



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2024,
Volumen 8, Número 4.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4

**A CONSULTORIA ESTRATÉGICA COMO
SOLUÇÃO PARA DESTRAVAR CRESCIMENTO
EMPRESARIAL. O CÉREBRO COMO
PRINCIPAL INSTRUMENTO DE TRABALHO**

**STRATEGIC CONSULTING AS A SOLUTION TO UNLOCK
BUSINESS GROWTH. THE BRAIN AS THE MAIN WORKING
TOOL**

Thiago Duarte Germano

Pesquisador Independente, Brasil

Lincol Nunes Cruz

Pesquisador Independente, Brasil

Fabiano de Abreu Agrela Rodrigues

Califórnia University FCE, Portugal

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12716

A Consultoria Estratégica como Solução para Destruir Crescimento Empresarial. O Cérebro como Principal Instrumento de Trabalho

Thiago Duarte Germano¹

thiago@consulting.com.br

Especialista em Psicologia Organizacional –
Faciencia
Pesquisador Independente
Curitiba - PR - Brasil

Lincol Nunes Cruz

lincoln@lincoln.com

<https://orcid.org/0009-0008-7916-4062>
Escritor, empresário e especialista em
performance
Pesquisador Independente
Rio Grande do Sul - Brasil

Fabiano de Abreu Agrela Rodrigues

deabreu.fabiano@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5487-5852>
Pós-Phd em Neurociências - Califórnia
University FCE
Aveiro – Portugal

Resumo

A consultoria empresarial é a prestação de serviço onde o consultor ajuda e agrega a empresa com seu conhecimento, sendo portanto uma prestação de saberes. Foi realizado um levantamento bibliográfico acerca da consultoria empresarial bem como dos métodos para se tornar mais estratégico e menos operacional, sendo realizadas pesquisas nas principais bases de dados, como Google acadêmico, Elsevier e scielo. Entende-se que o consultor cumpre melhor a sua função de origem quando é estratégico em seu tratamento com os clientes a qual presta o serviço, visto que seu principal instrumento de trabalho é seu cérebro.

Palavras-chave: estratégia, consultor, mente, comportamento

¹ Autor principal
Correspondencia: thiago@consulting.com.br

Strategic Consulting as a Solution to Unlock Business Growth. The Brain as the Main Working Tool

ABSTRACT

Business consultancy is the provision of a service where the consultant helps and adds to the company with their knowledge. A bibliographical survey was carried out on business consultancy as well as the methods for becoming more strategic and less operational, and searches were carried out on the main databases, such as Google Scholar, Elsevier and Scielo. It is understood that consultants fulfill their original function better when they are strategic in their dealings with the clients they serve, since their main working tool is their brain.

Keywords: strategy, consultant, mind, behavior

*Artículo recibido 05 junio 2024
Aceptado para publicación: 08 julio 2024*



La Consultoría Estratégica como Solución para Desbloquear el Crecimiento Empresarial. El Cerebro como Principal Instrumento de Trabajo

RESUMEN

La consultoría empresarial es la prestación de un servicio donde el consultor ayuda y aporta sus conocimientos a la empresa, siendo por tanto una prestación de conocimiento. Se realizó un levantamiento bibliográfico sobre la consultoría empresarial y sobre los métodos para volverse más estratégica y menos operativa, con investigaciones realizadas en las principales bases de datos, como Google Scholar, Elsevier y Scielo. Se entiende que el consultor cumple mejor su función original cuando es estratégico en su trato con los clientes a los que presta el servicio, ya que su principal instrumento de trabajo es su cerebro.

Palabras clave: estrategia, consultor, mente, comportamiento



INTRODUÇÃO

A consultoria é o ato de indicar e liberar conselhos sobre determinada situação ou assunto, tal prática tem origens bem remotas, mesmo que ainda informal e não sistematizada (QUINTELLA, 1994). O serviço de consultoria é prestado em praticamente todos os setores e áreas de atuação, e tem sido utilizado por diversas empresas de pequeno a grande porte (ALVES; DIAS; MONSORES, 2015).

Para Alves, Dias, Monsores (2015) a consultoria empresarial é a prestação de serviço onde o consultor ajuda e agrega a empresa com seu conhecimento, sendo portanto uma prestação de saberes. Assim como também deve auxiliar os clientes dando sugestões de mudanças sendo um incentivador a buscar as respostas para seus problemas de forma autônoma, incentiva à busca de melhorias para seu empreendimento, com o intuito de expandi-lo e aperfeiçoar sua gestão empresarial (CALIARI; SCHERER, 2017).

Na atualidade a necessidade da consultoria empresarial se dá principalmente devido a urgência para adquirir um conhecimento vasto e, simultaneamente, sobre diversas especializações, que muitas empresas necessitam para se manterem ativas (CALIARI; SCHERER, 2017).

Entende-se que o papel do consultor não é resolver problemas internos das instituições, mas sim como em algumas empresas modernas que já contratam o serviço de consultoria não para solucionar conflitos, mas para analisar novas oportunidades num cenário de constantes mudanças, a partir do momento em que a empresa atribui ao consultor funções demasiadas que tiram o foco da sua real função, fazendo-o operacional o mesmo compromete sua capacidade estratégica de trazer soluções e conselhos pertinentes (ALVES; DIAS; MONSORES, 2015). Tendo em vista a real função de um consultor, fica notório a utilização de métodos e estratégias neurológicas para adquirir uma melhor performance no âmbito profissional (BLOCK, 2013).

Origem da Consultoria

Desde a origem dos tempos a consultoria tem sido utilizada, quando os sacerdotes antigos da Grécia, por exemplo, eram procurados para trazer conselhos aos reis da época (QUINTELLA, 1994). Porém a consultoria como prestação de serviço, surge entre o século XIX e XX nos países da Inglaterra e Estados Unidos, principalmente após a revolução industrial que demandou de muita mão de obra qualificada, sendo assim surge a primeira empresa do ramo de consultoria, fundada pelo engenheiro químico Arthur

D. Little. A Segunda Guerra Mundial também exerceu forte influência nos serviços de consultoria (OLIVEIRA, 2013).

O termo consultor origina-se do latim “consultore” e pode ser traduzido como aquele que dá ou pede conselhos a alguém (LEITE *et al*, 2009; BELFORT, 2004) O consultor desenvolve um trabalho importante e que requer confiança, pois o mesmo traz direcionamento a empresa ou seu cliente, na tomada de grandes decisões, segundo o autor Parreira (1997):

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.

Segundo os estudos existem dois tipos de consultoria a interna e a externa e dentro desses dois grandes tipos, existem mais algumas especificações, sendo elas segundo Chein (1972):

1) Modelo de compra de serviço especializado: o consultor é um especialista e vende seu serviço especializado. Fica claro que neste tipo o consultor vende seu conhecimento.

2) pequenas empresas, que não tem profissional qualificado na organização, o consultor vendendo seu conhecimento se faz útil à empresa.

3) Modelo médico-paciente: o consultor é chamado para efetuar um diagnóstico, identificar os problemas e indicar qual o tratamento adequado para melhorar os resultados da empresa-cliente. Compreende-se que o consultor faz seu diagnóstico e propõem soluções.

4) Modelo da Consultoria de Procedimentos: o enfoque é na percepção do próprio cliente para entender e agir sobre os fatores inter-relacionados que ocorrem no ambiente. O cliente e o consultor trabalham em conjunto. Percebe-se que neste tipo o trabalho acontece em conjunto tanto o consultor quanto o cliente participam do processo. O cliente entende suas ações. Para pequenas empresas, o cliente entender as suas ações é essencial para que não repita o erro.

O estudo de Alves, Dias, Monsore (2015) discorre sobre a importância desta prestação de serviço principalmente para pequenas empresas e destaca função do consultor:

O consultor deve saber ouvir o cliente e ter paciência, para poder diagnosticar o problema e convencer o empresário a sua solução. A função do consultor é diagnosticar a melhor estratégia para a organização atingir seu objetivo. O consultor através de seus conhecimentos e experiências deve verificar a melhor forma para as pequenas empresas se manterem nesse mercado competitivo. As pequenas empresas são muito importantes para a economia das cidades, foi observado que no município de Barra do Piraí a maior parte de sua renda e do emprego vem do comércio local, ficando evidente a importância da mesma para a cidade. Porém as pequenas empresas geralmente iniciam suas atividades sem um planejamento e acabam levando a empresa à falência por não saber gerir a organização, não reconhecendo a importância de se ter apoio profissional em seus negócios.

Utilização do Neurobusiness e a Relação do Alto Qi com Consultoria

O neurobusiness é uma técnica que refere-se à aplicação de conhecimentos neurocientíficos nas práticas empresariais, visando otimizar a tomada de decisões, a eficiência organizacional e o desenvolvimento de produtos e serviços, levando em consideração a informação, um consultor que utiliza técnicas de neurobusiness no seu dia-a-dia para atender seus clientes, tende a obter melhores resultados, O cérebro humano é extremamente poderoso, mas entretanto sofre forte influência do ambiente a qual está inserido, sendo assim, quanto mais no operacional o consultor se envolver, mais operacional pode consequentemente ficar e perder sua capacidade estratégica, assim como prejudicar seu principal instrumento de trabalho que é o seu cérebro, precursor de suas ideias e conselhos (RODRIGUES *et al*, 2023; SAAD, 2008; RODRÍGUEZ; DURÁN; SUÁREZ, 2017).

As atitudes para se tornar cada vez mais estratégico está em observar o comportamento de indivíduos com alto QI, pois estes, possuem um perfil comportamental bem condizente, pessoas com alto coeficiente de inteligência tendem a possuírem uma incessante curiosidade e necessidade por novas informações, novidades, busca por ambiente estimulantes, uma mente aberta a criatividade, aventureira



e desinibida. Desta forma é notório que esses são estratégicos e buscam condições que favorecem seu desenvolvimento, de igual modo, o consultor deve fazer, buscando condições que favoreçam seu desenvolvimento cognitivo e neurológico, o qual é sua função de fato na prestação de serviços (RODRIGUES *et al*, 2024; RODRIGUES, 2024). A respeito do comportamento desses indivíduos o estudo de Rodrigues (2024):

A associação entre um elevado quociente de inteligência (QI) e característica de mente aberta, propensão à inovação, exploração de novas possibilidades e geração de soluções criativas é sustentada por evidências na literatura científica. A pesquisa de Deary, Penke e Johnson (2010) sugere que indivíduos com alto Qi tendem a exibir uma capacidade aumentada para o pensamento abstrato e conceitual, o que pode facilitar a abertura a ideias inovadoras. Adicionalmente, a exploração de novas possibilidades e a solução criativa de problemas são aspectos frequentemente associados a um alto Qi, conforme indicado por estudos que examinam a relação entre inteligência fluida e criatividade.

Diversos estudos têm embasado a importância da criatividade para o empreendedorismo, visto que praticamente todos os consultores são também empreendedores dos seus serviços de consultoria, a criatividade se torna uma forte arma para os negócios, sendo imprescindível para bons resultados, ações e estresses que reduzem a criatividade no indivíduo devem ser evitadas (FRITZ, PINHEIRO, BARTH, BOHNENBERGER/S, 2022; ALENCAR; FLEITH, 2003).

METODOLOGIA

Foi realizado um levantamento bibliográfico acerca da consultoria empresarial bem como dos métodos para se tornar mais estratégico e menos operacional, sendo realizadas pesquisas nas principais bases de dados, como Google acadêmico, Elsevier e scielo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como visto através da literatura, o trabalho de consultoria se torna mais eficaz e completo no momento em que os consultores utilizam técnicas da neurociência, como o neurobusiness , ou replica o



comportamento destacado pelos superdotados. Segundo Rodrigues *et al* (2023) a utilização do neurobusiness no ambiente de trabalho pode otimizar a tomada de decisões, a eficiência organizacional e o desenvolvimento de produtos e serviços, o mesmo ainda destaca a forte influência do ambiente no cérebro humano, destacando que quanto mais se envolve em um ambiente operacional, o consultor tende a perder suas características criativas, e podem defasar sua real função dentro da consultoria.

Em relação aos exemplos comportamentais de pessoas com alto Qi, a literatura destaca que esses indivíduos possuem incessante curiosidade e necessidade por novas informações, novidades, busca por ambiente estimulantes, uma mente aberta a criatividade, aventureira e desinibida, como destaca Rodrigues (2024), sendo assim, fica nítido o caminho para que o serviço de consultoria seja cada vez mais enriquecido, tal fala é também embasada no trabalho de Caliarì, Scheres (2017):

Percebeu-se divergências de opiniões quanto aos motivos da contratação da consultoria, sendo que foi possível constatar que, na visão dos consultores, muitos dos seus clientes buscam a consultoria para que ela resolva seus problemas, sendo que este não é o real significado da consultoria empresarial, que serve para auxiliar os clientes dando sugestões de mudanças e incentivando-os a buscar as respostas para seus problemas sozinhos. Já para os empreendedores, o motivo para contratar o serviço de consultoria está voltado à busca de melhorias para seu empreendimento, com o intuito de expandi-lo e aperfeiçoar sua gestão empresarial. O ponto comum nas falas dos empreendedores e consultores foi em relação ao crescente número de clientes que buscam o serviço com o propósito de crescimento, e não apenas como solucionador de problemas.

O consultor que se diferencia no mercado é aquele que utiliza seu cérebro de forma criativa e estratégica, em contraste com o padrão tradicional engessado que prevalece na consultoria empresarial. Muitas vezes, os consultores adotam metodologias e ferramentas convencionais, o que faz com que seus serviços sejam percebidos como indistintos dos demais. Essa falta de diferenciação impede que eles justifiquem uma precificação superior. Se o mercado cobra um valor específico por um serviço, um consultor que não demonstra um diferencial claro em sua abordagem dificilmente conseguirá cobrar um valor significativamente mais alto.

No entanto, é possível atuar de maneira distinta. Um consultor que utiliza processos criativos, pensa fora da caixa e oferece soluções inovadoras e assertivas destaca-se de seus concorrentes. A chave está

em não depender das mesmas ferramentas que todos utilizam. Se um consultor que cobra um valor baixo usa a mesma ferramenta que um consultor mais caro, o cliente tende a fazer uma associação direta, o que mina a capacidade de diferenciação deste último. Portanto, é essencial usar a inteligência e a criatividade para aumentar a percepção de valor do serviço oferecido, demonstrando que o método empregado é único e distinto.

Acreditamos que o cliente não se preocupa com as ferramentas ou métodos utilizados, mas sim com os resultados que espera obter. Assim, o consultor precisa focar na necessidade do cliente, alinhando as expectativas e percepções sobre o que realmente importa para ele. O consultor que se diferencia não é aquele que segue cegamente as estratégias e ferramentas padrão do mercado, mas sim aquele que as utiliza de forma estratégica e adaptativa, sempre buscando soluções inovadoras e eficazes para atender às demandas dos clientes de maneira mais rápida e eficiente.

Essa abordagem permite ao consultor se destacar no mercado, não apenas pela eficácia dos resultados que oferece, mas também pela forma única e diferenciada de entregar valor ao cliente. Ao adotar essa postura, o consultor se torna um verdadeiro agente de transformação, capaz de destravar o crescimento empresarial e causar um impacto significativo nos resultados operacionais e financeiros dos seus clientes.

CONCLUSÃO

Através das informações obtidas com a literatura entende-se que o consultor cumpre melhor a sua função de origem quando é estratégico em seu tratamento com os clientes a qual presta o serviço, visto que seu principal instrumento de trabalho é seu cérebro, o mesmo precisa ser estimulado, nutrido e mantido em bom estado de funcionamento, sendo livre, desinibido e criativo, o consultor pode aumentar seus ganhos e ganhar mais visibilidade no seu ramo, se ele se espelhar no perfil comportamental de pessoas com alto Qi e nas ações ligadas ao neurobusiness, pois o mesmo promove desenvolvimento profissional e aumenta sua percepção de valor e poder perante o mercado.

O consultor estratégico destrava o crescimento empresarial quando atua livre das amarras comuns a profissionais medianos, e desta forma causa grande impacto no resultado operacional e financeiro de seus clientes, tornando-se um agente de transformação poderoso para a geração de valor econômico.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGRELA RODRIGUES, Fabiano de Abreu et al. A Mente Insaciável: Por que Pessoas com QI Alto Anseiam por Notícias? Revista Científica Multidisciplinar Ciência Latina, v. 8, n. 3, p. 130-142, 27 de maio de 2024.
- ALENCAR, Eunice ML; FLEITH, Denise de Souza. Contribuições teóricas recentes ao estudo da criatividade. Psicologia: teoria e pesquisa, v. 19, p. 1-8, 2003.
- ALVES, J. da C.; DIAS, Nathália Teixeira; MONSORES, Geneci Leme. Consultoria empresarial como ferramenta estratégica de desenvolvimento em pequenas empresas. Anais do XII Simpósio de excelência em gestão e tecnologia–SEGeT, Rezende, RJ, Brasil, v. 12, 2015.
- BELFORT, J. Consultoria Empresarial: A função do consultor nas empresas. Presença Revista de Educação, Cultura e Meio Ambiente, v.8, n.28, 2004.
- BLOCK, P. Consultoria infalível: um guia prático, inspirador e estratégico. 3. ed. São Paulo: M. Books, 2013.
- CALIARI, Leonardo; SCHERER, Laura Alves. Por que contratar um serviço de consultoria empresarial? Uma visão de consultores e empreendedores. Revistas Espacios, v. 38, n. 9, p. 25-41, 2017.
- CHEIN, Edgar H. Consultoria de procedimentos: seu papel no desenvolvimento organizacional. São Paulo: Edgard Blucher, 1972.
- FRITZ, M. et al. Criatividade e educação empreendedora: uma revisão bibliométrica. Revista Vianna Sapiens, v. 13, n. 2, p. 26, 2022. DOI: 10.31994/rvs.v13i2.907. Disponível em: <https://viannasapiens.emnuvens.com.br/revista/article/view/907>. Acesso em: 10 jun. 2024
- JIMÉNEZ RODRÍGUEZ, Luis Alfredo; GUERRERO DURÁN, Guido Alfonso; GAMBOA SUÁREZ, Ramiro. Poultry farming, an expeditious plan in a neuro business connection for the Catatumbo region, 2017.
- LEITE, L. A. M. C. et al. Consultoria em Gestão de Pessoas. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia, e práticas. 31. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

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

RODRIGUES, Fabiano de Abreu Agrela. Identificando um Novo Traço Temperamental em Pessoas com Alto QI: O TEMPERAMENTO SUPERDOTADO. Fabiano de Abreu, 2024.

SAAD, Gad et al. Evolutionary neurobusiness. In: 2008 NeuroPsychoEconomics Conference, 2008.

SCODELARIO, R.; AGRELA RODRIGUES, F. DE A.; DE SOUZA CAMPOS, EA. Neurobusiness E A Sua Aplicação em Empresas em Crise. Revista Científica Multidisciplinar Ciência Latina, v. 7, n. 17h. 2938-2950, 13 de outubro, 2023.

