

Pesquisa Livre

Mercado de Consultoria

Versão 1 - Dezembro/ 2021

Realização: ABRACEM

Abrangência da Pesquisa : Nacional

Publico Pesquisado: Consultores independentes e com empresas constituídas.

Abordagem: questionário enviado por e-mail, respondido em plataforma digital

A **Abracem** tem o prazer de divulgar ao seu público, o resultado da pesquisa livre com abrangência nacional, sobre o mercado de Consultoria. Em algumas questões foram dadas opções de múltiplas respostas, possibilitando dessa forma tornar mais abrangente a visão desse mercado e de que forma opera. O objetivo final é fornecer aos **consultores participantes** informações relativas ao Perfil dos consultores e das consultorias, áreas e formas de atuação, dados sobre precificação e desafios do setor. Ao final estão descritas as conclusões que permitirão obter um panorama geral do mercado, trazendo reflexões sobre possíveis alternativas para uma mudança de rota e/ou ações que possam minimizar seus impactos.

Finalmente, agradecemos a confiança que foi depositada no nosso trabalho e estaremos ao longo do próximo ano, acompanhando os consultores, disponibilizando informações, apoiando o crescimento e aprendizado constante, apostando numa trajetória profissional vitoriosa.

Nos vemos em 2022. Até lá!

Carlos Medeiros

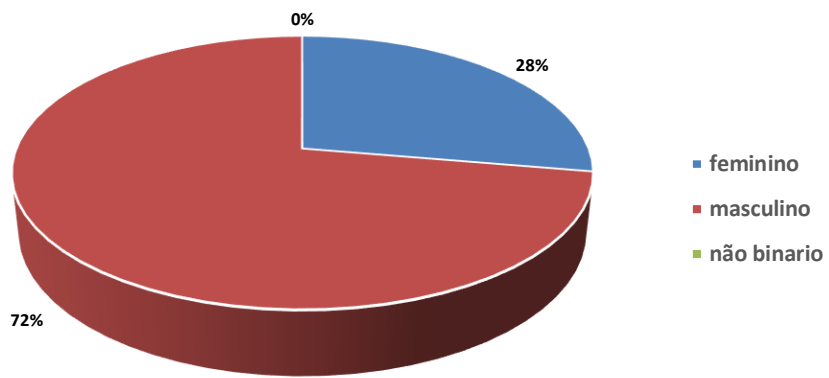
Presidente

Perfil dos Respondentes

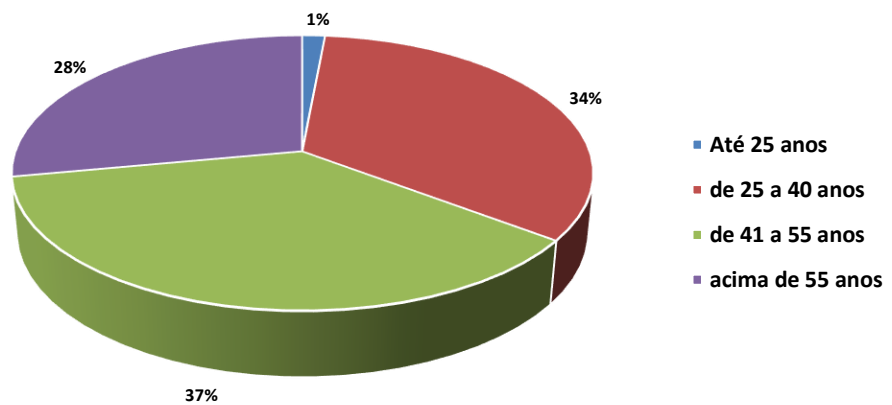
Nesse tópico, serão conhecidos:

- ✓ Sexo
- ✓ Idade
- ✓ Formação acadêmica e área de formação
- ✓ Tempo de atuação
- ✓ Cidade/ localização
- ✓ Motivações para atuação em consultoria

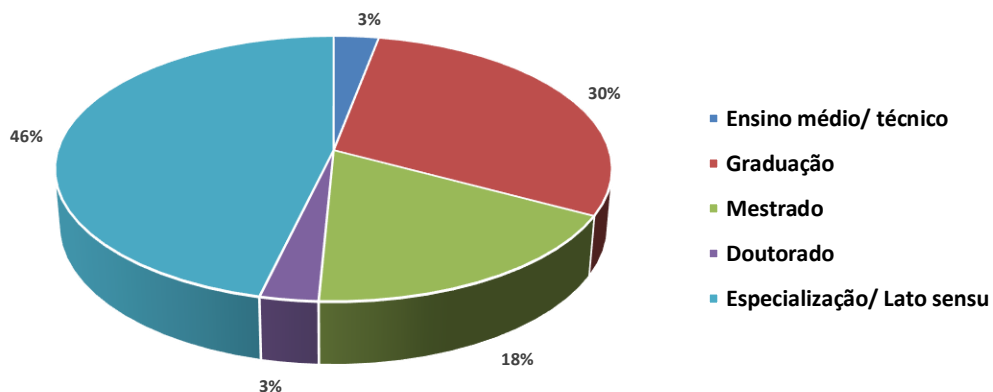
Sexo



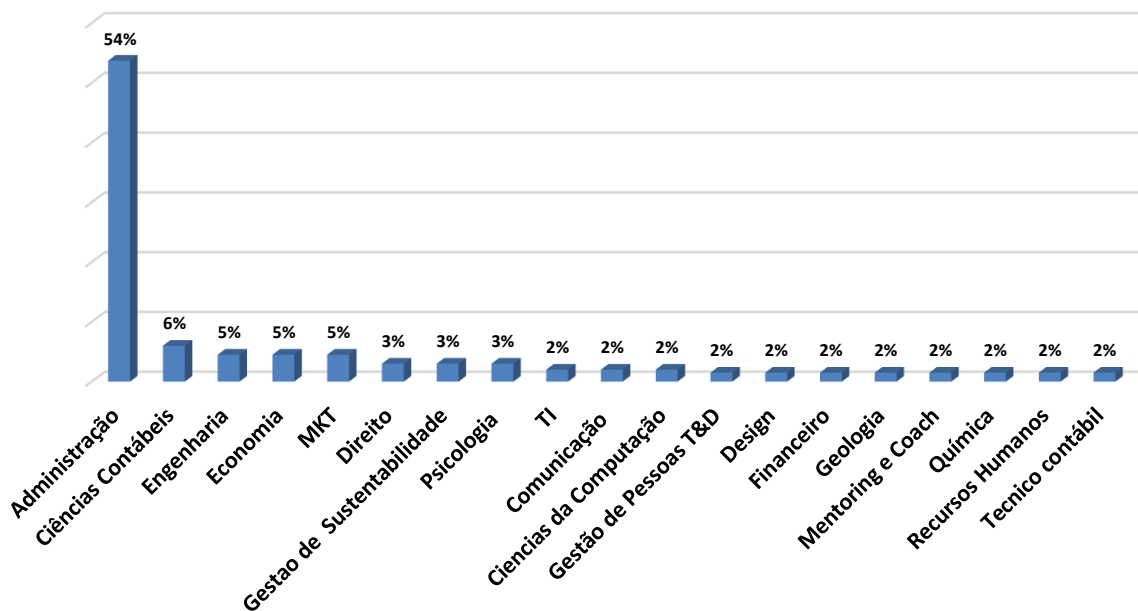
Idade



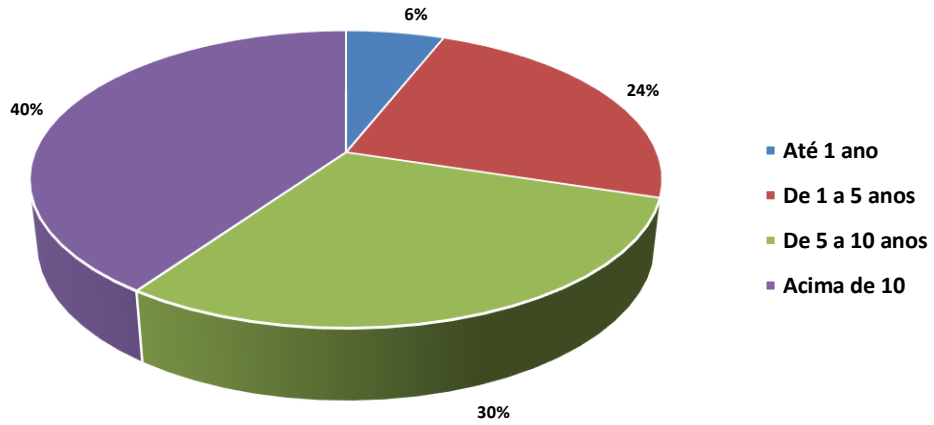
Formação Acadêmica



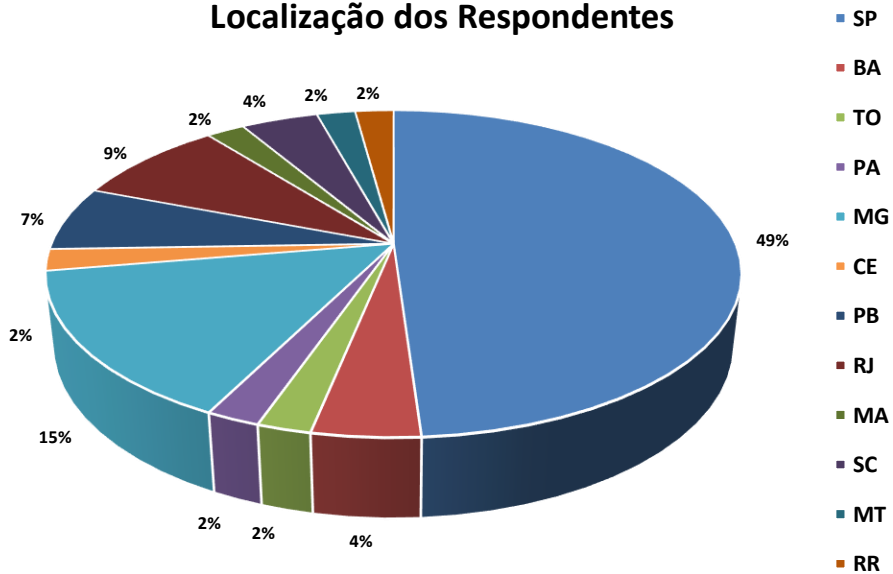
Area de Formação



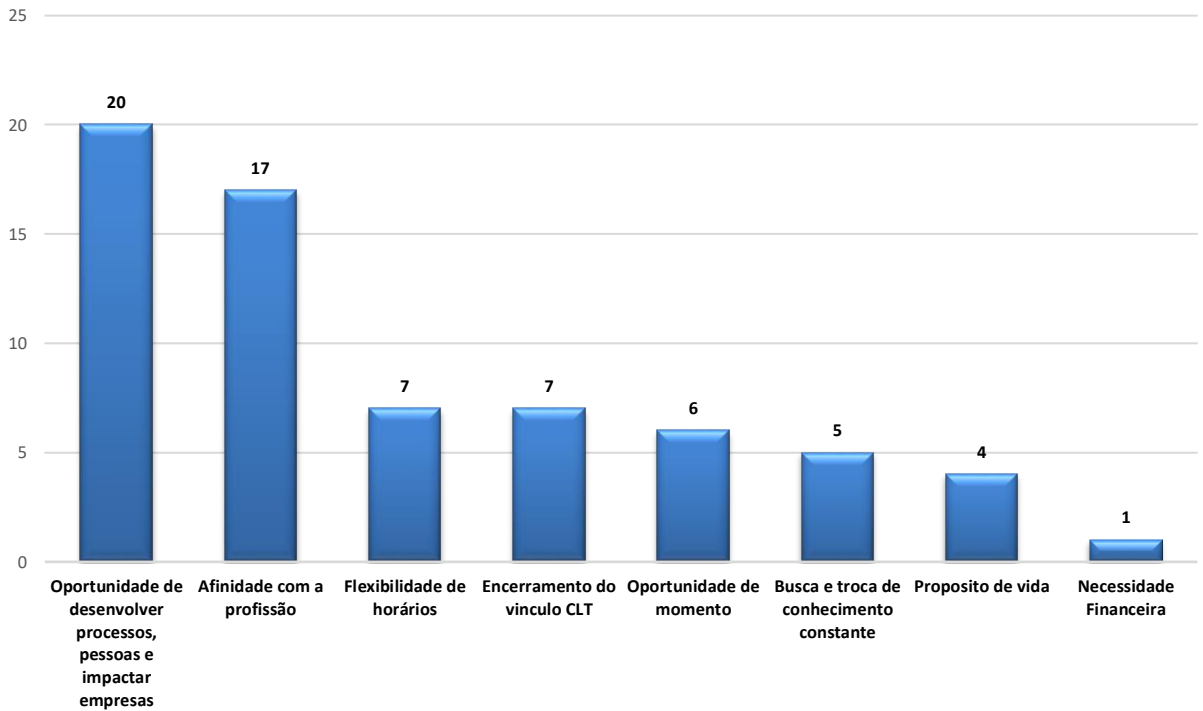
Tempo de atuação na área



Localização dos Respondentes



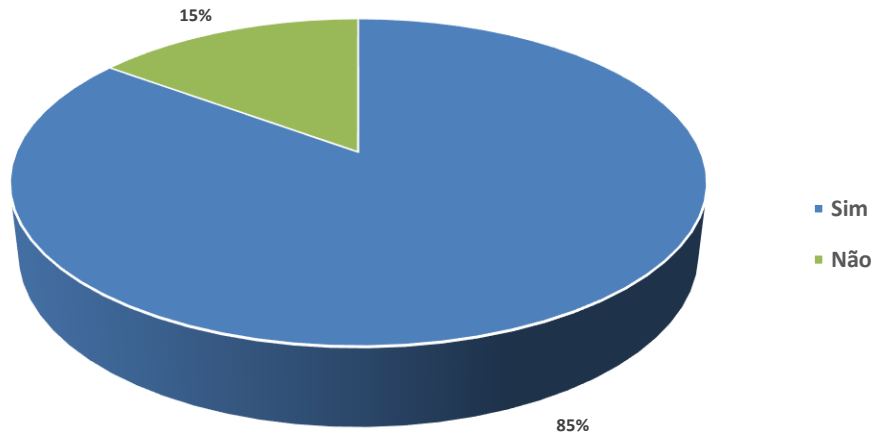
Principal motivação para atuar no mercado de consultoria



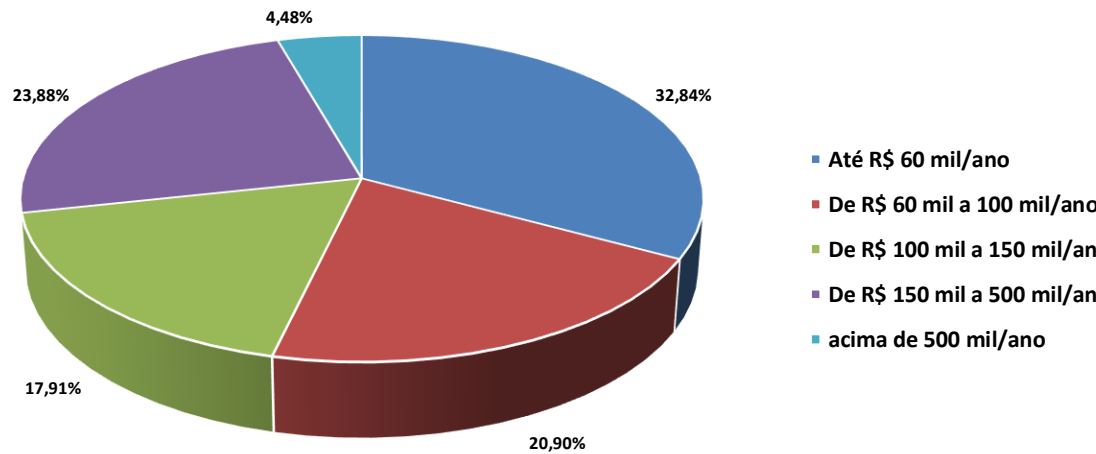
Perfil das consultorias

- ✓ Empresas formalmente constituídas
- ✓ Faturamento
- ✓ Enquadramento tributário
- ✓ Expectativas para o ano de 2022

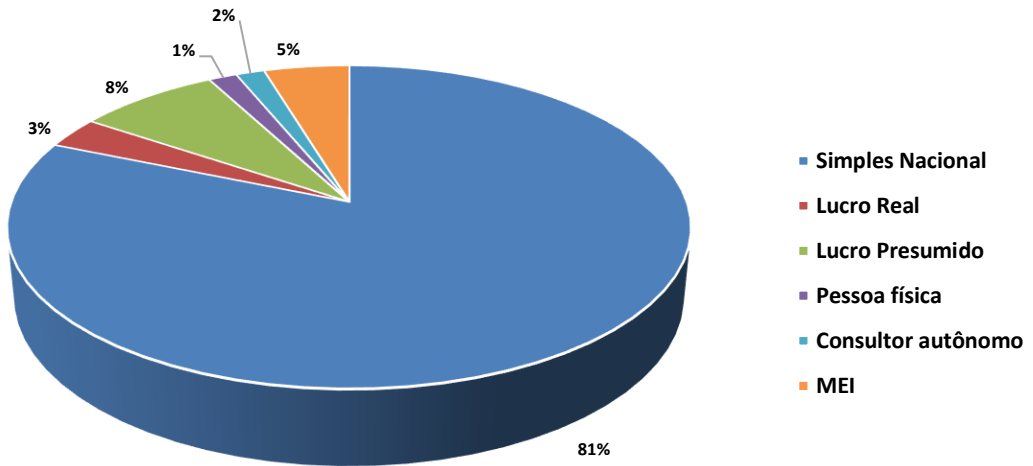
Empresa Constituída



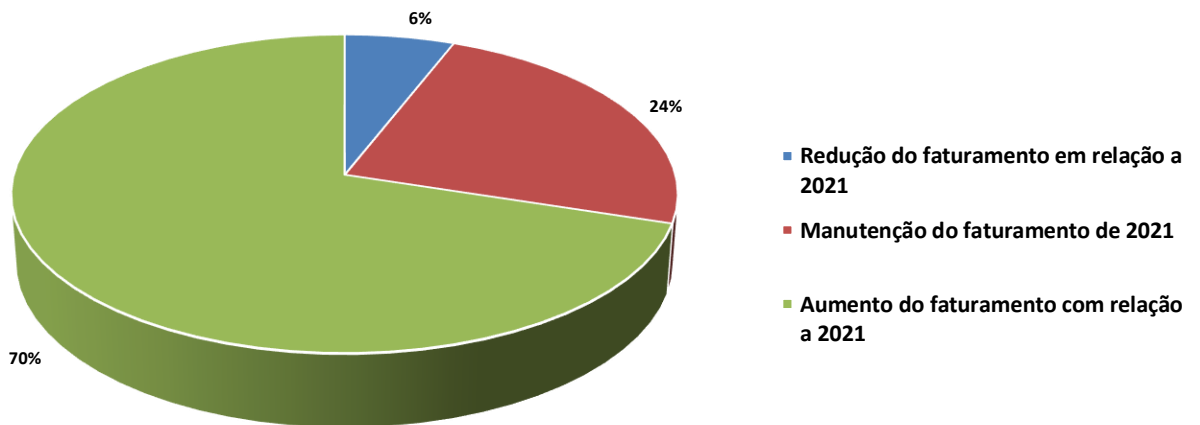
Faixas de Faturamento



Enquadramento Tributário



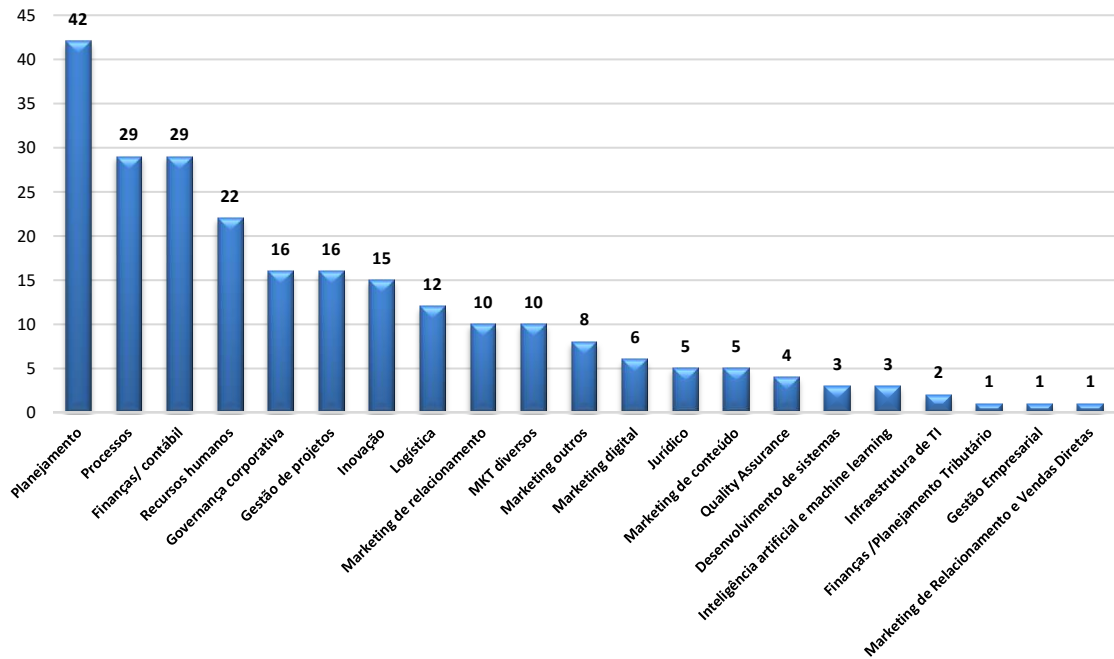
Expectativa de faturamento para 2022



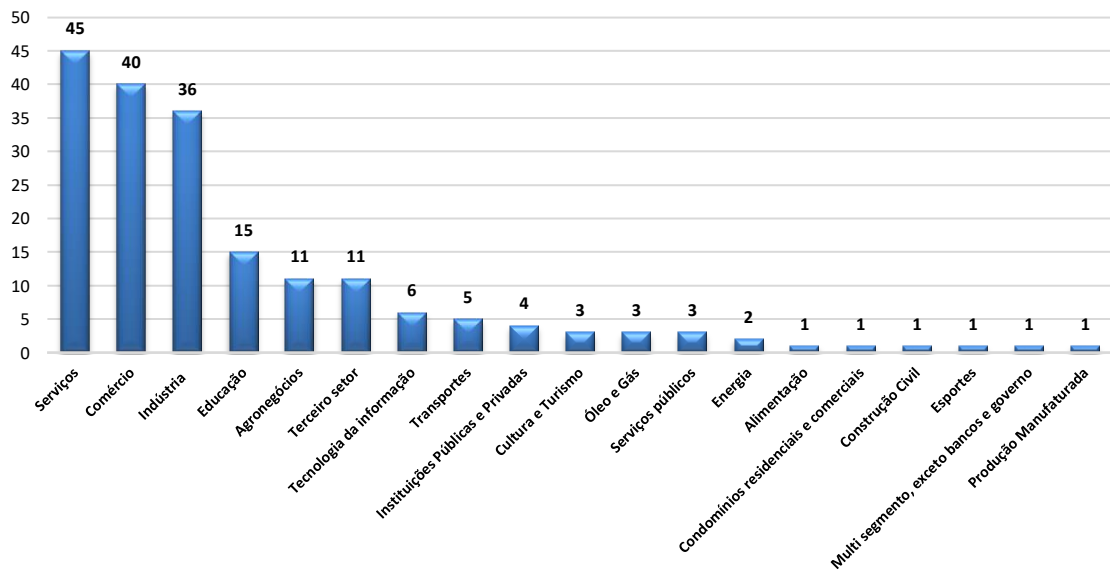
Áreas e formas de atuação

- ✓ Area de atuação
- ✓ Mercado de atuação
- ✓ Clientes atendidos no momento
- ✓ Busca por atualização
- ✓ Dificuldades para buscar capacitação

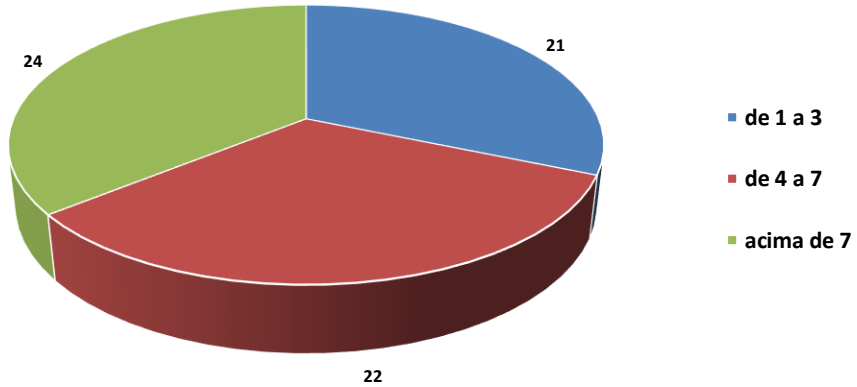
Area de atuação da consultoria (respostas múltiplas)



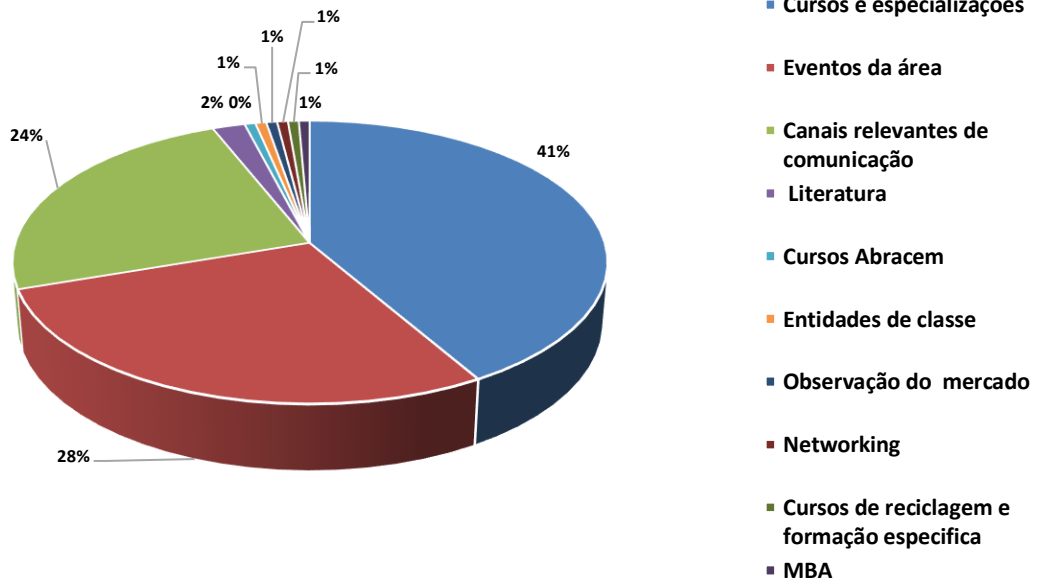
Mercado de atuação (respostas múltiplas)



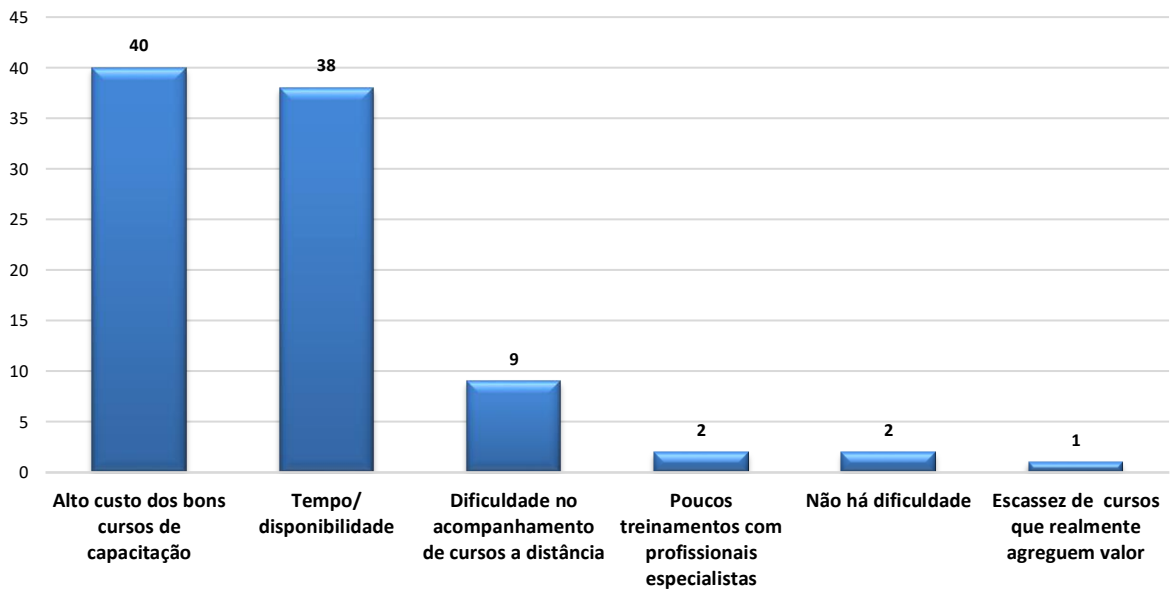
Cientes atendidos no momento



Busca por atualização, onde e de que forma (respostas múltiplas)



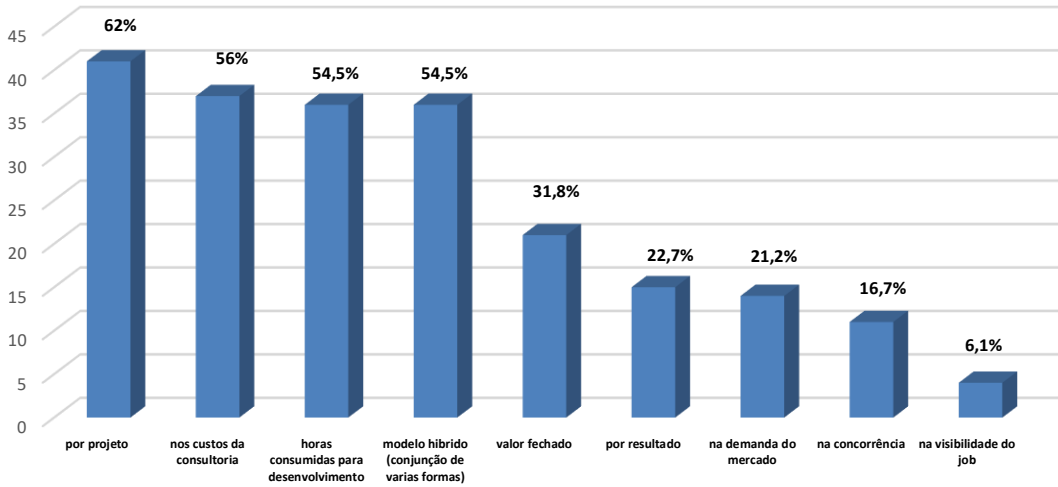
Maior dificuldade para buscar capacitação (respostas múltiplas)



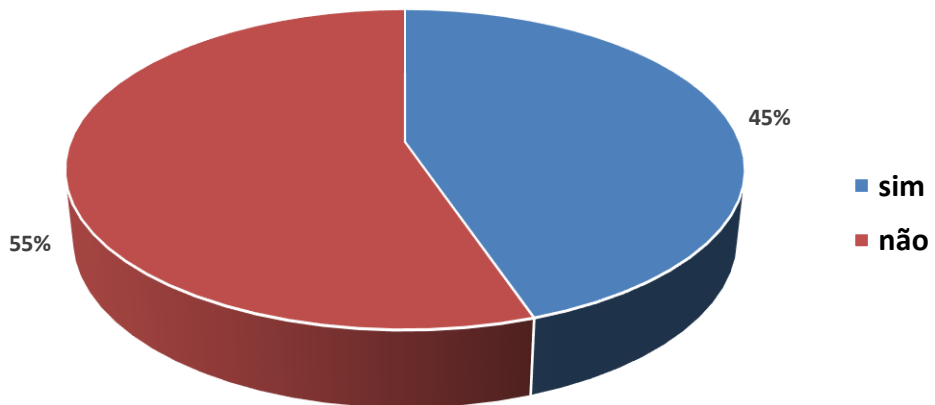
Precificação

- ✓ Bases para precificação
- ✓ Precificação em home office
- ✓ Estimativa de valor/hora

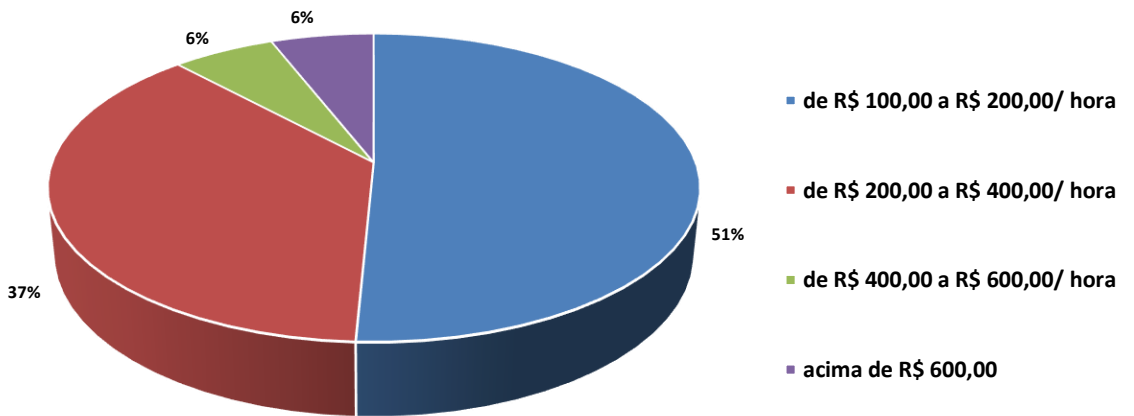
Base para precificação dos projetos (respostas multiplas)



Alteração na precificação dos serviços para trabalho em home office



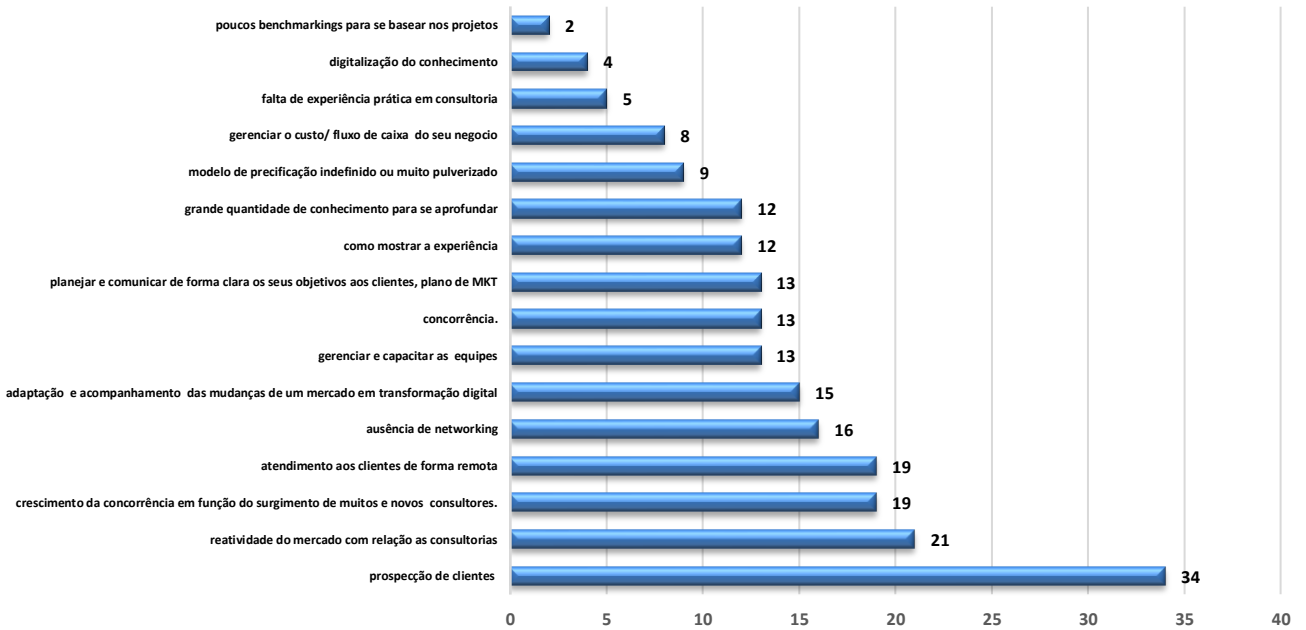
Estimativa de valor hora para consultoria (base últimos 3 meses)



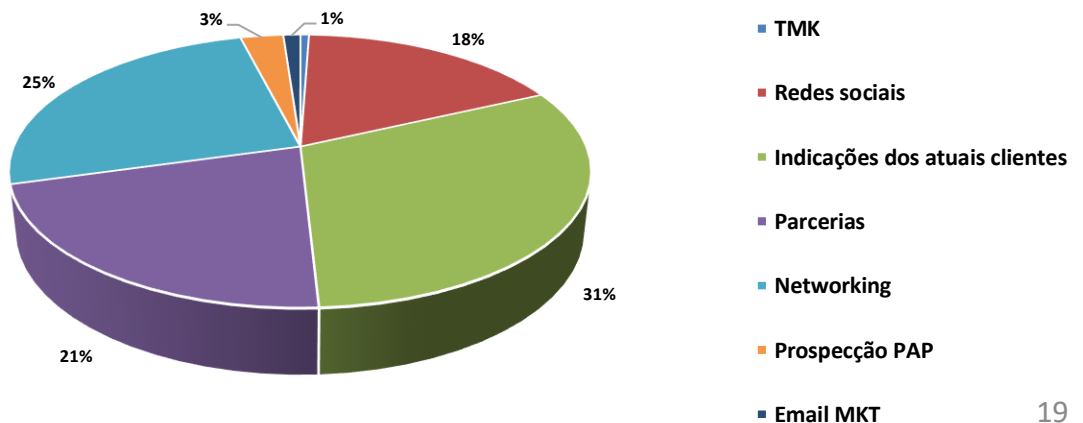
Desafios do setor

- ✓ Maiores desafios encontrados
- ✓ Formas e ferramentas para disponibilização de serviços
- ✓ Fatores de visibilidade
- ✓ Diferenciais do trabalho de consultoria
- ✓ Fidelização dos clientes
- ✓ Tendências do mercado para 2022

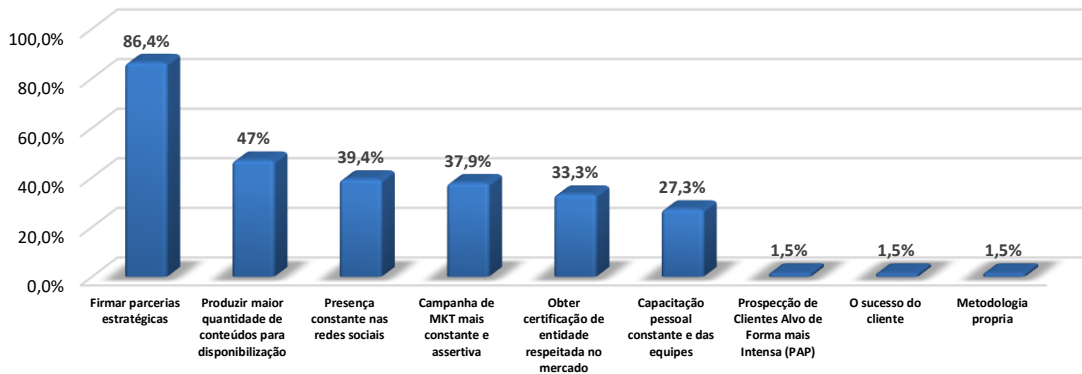
Maiores desafios encontradas pelas consultorias (respostas múltiplas)



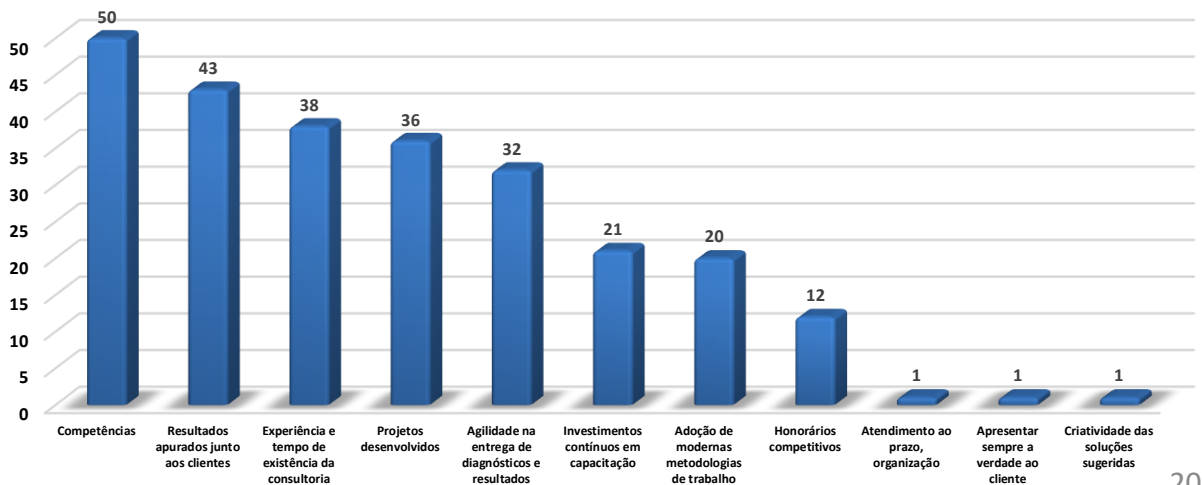
Ferramentas utilizadas para oferecimento dos serviços (respostas múltiplas)



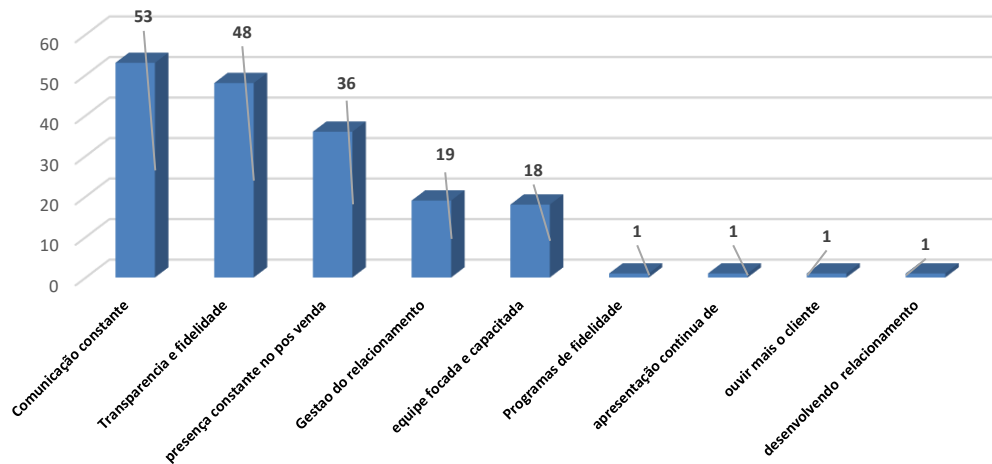
Fatores que contribuem para visibilidade da consultoria (respostas múltiplas)



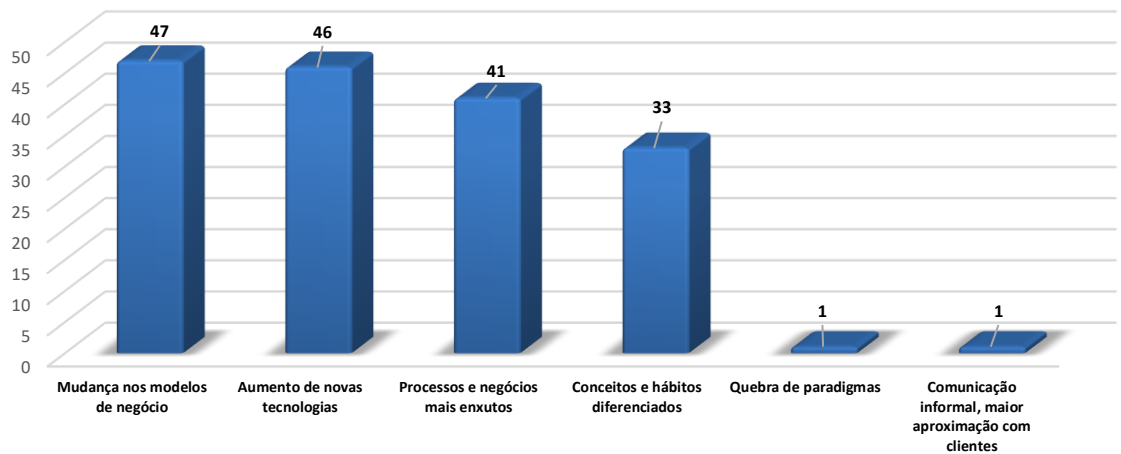
Maior diferencial do trabalho de consultoria (respostas múltiplas)



Fidelização de clientes (respostas múltiplas)



Tendências de mercado para 2022 (respostas múltiplas)



Considerações Finais

Das 67 consultorias pesquisadas, a maioria (72%) é ocupada predominantemente por profissionais do sexo masculino, enquanto que as mulheres representam 28% da amostra.

Existe um equilíbrio entre as idades pesquisadas, representadas por 37% com idades entre 41 a 55 anos, seguido por 34% com idades entre 25 a 40 anos.

Com relação a formação acadêmica a prevalência é de 46% com Especialização/Lato sensu, sendo que a Graduação e Mestrado abrangem uma fatia expressiva do grupo, 30% e 18% respectivamente.

A área de formação também demonstra um percentual bastante elevado, no que se refere aos cursos de Administração com 54%. As demais áreas representam entre 6% e 2% dos demais pesquisados.

Sobre o tempo de atuação em consultoria, podemos entender que a maior parte dos pesquisados, atua há mais de 5 anos, sendo que 40% atua há mais de 10 anos, e 30% entre 5 e 10 anos.

Grande parte dos respondentes encontram-se em São Paulo 18%, seguidos por Niterói/RJ, Salvador/BA e São Luiz/MA com 8%, as demais localidades do Brasil abrigam de 4 a 2% dos demais.

Pesquisando sobre motivação para atuar no mercado de consultoria, os entrevistados relatam que, as oportunidades para desenvolvimento de pessoas, processos e também afinidade com a profissão representam os maiores percentuais, 20% e 17%, seguidos por outros fatores entre 7 e 1% do total.

85% das empresas são constituídas juridicamente, enquanto que apenas 15% operam na informalidade.

A maior parte das empresas, 32,9% tem faturamento até \$ 60 mil/ano, 20,9% faturam de \$60 a100 mil/ano e 23,9% faturam de \$150 a \$500 mil.

Quanto ao enquadramento tributário, vê-se que o Simples Nacional é o regime adotado por 81% dos pesquisados.

As expectativas de faturamento para o próximo ano são bastante otimistas para grande parte dos respondentes: 70% acreditam em aumento do faturamento, enquanto que 24% apontam para manutenção deste, apenas 6% tem expectativa de redução para 2022.

Planejamento, Processos, Finanças/ contábil e Recursos Humanos são as áreas de atuação que mais predominam entre os pesquisados, 42%, 29% e 22% respectivamente.

Com relação ao mercado, Serviços, Comercio e Industria tem uma fatia expressiva dado foco dos consultores, sendo 45%, 40% e 36%, os demais segmentos são bastante pulverizados entre os pesquisados.

No momento 24 entrevistados atendem acima de 7 clientes e 22 atendem de 4 a 7, seguidos por 21 atendendo de 1 a 3 clientes simultaneamente.

Para manter a atualização, 41% dos consultores opta por cursos e especializações, enquanto que 28 e 24% buscam eventos na área e canais relevantes de comunicação, os demais são bastante diluídos em outras formas de busca.

Chama atenção, quando questionados sobre dificuldades para buscar capacitação, as maiores estão entre o alto custo dos bons cursos e tempo/ disponibilidade, 40 e 38% respectivamente das respostas.

Para precificação dos projetos, as bases estão bem equilibradas baseadas entre a cobrança por projeto 62%, pelos custos da consultoria 56%, horas consumidas para desenvolvimento e modelo híbrido 54,5%, outras formas também são relatadas com percentuais menos relevantes.

Ainda sobre precificação, há um equilíbrio entre a amostragem, 55% dos entrevistados não relatam alteração no custo para o trabalho em home office enquanto que, 45% relatam que houve alteração.

O valor hora para consultoria, leva em conta a base dos últimos três meses que antecederam a pesquisa, a predominância, 51% é a cobrança de valores entre \$100 a \$200/hora, em segundo lugar 37% de \$200 a \$400/hora.

Sobre os desafios do setor, 34% apontam que a prospecção de clientes é o maior desafio, seguido pela reatividade do mercado 21%, crescimento da concorrência 19% e atendimento ao cliente de forma remota 19%, entre os demais desafios há uma diversificação de relatos.

As ferramentas mais utilizadas pelos pesquisados para oferecimento dos serviços, predomina em Indicações dos próprios clientes 31%, Networking 25%, Parcerias 21% e Redes Sociais com 18%, as demais ferramentas não tem grande expressão nas respostas.

Nos fatores que contribuem para aumentar a visibilidade das consultorias, concluímos que, segundo a pesquisa, as parcerias estratégicas 86,4% são as que mais contribuem, seguidas por produzir maior quantidade de conteúdos 47%, presenças nas redes sociais 39,4%, campanhas de MKT 37,9%, certificações de entidades respeitadas no mercado 33,3% e capacitação constante das equipes 27,3%, são os mais apontados.

A pesquisa mostra ainda que o maior diferencial do trabalho é a Competência, sendo apontada por 50 consultores, Resultados apurados, Experiência e tempo de existência da consultoria, Projetos desenvolvidos, também tem relevância sendo citados por 43, 38, 36 e 32 consultores. Em números menores outros diferenciais foram relatados.

Analisando os dados relativos a Fidelização dos clientes, encontramos a Comunicação como o fator mais relevante, citado por 53 consultores, seguido por Transparência 48 e Presença constante no pós venda 36 consultores.

Para 47 consultores, a mudança no modelo de negócio é a maior tendência para 2022, enquanto que o aumento de novas tecnologias, processos, negócios mais enxutos, conceitos e hábitos diferenciados, dividem as tendências de forma equilibrada.

Estas são as conclusões.