consultoria” vem do latim “consultare” que significa dar conselhos, ou seja, ajudar com ideias e soluções. Segundo Pereira (1999), o consultor é alguém de fora que consegue enxergar coisas que, quem tá dentro da empresa pode não perceber.

Gonçalves e Vasconcellos (1991) falam que a consultoria é uma troca de aprendizado entre o consultor e o cliente. Os dois lados precisam participar, já que cada um tem uma visão diferente do que tá acontecendo. Por isso é importante olhar a empresa como um todo, e não só por partes.

Jacinto (2004) diz que a consultoria rola em três etapas: primeiro, entender qual é o problema; depois pensar nas possíveis soluções; e por fim, sugerir o que pode ser feito. O consultor não toma decisões no lugar de ninguém, mas ajuda com ideias que podem fazer a empresa melhorar.

Leite (2005), fala sobre consultoria em recursos humanos, ou seja, na parte que cuida das pessoas dentro da empresa. Segundo Leite (2005) esse tipo de consultoria não é só uma técnica, mas sim um recurso importante pra melhorar o ambiente de trabalho e os resultados da empresa. O consultor ajuda os gestores a lidarem com desafios do dia a dia, como mudanças, novas tecnologias, produtividade, satisfação dos funcionários e por aí vai.

Parreira (1997) explica que a consultoria funciona como uma troca, o cliente conta como a empresa funciona, e o consultor analisa tudo, dá sua opinião, aponta os problemas e mostra soluções. Parreira (1997) diz que:

A consultoria é o ato de um cliente fornecer, dar e solicitar, pedir pareceres, opiniões, estudos, a um especialista contratado para que este auxílio apoie, oriente o trabalho administrativo, pode-se dizer que a consultoria é uma troca onde o cliente fornece informações da empresa e cabe ao consultor diagnosticar o problema e orientar da melhor forma possível (PARREIRA, 1997).

Weinberg (1990) ainda reforça que o consultor tem que saber convencer, porque no fim das contas, ele precisa mostrar que, o que ele tá propondo é realmente a melhor opção. Mas pra isso acontecer, ambos têm que ter confiança e uma boa relação um com o outro.

Por fim, Schein (1990) ver a consultoria como um processo de ajuda. O consultor chega, entende o que tá acontecendo na empresa, aponta os problemas e pensa junto com o cliente em como resolver.

2.3 Modelos de Consultoria

Existem vários tipos de consultoria e modalidades, e cada um deles serve pra uma situação diferente, dependendo do que a empresa precisa no momento. A primeira divisão mais comum é entre consultoria interna e externa. A interna é feita por alguém que já trabalha dentro da empresa, geralmente em grandes companhias, quando o problema exige conhecimento bem específico sobre o funcionamento interno (Kubr, 1980). Já a externa é quando a empresa chama alguém de fora, justamente pra trazer uma visão mais imparcial e completa da situação. Pra Oliveira (1996), é o consultor externo que consegue fazer esse trabalho com mais liberdade, já que ele não tá envolvido diretamente com o dia a dia da empresa como um funcionário seria.

Além disso, também dá pra dividir os modelos de consultoria com base no que o serviço vai entregar. Kubr e outros (1986) falam de três modelos principais:

Diagnóstico empresarial: o consultor faz uma análise geral da empresa, olha os resultados, os recursos, a forma de gestão, e identifica onde estão os problemas. Pesquisas e estudos especiais: o foco aqui é em um assunto específico, o consultor estuda aquilo a fundo e depois entrega um relatório explicando tudo pro cliente.

Soluções para problemas específicos: nesse caso, o cliente já sabe mais ou menos onde tá o problema, e quer ajuda pra resolver aquilo direto.

Agora, tem casos em que a consultoria vai além: o consultor pode ajudar com acompanhamento, treinamento de equipe ou até só dar conselhos quando for chamado (Alves et al., 2015). A escolha do tipo de consultoria vai depender muito do que o cliente tá buscando e da situação da empresa naquele momento.

Já segundo Pereira (1999), existem vários outros modelos de consultoria, que se encaixam de acordo com a forma como o consultor atua:

Consultoria prescritiva: o consultor analisa a empresa, descobre o que tá errado e aponta o caminho certo. Funciona como um médico, que faz o diagnóstico e receita o “remédio”.

Consultoria de risco: aqui, o consultor ajuda a empresa a melhorar financeiramente, e só recebe se esse resultado aparecer. Ele pode sugerir cortes e mudanças mais diretas, o que pode mexer bastante na estrutura da empresa.

Consultoria de alocação de recursos: o consultor ajuda a empresa a organizar melhor os recursos que já tem pra resolver um problema específico.

Educação continuada: esse tipo de consultoria é mais voltado pro futuro. O consultor funciona como um educador, ajudando a empresa a aprender, se desenvolver e se preparar pra crescer.

Consultoria de procedimentos: nesse modelo, o consultor ajuda os gestores a tomarem melhores decisões com os recursos que têm, sem precisar resolver tudo sozinho.

Catarse: nesse caso, o foco é mais emocional. O consultor ajuda a equipe a se abrir, a falar dos sentimentos e das tensões que podem estar atrapalhando o bom funcionamento da empresa.

Pesquisa-ação: aqui, o consultor e o cliente trabalham juntos durante o processo de mudança. O consultor observa, dá retorno, e o cliente decide se continua ou não com as mudanças.

Schein (1972) também traz três modelos bem conhecidos:

Modelo de compra de serviço especializado – o consultor é um especialista que “vende” seu conhecimento. Isso é ótimo pra empresas pequenas que não têm alguém com essa experiência no time.

Modelo médico-paciente: como o nome diz, o consultor chega, analisa a situação, dá um diagnóstico e propõe as soluções. Ideal pra empresas que sabem que algo tá errado, mas não sabem o quê.

Modelo de consultoria de procedimentos: nesse modelo, o consultor e o cliente trabalham juntos. A ideia é que o cliente entenda o que tá acontecendo e participe da solução. Isso é ótimo pra pequenas empresas, porque ensina o dono a não cometer os mesmos erros no futuro.

2.4 Consultoria empresarial nas pequenas empresas

Quando a gente pensa em consultoria empresarial, muita gente logo imagina algo feito só pra grandes empresas. Mas a verdade é que esse tipo de serviço pode fazer uma baita diferença também pros pequenos negócios. Mesmo que as micro e pequenas empresas não sejam o foco da maioria dos estudos, elas têm muito a ganhar quando contam com a ajuda de um consultor.

De acordo com Oliveira (1999), uma das maiores vantagens é na parte financeira. Muitos donos de pequenos negócios não manjam muito de gestão de dinheiro ou de como controlar os gastos, e é aí que o consultor entra pra dar aquela força. Já Lima e Moura (2021) mostram que a consultoria também ajuda muito na organização do dia a dia da empresa, deixando tudo mais alinhado e fazendo com que o negócio consiga competir melhor no mercado. Esses mesmos autores também lembram que o consultor tem uma visão de fora, e isso ajuda muito o dono do negócio a enxergar coisas que, no corre do dia a dia, ele nem percebe. Além disso, o consultor dá uma força pra planejar melhor os próximos passos da empresa.

E um detalhe importante: a consultoria pra pequenos negócios não pode ser tudo igual. Tem que ser feita de um jeito que combine com a realidade de cada empresa, porque cada uma tem seus próprios desafios.

Isso acontece porque, geralmente, esses negócios têm pouco dinheiro, pouca estrutura e nem sempre contam com profissionais especializados pra dar conta de tudo (Ribeiro et al., 2023). Então, um atendimento mais personalizado faz toda a diferença.

Junqueira (1999) explica que a consultoria dá certo quando resolve um problema específico da empresa, ajudando a cortar gastos, melhorar resultados, atrair mais clientes e se destacar da concorrência. Além disso, o serviço ajuda a empresa a se atualizar, a se renovar e a acompanhar as mudanças do mercado (McKenna, 1999). Afinal, com o mundo mudando tão rápido, quem não se adapta, fica pra trás.

Outra vantagem é que, com um consultor por perto, o empresário passa a ter mais informações tanto das coisas mais formais quanto daquelas mais do dia a dia além de contar com alguém que tem experiência e pode orientar com segurança (Oliveira, 1999). Klein (2010) também reforça que o consultor ajuda a pensar na marca da empresa e em como ela é vista pelos clientes, algo que muitos pequenos empresários acabam deixando de lado.

Liberato (2009) lembra que a consultoria não serve só pra resolver problemas, mas também pra melhorar processos, mudar a forma de pensar dentro da empresa e criar uma visão mais estratégica. Ela pode ajudar a evitar erros e, ao invés de contratar vários profissionais pra cada área, como marketing, finanças, logística, o empresário pode contar com o consultor, o que acaba sendo mais em conta.

Muita gente começa um negócio sem planejamento, achando que basta vender e lucrar, mas esquecem de pensar no público, na imagem da empresa e na fidelização dos clientes (Klein, 2010). A consultoria entra justamente pra ajudar nisso: entender o cliente, saber o que ele quer e como fazer ele voltar a comprar.

Como diz a Informática Exame (1996), não importa o tamanho da empresa: em algum momento ela vai precisar rever o jeito como tá sendo gerida, seja pra crescer, seja pra acompanhar as novidades do mercado. E é aí que a consultoria pode ser o empurrãozinho que faltava pra tudo dar certo.

2.5 Teorias da consultoria empresarial

Existem vários modelos de consultoria que foram criados pra ajudar as empresas a funcionarem melhor, seja ela grande ou pequena. Um dos modelos mais conhecidos é o Modelo das 7 Etapas de Schein (2008). Esse modelo mostra todo o passo a passo, desde entender qual é o problema até colocar a solução em prática. Ele destaca como é importante fazer um bom diagnóstico, planejar com calma e implementar tudo aos poucos. Pra quem tem um pequeno negócio, esse modelo ajuda bastante porque mostra um caminho mais claro pra resolver os problemas e melhorar a empresa de verdade.

Já a teoria do Empreendedorismo de Schumpeter (1982) fala muito sobre inovação, criação de novos produtos e mercados. Segundo ele, o pequeno empreendedor pode contar com a consultoria justamente pra ter ideias novas, inovar e encontrar um jeito de se destacar no mercado.

Tem também a Teoria dos Recursos e Capacidades, de Barney (2014), que diz que uma empresa se torna mais competitiva quando tem recursos únicos e difíceis de copiar. Como os pequenos negócios nem sempre têm estrutura ou equipe pra isso, a consultoria entra como uma forma de trazer essa ajuda de fora, contribuindo com conhecimento e ferramentas que o empresário ainda não tem, mas precisa pra crescer.

Mintzberg (2009) traz uma visão mais crítica sobre aquele planejamento estratégico tradicional, aquele plano fixo que muita empresa faz e nunca mais olha. Ele defende que o ideal é sempre reavaliar, adaptar e mudar conforme as coisas vão acontecendo. Isso é super útil pras pequenas empresas, que nem sempre têm uma visão clara de futuro. Nessa hora, um consultor pode ajudar o dono do negócio a criar e ajustar estratégias, guiando o crescimento com mais segurança.

Mesmo com tudo isso, ainda falta muita pesquisa focada nas microempresas. A maioria dos estudos fala mais sobre resultados de curto prazo, como melhorar o fluxo de caixa ou cortar gastos. Mas pouca gente fala sobre os efeitos da consultoria a longo prazo, como o impacto no crescimento ou na sustentabilidade do negócio.

No fim das contas, tudo isso mostra que a consultoria pode sim ajudar bastante quem tem um pequeno negócio. Ela pode melhorar a gestão, aumentar a competitividade e trazer mais clareza na hora de tomar decisões. Mas ainda tem muita

coisa que precisa ser estudada, especialmente quando falamos de consultoria feita sob medida para as microempresas, com suas realidades e desafios específicos.

3. METODOLOGIA

Este estudo tem como objetivo geral entender quais são os principais benefícios da consultoria empresarial para os pequenos empreendedores, com foco em uma microempresa específica, a Eletro Freitas. A metodologia adotada para a realização desta pesquisa segue uma abordagem qualitativa, buscando compreender, a partir de um estudo de caso, os impactos e as limitações do processo de consultoria que pode existir na microempresa estudada.

A pesquisa qualitativa é um jeito de entender melhor o lado mais humano das coisas, principalmente quando a gente quer saber como as pessoas pensam, sentem e se relacionam com os outros (Cardano, 2017). Diferente da pesquisa que trabalha com números e dados exatos, essa aqui foca mais em valores, crenças, costumes, opiniões e no jeito como cada pessoa ou grupo vê o mundo (Paulilo, 1999). Ela é muito usada quando o assunto é mais complexo e precisa ser analisado com mais calma, levando em conta o contexto e a realidade em que tudo acontece.

Esse tipo de pesquisa tem um estilo mais exploratório, ou seja, ajuda a descobrir o que as pessoas pensam e o que motiva elas. É muito útil pra criar ideias novas e pensar em hipóteses. Como o contato com os participantes é direto, a quantidade de pessoas envolvidas costuma ser menor. As informações são coletadas por meio de conversas, entrevistas ou outros métodos mais abertos, que não seguem um roteiro fixo. Isso deixa tudo mais flexível e permite que o pesquisador se adapte conforme a situação.

Na primeira fase do estudo, foi realizado uma revisão bibliográfica, baseada em livros, artigos acadêmicos e fontes online sobre consultoria empresarial e suas aplicações em microempresas. Esta revisão tem como objetivo identificar as principais áreas de atuação da consultoria, os benefícios típicos dessa prática para os pequenos empreendedores, e as possíveis limitações e desafios que podem surgir durante o processo.

A pesquisa qualitativa também pode ser feita através da revisão bibliográfica, estudando e analisando coisas que já foram escritas por outras pessoas. Em vez de entrevistas ou pesquisa de campo, é realizado um estudo de livros, artigos, teses, dissertações e outros textos científicos que fala sobre determinado assunto. Esse tipo de material é conhecido como fonte secundária. Diferente da pesquisa documental, que usa documentos “puros”, que ainda não foram estudados por ninguém (Sá-Silva, Almeida & Guindani, 2009).

A segunda fase consistiu na aplicação de um estudo de caso na microempresa Eletro Freitas. A pesquisa buscou identificar as áreas mais carentes do processo de consultoria na microempresa Eletro Freitas, bem como descrever os impactos de uma consultoria organizacional a longo prazo, utilizando a empresa estudada como uma unidade de análise. Para isso, foram coletadas informações por meio de entrevistas semiestruturadas com o proprietário da microempresa. A entrevista permitiu um entendimento mais profundo sobre as experiências da empresa com a consultoria, os benefícios percebidos, as limitações encontradas e os possíveis resultados que pode ser alcançado.

O estudo de caso é uma pesquisa usada quando se quer entender melhor uma situação, uma pessoa ou um grupo específico. É bem comum em áreas como educação, saúde e ciências sociais. A ideia é observar tudo com calma, prestar atenção no que está acontecendo, escutar quem está envolvido e pegar os detalhes do contexto. Segundo Gil (2002), não precisa seguir um roteiro engessado, mas geralmente o caminho é mais ou menos decidir o que vai ser analisado, coletar as informações, analisar com cuidado e depois montar um relatório mostrando o que foi descoberto.

Segundo Gil (2002), esse tipo de pesquisa ajuda a analisar bem de perto algo específico, com bastante cuidado. Mas o pesquisador precisa agir com responsabilidade, respeitando quem participa e evitando tirar conclusões erradas. No fim das contas, o estudo de caso é uma forma bem útil de entender melhor algo do jeito que realmente acontece.

4. ANÁLISE DO ESTUDO DE CASO

4.1 Dificuldades na gestão da empresa

Durante uma entrevista com o gestor da microempresa estudada, ao ser questionado sobre os principais desafios enfrentados atualmente pela Eletro Freitas, o gestor destacou a saturação do mercado de energia solar na região de atuação como fator central que tem impactado negativamente os resultados financeiros da empresa. De acordo com ele, o aumento expressivo do número de micro e pequenas empresas atuando no setor intensificou a concorrência e provocou uma significativa redução nos preços dos serviços.

“Está ficando saturado a questão da energia solar, tem muitas empresas pagando pouco, e as empresas estão diminuindo as vendas [...] o financeiro da empresa aperta um pouco” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Esse cenário de queda nos valores de mercado pressiona a margem de lucro da organização, o que compromete sua capacidade de expansão e manutenção da estrutura atual, como a remuneração de funcionários. O gestor ressaltou a dificuldade em reduzir custos sem afetar a qualidade dos serviços prestados, revelando um dilema entre competitividade e sustentabilidade operacional.

Além disso, foram mencionadas as limitações logísticas para atender regiões mais distantes, como Codó, Balsas e São Luís. Embora haja demanda para execução de serviços em outros municípios e estados, os altos custos de deslocamento, ausência de equipes locais e inviabilidade financeira das propostas geram a perda de oportunidades de negócio.

“Às vezes, como a distância é longa, eu não tenho um pessoal lá [...] o valor da obra não foi o esperado para ter lucro” (ENTREVISTADO 1, 2025).

4.2 Área com maior necessidade de apoio

Ao ser indagado sobre quais áreas da empresa demandam maior apoio ou melhorias, o gestor da Eletro Freitas apontou, de forma enfática, o setor de vendas como o principal ponto de atenção no momento. Segundo ele, por se tratar de uma empresa prestadora de serviços de instalação e manutenção de sistemas de energia solar, há uma dependência direta do desempenho comercial de outras empresas que vendem os equipamentos:

“Porque a gente depende, na verdade, de outras empresas que elas vendam os produtos delas para a gente conseguir executar o nosso serviço” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Essa relação de dependência acaba por limitar a capacidade da empresa em escalar seus próprios contratos e compromete sua autonomia comercial. Diante disso, o gestor revela uma intenção de internalizar parte do processo de vendas, passando a oferecer também os produtos que atualmente apenas instala, como forma de aumentar o controle sobre o funil de clientes e gerar novas oportunidades de negócio.

“Eu posso estar atualmente, futuramente, também, expandindo para eu também vender os produtos que eu monto [...] é uma área que eu vejo que é o propulsor para que a nossa empresa possa crescer também” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Além disso, ele destaca que o fortalecimento da área de vendas é fundamental para viabilizar a expansão territorial almejada pela empresa, tanto dentro do estado do Maranhão quanto em outras regiões do país. Portanto, percebe-se que o setor comercial é considerado estratégico para o crescimento sustentável da empresa, sendo a área mais crítica em termos de necessidade de apoio por parte de uma consultoria empresarial.

4.3 Histórico de contratação de consultoria

Em seguida, buscou-se compreender se a empresa já havia contratado anteriormente algum tipo de serviço de consultoria empresarial. O entrevistado afirmou que a Eletro Freitas nunca contratou consultoria, justificando essa decisão pelo fato de a empresa ter surgido em um mercado relativamente novo e ter

experimentado um crescimento considerável, especialmente na área de montagem e prestação de serviços.

De acordo com o relato, a gestão inicial dos processos internos, como controle de entrada de serviços e organização das atividades operacionais era considerada suficiente para manter a empresa funcional e competitiva. O gestor avaliou que não havia, até então, a necessidade de intervenção externa, especialmente considerando o porte da empresa, classificada como micro e pequena.

Essa fala evidencia que a percepção sobre a necessidade de consultoria está atrelada ao grau de complexidade das operações e ao estágio de maturidade da organização. Contudo, com os desafios atuais enfrentados (como saturação do mercado e dificuldades em expandir territorialmente), torna-se evidente que a ausência de apoio especializado pode representar uma limitação para o crescimento sustentável da empresa.

4.4 Visão externa da consultoria para identificação de problemas

Ao ser questionado sobre a contribuição que uma consultoria externa poderia trazer para a empresa, o gestor da Eletro Freitas destacou a importância de uma visão de fora para detectar problemas que passam despercebidos no dia a dia da gestão. Ele ressaltou que, por acumular diversas funções administrativas e operacionais, muitas vezes não consegue dedicar tempo para identificar e resolver questões essenciais:

É de suma importância que a consultoria ou outros profissionais possam enxergar de fora o que a gente não consegue, como gestor, enxergar no dia-a-dia na nossa empresa [...] às vezes por falta de tempo eu não consigo organizar a planilha financeira, por falta de tempo eu não consigo organizar as atividades diárias da turma, e isso fica muito sobrecarregado” (ENTREVISTADO 1, 2025).

O entrevistado reconhece que essa sobrecarga de atividades dificulta a percepção clara e o tratamento adequado de problemas internos, o que reforça o papel estratégico da consultoria como agente externo capaz de oferecer uma visão

crítica e imparcial. Ele acredita que o apoio consultivo pode contribuir para a organização dos processos e a resolução mais eficaz das dificuldades administrativas e operacionais enfrentadas.

“E acredito que a consultoria ela conseguiria me dar uma visão melhor de como resolver esses problemas” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Dessa forma, a percepção do gestor demonstra a confiança na consultoria como ferramenta para ampliar a capacidade de gestão da empresa, especialmente no que tange à melhoria da eficiência operacional e da organização interna, minimizando a sobrecarga do gestor e potencializando o desempenho do negócio.

4.5 Desafios para manter a competitividade do mercado local

Sobre os maiores desafios enfrentados pela Eletro Freitas para se manter competitiva no mercado local, o gestor apontou a prática de preços desleais por parte da concorrência como o principal obstáculo. Ele observa que muitas empresas, na tentativa de conquistar clientes, oferecem serviços por valores muito abaixo do mercado, muitas vezes sem manter o padrão de qualidade adequado:

“A competitividade desleal vem em relação aos valores de serviço, que muitos se dizem trabalhar com qualidade, às vezes não entrega, e cobram um valor muito abaixo do mercado” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Essa realidade impõe dificuldades para empresas que, como a Eletro Freitas, prezam por um serviço bem executado e com mão de obra qualificada. Embora reconheça que seu preço pode ser superior ao da concorrência, o gestor justifica essa diferença pela qualidade oferecida. Ainda assim, essa dinâmica desleal acaba limitando o crescimento e o desenvolvimento do negócio:

“Isso, querendo ou não, atrapalha o nosso crescimento, nosso desenvolvimento. Claro que a gente tem valores, tem visão em cima do nosso serviço, tem qualidade” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Diante dessa situação, o gestor ressalta a importância de desenvolver estratégias que consigam demonstrar aos clientes o valor agregado do serviço,

deslocando o foco do preço para a qualidade. Ele reconhece que muitos consumidores priorizam o menor custo, mas entende que a diferenciação pela excelência é fundamental para sustentar a competitividade:

“A gente tenta, de alguma forma, estratégica, mostrar a qualidade e não o valor, para que a gente consiga chegar a fechar esses serviços” (ENTREVISTADO 1, 2025).

A análise revela que o maior desafio da Eletro Freitas não está apenas na concorrência em si, mas no comportamento do mercado local, que valoriza o custo reduzido em detrimento da qualidade. Para superar esse entrave, o gestor demonstra consciência sobre a necessidade de investir em estratégias de diferenciação e posicionamento, áreas nas quais a consultoria pode atuar de forma decisiva.

4.6 Potenciais benefícios da consultoria empresarial

Questionado sobre como a consultoria empresarial poderia contribuir com a empresa, o gestor foi enfático ao afirmar que os benefícios seriam abrangentes, englobando diversas áreas da gestão. Entre os principais aspectos destacados estão:

- Apoio estratégico para expansão territorial;
- Melhoria na logística operacional;
- Otimização do setor financeiro;
- Crescimento nas vendas e alcance de novos mercados.

O gestor enfatizou que a consultoria poderia fornecer orientações sobre estratégias financeiras e operacionais, permitindo a ampliação da equipe e o alcance de novas regiões de forma mais eficiente. A possibilidade de terceirizar serviços em localidades distantes, mantendo o padrão de qualidade da empresa, foi citada como uma alternativa viável para aumentar a competitividade.

“Uma estratégia de tempo e conhecimento em vários lugares também é um meio de se expandir. Como se fosse uma filial ou terceirizar o serviço da nossa empresa, para executar o serviço lá [...] com apoio da consultoria” (ENTREVISTADO 1, 2025).

O entrevistado ainda destacou que o aumento nas vendas deve preceder o fortalecimento financeiro, que por sua vez dará suporte a melhorias logísticas e operacionais. Nesse sentido, o papel da consultoria seria o de estruturar um plano estratégico, alinhando as ações da empresa com suas metas de crescimento.

“Antes do financeiro, na verdade, [é necessário] ter o aumento de vendas, para que esse financeiro possa trabalhar os outros setores dentro da empresa” (ENTREVISTADO 1, 2025).

4.7 Expectativas com a implantação de uma consultoria empresarial

Ao ser questionado sobre quais mudanças ou melhorias esperaria alcançar caso a empresa recebesse uma consultoria organizacional completa, o gestor da Eletro Freitas destacou o aprimoramento da visão estratégica como principal ganho. Para ele, a consultoria contribuiria significativamente para que pudesse desenvolver uma compreensão mais ampla e estruturada sobre todos os processos da empresa:

“Eu acredito que iria melhorar muito essa questão da minha visão estratégica da empresa, a visão global de tudo o que acontece, porque eu preciso estar acima para me poder visualizar tudo o que acontece” (ENTREVISTADO 1, 2025).

O entrevistado aponta, ainda, que para alcançar esse controle mais completo, seria necessário estruturar melhor os setores da empresa, com profissionais estratégicos posicionados em funções-chave. Essa descentralização permitiria ao gestor sair de uma atuação operacional e concentrar-se em decisões mais gerenciais e de planejamento:

“Mas para que as coisas possam acontecer, acredito que eu necessito de pessoas estratégicas, em cada setor, para mim, ter controle total das atividades da empresa” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Além da melhoria na gestão e no monitoramento dos processos, o entrevistado ressalta que essas mudanças organizacionais também trariam impacto direto no valor gerado pela empresa, tanto no aspecto financeiro quanto nos aspectos intangíveis relacionados à cultura, visão e posicionamento estratégico da organização:

“Essas melhorias irão agregar valor dentro da empresa, tanto valor financeiro quanto valores da própria empresa mesmo, como visão e tudo o que a gente almeja alcançar” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Dessa forma, percebe-se que a expectativa do gestor com relação à consultoria está fortemente ligada à estruturação interna da empresa e ao fortalecimento da sua capacidade de liderança e tomada de decisão, tendo como foco o crescimento sustentável e a consolidação da visão empresarial de longo prazo.

4.8 Perspectivas de longo prazo com apoio da consultoria

Para entender o que ele pensa sobre as possíveis mudanças positivas a longo prazo com o apoio contínuo de uma consultoria, o gestor da Eletro Freitas demonstrou uma visão clara sobre o potencial desse acompanhamento profissional para aprimorar o controle e a eficiência da gestão empresarial. Segundo ele, o principal benefício seria a ampliação da sua capacidade de monitorar e coordenar todas as áreas da organização de forma integrada e eficaz:

Com a consultoria, ao longo prazo, eu esperaria que na minha gestão eu conseguiria ter o maior controle sobre todas as áreas da empresa, tanto a questão financeira, a questão de RH, a questão de recrutamento dos funcionários, acompanhamento nas obras, fiscalização” (ENTREVISTADO 1, 2025).

O entrevistado reconhece que esse tipo de apoio poderia impactar positivamente não apenas no desempenho operacional, mas também na qualidade da liderança e no alinhamento dos setores internos, permitindo uma gestão mais estratégica e menos sobrecarregada por tarefas rotineiras.

Além disso, ele enfatiza que os resultados advindos desse processo consultivo teriam reflexos diretos no posicionamento da empresa no mercado regional, gerando valor agregado e impulsionando seu crescimento:

“Eu creio que é de suma importância que o resultado ao longo prazo eles viriam com a consultoria, seria um resultado muito positivo para a minha empresa e dessa forma

ia agregar um valor maior e um crescimento maior na região da empresa” (ENTREVISTADO 1, 2025).

A fala do gestor reforça a percepção de que a consultoria não é apenas uma ferramenta de curto prazo para resolver problemas pontuais, mas uma aliada estratégica para sustentar o crescimento da empresa ao longo do tempo, por meio do fortalecimento da gestão e da melhoria contínua dos processos internos.

4.9 Critérios para escolha de um serviço de consultoria

Em relação aos critérios que considera mais importantes ao escolher ou confiar em um serviço de consultoria, o gestor da Eletro Freitas destacou a experiência do consultor como fator principal. Para ele, a trajetória e os conhecimentos prévios do profissional ou da equipe de consultoria são determinantes para gerar confiança no serviço oferecido:

“De consideração de mais importância, eu acredito que a experiência é o que nos dá uma maior confiança para conseguir adquirir esse tipo de serviço, de consultoria” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Outro critério relevante apontado pelo entrevistado é a indicação por parte de outras empresas que já tenham contratado a consultoria. Esse tipo de recomendação contribui para validar a credibilidade do serviço e oferece maior segurança no momento da contratação:

“Uma indicação é sempre bem-vinda, a gente consegue ter uma confiança maior em cima da indicação de alguma empresa que já passou pelo processo” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Além disso, o gestor também valoriza a capacidade de entrega de resultados, considerando que diferentes situações dentro da empresa podem exigir soluções com prazos variados. Ele reconhece que há momentos em que mudanças precisam ocorrer de forma imediata, enquanto em outros casos, os efeitos podem ser esperados no médio ou longo prazo:

“Vai depender também do resultado que eu quero, [...] pode haver situações que eu vou querer um resultado a curto prazo [...] e precisa ser mudado logo” (ENTREVISTADO 1, 2025).

Com base nisso, percebe-se que o gestor busca uma consultoria que alie experiência, confiabilidade e capacidade de adaptação às demandas específicas da empresa. A combinação desses fatores forma os pilares de sua decisão, refletindo uma postura criteriosa diante da escolha por um serviço que impactará diretamente na gestão e no desempenho da organização.

5. CONCLUSÃO

O trabalho apresentado teve como objetivo geral entender os benefícios da consultoria empresarial para os pequenos empreendedores, através de um estudo de caso realizado na microempresa Eletro Freitas, na cidade de Açailândia, Maranhão, atuante no setor de energia solar. O estudo permitiu identificar as áreas mais carentes que necessita de mais apoio organizacional dentro da microempresa, foi possível saber quais os impactos esperados a longo prazo se a empresa adquirisse os serviços de consultoria, e também, entender as limitações que o microempreendedor tem em relação tanto a sua própria gestão, como para implementar melhorias que a consultoria sugere.

A partir das informações coletadas, foi possível observar que a microempresa enfrenta muitos desafios em relação à saturação do mercado de energia solar, concorrência desleal, limitação logística para prestação de serviços em outras regiões, e dependência de parceiros comerciais para geração de demandas de serviços, impactando diretamente na competitividade e sustentabilidade do negócio, logo necessitando de apoio especializado.

Dentre as áreas mais carentes da microempresa, foi identificado duas como as principais, o setor de logística e vendas, devido a microempresa depender de parceiros comerciais para geração de demanda, e também, as dificuldades nas questões de logística da equipe para regiões mais afastadas. Embora a microempresa estudada nunca tenha contratado uma consultoria, o entrevistado acredita que se tiver apoio profissional, a microempresa pode ter vários benefícios significativo, como a

melhoria da visão estratégica, otimização dos processos financeiros, soluções para os processos logísticos, parcerias e vendas, e até mesmo expansão territorial.

Sobre as limitações desta pesquisa, destaca-se a análise de apenas uma microempresa, o que pode restringir a generalização dos resultados à outras empresas de porte similar, porém, o estudo oferece uma base sólida de experiência prática sobre a necessidade de apoio à gestão de uma microempresa, e como a consultoria sendo uma ferramenta de melhoria pode ajudar.

Logo, é sugerido que futuras pesquisas ampliem mais ainda a profundidade do estudo, incluindo outras microempresas de diferentes setores, investigando os efeitos concretos em empresas que já adquiriram os serviços de consultoria empresarial e fazendo um comparativo de como era antes da consultoria para como ficou depois.

6. REFERÊNCIAS

ALVES, J. da C.; DIAS, N. T.; MONSORES, G. L. Consultoria empresarial como ferramenta estratégica de desenvolvimento em pequenas empresas. *Anais do XII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGeT*, Rezende, RJ, v. 12, 2015.

AREN HART, A. A.; DA SILVA SAMPAIO, V. Consultoria empresarial para microempresas. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, v. 18, n. 3, 2020.

BC&C. Quem somos. [S.l.], 2018. Disponível em: https://www.boucinhasconti.com/quem_somos.php. Acesso em: 2 jun. 2025.

BARNEY, J. Recursos da empresa e vantagem competitiva sustentada. In: *Estratégia Baseada em Recursos*, v. 15, 2014.

BBC BRASIL. Conheça dez áreas com escassez de mão de obra. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/09/140903_salasocial_eleicoes2014_profissoes_escassez_lgb. Acesso em: 12 jan. 2025.

BUSINESS RESEARCH INSIGHTS. Mercado de consultoria estratégica. Disponível em: <https://www.businessresearchinsights.com/pt/market-reports/strategy-consulting-market-109531>. Acesso em: 13 jan. 2025.

CAMPOS, A. C. Quase 90% dos microempreendedores não têm curso superior. *Agência Brasil*, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-11/quase-90-dos-microempreendedores-nao-tem-curso-superior>. Acesso em: 12 jan. 2025.

CARDANO, M. Manual de pesquisa qualitativa: a contribuição da teoria da argumentação. Trad. Elisabeth da Rosa Conill. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

CHIAVENATO, I. Introdução a teoria geral da administração compact. São Paulo: Elsevier Brasil, 2004.

COGET, X. Les Cabinets de conseil en management: origines et fonctions. Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Paris, 1999. p. 146.

COSTA, N. P. A consultoria empresarial, suas subdivisões e os benefícios de sua contratação. *Revista de Engenharia de Produção*, v. 2, n. 4, p. 90-102, 2020.

CROCCO, L.; GUTTMANN, E. Consultoria empresarial. São Paulo: Saraiva, 2005.

DA COSTA, J. A. B.; DRUMOND, A. M. A gestão financeira em micro e pequenas empresas no município de Valença/RJ. 2020.

DONADONE, J. C. Cartografia do espaço de consultoria brasileiro e as formas de recontextualização e internacionalização dos intercâmbios e conteúdos gerenciais. *REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão*, [S.l.], v. 4, n. 2, 2012. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/redd/article/view/5184>. Acesso em: 2 jun. 2025.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FOLHAPRESS. Falta de conhecimento de empreendedor é principal motivo de falências. *Diário do Nordeste*, 2023. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/negocios/falta-de-conhecimento-de-empreendedor-e-principal-motivo-de-falencias-1.1075809>. Acesso em: 12 jan. 2025.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, M. A.; VASCONCELLOS, H. Consultoria. *Revista de Administração de Empresas*, v. 31, n. 2, 1991.

HILÁRIO, M. F.; COLOMBO, T. C. Análise da competitividade entre os Microempreendedores Individuais versus micro e pequenas empresas sobre o modelo de excelência da gestão em empresas de pequeno porte no município de Criciúma, SC. In: *Anais do Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior*, 2017.

JACINTHO, P. R. B. Consultoria empresarial: procedimentos para aplicação em micro e pequenas empresas. 2004. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/87596/224924.pdf?sequence>. Acesso em: 25 maio 2025.

KLEIN, J. Empresas de consultoria ajudam no crescimento das pequenas empresas e estimulam o aumento dos negócios. Disponível em:

<http://carreiraenegocios.uol.com.br/gestao-motivacao/36/seu-melhor-empresas-de-consultoria-ajudam-no-crescimento-das-238949-1.asp>. Acesso em: 3 jun. 2025.

LEITE, L. A. M. da C. Consultoria em gestão de pessoas. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005. 142 p.

LIBERATO, F. Consultoria empresarial, importante nos dias de hoje? Em pleno século XXI. Disponível em: <http://cafeempreendedor.blogspot.com.br/2009/02/consultoria-empresarial-importante-nos.html>. Acesso em: 3 jun. 2025.

LIMA, K. V. F.; MOURA, A. L. N. de. A importância da consultoria empresarial na sobrevivência de microempreendimentos: um estudo de múltiplos casos. *Anais do Congresso Convibra*, 2021. Disponível em: https://convibra.org/congresso/res/uploads/pdf/artigo_pdfsbPNmn02.08.2021_17.36.48.pdf. Acesso em: 12 jan. 2025.

MARINGONI, G. A superação dos obstáculos para a industrialização. *Desafios do Desenvolvimento*, [S.l.], 2021. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2827:catid=28&Itemid=23. Acesso em: 2 jun. 2025.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári da estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MOCSÁNYI, D.; SITA, M. Consultoria empresarial: os melhores consultores do Brasil apresentam casos práticos e seus benefícios após trabalhos profissionais notáveis. São Paulo: Ser Mais, 2013.

NEVES, M. L.; CRUZ, P. B.; LOCATELLI, O. Fatores que influenciam a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*, v. 25, eRAMC240073, 2024.

OLIVEIRA, D. P. R. de. Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2001.

PARREIRA, F. E. Consultoria, consultores e clientes. São Paulo: Érica, 1997.

PAULILO, M. A. S. A pesquisa qualitativa e a história de vida. *Serviço Social em Revista*, Londrina, v. 2, n. 2, p. 135-148, jul./dez. 1999. Disponível em: <http://www.ssrevista.uel.br/n1v2.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2025.

PEREIRA, M. J. L. B. Na cova dos leões: o consultor como facilitador do processo decisório empresarial. São Paulo: Makron Books, 1999.

PEREIRA, R. S.; COSTA, R. C. P. da. Historiografia e o nascimento da industrialização brasileira. In: *XXVI Simpósio Nacional de História*, São Paulo, 2011. São Paulo: ANPUH, 2011. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300903884_ARQUIVO_ANPHU.pdf. Acesso em: 2 jun. 2025.

QUINTELLA, H. M. Manual de psicologia organizacional da consultoria vencedora. São Paulo: Makron Books, 1994.

RIBEIRO, A. V. A. S. et al. O papel da consultoria nas micro e pequenas empresas. *ID on line. Revista de Psicologia*, v. 17, n. 68, p. 134-150, 2023.

RICARDINO FILHO, Á. A. Auditoria: ensino acadêmico x treinamento profissional. 2002. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.sindcontsp.org.br/wp-content/uploads/2019/08/3d3b7e07d6dd5daf714e6301683f2e2c.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2025.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2009.

SCHEIN, E. Consultoria de procedimentos: seu papel no desenvolvimento organizacional. São Paulo: Edgard Blücher, 1972.

SCHEIN, E. H. Princípios da consultoria de processos. Belo Horizonte: Peirópolis, 2008.

SCHUMPETER, J. Teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril, 1982.

SEBRAE. Consultoria empresarial para pequenos negócios. Brasília: SEBRAE, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 16 jul. 2025.

SEBRAE. Pequenos negócios em números. Sebrae, 2018. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 11 jan. 2025.

SEBRAE. Sebrae em dados: sobrevivência de empresas. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-sobrevivencia-de-empresas>. Acesso em: 12 jan. 2025.

SERASA EXPERIAN. Com gestão financeira, MPEs reduzem em 58% o endividamento e têm aumento de 7% no faturamento médio, segundo dados da Serasa Experian e Sebrae. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/pmes/com-gestao-financeira-mpes-reduzem-em-58-o-endividamento-e-tem-aumento-de-7-no-faturamento-medio-segundo-dados-da-serasa-experian-e-sebrae/>. Acesso em: 13 jan. 2025.

SIS INTERNATIONAL RESEARCH. Consultoria estratégica e inteligência de mercado. Disponível em: <https://www.sisinternational.com/pt/solucoes/consultoria-estrategica/>. Acesso em: 13 jan. 2025.

WEIMBERG, G. M. Consultoria: o segredo do sucesso. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

WOOD JR., T.; PAES DE PAULA, A. P. Pop-management: grandes empresas de consultoria no Brasil. *FGV EAESP Pesquisas e Publicações*, [S.l.], 2015. Disponível em: <https://pesquisa-eaesp.fgv.br/publicacoes/gvp/pop-management-grandes-empresas-de-consultoria-no-brasil>. Acesso em: 2 jun. 2025.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

Figura A1 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Curso de Administração – Universidade da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL), Campus Açailândia

Pesquisador: Gustavo Maykom Ayck Sousa Milhomem

Orientador: Natan Barros de Oliveira

Este questionário faz parte da pesquisa intitulada "OS BENEFÍCIOS DA CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA PEQUENOS EMPREENDEDORES: Um estudo de caso na microempresa Eletro Freitas", realizada como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Administração, da Universidade da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Campus Açailândia. O principal objetivo deste trabalho é compreender os desafios da gestão da Eletro Freitas e analisar como a consultoria empresarial pode contribuir para melhorar os processos, identificar oportunidades e apoiar o crescimento do negócio, buscando entender os possíveis benefícios que a consultoria empresarial pode oferecer aos pequenos empreendedores. Sua participação, como proprietário da empresa, é fundamental para o desenvolvimento da pesquisa. O questionário é composto por 8 perguntas abertas, sendo desenvolvida através de uma entrevista semiestruturada, presencial. As informações coletadas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos.

Se em algum momento você quiser encerrar a participação, poderá fazê-lo livremente, sem qualquer prejuízo. Se tiver dúvidas ou quiser mais informações, estou à disposição pelo e-mail: **gusttavo.ayck@gmail.com**.

Ao assinar abaixo, você declara que leu, compreendeu e concorda com os termos apresentados, autorizando sua participação na pesquisa.



Documento assinado digitalmente
ENDERSON DE ARAUJO FREITAS
Data: 30/06/2025 21:46:00-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Sim, estou ciente dos objetivos da pesquisa e autorizo o uso das minhas respostas para fins acadêmicos.

Questionário

1. Quais são as principais dificuldades que a empresa Eletro Freitas enfrenta atualmente na sua gestão?
2. Em quais áreas da empresa (como financeiro, vendas, estoque, atendimento, RH, etc.) você sente mais necessidade de apoio ou melhoria?
3. A Eletro Freitas já contratou algum tipo de consultoria antes? Se sim, quais foram os resultados percebidos?
4. Você acredita que a visão externa de um consultor ajudaria a identificar problemas que passam despercebidos no dia a dia? Por quê?
5. Quais mudanças ou melhorias você espera alcançar caso a empresa receba uma consultoria organizacional completa?
6. A longo prazo, o que você acredita que poderia mudar positivamente com o apoio contínuo de uma consultoria?
7. Quais são os maiores desafios para manter a empresa competitiva no mercado local?
8. Quais critérios você considera mais importantes na hora de escolher ou confiar em um serviço de consultoria (ex: experiência, custo, resultado rápido, etc.)?