



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**FRANCILENE ARAUJO SILVA TOMAZ**

**QUALIDADE EM SERVIÇOS CONTÁBEIS: UM ESTUDO NAS  
EMPRESAS DO SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL  
DE CONSTRUÇÃO NO MUNICÍPIO DE SOUSA, PB**

**SOUSA - PB  
2008**

**FRANCILENE ARAUJO SILVA TOMAZ**

**QUALIDADE EM SERVIÇOS CONTÁBEIS: UM ESTUDO NAS  
EMPRESAS DO SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL  
DE CONSTRUÇÃO NO MUNICÍPIO DE SOUSA, PB**

**Monografia apresentada ao Curso de  
Ciências Contábeis do CCJS da  
Universidade Federal de Campina  
Grande, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharela em  
Ciências Contábeis.**

**Orientador: Professor Me. José Ribamar Marques de Carvalho.**

**SOUSA - PB  
2008**

**FRANCILENE ARAUJO SILVA TOMAZ**

**QUALIDADE EM SERVIÇOS CONTÁBEIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO  
SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO NO  
MUNICÍPIO DE SOUSA, PB**

Esta monografia foi julgada adequada para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada na forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande-PB.

Aprovada em: 11 de Dezembro de 2008.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>o</sup>. MSc. José Ribamar Marques de Carvalho  
Professor Orientador

---

Prof<sup>a</sup> MSc. Joana D'arc Medeiros Martins  
Membro examinador

---

Prof<sup>a</sup> Esp. Nadflânia Duarte Meira  
Membro examinador

Sousa-PB  
Dezembro/2008

Dedico este trabalho com muito carinho, a meus pais, à meu esposo, a meus irmãos, ao grupo Juy, pela inspiração, incentivo e motivação que me proporcionaram, mas, sobretudo, pela paciência e compreensão que tiveram para comigo nos vários estágios de minha vida.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que me concedeu a sabedoria, que preservou minha saúde para suportar a jornada, conciliando trabalho e por estar sempre a meu lado me guiando. Obrigada meu Deus.

Aos professores, que apesar das dificuldades enfrentadas tem sido formadores de Contadores através da UFCG.

Ao Msc. José Ribamar Marques de Carvalho, pela orientação ajudando-me muito na construção desta monografia.

A Meu esposo Péricles, amor da minha vida, que sempre esteve presente nos momentos mais difíceis e alegres, me apoiando nesta caminhada.

A minha mãe Tirrica, e irmãos Ciene e Juy, pessoas muito importantes no conjunto que fazem presentes nos momentos importantes da minha vida.

Aos amigos e colegas pelo tempo acadêmico que estivemos juntos, mostrando amor, incentivo, respeito e consideração, em especial a Ana Aline que sempre me deu muita força e apoio sempre que necessário.

Ao Grupo Juy, pela força e credibilidade que depositaram no meu potencial como pessoa e também como futuro profissional.

Em especial, a meu pai Titico Juy, meu grande ídolo, que apesar de sua ausência nesta grande vitória, está e estará sempre presente no meu coração.

E a todos que de alguma forma estiveram me ajudando na construção desta monografia, expresso meus sinceros agradecimentos.

“Aprender é a única coisa de que a mente  
nunca se cansa, nunca tem medo e nunca se  
arrepende”.

(Leonardo da Vinci)

## RESUMO

**TOMAZ, F. A. S. Qualidade em serviços contábeis: um estudo nas empresas do setor de comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB .** Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Campina Grande. Sousa- PB, 2008.

A qualidade conforme é conhecida hoje, surgiu de um processo evolutivo ao longo dos tempos, estruturado a partir da década de 1960 e alcançando seu auge na década de 1980, quando as empresas começaram a refletir sobre a implantação da qualidade como forma efetiva nos processos produtivos. Dessa forma, o problema que esteve centrado esse estudo é seguinte: Quais os requisitos de satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB, em relação aos serviços oferecidos pelo profissional contábil? A metodologia utilizada foi composta por técnicas da estatística descritiva e da análise fatorial. O foco do setor esteve centrado nas empresas do segmento varejista do comércio de materiais de construção, nos meses de setembro a outubro de 2008. Para tanto, foi utilizado um questionário com assertivas para detectar a qualidade dos serviços contábeis prestados pelos profissionais de contabilidade. Os resultados apontam que: as informações contábeis elaboradas para o auxílio das decisões dessas empresas, não estão servindo de auxílio como deveriam, visto que apenas 29,2% consideraram muito bom e 33,3% bom. A maioria dos profissionais da contabilidade não está proporcionando às empresas o seu objetivo principal, que é o de gerar informações relevantes para tomada de decisão, fato que pode comprometer a qualidade da prestação do serviço. Foram encontrados 3 fatores: o fator 1 relacionado a confiança, agilidade e interesse em prestar o serviço contábil; o fator 2 relacionado à competência, atualização e ética profissional; e o fator 3 a honorários contábeis e informações elaboradas, demonstrando que segundo a percepção dos gestores entrevistados essas são as variáveis que devem ser consideradas como relevantes na prestação do serviço de contabilidade.

Palavras-chave: **Serviços contábeis. Qualidade. Comércio Varejista de Material de Construção.**

## ABSTRACT

TOMAZ, F. A. S. **Quality in accounting services: a study in the companies of the retail trade section of construction material in the municipal district of Sousa-PB.** Work of Conclusion of Graduated Course in Accounting Sciences. Federal University of Campina Grande. Sousa - PB, 2008.

The quality as it is known today, it appeared from an evolutionary process along the times, structured from the decade of 1960 on and reaching its peak in the decade of 1980, when the companies began to reflect about the implantation of the quality as effective form in the productive processes. In that way, the problem that was centered that study is following: What are the satisfaction requirements in the companies of the retail trade section of construction material in the municipal district of Sousa-PB, in relation to the services offered by the accounting professional? The used methodology was composed by techniques of the descriptive statistics and by the factorial analysis. The focus of the section was centered in the companies of the retail segment of the construction material trade, from the months of September to October of 2008. For that, a questionnaire was used with assertions to detect the quality of the accounting services rendered by the accounting professionals. The results indicate that: the accounting information elaborated for the aid of the decisions of those companies, they are not serving as aid as they should, because only 29,2% considered very good and 33,3% good. Most of the accounting professionals is not providing to the companies their main objective, that is to generate relevant information to take a decision, fact that can commit the quality of the service used. 3 factors were found: the factor 1 related the trust, agility and interest in rendering the accounting service; the factor 2 related to the competence, updating and professional ethics; and the factor 3 to accounting fees and elaborated information, demonstrating that according to the interviewed managers' feeling those are the variables that should be considered as relevant in the accounting service.

**Word-key: Accounting services. Quality. Retail Trade of Construction Material.**



## LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1	Função do entrevistado .....	36
Gráfico 2	Grau de instrução do entrevistado .....	37
Gráfico 3	Tempo de experiência no setor.....	37
Gráfico 4	Porte da empresa .....	38
Gráfico 5	Tempo de serviço com o profissional contábil.....	38
Gráfico 6	Satisfação das empresas.....	39
Gráfico 7	Atualização e competência .....	40
Gráfico 8	Confiança nas informações elaboradas.....	41
Gráfico 9	Agilidade.....	41
Gráfico 10	Escrituração contábil e financeira.....	42
Gráfico 11	Tempestividade do serviço concluído.....	43
Gráfico 12	Confiança no funcionário.....	43
Gráfico 13	Legislação fiscal e contábil.....	44
Gráfico 14	Contato direto com a empresa.....	45
Gráfico 15	Ética profissional.....	45
Gráfico 16	Tempo de espera .....	46
Gráfico 17	Honorários contábeis .....	47
Gráfico 18	Tratamento do profissional contábil.....	48
Gráfico 19	Interesse em solucionar problemas .....	48
Gráfico 20	Compreensão de dificuldades .....	49
Gráfico 21	Estratégias para a empresa. ....	50
Gráfico 22	Gráfico Scree Plot .....	52

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Teste KMO e Bartlett's .....	51
Tabela 2	Matriz Anti-imagem .....	52
Tabela 3	Comunalidades .....	53
Tabela 4	Variância Total Explicada (3 fatores) .....	54
Tabela 5	Matriz Rotacionada – Varimax (Método dos Componentes Principais) ..	55
Tabela 6	Tabela das comunalidades de cada fator .....	56

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- KMO** *Kaiser-Meyer-Olkin*
- BTS** *Bartlett Test of Sphericity*
- MAS** *Measure of Sampling Adequacy*
- AF** *Análise fatorial*
- SPSS** *Statistical Package Social Science*
- SRF** *Secretaria da Receita Federal*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 Caracterização do Problema .....	14
1.2 Justificativa .....	15
1.3 Objetivos .....	16
1.3.1 Objetivo geral .....	16
1.3.2 Objetivos específicos .....	16
1.4 Procedimentos metodológicos .....	17
1.4.1 Metodologia da pesquisa .....	17
1.4.2 População e amostra do estudo .....	18
1.4.3 Instrumento para coleta de dados .....	18
1.4.4 Coleta de dados .....	18
1.4.5 Procedimento estatístico.....	19
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	21
2.1 Conceitos de qualidade .....	21
2.2 Particularidades do serviço .....	23
2.2.1 Definição de serviço e sua caracterização .....	23
2.2.2 Qualidade em serviços .....	25
2.3 Qualidade na prestação dos serviços contábeis .....	27
2.3.1 As empresas de serviços contábeis .....	27
2.3.2 Qualidade nas empresas de serviços contábeis .....	29
2.4 Qualidade no sistema de informações contábeis .....	32
2.4.1 Sistema de informação .....	32
2.4.2 Qualidade no sistema de informação contábil .....	33
<b>3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	36
3.1 Caracterização das empresas pesquisadas .....	36
3.2 Aspectos relacionados à qualidade dos serviços contábeis .....	39
3.3 Análise Fatorial .....	50
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	58
<b>5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS</b> .....	60
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	61
<b>APÊNDICES</b> .....	65

## 1 INTRODUÇÃO

Em um mercado tão competitivo, o sucesso de qualquer profissional depende da qualidade do serviço que está sendo oferecido. No entanto, a realidade no campo profissional alerta para a necessidade de uma adaptação a um mundo em que os profissionais de contabilidade precisam buscar novos caminhos para que adquiram vantagem competitiva.

Atualmente, a qualidade dos serviços é vista pelos gestores como instrumento de grande importância dentro das empresas. Sendo assim, devido ao grande número de empresas que prestam serviços contábeis, torna-se essencial para essas organizações definirem metas para maximizar a qualidade dos seus serviços, como formas de sustentação no mercado e, conseqüentemente, ampliação do campo de atuação (CARVALHO *et al.*, 2008).

Portanto, com o aumento da demanda pela prestação de serviços do profissional contábil, o setor passou por um processo de transformação que tende a ser modificado. Acrescenta-se a isso a concorrência acirrada, que surgiu como um novo elemento a influenciar os profissionais desta área. Com isso, torna-se importante o aperfeiçoamento dos profissionais, para que estes possam mostrar um serviço de qualidade.

Neste sentido, os profissionais da área contábil devem estar em constante atualização, em busca de novos conhecimentos, para aumentar a demanda de ofertas de serviços, em que, cada vez mais, destaca-se a sua importância no crescimento das empresas.

No entanto, não é suficiente prestar bons serviços, nem tão pouco ser apenas um bom profissional, é preciso ser o melhor, ter melhor estrutura, ter credibilidade, é preciso prestar serviços com qualidade, e ainda, atualizar-se constantemente, buscando sempre novas oportunidades, onde a qualidade passou a ser o referencial mais importante para prestação de serviços.

Ressalta-se ainda a importância dos sistemas de informações contábeis, que são considerados pelos clientes de grande relevância para obtenção da qualidade dos serviços contábeis oferecidos a sua empresa, o qual consiste em preparar, de maneira simples e objetiva, as informações financeiras da empresa necessárias para auxiliar na tomada de decisão. Nesse contexto, o profissional contábil deve além de prestar informações com qualidade e clareza, explicar aos gestores os aspectos que trazem riscos as empresas, passando o contador a auxiliar de maneira mais benéfica no processo decisório das empresas.

Para tanto, este trabalho está organizado em quatro capítulos:

No capítulo 1, a introdução aborda os aspectos iniciais, a caracterização do problema da pesquisa, a justificativa de sua importância, os objetivos estabelecidos, a metodologia da pesquisa, população e amostra do estudo, instrumentos para coleta de dados, coleta de dados e procedimento estatístico.

No capítulo 2, está o referencial teórico, em que são apresentados os conceitos de qualidade, particularidades dos serviços, com sua caracterização e qualidade, qualidade na prestação dos serviços contábeis, enfocando as empresas de serviços contábeis, a qualidade na realização desses serviços, a qualidade dos sistemas de informações contábeis, apresentando sua importância na tomada de decisões das empresas.

No capítulo 3 está a análise dos resultados, em que a partir da pesquisa de campo realizada nas empresas de comércio varejista de material de construção do município de Sousa-PB, são analisados os requisitos de satisfação dessas empresas em relação à qualidade dos serviços que são oferecidos a seu empreendimento pelo profissional contábil.

No capítulo 4 estão as considerações finais sobre o trabalho realizado, no qual se evidencia o alcance dos objetivos da pesquisa e as inferências construídas ao longo da produção deste trabalho.

### **1.1 Caracterização do problema**

Acredita-se que os empresários de hoje, bem mais instruídos, procuram por contadores que ofereçam qualidade em seus serviços, visto que, as informações financeiras das empresas, passadas aos seus gestores pelo profissional contábil, exerce um papel relevante no desenvolvimento das empresas, auxiliando no processo decisório destas.

No entanto, devido o mercado oferecer uma variada gama de serviços contábeis, as escolhas dos clientes são avaliadas com critérios de qualidade, a partir do que a empresa deverá oferecer serviços com qualidade. Assim, o que distingue uma empresa prestadora de serviços contábeis de seus concorrentes é a excelência dos serviços.

Nesse sentido, a contabilidade, hoje, é considerada uma profissão bastante competitiva, por desempenhar um importante papel no crescimento, controle e na tomada de decisões das

empresas. Diante disso, faz-se necessário saber se os serviços oferecidos pelos contadores estão atendendo satisfatoriamente às necessidades das empresas. Por isso, vê-se a necessidade de realizar um estudo sobre a satisfação das empresas em relação aos serviços prestados pelo profissional contábil.

E considerando o acima exposto, surge o questionamento:

**Quais os requisitos de satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB, em relação aos serviços oferecidos pelo profissional contábil?**

## **1.2 Justificativa**

Com a ocorrência de constantes mudanças no setor do comércio, que ocasiona a necessidade de atualização e inovação dos profissionais contábeis, observa-se a carência existente nos serviços contábeis que são oferecidos no município de Sousa PB. Diante disso, decidiu-se levantar dados para identificar quais são os requisitos de satisfação das empresas de material de construção em relação a estes serviços. Visto que a contabilidade tem uma grande responsabilidade, que é a de gerar informações com qualidade, satisfazendo as necessidades das empresas nos seus diversos setores, prestando informações que tragam auxílio aos gestores no planejamento, controle e para a tomada de decisão.

Nesse sentido, observa-se que, com a grande concorrência e alta competitividade do mercado, os consumidores estão se tornando cada dia mais exigentes, cobrando mais conhecimento do profissional contábil, por ser responsável pela informação financeira e patrimonial fornecida sobre a sua empresa, auxiliando no processo decisório dessas, onde a qualidade desses serviços passou a ser o referencial mais importante para esses profissionais. No entanto, para que haja excelência nesses serviços é necessário que o profissional procure estar se atualizando constantemente, acompanhando as mudanças ocorridas nas legislações vigentes.

Portanto, devido ao importante papel que o profissional contábil ocupa na cidade de Sousa-PB, e na sociedade como um todo, um estudo sobre a qualidade do serviço prestado por eles merece muita atenção. Diante disso, buscou-se verificar o que as empresas do

setor de comércio varejista de material de construção, deste município, pensam em relação a qualidade dos serviços que lhes são oferecidos por este profissional.

Assim, o tema pesquisado visa contribuir para um destaque no que se refere aos serviços contábeis e, através dos resultados dessa pesquisa, procura-se melhorar a assistência prestada a essas empresas do setor em estudo.

Neste contexto, a escolha deste estudo é motivada principalmente devido a ausência de estudos na área contábil, especificamente relacionados a essa temática. Detectou-se que faltam estudos no sertão paraibano, o que contribui para a motivação dessa pesquisa. Dessa forma, pretende-se analisar os requisitos de satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção em relação a prestação de serviços contábil na cidade de Sousa-PB, com intuito de identificar informações sobre a satisfação das empresas desse ramo em relação à qualidade dos serviços oferecidos pelo profissional contábil.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo Geral**

Analisar quais os requisitos de satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção, em relação à prestação de serviços contábil na cidade de Sousa-PB.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Identificar os requisitos de satisfação das empresas em relação à prestação dos serviços contábeis dos profissionais de Sousa-PB;
- Verificar se os serviços oferecidos pelos profissionais de contabilidade neste município estão atendendo satisfatoriamente às necessidades das empresas;



- Discutir a relação existente entre as variáveis relacionadas à satisfação dos serviços contábeis.

## **1.4 Procedimentos metodológicos**

### **1.4.1 Metodologia da pesquisa**

A fim de analisar a satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção em relação à qualidade dos serviços prestados pelo profissional contábil no município de Sousa-PB, no sertão paraibano, optou-se por um estudo de campo, de natureza descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa.

Na pesquisa descritiva os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles. Isto significa que os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador, sendo uma das características da pesquisa descritiva a técnica padronizada da coleta de dados, realizada, principalmente, através de questionários e da observação sistemática (ANDRADE, 2003).

Segundo Beuren *et al.* (2006) é bastante comum o uso da abordagem qualitativa como tipologia de pesquisa na Contabilidade. Apesar de a Contabilidade lidar intensamente com números, ela é uma ciência social, e não uma ciência exata como alguns pensam, o que justifica a relevância do uso da abordagem qualitativa. Essa tipologia de pesquisa é essencial para o aprofundamento de questões relacionadas ao desenvolvimento da Contabilidade, seja no âmbito teórico ou prático.

Numa outra perspectiva, para Souza, Fialho e Otani (2007) tudo poder ser quantificável, o que significa classificar e analisar, traduzindo em números, opiniões e informações; o que requer o uso de técnicas estatísticas como percentagem, coeficiente de correlação, média, etc. O uso da quantificação é usado tanto no processo da coleta de dados quanto na utilização de técnicas estatísticas para o tratamento dos mesmos, e sua principal qualidade é a precisão dos resultados, utilizados em estudos descritivos, que procuram descobrir e classificar a relação de causalidade entre as variáveis da hipótese estabelecida, bem como estabelecer a causalidade entre os fenômenos.

#### 1.4.2 População e amostra do estudo

O estudo foi desenvolvido nas empresas do comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB, conforme cadastro da Coletoria Estadual de Sousa, PB. Detectou-se que existem 65 empresas do setor, entretanto só foram localizadas nesse estudo 24 organizações, visto que, apesar de estarem ainda cadastradas, não existem mais no endereço informado e, portanto válidas para análise de dados. O porte das empresas em estudo foram direcionadas com critérios utilizados pela SRF.

#### 1.4.3 Instrumento para coleta de dados

Os dados foram coletados através de um questionário estruturado com assertivas/questionamentos relacionados à satisfação da prestação do serviço contábil, contendo 21 questões.

O motivo de utilizar a entrevista estruturada é adquirir do entrevistado respostas às mesmas perguntas, permitindo a comparabilidade das respostas, e, dessa forma, o entrevistador não possui liberdade para mudar as perguntas durante o processo investigatório, nem alterar a ordem dos tópicos e tão pouco, acrescentar novos questionamentos (MARCONI e LAKATOS, 2002 *apud* BEUREN *et al*, 2006).

#### 1.4.4 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada no período de 11 Setembro a 01 de Outubro de 2008. Antes da aplicação dos questionários, os participantes foram orientados sobre o objetivo da pesquisa, na tentativa de minimizar alguma dificuldade que pudesse ser encontrada quando da consecução da pesquisa.

Os questionários foram recolhidos em envelope. Antes da aplicação, os entrevistados foram instruídos sobre a natureza voluntária do estudo e a problemática do mesmo, sendo garantido o sigilo das informações prestadas. Para tanto, foi apresentado a cada participante

uma Carta de Apresentação, com o intuito de garantir que as informações prestadas seriam tratadas de maneira confidencial. Com isso, foi utilizada entrevista estruturada contendo perguntas fechadas e assertivas com padrão de resposta “sim” e “não”, e escala de likert de 1 a 5 onde 1 correspondia a pouco, 2 razoavelmente, 3 neutro, 4 bom e 5 muito bom.

#### 1.4.5 Procedimento estatístico

Para tratar do problema apresentado, é utilizada como estratégia de pesquisa os seguintes procedimentos conforme descrição a seguir.

O tipo de pesquisa utilizado é a descritiva, exploratória de campo, com a utilização do método quantitativo e o *survey*.

O objetivo do *survey* realizado foi avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo profissional contábil nas empresas de comércio varejista de material de construção no município de Sousa/PB, a partir da percepção do cliente. Para isso, foi desenvolvido um questionário com o apoio da literatura consultada, especialmente dos autores Parasuraman (2006), Hargreaves *et al* (2004, p.7), Carvalho *et al* (2008).

Foram investigadas 21 variáveis conforme descrição especificada no questionário de pesquisa em anexo. Sendo cinco perguntas para identificar o perfil dos entrevistados e 16 (assertivas) para identificar o nível de satisfação do serviço. As variáveis investigadas nesse estudo foram as seguintes:

Os dados foram coletados por meio de questionários (em anexo) com 16 assertivas. Ao responder ao questionário, os usuários foram solicitados a indicar primeiramente se estavam ou não de acordo com a assertiva e logo após informavam o seu entendimento em relação a mesma seguindo o seguinte critério da escala Likert: 1=pouco; 2=razoavelmente; 3=neutro; 4=bom; 5=muito bom.

Durante a fase de análise, foram utilizadas as seguintes técnicas estatísticas: estatística descritiva e análise fatorial a fim de serem encontradas significâncias de relacionamento relacionado à qualidade da prestação do serviço contábil segundo a percepção dos gestores, bem como propor indicadores relacionados à qualidade no intuito de minimizar ou maximizar dimensões latentes que possam direcionar melhor o trabalho desses profissionais. Destaque-se que o uso dessa técnica é respaldada por autores como Hair et

al (2005), Bezerra e Corrar (2006), Carvalho et al (2008), Carvalho e Matias-Pereira (2007), Dancey e Reidy (2006), Pereira (2004).

Para executar a análise dos dados foi utilizado o software SPSS versão 8.0, e seus resultados foram transpostos para planilhas Excel ou tabelas Word (mecanismo para formatação das mesmas) a fim de serem apresentados neste trabalho.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Conceitos de qualidade

A qualidade conforme é conhecida hoje, surgiu de um processo evolutivo ao longo dos tempos, estruturado a partir da década de 1960 e alcançando seu auge na década de 1980, quando as empresas começaram a refletir sobre a implantação da qualidade como forma efetiva nos processos produtivos. Ela é uma palavra que desempenha um papel importante em todos os tipos de organização e na vida das pessoas de um modo geral.

Segundo Fernandes (2006, p. 2):

A palavra **qualidade** vem do latim *Qualitas* e possui vários significados, sendo um termo não muito fácil de ser conceituado, pois depende de como está sendo julgado o termo, dos critérios usados, das exigências, expectativas a serem satisfeitas, de quem está julgando. Qualidade está sempre relacionado aquilo que é bem feito, bem executado, qualidade de produtos e de serviços.

De acordo com Marshall Junior *et al.* (2006, p. 19):

Qualidade é um conceito espontâneo e intrínseco a qualquer situação de uso de algo tangível, a relacionamentos envolvidos na prestação de um serviço ou a percepções associadas a produtos de natureza intelectual, artística, emocional e vivencial.

Marshall Junior (2006) destaca ainda que a qualidade é um instrumento estratégico pelo qual todos os trabalhadores devem ser responsáveis. A qualidade é considerada como uma técnica de eliminação de defeitos nas operações industriais e uma filosofia de gestão, com compromisso de excelência. Está relacionada para fora da empresa e tem por base a orientação ao cliente.

Nesse contexto, Cerqueira (1994, p. 14 *apud* ROLIM, 2006) afirma que "a maneira mais simples de falar sobre Qualidade é conceituá-la como o conjunto de todas as ações ou atividades desenvolvidas numa organização, para que ela atenda às expectativas de seus

clientes ou supere-as". É importante ressaltar a importância da qualidade numa organização, devido ser um fator muito exigido pelos usuários, pois o cliente não admite erros, não admite desculpas, para eles é essencial que a empresa não tenha falhas em nenhum ponto.

Vê-se que a qualidade é reconhecida como um fator decisivo para a escolha do cliente, servindo como instrumento de avaliação, aprovação ou não de um produto ou serviço.

Acredita-se que a qualidade, por ser um termo de grande importância na satisfação dos clientes, passou a ser um tema muito discutido nas organizações. O mercado de trabalho está exigindo muito das empresas, principalmente que tenham excelência em seus produtos ou serviços. Dessa forma, a organização que não atende a este requisito acaba sendo engolido pela concorrência.

É notório que os usuários dos produtos e serviços estão a cada dia mais exigentes, não abrindo mão desse requisito imprescindível à continuidade do empreendimento.

Verifica-se que, o interesse pelo controle da qualidade está crescendo nas empresas, e em todo o mundo. Os clientes e usuários estão ficando cada dia mais exigentes, insistindo por uma melhora na qualidade dos serviços, pois que, os serviços de boa qualidade aumentam a credibilidade e, conseqüentemente, geram fidelidade e confiança dos clientes.

O processo de melhoria de qualidade nas empresas tem como objetivos a busca de conformidade com as exigências do cliente, prevenção de falhas, perda zero e eliminação dos custos que não agregam valor, sendo todas estas metas feitas sob lideranças participativas, em que as empresas se aparelham para implementar, monitorar e corrigir os programas de qualidade total, montando, assim, equipes de melhoria de qualidade (LISBOA, 2007).

Desse modo, pode-se considerar a qualidade de acordo com as exigências e as necessidades do cliente, as quais estão em permanentes mudanças e suas especificações precisam ser alteradas frequentemente. Também a qualidade é obtida por intermédio de cada membro que constitui uma empresa, o qual deve ser consciente do seu papel a cumprir, na prestação de serviços diferenciados, visando satisfazer às expectativas do cliente.

## 2.2 Particularidades do serviço

É perceptível que o setor de serviços tem crescido muito. No entanto, com este crescimento, aumenta também a preocupação das empresas em melhorar os serviços e a qualificação do pessoal envolvido na prestação desses serviços, pois a exigência dos consumidores e a concorrência do mercado crescem juntamente com a importância no setor. Em serviços, além de se trabalhar com as pessoas da organização, há também o envolvimento do cliente no processo, que é o foco do crescimento e do reconhecimento do serviço prestado a ele.

### 2.2.1 Definição de serviço e sua caracterização

De acordo com Limeira (2006, p. 106) “serviço é um bem intangível, podendo ser entendido como uma ação ou um desempenho que cria valor por meio de uma mudança desejada no cliente ou em seu benefício”.

Desse modo, o serviço é considerado intangível por não poder ser tocado, ele é desejado, sendo que, o que melhor agrega valor a um serviço é a confiança do cliente, onde, na execução desses serviços, o autor desses deve ter fidelidade para com os clientes, extrapolando suas expectativas, devendo, para tanto, entendê-las claramente e colocá-las em primeiro lugar.

A definição para serviços, segundo Las Casas (1999) é que são atos, ações e desempenhos desenvolvidos, uma vez que engloba de forma simples, clara e objetiva todas as categorias de serviços. A partir do momento em que se considera o serviço um ato, fica fácil definir e diferenciar o objeto de transação, pois o ato precisa atender às exigências, expectativas e satisfação do cliente.

Observa-se que o serviço tem como objetivo criar valores, e assim poder atrair e manter os clientes para a maximização das vendas. São, portanto, intangíveis e os consumidores procuram constantemente por indicadores de serviços com qualidade, que é imprescindível na avaliação dos clientes.

Gronroos (1999 *apud* PELEIAS, 2007) destaca ainda que a essência do serviço é a intangibilidade do próprio fenômeno, a qual é, provavelmente, o critério mais frequentemente

citado, no tocante à questão da avaliação dos serviços. Para este autor, na mente do cliente, o que conta são as partes visíveis das atividades, que são vivenciadas e avaliadas em cada detalhe.

No entanto, serviço é considerado também como qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista (BRASIL, 2006, p.3).

Para Berry e Parasuraman (1991 *apud* ROCHA; OLIVEIRA, 2003) um ingrediente crítico da infra-estrutura de um serviço livre de erros, diz respeito às pessoas responsáveis pela entrega desses serviços, sendo muitos deles caracterizados pelo contato intenso com os clientes e a interação entre a equipe de empregados, que assim acaba se tornando parte significativa no serviço oferecido.

Pode-se analisar, desse modo, que é necessário compreender o que o cliente realmente quer, para oferecer serviços com precisão, livre de erros, pois para que o empreendimento continue desenvolvendo sua atividade, é necessário o encantamento e a satisfação plena do usuário, já que isso é um fator determinante para o crescimento da empresa.

Vieira (2006) argumenta que a importância dos serviços torna-se perceptível quando se volta para as grandes transformações econômicas mundiais, pois se saiu de uma economia primária, que tinha como base a agricultura, depois veio o processo de industrialização, e, hoje, a economia está voltada para os serviços.

Como os serviços são consumidos e produzidos ao mesmo tempo, não se pode separá-los daqueles que os proporcionam, sejam eles máquinas ou homens: Devido ao caráter intangível dos serviços, os consumidores procuram constantemente por sinais de sua qualidade, tirando conclusões em tudo que puderem observar, incluindo instalações, equipamentos, pessoas, preço, lugar, enfim, toda estrutura, como e quando são proporcionados os serviços (KOTLER, ARMSTRONG, 1993 *apud* CARVALHO, VERGARA 2000)

Considerando isso, é necessário que as pessoas que exercem esses serviços tenham como fator principal, o contato com a clientela, transmitindo confiança, procurando sempre atender às exigências e necessidades do cliente, sendo atenciosos, mostrando-se sempre interessados em solucionar os problemas, visto que, nos serviços, a produção e o consumo ocorrem ao mesmo tempo. Observa-se, então, o serviço como sendo a capacidade que se



tem de satisfazer a necessidade de alguém, de resolver um problema ou fornecer algum benefício.

Independente do serviço comercializado, todos devem receber um tratamento mercadológico, consideradas as principais características dos serviços, que são: intangíveis, inseparáveis, heterogêneos e simultâneos (LAS CASAS, 1999).

Conforme Las Casas (1999), os intangíveis expressam serviços abstratos, ou seja, não podem ser vistos, provados ou, até mesmo, sentidos antes de serem comprados.

Já a inseparabilidade dos serviços é outro importante componente do mercado de comercialização. Geralmente, os serviços são prestados quando vendedor e comprador estão frente a frente. Não se pode fazer o controle de estoques de serviços como se faz de produtos que são comercializados.

Las Casas (1999) ainda destaca que a heterogeneidade também é muito importante, pois ela refere-se à impossibilidade de manter uma constante qualidade do serviço. Como os serviços são produzidos pelo ser humano, que é instável, a qualidade da produção também será instável. Sendo assim, é muito difícil manter uma empresa com o mesmo padrão de qualidade em todos os serviços prestados.

Finalmente, quanto á simultaneidade dos serviços, o autor afirma que a produção e o consumo ocorrem ao mesmo tempo, em que o momento do contato com o cliente é o fator principal para contratação dos serviços.

### 2.2.2 Qualidade em Serviços

Qualidade em serviços está ligada à satisfação da necessidade do cliente, que precisa ser direcionada com responsabilidade, coerência, conhecimento e clareza naquilo que está sendo oferecido.

Kotler (2000 *apud* PELEIAS 2007) ressalta que a qualidade é o grande valor que os usuários esperam dos fornecedores de bens e serviços, pois que no mundo atual muitos consumidores não aceitam e não toleram serviços de qualidade mediana. Para o autor existe uma estreita ligação entre a qualidade do serviço e a satisfação do cliente, já que os serviços que são de qualidade superior resultam em consumidores bem mais satisfeitos.

Na percepção de Bateson e Hoffman (2001, p. 363 *apud* ROCHA; OLIVEIRA, 2003, P.4):

a qualidade de serviço proporciona uma maneira de obter sucesso entre serviços concorrentes. Principalmente quando várias empresas que fornecem serviços quase idênticos concorrem em uma área pequena, como acontece com bancos, estabelecer qualidade de serviço pode ser a única maneira de se diferenciar.

Nesse contexto, Parasuraman, Zeithami e Berry (2006 *apud* CARVALHO *et al.* 2008) comentam que poucos pesquisadores acadêmicos procuram definir e modelar a qualidade devido às dificuldades existentes na delimitação e mensuração do constructo. Ademais, apesar do crescimento fenomenal do setor de serviços, apenas uma pequena parte desses pesquisadores se concentrou na qualidade de serviços.

Albrecht (1992 *apud* LAS CASAS, 1999) define qualidade em serviços como sendo a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha em satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém. Em outras palavras, serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação.

Percebe-se, então, que a busca pela qualidade nos serviços é o fator decisivo na escolha do cliente, bem como na aprovação ou desaprovação dos serviços oferecidos. Assim, é importante estar atento se o cliente está satisfeito ou não com os produtos ou serviços que estão sendo adquiridos.

Os serviços oferecidos por uma empresa devem ser planejados e oferecidos com qualidade, tendo em vista que um serviço bem prestado gera satisfação aos clientes, fazendo com que esses clientes potenciais possam voltar a comprar ou, então, indicar outros de seu relacionamento, gerando, assim, maior demanda e, conseqüentemente, maiores lucros.

Las Casas (2007) afirma ainda que a qualidade é um importante diferencial e, por isso, deve ser constantemente avaliada, pois uma empresa pode conduzir sua avaliação tanto de forma interna, entre os seus funcionários, como também de forma externa, junto aos clientes.

Portanto, evidencia-se a importância de obter qualidade na execução dos serviços de grande relevância, pois a qualidade é o fator decisivo na escolha do consumidor. E, atualmente, as empresas têm se mostrado preocupadas em demonstrar um desempenho satisfatório de sua organização a seus clientes, já que visam se manter no mercado com credibilidade.

## 2.3 Qualidade na Prestação dos Serviços Contábeis

### 2.3.1 As empresas de Serviços Contábeis

As empresas de serviços contábeis precisam buscar uma gestão perfeita, procurando sempre qualidade em seus serviços, e, assim, satisfazendo as necessidades de seus clientes. Espera-se do profissional contábil que ele esteja constantemente em formação, buscando novos conhecimentos para aumentar a oferta de serviços e melhorar a qualidade destes.

É evidente que o profissional de contabilidade conhece bem as atividades da empresa no qual ele presta serviços, tornando-se possível identificar os problemas das empresas, podendo orientá-las, mostrando soluções.

Conforme anuncia a Resolução CFC nº 1.098/07, o profissional contábil, para explorar sua atividade, pode fazê-la individualmente ou por intermédio de empresa. No entanto, antes de mais nada, precisa legalizar sua situação junto ao Conselho Regional de Contabilidade, solicitando o seu registro cadastral.

Segundo a Resolução CFC nº 1.098/07, o registro cadastral compreenderá duas categorias:

I – Organização contábil, pessoa jurídica de natureza civil, constituída sob forma de sociedade, tendo por objetivo a prestação de serviços profissionais de contabilidade;

II – Organização contábil, escritório individual, assim caracterizado quando contabilista, embora sem personificação jurídica, execute suas atividades independentemente do local e do número de empresas ou serviços sob sua responsabilidade.

Assim, devido à contabilidade ser um sistema de informações, as empresas de serviços contábeis produzem informações patrimoniais sobre as empresas aos seus clientes. Pois, no geral, as empresas de serviços contábeis prestam serviços à pessoas físicas e jurídicas, fornecendo informações financeiras e controle contábil de seus patrimônios.

Para tanto, é preciso que o profissional dessa área atue conforme o código de ética profissional do contabilista, Resolução CFC nº 803/96, que em seu artigo 2º, p. 67, dispõe os deveres do contabilista, os quais são:

- I – exercer a profissão com zelo, diligência e honestidade, observada a legislação vigente e resguardados os interesses de seus clientes e/ou empregadores, sem prejuízo da dignidade e independência profissional;
- II – guardar sigilo sobre o que souber em razão do exercício profissional lícito, inclusive no âmbito do serviço público, ressalvados os casos previstos em lei ou quando solicitado por autoridades competentes, entre estas, os Conselhos Regionais de Contabilidade;
- III – zelar pela sua competência exclusiva na orientação técnica dos serviços a seu cargo;
- IV – comunicar, desde logo, ao cliente ou empregador, em documento reservado, eventual circunstância adversa que possa influir na decisão daquele que lhe formula consulta ou lhe confia trabalho, estendendo-se obrigação a sócios e executores;
- V – inteirar-se de todas as circunstâncias antes de emitir opinião sobre qualquer coisa;
- VI – renunciar às funções que exerce, logo que se positive falta de confiança por parte do cliente ou empregador, a quem deverá notificar com trinta dias de antecedência, zelando, contudo, para que os interesses dos mesmos não sejam prejudicados, evitando declarações públicas sobre os motivos de renúncia;
- VII – se substituído em suas funções, informar ao substituto sobre fatos que devam chegar ao conhecimento desse, a fim de habilitá-lo para o bom desempenho das funções a serem exercidas;
- VIII – manifestar, a qualquer tempo, a existência de impedimento para o exercício da profissão;
- IX – ser solidário com os movimentos de defesa de dignidade profissional, seja propugnando por remuneração condigna, seja zelando por condições de trabalho compatíveis com o exercício ético-profissional da Contabilidade e seu aprimoramento técnico.

Verifica-se que as atribuições estão bem focadas na responsabilidade perante o usuário e conseqüentemente a sociedade. Sobre isso, Thomé (2001, p. 21) afirma que as empresas de serviços contábeis precisam ter uma visão holística, pois prestam serviços tanto para pessoas jurídicas como para pessoas físicas que atuam em todos os ramos da atividade econômica, sendo elas empresas industriais, comerciais, prestadoras de serviços, agrícolas, pecuárias, sociedades sem fins lucrativos, etc.

Assim, o profissional contábil deve, além de realizar a execução dos serviços contábeis, oferecer assessoria a seus clientes, devendo ter como tarefa essencial orientar e aconselhar os clientes, em busca do gerenciamento do seu patrimônio.

Para oferecer assessoria com excelência aos clientes, as empresas de serviços contábeis precisam estar se atualizando constantemente. Com isso, O'Donohoe et al (1991 apud PELEIAS, 2007) ressalta que as empresas de serviços contábeis atuam em um mercado competitivo e dinâmico, e que as demandas de seus clientes estão em grande mudança, o que requer alteração no seu perfil e nos tipos de especializações de serviços exigidos pelos clientes.

### 2.3.2 Qualidade nas empresas de serviços contábeis

Na atual situação do mercado, o diferencial das organizações é a qualidade. Na estrutura da empresa contábil não é diferente, começando com o relacionamento entre cliente e empresa, seu serviço precisa ser de alto padrão. Não é necessário apenas que o serviço prestado seja excelente, mas também que a ligação da organização contábil com o ambiente externo seja o melhor possível. Por isso, o cliente empresarial precisa conhecer a estrutura da empresa contábil, o ambiente de trabalho, os colaboradores e a tecnologia que é utilizada para que haja uma ligação mais duradoura e com perfeição entre ambos (OLIVEIRA, 2008).

Verifica-se, então, que o empresário contábil deve se preocupar com a qualidade dos serviços que estão sendo oferecidos aos seus clientes, procurando manter uma ligação de confiança e credibilidade com os clientes, passando informações que superem as expectativas dos gestores. Atualmente, os profissionais dessa área vivem momentos de grande expectativa em relação ao mercado de serviços contábeis, já que na era do conhecimento, faz-se necessário buscar novas estratégias em prol da qualificação profissional.

Na visão de Augusto (2006), o serviço contábil deve ser visto pelo empresário como sendo de boa qualidade, e para isso deve-se atender a alguns requisitos necessários, que são eles: atender às normas fiscais, pôr em prática os princípios contábeis, cumprir os prazos estabelecidos pelo ente Federal, Estadual e Municipal, ter uma boa apresentação, executar os serviços em tempo hábil e com segurança. Além disso, deve ter também total controle na parte gerencial das empresas.

Para a realização dos serviços contábeis com qualidade, é preciso que se tenha conhecimento acerca do serviço em execução. Segundo Thomé (2001) a profissão contábil lida muito com assuntos fiscais, tributários, trabalhistas e previdenciários, e nessas áreas a legislação sofre alterações constantemente. Alterações essas que para serem devidamente entendidas e aplicadas, necessita de decretos que regulamentam portarias, instruções normativas, etc. Dessa forma, surge a necessidade de atualização constantemente, para continuar a orientar corretamente os usuários que estão interessados nas informações contábeis.

Lopes e Martins (2007, p.1) corrobora essa posição quando afirma que a contabilidade deve fornecer informações para uma ampla gama de usuários.

Por outro lado, para se obter uma boa qualidade nos serviços prestados pelo profissional contábil, é necessário que o contador saiba o que está fazendo, pois a boa qualidade depende diretamente do conhecimento e do comprometimento em exercer a profissão.

Lopes e Martins (2007, p.1) trazem à tona uma preocupação para o profissional da área contábil, quando colocam que pode ser observado, sem muito esforço, que a contabilidade tem desprezado seu usuário quase que de forma absoluta, sem deixar muitas chances para sua manifestação.

E nesse sentido, Thomé (2001, p.81) coloca que vários são os fatores necessários para que se possa melhorar a qualidade dos serviços contábeis, os quais foram divididos em três partes: estrutura, atendimento, produtos e relatórios.

Para Thomé (2001), a estrutura é o espaço onde estão os equipamentos e os sistemas necessários à execução do serviço, pelas pessoas que as executam e pela organização interna, que fazem com que funcione com eficiência. Os documentos, caixas, arquivos e equipamentos devem estar sempre organizados. É importante que haja também um bom relacionamento entre as pessoas que trabalham na empresa e com os que se relacionam com elas, como os clientes. Para isso, deve haver reuniões periódicas para o bom funcionamento da empresa de serviço contábil, onde possam ser esclarecidos as normas para execução dos serviços, mostrando a importância do bom atendimento ao cliente e manter a qualidade dos serviços prestados.

É evidente que o atendimento ao cliente é de suma importância para o crescimento da empresa, no qual o cliente é a parte mais significativa, pois o cliente satisfeito atrai novos clientes. Os novos clientes precisam ter uma boa impressão, e um simples atendimento simpático, amável e um encaminhamento rápido e eficiente conquista o novo cliente.

No primeiro contato com o cliente, Thomé (2001) relata que depois de prestar todas as informações requeridas por este, deve-se fornecer outras que ele considere importante. Para isso, é preciso que haja conhecimento, estar munido de informações, para que ele possa estudá-la depois. Estas informações podem ser da seguinte natureza: relato breve sobre a empresa e as pessoas que nela prestam serviços, relação dos serviços que a empresa oferece ao mercado, relação de contato com alguns clientes da empresa, apresentação de uma minuta do contrato de prestação de serviços, contendo principais condições para a execução dos serviços que estão sendo solicitados.

Desse modo, evidencia-se que a qualidade do atendimento depende da rapidez e eficiência de quem atende, e as informações que estão sendo solicitadas devem ser disponibilizadas

imediatamente. Os serviços rotineiros devem ser de pleno conhecimento dos funcionários. Se o assunto não for de seu conhecimento, deve comunicar ao cliente que no momento não está em condições de fornecer tal informação, mas que vai consultar e que retornará assim que tiver a resposta, o que deve ser feito o mais rápido possível.

Em relação aos produtos e relatórios, a qualidade desses serviços, quando entregues aos clientes ou a repartições fiscais, é de extrema importância para a avaliação na qualidade dos serviços prestados, por ser o resultado final de todo o trabalho executado, e que para o usuário, o trabalho contábil é tão bom quanto a aparência daquele produto que ele tem em mãos.

Nessa perspectiva, destaca-se ainda o contexto organizacional das empresas de serviços contábeis. Shigunov e Rogério Shigunov (2003) dizem que, na organização das empresas de serviços contábeis, o desenvolvimento de um processo de qualidade tanto é benéfico para o cliente, como para os colaboradores internos, pois auxilia o ambiente organizacional interno com padrões, normas e procedimentos, minimizando a ocorrência de falhas e de retrabalho, otimizando, assim, o trabalho para o usuário final do serviço prestado.

Shigunov e Rogério Shigunov (2003) ainda comentam que além da adoção de um sistema de qualidade, é importante a valorização dos funcionários, implantando um processo de aprimoramento contínuo, investindo em inovações tecnológicas e em cursos de aperfeiçoamento para os colaboradores da organização.

No entanto, a implantação da qualidade numa organização contábil depende muito de dedicação do profissional, do *background* para que este processo possa obter êxito.

Sobre esse aspecto, Castro e Sanabio (2005) afirmam que, na realização da organização contábil, os dirigentes de Organizações contábeis devem recorrer a uma análise profunda dos fatores que compõem a empresa, devendo ser vistos e adaptados. Nesse diagnóstico, deve-se avaliar o nível de capacitação e motivação dos colaboradores, o clima organizacional da empresa, a satisfação dos clientes e as adequações as novas demandas do mercado. Além disso, deve ser observado também como a empresa é vista no cenário externo a ela, ou seja, em relação a concorrentes, fornecedores, governo e cliente.

Desse modo, após a realização desta análise, a organização deve propor alterações e adaptação de novas práticas de trabalho, que serão implementadas para que a organização contábil seja bem vista no mercado de trabalho, oferecendo mais qualidade na execução dos serviços contábeis, colocando em prática sua nova concepção.

## 2.4 Qualidade no Sistema de Informações Contábeis

Com o avanço da tecnologia de informação e de comunicação, as informações contábeis passaram a desempenhar um papel decisivo no desenvolvimento das empresas, em que só é possível desempenhar uma boa administração munido de informações que tragam auxílio no processo decisório. No entanto, a informação só será considerada adequada se desempenhada com precisão e clareza, ou seja, executada com qualidade.

### 2.4.1 Sistema de Informação

Para apresentar esta seção, primeiro é necessário entender o que é sistema. Oliveira, Perez Jr e Silva (2007, p. 64) consideram sistema um conjunto de funções e processos, logicamente estruturados, de modo a possibilitar o planejamento, a coordenação e o controle das atividades organizacionais, com a finalidade de atender aos objetivos empresariais.

E, segundo estes estudiosos, o Sistema de Informação é a combinação de um conjunto de dados sobre o qual se aplica determinada rotina de trabalho, manual ou com utilização de recursos computacionais, para a obtenção de informação de saídas, propiciando aos usuários informações que tragam contribuição para o processo decisório da empresa.

Sobre isso, Padoveze (2007, p. 46) define:

Sistemas de Informações como um conjunto de recursos humanos, materiais, tecnológicos e financeiros agregados segundo uma seqüência lógica para o processamento dos dados e tradução em informações, para com seu produto, permitir às organizações o cumprimento de seus objetivos principais.

Desse modo, entende-se que o Sistema de Informação consolida todas as informações que são necessárias para a gestão do sistema da empresa, auxiliando, assim, a administração do processo decisório, uma vez que agrupa dados de natureza econômica e financeira, auxiliando os gestores na busca de um melhor desempenho.



Nesse alinhamento, Mosimann e Fisch (1999) afirmam que o Sistema de Informação é também considerado como uma rede de informações cujos fluxos alimentam o processo de tomada de decisão, tanto na empresa como um todo, como em cada área de responsabilidade resultando na integração de todos que prestam serviços no empreendimento.

É importante alertar que as informações passadas aos gestores devem ser executadas com clareza e precisão, devem ser confiáveis e de qualidade, para que venha a contribuir na escolha da decisão mais adequada, já que a satisfação desses é a garantia de valorização e desenvolvimento das empresas de serviços contábeis.

#### 2.4.2 Qualidade no Sistema de Informação Contábil

A informação contábil com qualidade é aquela que causa clareza ao usuário, ela é esperada e desejada, é uma base onde é avaliada a situação patrimonial da empresa, abrindo alternativas, fornecendo maior confiabilidade e segurança no processo de tomada de decisão. Porém, a qualidade da informação depende muito da confiança do usuário no sistema que a gerou.

Conforme Rossi e Slongo (1998 *apud* GALLON *et al.*, 2008) vários são os benefícios que são proporcionados pela pesquisa de satisfação dos clientes, destacando-se o acesso à informações precisas e atualizadas quanto às necessidades dos clientes, podendo, assim, desencadear ações corretivas.

No entanto, para que essas informações sejam consideradas precisas e atualizadas é necessário que o profissional veja se essas informações não contêm erros, pois tais informações, quando passadas ao cliente, são utilizadas como ferramenta de ajuda no processo decisório, e é através dela que o usuário vai fazer um levantamento de todas as ocorrências financeiras ocorridas e analisar se há ou não necessidade de alguma correção.

No mundo dos negócios, a informação é um bem apontado como de grande relevância. Com isso, pode-se afirmar que todas as decisões tomadas, envolvendo as atividades da empresa, têm por base algum tipo de informação. Nesse contexto, o profissional contábil tem um papel importante, pois, muitas pessoas necessitam e fazem uso de informações que cotidianamente são elaboradas pelos contabilistas, visto que, este, tem o papel de suprir

com as informações desejadas, cada um desses usuários, sempre que necessitarem. (LISBOA, 2007).

De acordo com Rezende (2005 *apud* CAVALCANTE e RECKZIEGEL, 2007), a informação é muito importante para as organizações, principalmente, quando planejada e disponibilizada, de forma personalizada, com qualidade. Para isso, é necessário que o contador acompanhe as mudanças e os avanços tecnológicos e, assim, busque alternativas para melhor auxiliar e facilitar a tomada de decisões nas empresas.

E como ciência contábil tem como premissa fornecer informações à sociedade e auxiliar no processo decisório, essas informações interessam a muitas pessoas, pois são muitos os que se beneficiam das informações contábeis e suas tecnologias. Já que a informação contábil deve ser segura, sem possibilidade de erros e, assim, passar ao usuário segurança na tomada de decisão, passando a ter mais qualidade e relevância.

Oliveira, Perez Jr. e Silva (2007) afirmam que as informações geradas pela contabilidade devem propiciar a seus usuários uma base segura para as suas decisões, pela compreensão do estado em que se encontra a entidade, seu desempenho, sua evolução, seus riscos e oportunidades que eles oferecem.

No entanto, o sistema de informação contábil, por gerar dados e informação financeira das empresas, representa um instrumento de grande apoio na gestão empresarial, desde que essas informações sejam geradas com qualidade, com base nas doutrinas, suprimindo as necessidades dos usuários.

Nessa direção, Padoveze (2007) considera a contabilidade como sendo o sistema de informações e também avaliação, destinado a informar a seus usuários as demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, abrangendo elementos importantes no crescimento da empresa e no processo decisório.

Além disso, Paiva (2000) destaca que a utilização das informações contábeis no processo decisório só ocorrerá se ela estiver revestida de características de qualidade, não apenas em termos quantitativos, mas também qualitativos.

E, na realidade, para se obter a qualidade nas Informações Contábeis é preciso que o contador não apenas calcule, mas também relate, descreva, explique os aspectos que trazem riscos a empresa, mostrando os erros e também os acertos, a partir do que passará a atender melhor às expectativas dos seus usuários, auxiliando-os de maneira mais benéfica na tomada de decisão.

Portanto, Cavalcante e Reckziegel (2007 p. 79) ressaltam que:

O valor da informação reside no fato de que ela deve reduzir a incerteza na tomada de decisões, ao mesmo tempo em que procura aumentar a qualidade da decisão. Portanto, quanto mais informações o empresário tiver, mais fácil será a tomada de decisão, conseqüentemente, os riscos e as incertezas serão menores.

Percebe-se com isso, o quanto é importante que o contador supra as necessidades de seus usuários, prestando-lhes as informações desejadas, na medida de suas necessidades, auxiliando a tomar decisões corretas, propiciando uma base segura nas decisões das empresas, passando segurança e qualidade nas informações que são fornecidas.

Assim, é percebível que a contabilidade é um setor que tem por finalidade assegurar o controle do patrimônio administrado, enviando informações e orientações necessárias à tomada de decisão a respeito da composição e das variações do mesmo, e também no que se refere ao resultado das atividades econômicas desenvolvidas pela empresa para alcançar seus fins, que podem ser lucrativos ou simplesmente sociais, culturais, beneficentes ou outros (SOUZA e SANTOS, 2005).

Enfim, com isso nota-se que compete ao profissional contábil mostrar aos usuários da contabilidade informações com qualidade e segurança sobre a situação patrimonial da sua empresa, pois os gestores buscam nos registros contábeis dados necessários à tomada de decisão, onde nesse registro deve conter dados de natureza econômica e patrimonial, que ajude os gestores a tomarem as iniciativas necessárias.

### 3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

#### 3.1 Caracterização das empresas pesquisadas

O Gráfico 1 demonstra a função dos entrevistados da pesquisa. Verifica-se que 87,4% dos entrevistados são proprietários, gerentes ou sócios. Os resultados apontam para esse cenário, devido ao fato que a pesquisa foi direcionada para esse público, haja vista, ter maiores condições de opinar acerca do assunto pesquisado.



GRÁFICO 1 – Função do entrevistado  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Em relação ao grau de instrução dos entrevistados, conforme o gráfico abaixo, 37,5% tem o ensino médio completo, 25% o superior completo, 20,8% tem o superior incompleto e apenas 16,7% o ensino médio incompleto, respectivamente. O resultado aponta que os colaboradores das empresas possuem um nível educacional que precisa ser melhorado. Veja o gráfico a seguir:

### Instrução

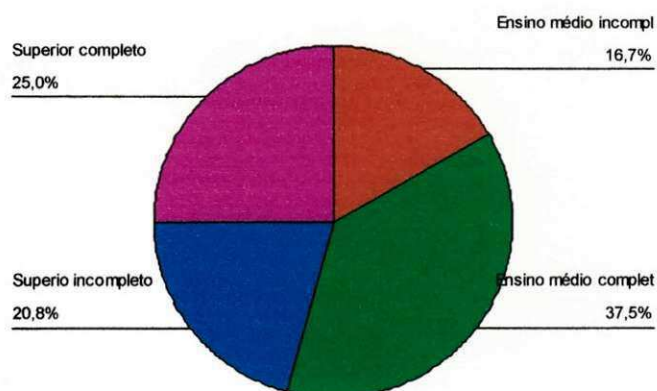


GRÁFICO 2 – Grau de instrução do entrevistado  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Conforme revela o gráfico 3, o tempo de experiência dos entrevistados é, em sua maioria, de mais de 5 anos, representados por 75% da amostra, e destes 37,5% têm mais de 10 anos de experiência no setor onde trabalha e apenas 25% têm até 5 anos de experiência. Eis o quadro a seguir:

### Tempo de experiência

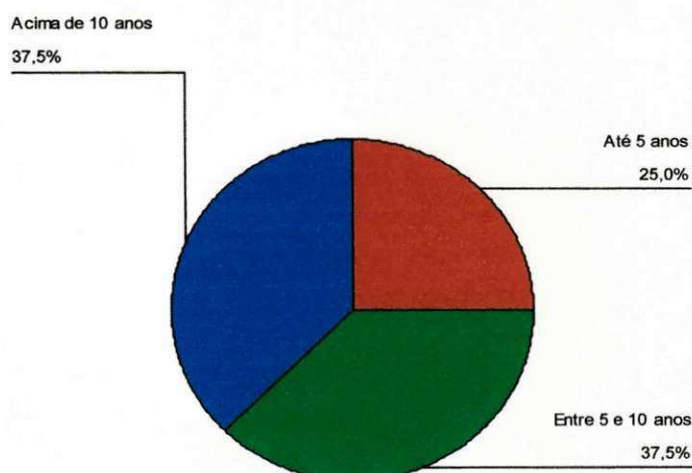
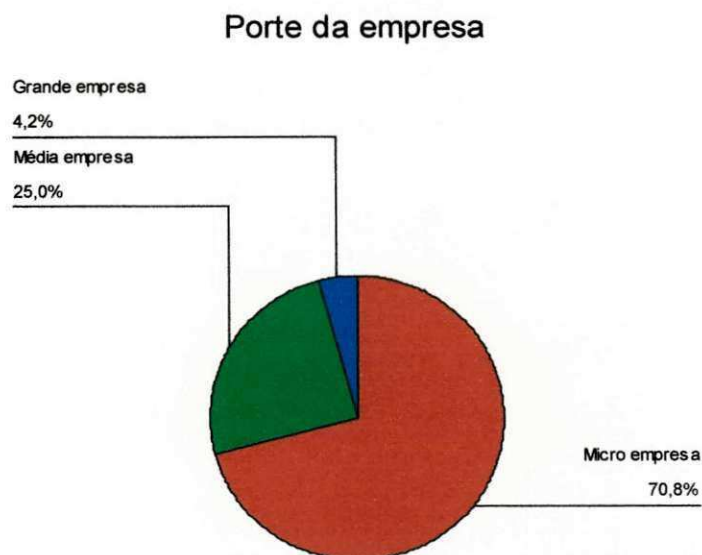


GRÁFICO 3 – Tempo de Experiência no setor  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

De acordo com os resultados apresentados no gráfico 4, 70,8% são micro empresas, 25% são média e 4,2% são grandes empresas. O fato dos resultados serem apontados para esse cenário é que a maioria das empresas pesquisadas, segundo os critérios da Receita Federal, faturam anualmente até 240.000. Eis o gráfico a seguir:



**GRÁFICO 4 – Porte da empresa**  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Quanto ao tempo de serviço com o profissional contábil, demonstrado pelo gráfico 5, 41,7% têm até 5 anos, 25% entre 6 e 10 anos, 16,7% entre 11 e 20 anos e 16,7% têm mais de 20 anos. Veja o gráfico seguinte:



**GRÁFICO 5 – Tempo de serviço com o profissional contábil**  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.



### 3.2 Aspectos relacionados à qualidade dos serviços contábeis

Nessa fase, são discutidos os resultados relacionados à qualidade dos serviços contábeis oferecidos pelos profissionais de contabilidade da cidade de Sousa, PB, conforme questionamento direcionado aos gestores do setor em estudo.

O gráfico 6 mostra o resultado dos entrevistados que foram questionados sobre se os serviços contábeis oferecidos estão atendendo satisfatoriamente às necessidades do seu empreendimento. Verifica-se que 45,8% apontam que os serviços oferecidos pelo profissional contábil é bom, 33,3% é muito bom, 12,5% tem opinião neutra e 8,3% consideraram os serviços como razoáveis.

Gronroos (1993 *apud* TREZ e LUCE, 2001) dizem que o serviço prestado ao cliente deve ser visto como uma forma de orientação da empresa que busca seu diferencial na satisfação dos clientes através da prestação desses serviços. Os serviços, quando oferecidos, têm o propósito de manter e atrair os clientes, uma vez que maximiza as vendas e os lucros. Os usuários procuram sempre por indicativos de serviços com qualidade, que é o diferencial na avaliação dos clientes. Eis o quadro a seguir:

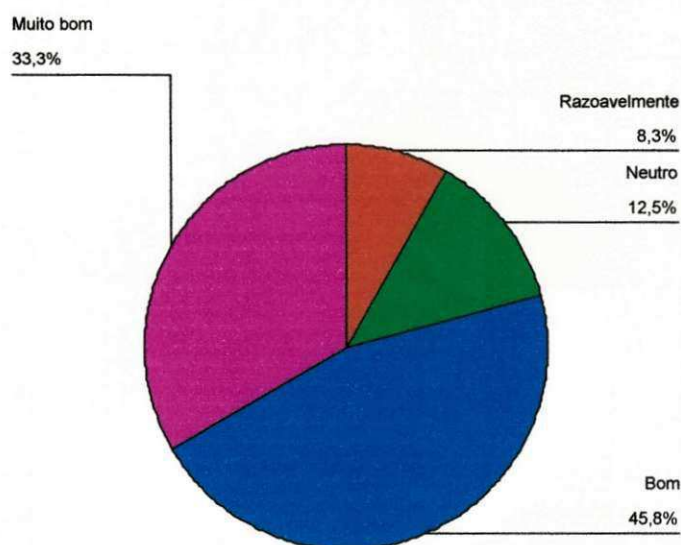


GRÁFICO 6 – Satisfação das empresas  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

No gráfico 7 estão evidenciadas as opiniões das empresas em relação ao profissional contábil, ou seja, se consideram o profissional atualizado, competente e prestativo para com sua empresa. Sobre isso 37,5% consideram muito bom, 45,8% bom, 8,3% neutros e

8,3% razoáveis. Com este resultado evidencia-se que os clientes mostram-se relativamente satisfeitos com o profissional que controla a gestão financeira de seu empreendimento. Eis o quadro a seguir:

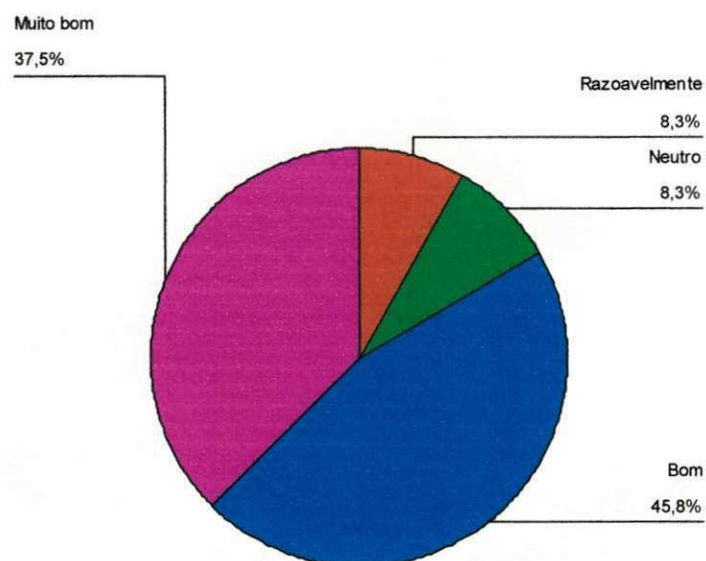


GRÁFICO 7 – Atualização e competência  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Também foi analisado a opinião dos gestores em relação às informações contábeis, ou seja, se as informações elaboradas estão subsidiando no processo de decisão. No gráfico 8, verifica-se a satisfação dos entrevistados. 62,5% demonstram satisfação neste ponto, 33,3% consideram boas as informações, 29,2% muito boas e 29,2% consideram razoáveis.

Marion (1998 *apud* PAIVA, 2000) destaca que a contabilidade é considerada como um sistema de informação destinado a prover seus usuários de dados para ajudá-lo na tomada de decisão, visto que ela é responsável pela coleta dos dados econômicos, mensurando-os monetariamente, registrando-os e sumarizando-os em forma de relatórios.

Favero et al. (1995, p. 11 *apud* BORINELE e BEUREN, 2003) ressaltam que o objetivo da contabilidade é interpretar, analisar e registrar os fenômenos que ocorrem no patrimônio das pessoas físicas e jurídicas, demonstrando a seus usuários informações sobre o comportamento dos negócios para a tomada de decisão. Com isso, o autor enfatiza que os usuários da contabilidade devem tomar conhecimento da situação financeira de seu empreendimento e, assim, poderem tomar as decisões necessárias.



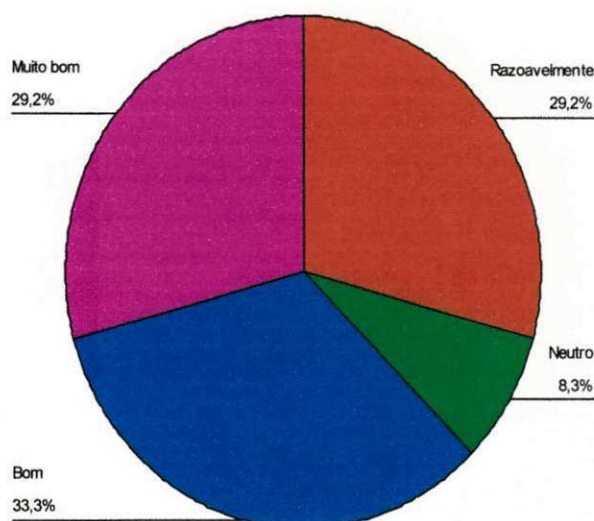


GRÁFICO 8 – Confiança nas informações elaboradas  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Outra questão levantada durante a pesquisa foi em relação à realização dos serviços do escritório de contabilidade, se estão sendo realizados corretamente e com agilidade. De acordo com os dados abaixo, o gráfico 9 mostra o grau de satisfação dos gestores sobre tais serviços. Verifica-se que 54,2% consideram muito bom e 25% bom. Os dados apontam que maior parte dos usuários mostram-se satisfeitos com os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade e apenas 20,8% não demonstraram muita satisfação.

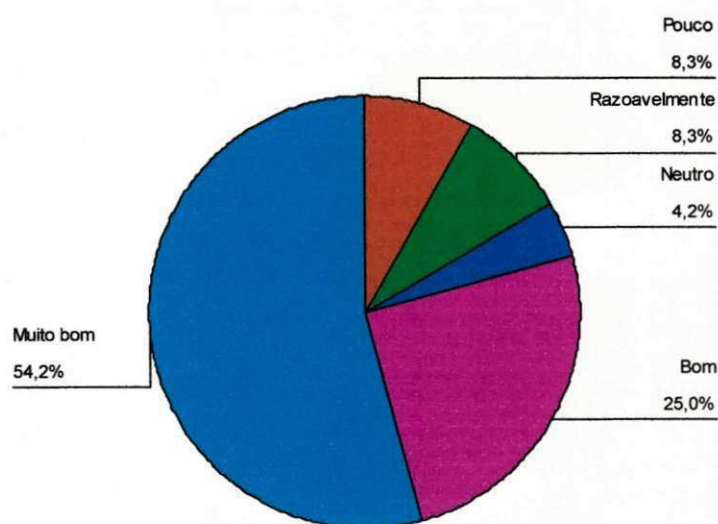


GRÁFICO 9 – Agilidade  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Na questão seguinte foi questionado aos gestores se o contador mantém em dia a movimentação contábil e financeira da empresa. E 58,3% dos entrevistados consideram ser muito bom e 25% bom. Este resultado aponta que os gestores das empresas em estudo estão satisfeitos com a movimentação financeira e contábil de seu empreendimento.

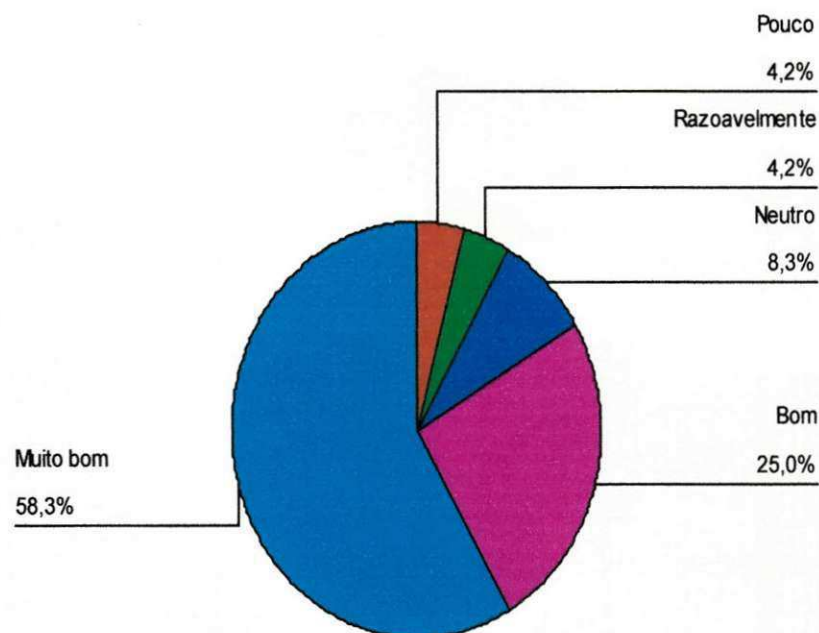


GRÁFICO 10 – Escriuração contábil e financeira  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Também se procurou saber das empresas se são informadas quando o serviço contábil é concluído, para, assim, poderem acompanhar melhor a movimentação financeira da empresa. Sobre este ponto 50% disseram ser muito bom e 37,5% bom. Esse resultado aponta que as empresas em estudo são muito bem informadas sobre a situação financeira do empreendimento, visto que, quando os serviços são concluídos as empresas são logo comunicadas, para poderem tomar decisões quando necessário, conforme demonstrado no gráfico 11.

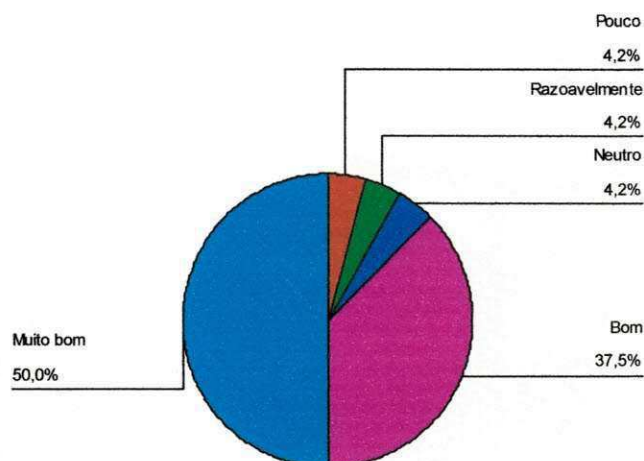


GRÁFICO 11 – Tempestividade do serviço concluído  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

No Gráfico 12 apresentam-se os dados que revelam sobre os serviços prestados pelos funcionários do escritório, se transmitem confiança às empresas. No resultado da pesquisa foi visto que 58,3% consideram ser muito bom, 25% bom e apenas 12,5% ficaram neutros.

Milan (2007) comenta que confiar no prestador de serviços e em seu pessoal é de fundamental importância, ainda mais no setor de serviços, em que o risco relativo ao seu desempenho final é alto. A confiança também pode ser identificada em termos de percepção de um cliente em relação à confiabilidade, honestidade, integridade e também de padrões éticos elevados, representativos de um serviço.

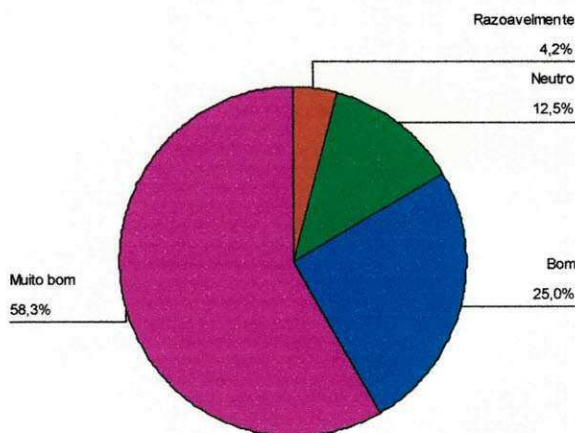


GRÁFICO 12 – Confiança no funcionário.  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.



Outro fator importante relacionado ao objeto investigado, diz respeito às alterações ocorridas na legislação contábil e fiscal. No gráfico 13 foi questionado às empresas se elas são informadas quanto à existência dessas alterações. Verifica-se que 37,5% consideram muito bons, 33,3% consideram bom e 16,7% consideram que há um nível de informação razoável. Isso mostra que as empresas nem sempre são informadas sobre essas alterações. No entanto, os contadores têm a obrigação de, não apenas informar, como também de orientar os gestores em relação às mudanças ocorridas no setor contábil e fiscal. O contador deve sempre estar em contato com as empresas para a qual presta serviços, deixando-os sempre informados de toda e qualquer alteração ocorrida, facilitando, assim, a interação entre empresa e contador.

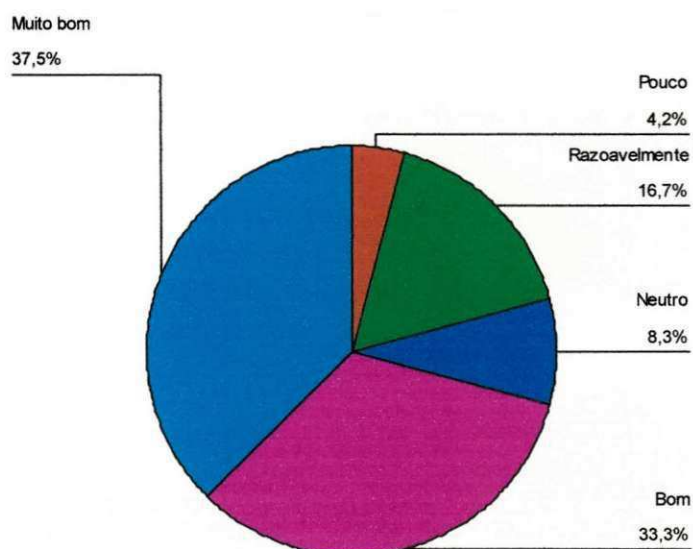


GRÁFICO 13 – Legislação fiscal e contábil.  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Como mostra o gráfico 14, pode-se ver que o profissional contábil não faz contato com tanta frequência às empresas na qual presta seus serviços, mas 37,5% consideram muito bom esse ponto, 25% bom, 20,8% razoável e 16,7% neutro. Esse resultado aponta que o contador deve se preocupar em realizar esse tipo de atividade para entender melhor as minúcias relacionadas a cada empreendimento.

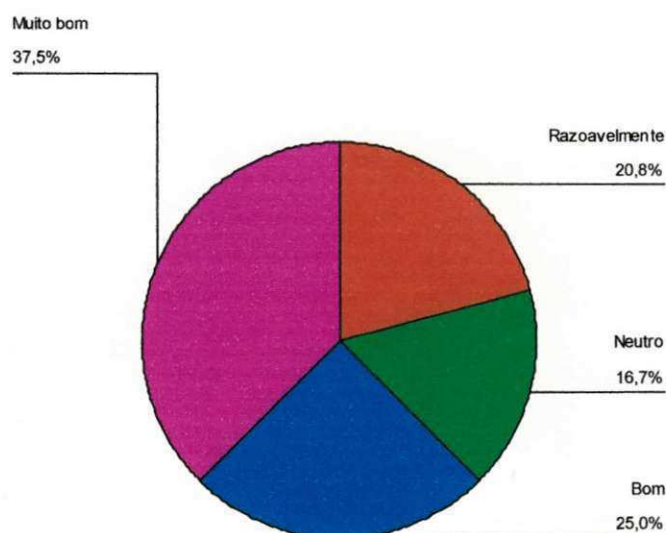


GRÁFICO 14 – Contato direto com a empresa  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Levando em consideração a importância da ética profissional, em qualquer ramo de atividade, foi questionado aos clientes se eles consideram que o contador da sua empresa atende aos propósitos da ética na prática contábil. Sobre isso 41,7% responderam ser muito bom, 45,8% bom, 8,3% razoável e apenas 4,2% ficaram neutros.

Para Fortes (2002, *apud* VIEIRA, 2006) o Código de Ética Profissional do Contabilista é uma importante fonte que orienta a conduta do profissional contábil no Brasil, tendo por objetivo fixar a forma pela qual se devem conduzir os profissionais de contabilidade, nas suas atividades e prerrogativas profissionais estabelecidas na legislação vigente.

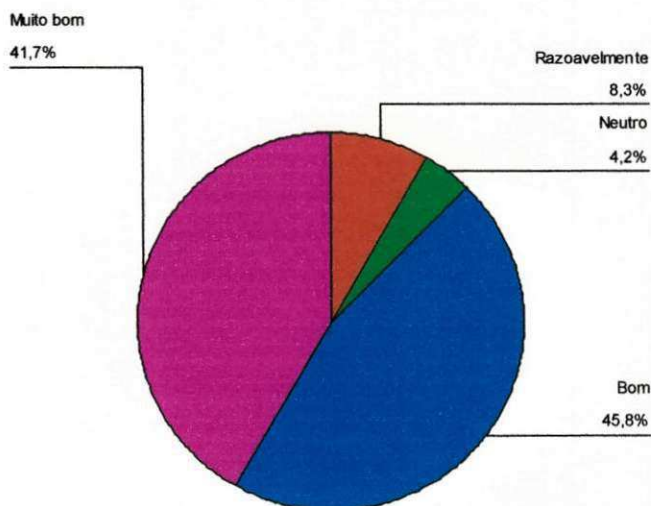


GRÁFICO 15 – Ética Profissional  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Em relação à prestação do serviço contábil, os entrevistados foram interrogados se o tempo de espera da execução desses serviços estava atendendo às exigências e expectativas da empresa. Quanto a isso 33,3% disseram ser muito bom, 45,8% bom, 8,3% ficaram neutro, 8,3% razoável e apenas 4,2% acham que atende pouco. Esse resultado demonstra que as empresas mostram-se satisfeitas com o tempo esperado na realização dos serviços contábeis.

De acordo com Oliveira (2008) deve existir acessibilidade aos clientes, com velocidade e precisão nos serviços, em que os prazos de vencimentos devem ser rigorosamente expedidos com antecedência, sendo importante também delegações de tarefas, visto que a empresa contábil deve possuir uma organização departamentalizada, agilizando os processos, sendo que, às vezes, a terceirização dos serviços é viável, pois alguns serviços podem ser feitos por pessoas especializadas e com melhor rendimento.

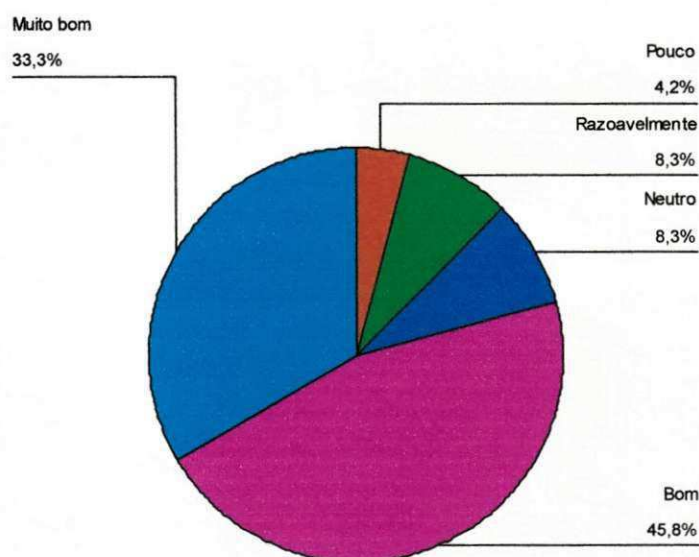


GRÁFICO 16 – Tempo de espera  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Outro fator considerado de grande relevância diz respeito aos honorários pagos aos serviços prestados pelo profissional contábil. No gráfico 17 evidencia-se se os gestores consideram os honorários pagos ao seu contador compatível com o serviço que é prestado a sua empresa. Sobre isso 41,7% consideram ser muito bom, 41,7% bom, 8,3% neutro, 4,2% razoável e também apenas 4,2% disseram ser pouco, considerando que os que



disseram ser pouco e razoável é devido ao movimento financeiro da empresa ser muito baixo, não necessitando, por isso, de muito esforço na realização de sua contabilidade.

Para Thomé (2001), o cálculo dos honorários deve ser visto, de início, a partir das informações prestadas sobre a empresa que está fazendo a consulta, e baseado na experiência profissional, atribuir um valor que será revisto após a execução de algum tempo do serviço contratado. O contabilista deve se basear principalmente no faturamento do tomador para fixar seus honorários, levando em conta o custo do trabalho executado e o esforço realizado para a conclusão dos serviços. Sendo que, muitas vezes, o profissional tem uma excelente compensação pelo serviço executado, enquanto em outros os honorários não compensam o esforço realizado.

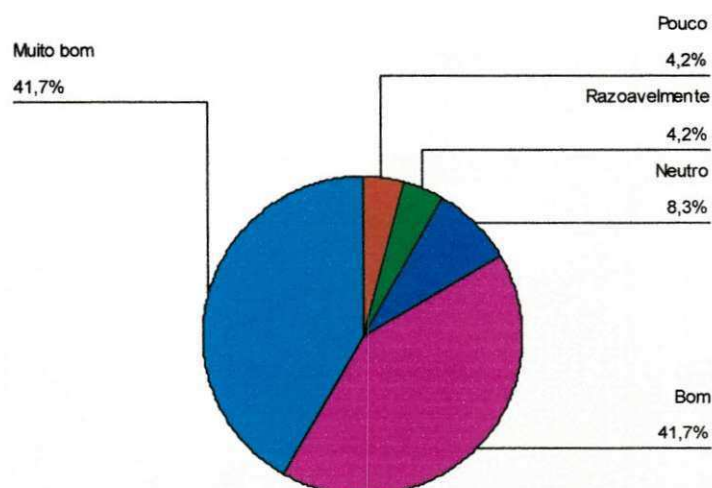


GRÁFICO 17 – Honorários contábeis  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

O gráfico 18 evidencia-se sobre o tratamento que os usuários dos serviços contábeis recebem do profissional contábil e dos funcionários dele, se são tratados de maneira atenciosa por esses colaboradores. O resultado mostra a satisfação das empresas em relação ao tratamento da equipe que lhes prestam os serviços contábeis. 54,2% dos entrevistados consideram ser muito bom, 37,5% bom, 4,2% ficaram neutros e 4,2% consideram razoável. O resultado mostra que os usuários dos serviços contábeis são muito bem tratados, quando procuram o profissional do setor contábil, ou mesmo os seus funcionários, sendo atenciosos e prestativos sempre que solicitados.

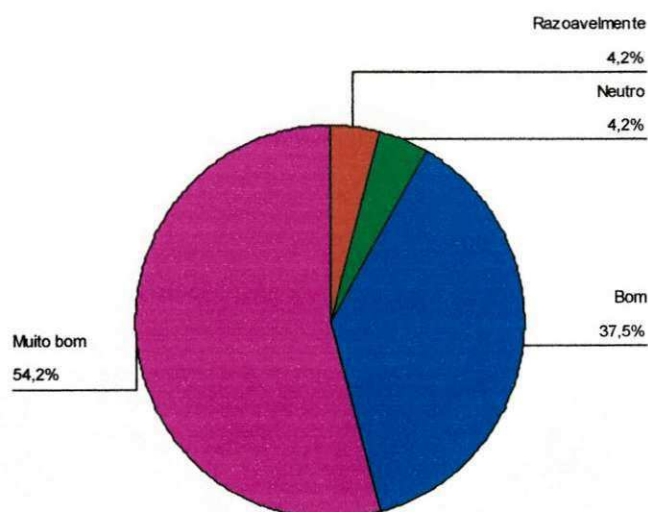


GRÁFICO 18 – Tratamento do profissional contábil  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

No decorrer da pesquisa foram questionados as empresas em análise sobre os funcionários do escritório contábil, se demonstram interesse em solucionar os problemas de seu empreendimento. O gráfico 19 demonstra que as empresas consideram os funcionários do escritório contábil interessados em solucionar os problemas de sua empresa sempre que solicitados. E 45,8% apontam ser muito bom, 37,5% bom, 8,3% neutro e também 8,3% razoável. O resultado aponta para este cenário devido à maioria das empresas de serviços contábeis serem consideradas pelos seus usuários como sendo organizadas, no sentido de colocar sempre o cliente em primeiro plano, procurando satisfazer suas necessidades na medida do possível.

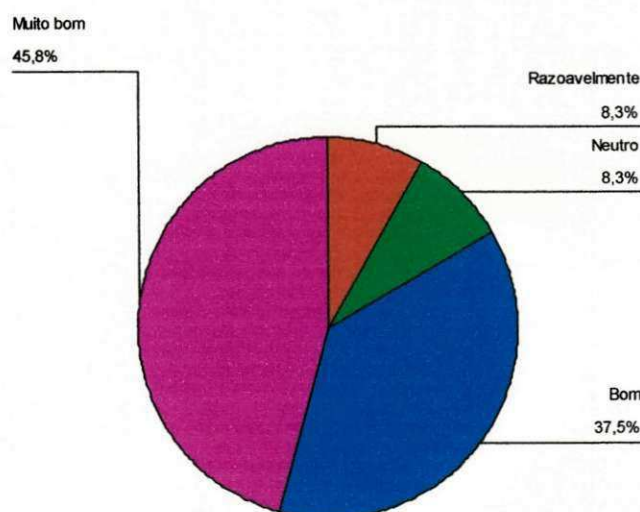


GRÁFICO 19 – Interesse em solucionar problemas  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.



O gráfico 20 apresenta sobre a questão de compreensão das dificuldades que são apresentadas pelas empresas as quais prestam serviços o contador e os funcionários de seu escritório. Evidenciou-se que 37,5% dos entrevistados consideram esse ponto muito bom, 45,8% acham bom e 8,3% ficaram neutros. É perceptível, com esse resultado, que os prestadores dos serviços contábeis compreendem bem as dificuldades apresentadas pelos usuários desses serviços, visto que procuram sempre resolver os problemas e as dificuldades apresentadas pelas empresas.

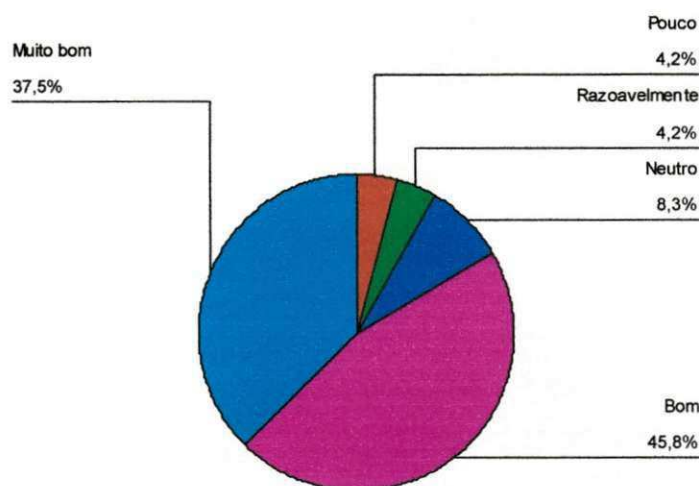


GRÁFICO 20 – Compreensão de dificuldades.  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Finalizando a aplicação do questionário, foi verificado se o escritório de contabilidade estabelece estratégias para a empresa. Sobre isso, 33,3% disseram ser muito bom, 29,2% razoável, 20,8% bom, 8,3% neutro e 8,3% pouco. O resultado deste cenário mostra que os contadores deixam um pouco a desejar neste sentido, pois nem todos os profissionais dessa área auxiliam as empresas, atribuindo pontos benéficos e sugerindo aos gestores, para que colaborem para a tomada de decisão.

O profissional contábil deve estabelecer estratégias para os gestores das empresas pra quem presta serviços, sendo um ponto utilizado como diferencial na competitividade neste setor atualmente. Castro e Sanabio (2005) ressaltam que a profissão contábil evoluiu muito ao longo dos anos, isso devido à evolução do próprio mercado e alterações impostas às empresas de um modo geral. O que faz surgir a necessidade de um profissional contábil estratégico, que participe das decisões da empresa e também procure entender melhor o negócio de que faz parte ou para o qual presta os seus serviços.

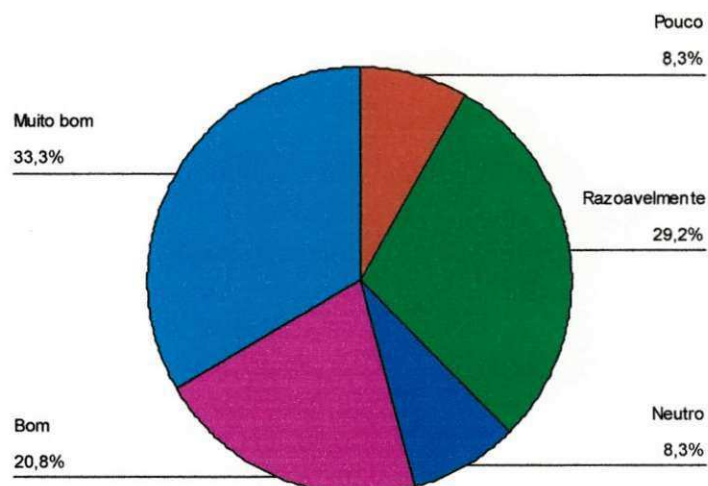


GRÁFICO 21 – Estratégias para a empresa.  
Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

### 3.3 Análise Fatorial

Objetivou-se, mediante a técnica de análise fatorial, substituir o conjunto inicial de variáveis por outro de menor número denominada de fatores, de modo a identificar os fatores latentes nas variáveis em estudo (identificar a interdependência entre elas), com o intuito de obter uma interpretação mais compreensível a partir das 384 opiniões das 16 assertivas (16 assertivas x 24 opiniões).

Hair et al (2005) argumentam que quando se utiliza a análise fatorial, espera-se que o número de casos seja, no mínimo, cinco vezes o número de variáveis sob análise, considerando-se que o mais aceitável seja uma relação de 10 vezes o número de variáveis.

Assim, considerando a amostra desta pesquisa, composta de 24 entrevistados, verifica-se que ela atende em termos de tamanho as exigências da análise fatorial ( $10 \times 16 = 160$ ). Portanto, os dados da pesquisa podem ser considerados como mais que aceitáveis.

Hair et al (2005) afirma que alguns cuidados antecedentes à análise fatorial devem ser necessários como a realização do teste de esfericidade de Bartlett, valor de KMO e adequação dos itens à análise fatorial, por meio da verificação dos valores obtidos na matriz

*anti-image*. O KMO é um teste que examina o ajuste dos dados, tomando todas as variáveis simultaneamente, e provê uma informação sintética sobre os mesmos. PEREIRA (2004, p. 125)

No que se refere ao teste de esfericidade de Bartlett o mesmo autor complementa quando diz que um outro teste, que precede a análise fatorial com vistas à verificação de suas premissas, é o *Bartlett Test of Sphericity* (BTS), que testa a hipótese de que a matriz correlação é uma matriz identidade (diagonal igual a 1 e todas as outras medidas igual a zero)

Dessa forma, o teste de esfericidade de Bartlett revelou-se significativo a um nível de 0,000 (Sig), ou seja, obteve valores significativos a (<) 0,001 de probabilidade, indicando uma grande probabilidade de os dados se ajustarem ao método de análise fatorial e o KMO = 0,67. Os valores obtidos para os MSA's – *measure of sampling adequacy* (medidas de adequação da amostra) identificam a adequação de cada item ao modelo de análise fatorial, com exceção da variável 12 (Var12), resultantes da matriz *anti-image*, já que foram superiores a 0,50 (veja tabela de anti-imagem).

TABELA 1  
Teste KMO e Bartlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling	0,67
Bartlett's T Approx. Chi-Square	507,874
df	120
Sig.	0,00

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

A tabela matriz anti-imagem permite realizar uma análise do poder de explicação dos fatores em relação a cada variável. Uma análise sobre a diagonal da tabela a seguir, mostra o MSA para cada uma das variáveis analisadas. Conforme dados da tabela abaixo, é possível entender que apenas a variável 12 obteve o MSA inferior a 0,50, evidenciando quão é adequada à aplicação da Análise Fatorial. As variáveis relacionadas à qualidade da prestação dos serviços contábeis apresentaram um MSA.



TABELA 2  
Matriz Anti-imagem

	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var12	Var13	Var14	Var15	Var16
Var1	<b>0,80</b>	-0,68	-0,09	-0,05	0,63	0,48	-0,23	-0,08	-0,33	0,66	-0,3	0,14	0,06	-0,28	0,13	0,4
Var2	-0,68	<b>0,66</b>	0,63	0,29	-0,57	-0,61	-0,21	0,65	-0,16	-0,78	-0,27	-0,61	0,45	0,35	-0,28	-0,83
Var3	-0,09	0,63	<b>0,53</b>	0,55	0,13	-0,02	-0,75	0,92	-0,75	-0,35	-0,82	-0,82	0,47	0,29	-0,53	-0,58
Var4	-0,05	0,29	0,55	<b>0,80</b>	-0,1	-0,01	-0,38	0,44	-0,64	-0,14	-0,42	-0,56	0,09	-0,06	-0,49	-0,06
Var5	0,63	-0,57	0,13	-0,1	<b>0,73</b>	0,81	-0,57	0,06	-0,43	0,62	-0,46	0,05	-0,05	0,1	-0,28	0,42
Var6	0,48	-0,61	-0,02	-0,01	0,81	<b>0,71</b>	-0,44	-0,08	-0,38	0,61	-0,26	0,07	-0,33	0,09	-0,27	0,6
Var7	-0,23	-0,21	-0,75	-0,38	-0,57	-0,44	<b>0,65</b>	-0,67	0,8	-0,14	0,81	0,62	-0,45	-0,27	0,58	0,18
Var8	-0,08	0,65	0,92	0,44	0,06	-0,08	-0,67	<b>0,59</b>	-0,69	-0,38	-0,79	-0,78	0,48	0,27	-0,39	-0,66
Var9	-0,33	-0,16	-0,75	-0,64	-0,43	-0,38	0,8	-0,69	<b>0,55</b>	-0,16	0,84	0,73	-0,37	-0,04	0,47	0,03
Var10	0,66	-0,78	-0,35	-0,14	0,62	0,61	-0,14	-0,38	-0,16	<b>0,69</b>	-0,11	0,3	0,02	-0,18	0,14	0,68
Var11	-0,3	-0,27	-0,82	-0,42	-0,46	-0,26	0,81	-0,79	0,84	-0,11	<b>0,67</b>	0,7	-0,55	-0,36	0,32	0,27
Var12	0,14	-0,61	-0,82	-0,56	0,05	0,07	0,62	-0,78	0,73	0,3	0,7	<b>0,19</b>	-0,57	-0,14	0,41	0,37
Var13	0,06	0,45	0,47	0,09	-0,05	-0,33	-0,45	0,48	-0,37	0,02	-0,55	-0,57	<b>0,72</b>	0,06	-0,07	-0,45
Var14	-0,28	0,35	0,29	-0,06	0,1	0,09	-0,27	0,27	-0,04	-0,18	-0,36	-0,14	0,06	<b>0,87</b>	-0,2	-0,33
Var15	0,13	-0,28	-0,53	-0,49	-0,28	-0,27	0,58	-0,39	0,47	0,14	0,32	0,41	-0,07	-0,2	<b>0,80</b>	0,15
Var16	0,4	-0,83	-0,58	-0,06	0,42	0,6	0,18	-0,66	0,03	0,68	0,27	0,37	-0,45	-0,33	0,15	<b>0,68</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

A escola do número de fatores é um ponto fundamental na execução da AF, para condensar todas as variáveis em menor número de dados (fatores). Visando facilitar as observações, adotou-se 3 fatores no intuito de elucidar os dados, com base no resultado apresentado pelo critério do gráfico de Scree Plot (gráfico abaixo).

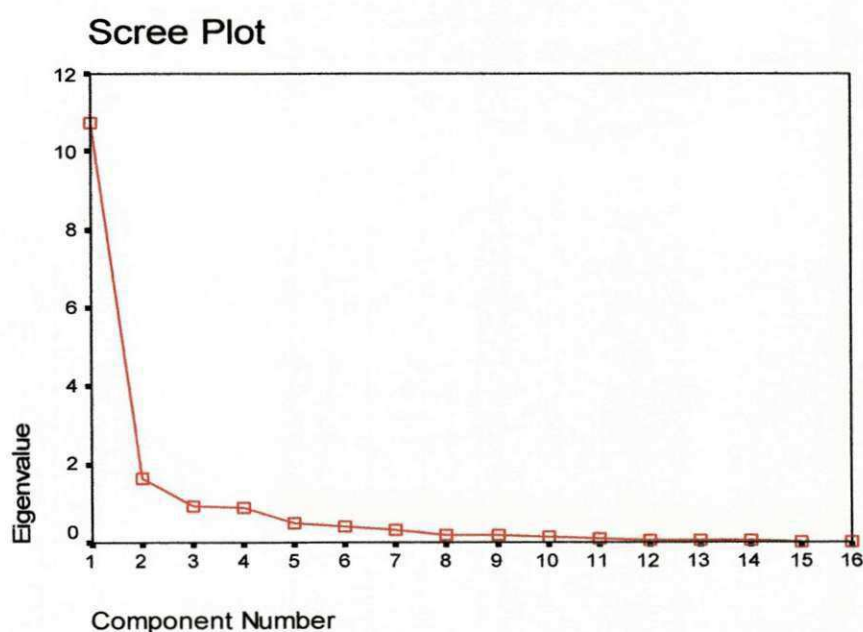


GRÁFICO 22 - Gráfico Scree Plot  
Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Esse gráfico tem como escopo ajudar o pesquisador a definir a quantidade de fatores que vão compor a análise. Consoante Bezerra (2007, p. 86) o gráfico *Scree Plot* estabelece que a “[...] definição dos fatores segue o raciocínio de que grande parcela da variância será explicada pelos primeiros fatores e que entre eles haverá sempre uma diferença significativa. Quando essa diferença se torna pequena, este ponto determina o número de fatores a serem considerados”.

Com base nos argumentações do autor, foram selecionados 3 componentes do gráfico, por possuírem maior capacidade de explicação das variáveis, uma vez que do quarto ponto em diante (de cima para baixo) do gráfico, houve uma suavização do declive (curva), diminuindo a diferença entre os pontos. Neste caso, entendeu-se que, a partir do quarto ponto os fatores assumem um baixo poder de explicação em relação à variância total dos dados, com valores ou percentuais praticamente idênticos. Sendo assim, optou-se por descartar tais fatores.

Segundo Dancey e Reidy (2006, p. 436) a idéia da análise desse gráfico (nomeado pelos autores como diagrama de declividade) é que os fatores decrescem até certo nível e depois formam uma linha quase horizontal. A regra é olhar para o gráfico e ver onde está o ponto em que o gráfico começa a ficar quase horizontal e a pegar todos os valores anteriores a esse ponto. No caso desse estudo ficou determinado 3 fatores.

TABELA 3  
Comunalidades

	Initial	Extraction
Var1 - Satisfação	1	0,79
Var2 - Atualização e competência	1	0,93
Var3 - Confiança nas informações elaboradas	1	0,93
Var4 - Agilidade	1	0,93
Var5 - Escrituração contábil financeira	1	0,70
Var6 - Tempestividade do serviço concluído	1	0,85
Var7 - Confiança no funcionário	1	0,92
Var8 - Legislação fiscal e contábil	1	0,65
Var9 - Contato direto com a empresa	1	0,83
Var10 - Ética profissional	1	0,75
Var11 - Tempo de espera	1	0,71
Var12 - Honorários contábeis	1	0,85
Var13 - Tratamento do profissional contábil	1	0,86
Var14 - Interesse em solucionar problemas	1	0,77
Var15 - Compreensão de dificuldades	1	0,92
Var16 - Estratégias para a empresa	1	0,91

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.



Segundo Bezerra e Corrar (2006) outra análise que pode ser feita antes de serem realizados outros testes é o grau de explicação atingido pelos fatores que foram calculadas na análise fatorial.

Nesse sentido, os três fatores adotados no modelo, calculadas pela AF, conseguem explicar 83,05%, da variância total, conforme evidencia a tabela abaixo (Variância Total Explicada) denotando um razoável poder de explicação em relação aos fatores. Dancey e Reidy (2006, p.437) corroboram com o entendimento de Bezerra e Corrar (2006) quando dizem que é importante observar quanto da variância os fatores conseguem extrair. Dessa forma os dados da pesquisa mostram quanto da variância dos dados em torno dos fatores. Veja a tabela abaixo.

TABELA 4  
Variância Total Explicada (3 fatores)

Fatores	% of Variance	Cumulative %
1	66,99	66,99
2	10,26	77,25
3	5,80	83,05
4	5,42	88,47
5	2,99	91,46
6	2,45	93,91
7	1,82	95,73
8	1,20	96,93
9	1,09	98,02
10	0,81	98,83
11	0,43	99,26
12	0,34	99,60
13	0,20	99,80
14	0,17	99,97
15	0,02	99,99
16	0,01	100,00

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Após a escolha do número de fatores optou-se por realizar uma rotação ortogonal de forma a preservar a orientação original entre os fatores. Para tanto foi escolhido o método de Rotação Varimax que maximiza a soma das variâncias das cargas fatoriais, fornecendo uma clara separação entre os fatores (MALHOTRA, 2001).

Para a interpretação dos fatores obtidos deve-se observar o valor da carga fatorial de cada uma das variáveis. Posteriormente foi medido o coeficiente *Alfa de Cronbach* para cada fator com o objetivo de se verificar a consistência interna dos fatores obtidos. Já que segundo Rodrigues e Paulo (2007, p.64) "Uma das perguntas mais freqüentemente feitas pelos

leitores e pelos próprios pesquisadores é: até onde podemos confiar nos dados coletados para desenvolvimento da pesquisa?” No caso desse estudo pode-se perguntar: Será que medidas escolhidas para mensurar as perspectivas dos clientes em relação aos serviços prestados pelos profissionais de contabilidade estão coerentes com os propósitos da pesquisa?

O *Alfa de Cronbach* é frequentemente utilizado em pesquisas empíricas que envolvem testes com vários itens, que abrangem variáveis aleatórias latentes, por exemplo, a avaliação da qualidade de um questionário. (RODRIGUES e PAULO, 2007, p.64)

Assim, quando da aplicação do referido teste para verificar a consistência interna dos dados pode-se verificar que todos os valores são superiores a **0,90**, o que é satisfatório segundo Hair et al. (2005). Os autores dizem que 0,7 deve ser considerado o mínimo ideal. Verifica-se que a consistência interna do fator 1 é 0,913, fator 2 0,906 e do fator 3 0,92.

TABELA 5  
Matriz Rotacionada – Varimax (Método dos Componentes Principais)

Variáveis	Fatores/Cargas Fatoriais		
	1	2	3
Var7 - Confiança no funcionário	0,78		
Var4 - Agilidade	0,77		
Var11 - Tempo de espera	0,76		
Var13 - Tratamento do profissional contábil	0,76		
Var15 - Compreensão de dificuldades	0,76		
Var5 - Escrituração contábil financeira	0,75		
Var6 - Tempestividade do serviço concluído	0,70		
Var14 - Interesse em solucionar problemas	0,69		
Var10 - Ética profissional		0,83	
Var9 - Contato direto com a empresa		0,82	
Var2 - Atualização e competência		0,78	
Var1 - Satisfação		0,76	
Var16 - Estratégias para a empresa		0,66	
Var8 - Legislação fiscal e contábil		0,55	
Var12 - Honorários contábeis			0,89
Var3 - Confiança nas informações elaboradas			0,54
% da Variância do Fator	66,99%	10,26%	5,80%
% Total da Variância explicada pelos fatores adotados		83,05%	
<b>Teste de Significância Interna das Variáveis Alpha de Cronbach</b>	<b>0,913</b>	<b>0,906</b>	<b>0,92</b>

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008.

Pasquali (2003) diz que para definir a qualidade de representação dos fatores pelas assertivas que o compõem é recomendado o teste de comunalidades que representa a porcentagem da variância da variável explicada pelos fatores.



Hair *et al.* (2005) entendem que as variáveis com comunalidades inferiores a 0,50 não tem poder explicativo suficiente. Para esta situação ele propõe duas opções:

- 1) Interpretar a solução como é e simplesmente ignorar estas variáveis; ou
- 2) Avaliar cada uma dessas variáveis para possível exclusão.

Na tabela abaixo verifica-se que nenhuma das variáveis possui cargas baixas em todos os 3 fatores encontrados. É importante destacar que algumas variáveis obtiveram maiores coeficiente (acima de 0,90), como é o caso das variáveis: 2, 3, 4, 7, 15 e 16.

TABELA 6  
Tabela das Comunalidades de Cada Fator

	Initial	Extraction
Var1 - Satisfação	1	0,79
Var2 - Atualização e competência	1	0,93
Var3 - Confiança nas informações elaboradas	1	0,93
Var4 - Agilidade	1	0,93
Var5 - Escrituração contábil financeira	1	0,70
Var6 - Tempestividade do serviço concluído	1	0,85
Var7 - Confiança no funcionário	1	0,92
Var8 - Legislação fiscal e contábil	1	0,65
Var9 - Contato direto com a empresa	1	0,83
Var10 - Ética profissional	1	0,75
Var11 - Tempo de espera	1	0,71
Var12 - Honorários contábeis	1	0,85
Var13 - Tratamento do profissional contábil	1	0,86
Var14 - Interesse em solucionar problemas	1	0,77
Var15 - Compreensão de dificuldades	1	0,92
Var16 - Estratégias para a empresa	1	0,91

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008.

O agrupamento das variáveis nos leva à interpretação dos fatores obtidos neste estudo, com a seguinte nomeação e características para os mesmos:

#### **Fator 1: Confiança, agilidade e interesse em prestar o serviço contábil**

Fica evidente que o profissional contábil deve dispor de competências relacionadas à confiança, sempre procurando identificar problemas e desenvolver soluções, aplicando os conhecimentos técnicos adquiridos, utilizando ferramentas e metodologias adequadas, como maneira de tornar o serviço ágil e útil ao usuário da informação contábil. Esse fator é o



mais importante já que é responsável por 66,99% da variância. Os resultados encontrados mantêm uma lógica devido ao fato de que quanto maior o nível de confiança, agilidade e interesse por parte do profissional, maior tende a ser a satisfação da prestação do serviço.

### **Fator 2: Competência, atualização e ética profissional**

Entende-se que o profissional contabilista na visão do gestor do comércio varejista de material de construção da cidade de Sousa, PB, deve ser ético, capaz e necessita manter-se sempre atualizado. É necessário ter a capacidade de pensar estrategicamente e quais informações tendem a satisfazer as necessidades empresarias.

Segundo Lisboa (2007), o profissional contábil deve manter um nível adequado de competência profissional, aperfeiçoando-se constantemente através de treinamentos, adequando-se aos dispositivos legais pertinentes como, leis, regulamentos, instruções, medidas provisórias e código de ética profissional, como também preparar relatórios claros e completos, com recomendações apropriadas após cada análise.

### **Fator 3: Honorários contábeis e informações elaboradas**

Entende-se que o honorário contábil do profissional da contabilidade no atual contexto do setor em estudo está diretamente relacionado ao nível de informações que são elaboradas.

Acredita-se que os resultados aqui apresentados constituem uma importante fonte de informações acerca da visão de um determinado grupo clientes em relação à prestação do serviço contábil, especificamente no segmento em estudo da cidade de Sousa, PB. Fornecem elementos que podem está sendo discutidos e avaliados por profissionais da área e ainda apresenta, portanto, uma contribuição acadêmica – geração de fatores correlacionados ao assunto, que poderá ser utilizada e aperfeiçoada em outros estudos futuros.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No decorrer da pesquisa procurou-se analisar quais os requisitos de satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção do município de Sousa PB em relação à prestação dos serviços contábeis prestados pelos profissionais deste município, verificando se estes serviços estão atendendo às necessidades destas empresas.

Para realização desta pesquisa foi feito um estudo de campo, de natureza descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. No entanto, os dados foram coletados através de um questionário estruturado, com perguntas fechadas e abertas, relacionados a satisfação da prestação dos serviços contábeis.

A interpretação dos dados obtidos através dessa pesquisa possibilitou algumas conclusões, que respondem ao problema de pesquisa, exposto anteriormente, com o intuito de facilitar a gestão das mesmas.

Os resultados evidenciados apontam para um certo nível de satisfação, uma vez que, 45,8% apontam que os serviços atendem as necessidades empresariais. Esse resultado mostra que o serviço prestado às empresas em estudo precisam ser melhorados, visto que o profissional contábil tem a função de gerar informações financeiras e patrimoniais, que propiciem uma base segura aos gestores para que, assim, estes possam tomar decisões, se baseando no estado em que se encontra o empreendimento, demonstrado nos dados passados pelo profissional contábil.

Em seguida foi analisado se estas empresas consideram o profissional contábil atualizado, competente e prestativo para com sua empresa. Entende-se que as empresas consideram o profissional bom neste sentido, 45,8%. No entanto, elas mostram que estes profissionais precisam aprimorar-se cada vez mais, não se preocupando apenas em calcular impostos, mas também em mostrar soluções para as dificuldades enfrentadas por estas empresas.

Constatou-se também que as informações contábeis elaboradas para o auxílio das decisões dessas empresas, não estão servindo de auxílio como deveriam, visto que apenas 29,2% consideraram muito bons e 33,3% bom. Ainda denota que a maioria dos profissionais da contabilidade não está proporcionando às empresas o seu objetivo principal, que é o de gerar informações relevantes para tomada de decisão, fato que pode comprometer a qualidade da prestação do serviço.

Evidencia-se que o profissional Contábil deve ser um parceiro do cliente na gestão da empresa, procurando sempre conhecer o grau de satisfação delas. Para isso, é necessário que adotem um sistema de qualidade no seu escritório, valorizando os funcionários, implantando processo de aprimoramento contínuo, investindo em cursos de aperfeiçoamento para os colaboradores da organização.

As informações colhidas revelam que os profissionais contábeis só estão se preocupando em oferecer apenas os serviços obrigatórios, ou seja, o cálculo de impostos, satisfazendo apenas a vontade de um dos seus usuários – o governo, não vendo a relevância que é gerar informações a estas empresas, orientando-as para que possam dispor de um serviço com maior qualidade. Diante desta realidade apresentada, faz-se necessária a conscientização dos profissionais contábeis acerca da necessidade de ofertas destes novos serviços, uma vez que existe uma demanda considerável.

A permanência no mercado de trabalho exige o aperfeiçoamento de conhecimentos, uma vez que são constantes os novos desafios, e, neste cenário, o empresário busca ajuda para facilitar os processos de soluções de problemas e tomadas de decisões. Por isso, há a necessidade desses profissionais contábeis que prestam serviços as empresas em estudo, procurarem adquirir novos conhecimentos, para assim orientá-las melhor, não esquecendo de fazerem visitas com mais frequência a essas empresas, gerando informações relevantes que sirvam de apoio na tomada de decisão destas.

Foram encontrados ainda 3 fatores: o fator 1 relacionado a **confiança, agilidade e interesse em prestar o serviço contábil**; o fator 2 relacionado à **competência, atualização e ética profissional**; e o fator 3 a **honorários contábeis e informações elaboradas**.

Acredita-se que os resultados aqui apresentados constituem uma importante fonte de informações acerca da visão de um determinado grupo clientes em relação à prestação do serviço contábil, especificamente no segmento em estudo da cidade de Sousa, PB. Fornecem elementos que podem está sendo discutidos e avaliados por profissionais da área e ainda apresenta, portanto, uma contribuição acadêmica – geração de fatores correlacionados ao assunto, que poderá ser utilizada e aperfeiçoada em outros estudos futuros.

Enfim, pretendeu-se com este trabalho também contribuir com o profissional da área contábil, alertando-os para a importância de preocupar-se permanentemente com a qualidade dos serviços prestados, ressaltando a importância dessa qualidade para garantir a sobrevivência da organização no mercado.

## 5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

Os resultados originados deste estudo apresentam importantes contribuições tanto acadêmicas quanto gerenciais para os gestores do comércio varejista de materiais de construção. Entretanto, como toda pesquisa das ciências sociais, apresenta algumas limitações quanto à sua aplicação.

Algumas limitações podem ser observadas, do tipo:

1. Pode ter ocorrido viés de resposta: responder ou não à pesquisa depende em parte das características, atitudes, opiniões e interesse no assunto. Como resultado, alguns tipos de pessoas podem estar sendo super representados, enquanto outros estão sendo subrepresentados, criando resultados enviesados;
2. Os questionários foram aplicados aos gestores do comércio varejista de materiais de construção, o que pode implicar em uma tipologia de respondentes específica. Ou seja, existe a possibilidade dos resultados serem diferentes caso a pesquisa fosse realizada em outros períodos e segmentos do comércio varejista da cidade de Sousa, PB.
3. Sugere-se também o uso de outras técnicas estatísticas, do tipo regressão múltipla, análise discriminante para avaliação de quais as variáveis que mais influem na qualidade dos serviços contábeis segundo a percepção dos gestores envolvidos no processo de utilização das informações contábeis no âmbito do sertão paraibano.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

AUGUSTO, Herquimeire Cristina Garrido. **Os serviços contábeis necessários à gestão das empresas do comércio varejista da cidade de Sousa-PB**. Monografia Curso Especialização em Gestão de Negócios Público e Gestão estratégica de negócios – Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, Universidade Federal de Campina Grande, Campus de Sousa/PB, 2006.

BEUREN, Ilse Maria (Org.) et al. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2006.

BEZERRA, Francisco Antonio. Análise Fatorial. In: **Introdução à Análise Multivariada**. In: Análise Multivariada para os Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. São Paulo: Atlas 2007. Cap.3

BEZERRA, Francisco Antonio; CORRAR, Luiz J. **Utilização da Análise Fatorial na Identificação dos Principais Indicadores para Avaliação do Desempenho Financeiro: Uma Aplicação nas Empresas de Seguros**. Revista de Contabilidade e Finanças – USP. São Paulo, n.42, set/dez 2006.

BORINELLI, Márcio Luiz; BEUREN, Ilse Maria. **Contabilidade e ciclo de vida organizacional: uma contribuição recíproca**. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília: Revista do Conselho Federal de Contabilidade, n. 140, p. 33-47, Mar/Abr/ 2003.  
BRASIL. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor**. Brasília, 2006.

CAVALCANTE, Carmem Haab Lutte; RECKZIEGEL, Leondeide Erhart. **Um estudo da imagem do contador no município de Itapiranga-SC**. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília: Revista do Conselho Federal de Contabilidade, n. 165, p. 75-89, Mai/jun, 2007.

CARVALHO, J. R. M. de. et al. **Determinando Padrões de Qualidade dos Serviços Contábeis no Setor de Comércio: Uma Aplicação Utilizando a Análise Fatorial**. In: Anais do II Seminário UFPE de Ciências Contábeis. Recife, PE, 2008.

CARVALHO, J. R. M. de; MATIAS-PEREIRA, José. **Aplicação da análise fatorial na identificação dos fatores de desempenho não-financeiro das empresas salineiras no Estado do Rio Grande do Norte**. In: Anais do XIV Congresso Brasileiro de Custos, João Pessoa, PB, Brasil, 05 de dezembro a 07 de dezembro de 2007.

CARVALHO, José Luis Felício dos Santos de; VERGARA, Sylvia Constant Vergara. **Repensando os roteiros de Marketing de Serviços – Análise crítica da Teoria dos**

**Scripts Cognitivos.** In: Anais do XXIV ENANPAD, Florianópolis, SC, Brasil, setembro/2000.

CASTRO, Gisele de Souza; SANABIO, Marcos Tanure. **O profissional de contabilidade e as micro e pequenas empresas-MPE's: mudanças e posicionamento.** Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 4. 2005, Curitiba, Anais, 2005, p. 1356-1370.

**Curso a Distância sobre o Simples Nacional.** Disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/EnsinoDistancia/SimplesNacional/Default.htm>. Acesso em 15.10.2008.

DANCEY, Christine P. REIDY, John. **Estatística sem Matemática para Psicologia Usando SPSS para Windows.** 3ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2006.

FERNANDES, Fernando. **Qualidade no Atendimento em Órgãos Públicos.** Treinamento Empresarial SEBRAE, PB. Sousa: 2006.

GALLON, Alessandra Vasconcelos et al.. **Avaliação da importância dos atributos e a satisfação dos clientes de supermercados do médio vale do Itajaí-SC.** Revista Brasileira de Gestão de negócios. São Paulo, v.10, n.27, p. 150-160, abr./jun. 2008.

HAIR, J. F. Jr.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise Multivariada de Dados.** 5ª edição. Bookman Editora, São Paulo, 2005.

HARGREAVES, L. et al. **Qualidade em Prestação de Serviços.** Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

JUNIOR, Isnard Marshall et al. **Gestão da Qualidade.** 8ª edição. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi . **Marketing de serviços.** 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi . **Qualidade Total em Serviços.** 3ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **Administração de Produtos.** In: **Gestão de Marketing.** Coordenação Sérgio Roberto Dias. 5ª edição. São Paulo: Saraiva, 2006.

LISBOA, Lázaro Plácido. **Ética Geral e Profissional em Contabilidade.** 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.

LOPES, Alexsandro Broedel; MARTINS, Eliseu. **Teoria da Contabilidade – Uma nova abordagem.** São Paulo: Atlas, 2007.

MILAN, Gabriel Sperandio. **Ampliando o entendimento sobre a emoção existente nas interações de serviços**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios. São Paulo, v.9, n.23, p.51-60, jan./abr. 2007.

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOSIMANN, Clara Pellegrinello; FISCH, Sílvio. **Controladoria: seu papel na administração de empresas**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, Hermeliano de. **Marketing do escritório contábil**. Joinville/SC, Ago. 2008.. Disponível em <http://www.classecontabil.com.br/servlet.art.php?id=1690&query=>. Acesso em 27.10.2008.

OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ JR., José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria Estratégica**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.

PAIVA, Simone Bastos. **O processo decisório e a informação contábil: Entre objetividades e subjetividades**. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília: Revista do Conselho Federal de Contabilidade, n. 123, p. 76-82 Mai/jun/ 2000.

PARASURAMAN, A. *et al.* **Um modelo conceitual de qualidade de serviço e suas implicações para a pesquisa no futuro**. Revista Rae-Clássicos. Out/Dez, 2006.

PASQUALI, L. **Psicometria: Teoria dos Testes na Psicologia e na Educação**, Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.

PELEIAS, Ivam Ricardo et al. **Marketing nos escritórios de contabilidade do estado de São Paulo**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios. São Paulo, v.9, n.23, p.61-77, jan./abr. 2007.

PEREIRA, Júlio César Rodrigues. **Análise de Dados Qualitativos: Estratégias Metodológicas para as Ciências da Saúde, Humanas e Sociais**. São Paulo: EDUSP, 2004.

Resolução CFC nº 1098 de 28/08/2007. Disponível em <http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES-1098.doc>. Acesso em 22.09.2008.

Resolução CFC nº 803/1996 – Art.2º . **In Anais O CRCRS e a Legislação da Profissão Contábil**. 10ª edição. Editor CRCRGS. Porto Alegre, 2000.

ROCHA, Vitor G. A. da; OLIVEIRA, Patricia Andrea da Silva. **Avaliando a Qualidade de Serviço: Aplicação da Escala SERVQUAL numa Grande Instituição Bancária.** In: Anais do XXVII ENANPAD, Atibaia/SP, Brasil, 24 a 27 de setembro de 2003.

RODRIGUES, Adriano; PAULO, Edilson. **Introdução à Análise Multivariada.** In: Análise Multivariada para os Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. São Paulo: Atlas 2007. Cap.1

ROLIM, Fagno Dallino. **A qualidade da Gestão na Informação Radiofônica, na difusora Rádio Cajazeiras 1070 RHZ.** Monografia Curso Especialização em Gestão de Negócios e Negócios Públicos. Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, Universidade Federal de Campina Grande, Campus de Sousa/PB, 2006.

SHIGUNOV, Tânia Regina Zunino; SHIGUNOV, André Rogério. **A qualidade dos serviços contábeis como ferramenta de gestão para os escritórios de contabilidade.** Revista eletrônica de Ciência Administrativa, Edição 3, Vol. 2, nº 1, Mai/2003. Disponível em: <http://www.facecla.com.br/revistas/recadm/edição3/artigo3.pdf>. Acesso em 20.10.2008

SOUZA, Edilberto Martins Cardoso de; SANTOS, Rogério Teles. Sergipe-SE, Ago/ 2005. **A contabilidade como ferramenta de controle.** Disponível em [http://www.classecontabil.com.br/servlet\\_art.php?id=716&query=](http://www.classecontabil.com.br/servlet_art.php?id=716&query=). Acesso em 27.10.2008.

SOUZA, Antonio Carlos de; FIALHO, Francisco Antonio Pereira; OTANI, Nilo. **TCC: Métodos e Técnicas.** Florianópolis: Visual Books, 2007

THOMÉ, Irineu. **Empresas de Serviços Contábeis: estrutura e funcionamento.** 1ª edição. São Paulo: Atlas, 2001.

TREZ, Guilherme; LUCE, Fernando Bins. **Os Serviços ao Cliente e a Performance da Empresa.** In: Anais do XXV ENANPAD, Campinas, SP, Brasil, 16 a 19 de setembro de 2001.

VIEIRA, Maria das Graças. **A ética na Profissão Contábil.** 1ª edição. São Paulo: IOB Thomson, 2006.



## **APÊNDICES**



Sousa-PB, 03 de setembro de 2008

Ilmº Sr.  
Superintendente da Coletoria Estadual de Sousa, PB.

O Coordenador Administrativo da Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis solicita lista de endereços das empresas do Setor de Comércio Varejista de Materiais de Construção da cidade de Sousa, PB, com intuito de servir de base para a pesquisa de conclusão de curso da discente **Francilene Araújo Silva Tomaz** intitulada Qualidade de Serviços Contábeis: Um estudo junto as Empresas do Setor de Comércio Varejista de Materiais de Construção no município de Sousa-PB.

Respeitosamente

**José Ribamar Marques de Carvalho**  
Professor da UFCEG e Orientador  
Matrícula SIAPE: 24204835



## CARTA DE APRESENTAÇÃO

Sousa-PB, 11 de setembro de 2008

Prezado Empresário,

Apresento a aluna do Curso de Ciência Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande **Francilene Araújo Silva Tomaz**. A mesma precisa de sua colaboração para direcionar e conduzir sua pesquisa que tem como objetivo **Investigar quais os requisitos de satisfação das empresas de comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB em relação a qualidade dos serviços contábeis oferecidos**.

Dirijo-me, mui respeitosamente, a V. Sa., com intuito de solicitar sua colaboração, que é muito valiosa, tendo em vista que, os dados obtidos de sua empresa servirão e terão a finalidade, de cumprir exigências para a obtenção do título de graduação em Ciências Contábeis.

As informações prestadas neste questionário serão tratadas de maneira confidencial. Portanto, solicito que as respostas sejam as mais exatas possíveis para que o objetivo possa ser alcançado. Informo ainda que as informações só serão apresentadas de forma agregada e os dados obtidos de cada organização não serão destacados individualmente. Os resultados serão divulgados na Biblioteca do CCJS/UFCEG, Campus Sousa, PB.

Atenciosamente,

**José Ribamar Marques de Carvalho**  
Professor da UFCEG e Orientador  
Matrícula SIAPE: 24204835

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**PESQUISADORA: Francilene Araújo Silva Tomáz**

**ORIENTADOR: José Ribamar Marques de Carvalho**

**QUESTIONÁRIO DE PESQUISA**

**Pesquisa: Qualidade em Serviços Contábeis: Um Estudo nas Empresas do Setor de Comércio Varejista de Material de Construção no Município de Sousa, PB.**

1) Função do entrevistado?

Gerente

Proprietário

Sócio

Outros (Especificar): \_\_\_\_\_

2) Grau de instrução do entrevistado

Ensino médio incompleto

Ensino Médio completo

Superior incompleto

Superior completo

Pós-graduação

Outros: \_\_\_\_\_

3) Tempo de experiência no setor?

até 5 anos

entre cinco e dez anos

Acima de 10 anos

4) Porte da empresa

Micro empresa

Média empresa

Grande empresa

5) Quanto tempo sua empresa está com o profissional de contabilidade.

\_\_\_\_\_ anos

6) Abaixo consta uma série de assertivas que tentam detectar qual a percepção do gestor em relação à qualidade da prestação dos serviços contábeis. Você deverá marcar o grau de discordância/concordância (numa escala de 1 a 5) de cada assertiva/questionamento, onde: 1 pouco; 2 razoavelmente; 3 neutro; 4 bom; e 5 muito bom.

## Grau de

Os serviços contábeis que estão sendo oferecidos estão atendendo satisfatoriamente as necessidades de sua empresa?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Você considera o contador um profissional atualizado, competente e prestativo para com sua empresa?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Você tem confiança de que as informações contábeis informadas estão subsidiando o processo de tomada de decisão na sua empresa?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade são realizados corretamente e com agilidade?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
O contador mantém em dia a movimentação contábil e financeira de sua empresa?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Sua empresa é informada quando o serviço contábil é concluído?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Os serviços prestados pelos funcionários do escritório de contabilidade transmite confiança?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Sua empresa é informada sobre as alterações ocorridas na legislação contábil e fiscal?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
O contador mantém um contato direto com sua empresa (visitas, orientações etc) periodicamente?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Você acredita que o contador de sua empresa atende aos propósitos da ética profissional?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
O tempo de espera da prestação do serviço contábil atende as necessidades (exigências e expectativas) de sua empresa?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Você considera que os honorários pagos a seu contador são compatíveis com os serviços prestados?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Você é tratado de maneira atenciosa pelo contador ou pelos funcionários dele?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
Você ou os funcionários do escritório demonstram interesse em solucionar os problemas de seus clientes.	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
O contador e os funcionários de seu escritório compreendem as dificuldades apresentadas pela sua empresa?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05
O escritório de contabilidade estabelece estratégias para a empresa?	Sim ( ) Não ( )	01	02	03	04	05

**discordância/concordância**

Desde já agradecemos pela sua colaboração na consecução desse estudo.