



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



VALKIRIA DE SOUZA ALBUQUERQUE

**QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS SOB A ÓTICA DOS GESTORES DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE
CAJAZEIRAS, PB**

SOUSA – PB
2013

Valkiria de Souza Albuquerque

Qualidade dos Serviços Contábeis sob a Ótica dos Gestores das Micro e Pequenas Empresas: Um Estudo no Município de Cajazeiras, PB

Trabalho de conclusão de curso apresentado a Coordenação de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande – PB como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof^o. Ms. Hipônio Fortes
Guilherme

**Sousa – PB
2013**

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Por este termo, eu abaixo assinado, assumo a responsabilidade de autoria do conteúdo do referido trabalho de conclusão do curso, intitulado: Qualidade dos serviços contábeis sob a ótica dos gestores das micro e pequenas empresas: Um estudo no Município de Cajazeiras, PB, estando ciente das sanções legais previstas referentes ao plágio. Portanto, ficam a instituição, o orientador e os demais membros da banca examinadora isentos de qualquer ação negligente da minha parte, pela veracidade e originalidade desta obra.

Sousa, 18 de abril de 2013.

Valkiria de Souza Albuquerque
Autor(a)

VALKIRIA DE SOUZA ALBUQUERQUE

**QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS SOB A ÓTICA DOS GESTORES DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE
CAJAZEIRAS, 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:

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. MSc. Hipônio Fortes Guilherme
Professor Orientador

Prof. Alexandre Wállice Ramos Pereira
Membro examinador

Islânia Andrade de Lira Delfino
Membro examinador

**Sousa-PB
Maio/2013**

Dedico a minha mãe Genivalda Pereira de Souza, que com muito empenho sempre se sacrificou para me dar a melhor educação, e que me incentivou bastante para a concretização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pelo dom da vida e pela sabedoria para concluir essa fase da minha vida, pois sem Ele nada seria possível.

Quero expressar ao Prof. Hipônio, toda a minha gratidão pela orientação e imenso incentivo, que foi imprescindível para a realização deste trabalho. Não poderia ter escolhido pessoa melhor para esta função, você foi incrível.

A todos os meus professores da Universidade Federal de Campina Grande, Campus Sousa, bem como aos demais funcionários da mesma.

A minha mãe Genivalda, meu pai João Batista e minha irmã Vlândia, por toda a ajuda nesse momento tão importante da minha vida. A vocês todo o meu amor.

A minha grande amiga Aline Fernanda, por toda a força e apoio ao longo de todo o curso e principalmente nessa fase final.

Ao meu namorado José Raryson, que esteve ao meu lado, sempre me incentivando e me ajudando.

A todos que responderam o questionário, fica aqui o meu muito obrigado.

Aos meus amigos e colegas da UFCG, que torceram pelo sucesso deste trabalho, especialmente Jociara, Adriana, Francimério, Ivone, Márcio e Segundo.

As minhas amigas Veruska, Ruth, Gessyca, por toda a torcida, a minha prima Jayanne que me ajudou demais.

E a todos que de alguma maneira me ajudaram na realização desse sonho. Agradeço sinceramente a todos.

“Educação nunca foi despesa. Sempre foi investimento com retorno garantido.” (Sir Arthur Lewis)

RESUMO

Diante de um mercado tão competitivo, o ambiente empresarial está cada vez mais complexo e desafiador, e as empresas tiveram que definir novas estratégias para poder dar continuidade as suas atividades. Pois, os profissionais contábeis precisam atender as necessidades de seus clientes, auxiliando os gestores no desenvolvimento da empresa, dando suporte para a tomada de decisões o que exige uma constante atualização e qualificação profissional. Neste contexto, o objetivo proposto por esta pesquisa foi investigar a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do Município de Cajazeiras – PB sobre a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais contábeis. Para tanto, realizou-se um estudo bibliográfico, de campo e descritivo, a partir de uma amostra não probabilística de 44 empresas, extraída de uma população de 1.312 micro e pequenas empresas que atuam no município de Cajazeiras, PB. Para a coleta de dados, utilizou-se um questionário estruturado com base em questões que atendessem aos objetivos propostos por essa pesquisa. Como resultado, conclui-se que poucos são os empresários que demonstram estar satisfeitos com a qualidade dos serviços contábeis e a maioria não têm consciência se os serviços têm qualidade ou não, pois demonstram indiferença em relação à qualidade aos serviços contábeis. Entretanto, os profissionais contábeis são vistos, como responsáveis por executar atividades voltadas apenas para as obrigações fiscais das empresas.

Palavras-chave: Serviços Contábeis. Qualidade. Micro e pequenas empresas.

ABSTRACT

Faced with such a competitive market, the business environment is becoming increasingly complex and challenging, and companies had to define new strategies to be able to continue their activities. For accounting professionals need to meet the needs of its customers, assisting managers in enterprise development, providing support for decision making which requires a constant updating and qualification. In this context, the objective proposed by this research was to investigate the perception of managers of micro and small enterprises in the city of Cajazeiras - PB on the quality of services provided by accounting professionals. Therefore, we performed a bibliographic study, field and descriptive, from a non-probability sample of 44 companies, from a population of 1,312 micro and small enterprises operating in the municipality of Cajazeiras PB. To collect data, we used a structured questionnaire based on questions that met the objectives proposed by this research. As a result, it is concluded that there are few entrepreneurs who report being satisfied with the quality of accounting services and most are unaware that the services are quality or not, they show indifference to quality financial services. However, accounting professionals are seen as responsible for performing activities related only to tax liabilities of companies.

Word-key: Accounting Services. Quality. Micro and small enterprises.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: A qualidade percebida pelo cliente	38
----------------------------------------------------	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Usuários da Informação Contábil	25
Tabela 2 Características da Informação.....	40
Tabela 3 Características da Informação.....	41

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Função.....	42
GRÁFICO 2: Tempo de atuação.....	43
GRÁFICO 3: Grau de escolaridade.....	43
GRÁFICO 4: Regime de tributação.....	44
GRÁFICO 5: Domicílio do contador.....	44
GRÁFICO 6: Utilização dos serviços contábeis.....	44
GRÁFICO 7: Tempo com o atual contador.....	45
GRÁFICO 8: Qualidade como fundamento básico.....	45
GRÁFICO 9: Conceito de qualidade dos serviços contábeis.....	46
GRÁFICO 10: Relevância das informações contábeis.....	47
GRÁFICO 11: Finalidade dos serviços contábeis.....	48
GRÁFICO 12: Serviços oferecidos.....	49
GRÁFICO 13: Serviços mais relevantes.....	50
GRÁFICO 14: Existência da qualidade nos serviços contábeis.....	50
GRÁFICO 15: Ética profissional.....	51
GRÁFICO 16: Tempestividade nas informações.....	51
GRÁFICO 17: Solicitação da documentação.....	52
GRÁFICO 18: Devolução da documentação à empresa.....	52
GRÁFICO 19: Confiabilidade das informações.....	53
GRÁFICO 20: Melhorias para a empresa.....	53
GRÁFICO 21: Responsabilidade social.....	54
GRÁFICO 22: Informações sobre alterações na legislação.....	54
GRÁFICO 23: Relacionamento com a empresa.....	55
GRÁFICO 24: Resolução de problemas fiscais.....	55
GRÁFICO 25: Resolução de problemas trabalhistas.....	56
GRÁFICO 26: Necessidade de alteração do contador.....	56
GRÁFICO 27: Atendimento nas solicitações.....	57
GRÁFICO 28: Imagem do contador no meio empresarial.....	57
GRÁFICO 29: Confiança nos funcionários contratados.....	58
GRÁFICO 30: Prontidão para resolver os erros.....	58
GRÁFICO 31: Conhecimento técnico.....	59
GRÁFICO 32: Segurança transmitida.....	59
GRÁFICO 33: Acessibilidade do contador.....	60
GRÁFICO 34: Aparência do contador.....	60
GRÁFICO 35: Honorários acordados.....	61
GRÁFICO 36: Multas pagas.....	62
GRÁFICO 37: Serviços adicionais.....	62

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CC - Código Civil

CFC - Conselho Federal de Contabilidade

CRC - Conselho Federal de Contabilidade

DOAR - Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos

DRE - Demonstração do Resultado do Exercício

PIB - Produto Interno Bruto

IBRACON - Instituto dos Auditores Independentes do Brasil

IFRS - International Financial Reporting Standards

ISO - International Organization for Standardization

MEI - Microempreendedor Individual

MPE - Micro e Pequena empresa

NBC - Norma Brasileira de Contabilidade

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SIMPLES NACIONAL - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Problemática	16
1.2	Objetivos	17
1.2.1	Objetivo geral	17
1.2.2	Objetivos específicos	18
1.3	Justificativa	18
1.4	Procedimentos metodológicos	20
1.4.1	Classificação do estudo	20
1.4.2	População e amostra	21
1.4.3	Coleta de dados	21
1.4.4	Tratamento e Análise dos dados	22
2	REFERENCIAL TEÓRICO	23
2.1	Conceito e importância da contabilidade	23
2.2	Conceitos de qualidade	27
2.3	Serviços	29
2.3.1	Definição	29
2.3.2	Características do serviço	30
2.3.3	Serviços contábeis	32
2.4	Qualidade em serviços	36
2.5	Sistema de Informações Contábeis	39
2.5.1	Características e Valor da Informação	40
3	PRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	42
3.1	Caracterização das empresas pesquisadas	42
3.2	Aspectos relacionadas à qualidade dos serviços contábeis	45
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
	REFERÊNCIAS	66
	APÊNDICE	72
	APÊNDICE A – Questionário	73

1 INTRODUÇÃO

Diante das transformações ocorridas em todo o mundo nas áreas política, social, econômica, tecnológica e cultural, os negócios ficaram ainda mais complexos e o ambiente empresarial está cada vez mais desafiador, exigindo dessa forma uma permanente atualização e qualificação dos profissionais de contabilidade.

Nos últimos anos a contabilidade brasileira passou por uma grande mudança, que foi a adoção das Normas Internacionais de Contabilidade. A IFRS (International Financial Reporting Standards) fez surgir uma nova forma de fazer contabilidade, houve uma modernização e evolução, e isso realçou para os empresários, o governo e a sociedade o quanto é fundamental a participação dos profissionais de contabilidade no desenvolvimento do país.

Devida a adaptação necessária para a nova contabilidade, o mercado contábil se tornou ainda mais competitivo. Portanto a qualidade dos serviços contábeis torna-se indispensável para os profissionais dessa área se manterem e expandir seu campo de atuação. Marion (2003) relata que:

As pequenas e médias empresas precisam utilizar a contabilidade como instrumento essencial no processo decisório da organização, e para isso necessitam que os profissionais estejam aptos para além de atender as necessidades básicas dos clientes, buscar a excelência na qualidade dos serviços, e sempre superar as expectativas dos mesmos, para não só garantir a satisfação do cliente, mas conquistar sua confiança e em função disso a fidelidade do cliente, bem como obter uma imagem positiva no mercado.

O profissional contábil que aprimora seus conhecimentos para cumprir com suas atribuições de forma competente, certamente, terá um significativo campo de atuação. E, além disso, deve desempenhar suas funções com atitudes éticas, adquirindo a confiança dos empresários e da sociedade.

As organizações utilizam a evidenciação de informações contábeis para atender às exigências dos órgãos fiscalizadores, para demonstrar a sociedade os resultados de gestão e para o esclarecimento aos usuários da informação contábil. Evidenciação não significa apenas tornar públicas as informações de determinada organização, mas sim publicar com qualidade, clareza e tempestividade.

Conforme Sousa (2003 *apud* PUGUES; OTT, 2009), é importante que:

as empresas contábeis invistam em técnicas avançadas de gestão. Aquelas que possuem um sistema de gestão eficiente e capaz de fornecer informações úteis aos gestores estarão certamente aptas para garantir sua sobrevivência e continuidade nesse cenário de mudanças e incertezas.

Ao se administrar uma empresa, os gestores estão freqüentemente tomando decisões, por isso há necessidades de dados, de informações corretas, de subsídios que contribuam para uma boa tomada de decisão e o sistema de informação contábil proporciona uma visão dos fatos econômicos, financeiros e patrimoniais, ao mesmo tempo em que facilita o acesso às informações, proporcionando relatórios mais precisos e rápidos, com menor esforço.

As empresas necessitam se ajustar para competir no mercado atual, pois o cenário empresarial apresenta mudanças aceleradas, novas tecnologias, recursos escassos, clientes cada vez mais exigentes e tomadas de decisões rápidas. Todas as organizações almejam obter resultados positivos e garantir o crescimento no mercado de forma eficiente e prática e para isso a contabilidade gerencial é fundamental. O profissional contábil têm que auxiliar as empresas a se desenvolver e permanecer no mercado, dando suporte para a tomada de decisões, orientando e participando da gestão, agindo como consultor, conhecendo os seus negócios e contribuindo para o sucesso da empresa.

Marion (2005 *apud* PUGUES; OTT, 2009) sugere que:

o contador deve ser o profissional mais bem informado de toda a empresa, pois sua atuação exige que conheça as operações realizadas, faça o seu registro e apresente as informações resultantes do processo contábil na forma de relatórios para a administração da empresa, afim de que esta possa tomar decisões. As decisões tomadas, por sua vez, podem ocasionar retornos positivos ou negativos para a empresa e influenciar quem dela depende. Nessas circunstâncias, o contador assume verdadeiramente uma responsabilidade social.

Portanto, o profissional contábil está incluso em uma realidade, onde surge a necessidade de qualificação constante, pois o mesmo tem a função básica dentro da organização de desenvolver e fornecer dados para a avaliação do desempenho da organização, apurar a situação financeira e atender às exigências dos órgãos fiscalizadores. Então o que esta pesquisa sugere é avaliar a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais de contabilidade, na percepção das micro e pequenas 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, os procedimentos metodológicos, classificação do estudo, população e amostra, coleta de dados e tratamento e análise dos dados.

No capítulo 2, está o referencial teórico, em que são apresentados o conceito e a importância da contabilidade, conceitos de qualidade, particularidades dos serviços, com sua definição, caracterização e qualidade, com foco nos serviços contábeis, os sistemas de informações contábeis, apresentando sua importância na tomada de decisões das empresas.

No capítulo 3 contém a apresentação e discussão dos resultados, em que através da pesquisa de campo realizada nas micro e pequenas empresas do Município de Cajazeiras-PB, são analisados a percepção dos gestores 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 Problemática

Em um mercado tão competitivo, os empresários buscam profissionais contábeis que ofereçam serviços de alta qualidade, pois as informações contábeis exercem um papel fundamental nas organizações.

A competitividade do mercado exige que as organizações invistam na qualidade dos produtos ou serviços prestados. Piazza (1999, p.9) afirma que “Ter um empreendimento hoje ou buscar um lugar no mercado de trabalho exige conhecimento, domínio, sintonia com o moderno e capacidade de perceber erros. O período de amadorismo chegou ao fim, pois quem não tem qualidade é aniquilado”.

A contabilidade desempenha o papel de crescimento e desenvolvimento das organizações, pois é uma ferramenta indispensável no processo decisório das empresas.

E, portanto, hoje, a contabilidade é considerada uma profissão altamente competitiva, e o diferencial para os profissionais de contabilidade é a excelência dos serviços prestados. Para essa excelência é indispensável que hajam quatro características qualitativas, são elas: compreensibilidade, relevância, confiabilidade e comparabilidade.

Figueiredo e Fabri (2000, *apud* PUGUES; OTT, 2009) destacam que o perfil do profissional da contabilidade deve incluir:

[...] o domínio da linguagem dos negócios, pois é o responsável pelo ambiente de geração de informações fundamentais ao processo decisório/estratégico das organizações. Caracteriza-se como um profissional crítico, ético e lúcido, solidamente capacitado para planejar, organizar, liderar e dirigir as atividades de controle do gerenciamento contábil das empresas.

Para Rosa e Kamakura (2001, p. 1), “torna-se imperioso conhecer os aspectos que o cliente está percebendo como algo que lhe traga satisfação e que contribua para manter sua relação com a empresa provedora dos serviços ou produtos”.

Diante disso, é necessário descobrir a satisfação dos micros e pequenos empresários, quanto aos serviços prestados pelos profissionais contábeis.

Considerando o exposto, surge a seguinte indagação motivadora dessa pesquisa: **Qual a percepção os gestores das micro e pequenas empresas do Município de Cajazeiras-PB sobre a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais contábeis?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Investigar a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do município de Cajazeiras, PB sobre a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais contábeis.

1.2.2 *Objetivos específicos*

- Levantar os principais serviços oferecidos pelos profissionais contábeis;
- Identificar quais as informações fornecidas pelos profissionais contábeis são consideradas relevantes para os gestores;
- Verificar se os serviços contábeis contratados/realizados estão atendendo satisfatoriamente às necessidades das empresas em estudo;
- Averiguar o interesse demonstrado pelos profissionais contábeis em melhorar a qualidade dos serviços prestados, sob a ótica dos gestores das empresas.

1.3 **Justificativa**

Considerando o mercado bastante competitivo, os empresários precisam utilizar a contabilidade como instrumento indispensável na gestão das organizações. Portanto, o profissional contábil precisa atender as necessidades dos mesmos, mantendo-se sempre atualizado com as normas da legislação vigente e os procedimentos de contabilidade, acompanhando as novas tendências contábeis, buscando constantemente o aprimoramento, e principalmente a quebra de paradigmas. Portanto há uma exigência do mercado em possuir profissionais qualificados.

Nos últimos dois anos, se observa o crescimento da quantidade de pequenos negócios no estado da Paraíba, o número de micro e pequenas empresas (MPE) e MEI do estado aumentou de 75 mil, em 2010, para 112 mil, neste ano, segundo dados da Receita Federal. Em 2011, as MPE foram responsáveis por 88% dos novos empregos gerados no estado, conforme dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) do Ministério do Trabalho.

Segundo a economista e gerente de Gestão Estratégica do SEBRAE da Paraíba, Ivani Costa (2012):

As MPE têm fundamental importância para o crescimento econômico do país, pois promovem impacto na criação de emprego e renda e geram

melhorias na condição de vida da população. Também dinamiza a economia dos bairros e municípios, interiorizando o desenvolvimento. Em estados que não possuem grandes empresas, como a Paraíba, os pequenos negócios assumem ainda maior relevância.

O “bom serviço geralmente é aquele que tem uma boa qualidade, ou seja, que agrega valor para o consumidor” (LAS CASAS, 2006, p. 242).

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005, p. 146) relatam que a avaliação de qualidade de serviço “surge ao longo do processo de prestação de serviço” e que “a satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção de serviço prestado com as expectativas do serviço”.

As empresas buscam um profissional contábil que demonstre capacidade de participar de sua gestão e que acompanhe em termos de qualificação as mudanças ocorridas. É necessário que o profissional preste um serviço diferenciado para o cliente, atuando no planejamento tributário, na análise de mercado, nas decisões financeiras da empresa, auxiliando seu cliente no gerenciamento de todas as atividades da empresa.

Dentre os diversos desafios neste novo cenário em que os profissionais contábeis estão inseridos, ressalta-se a necessidade de que as informações contábeis ofereçam segurança para os seus usuários. No Município de Cajazeiras, a maioria das organizações é composta por micro e pequenas empresas e como foi exposto as mesmas possuem uma relevância para a economia paraibana. Portanto observa-se uma necessidade de obter maior conhecimento quanto à qualificação dos serviços oferecidos pelos profissionais da área contábil para as micro e pequenas empresas do referido município.

A importância dessa pesquisa é que o trabalho contribui para discussões no âmbito da prestação dos serviços contábeis, e permite ter a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas localizadas em Cajazeiras – PB a respeito dos serviços prestados pelos profissionais de contabilidade daquela localidade, o que nos permite identificar problemas e propor possíveis soluções para melhorias futuras.

1.4 Procedimentos metodológicos

1.4.1 Classificação do estudo

Pesquisa pode ser definida como um “processo de investigação orientada por um método, com o objetivo de levantar, explorar e analisar dados para criação, formalização e/ou renovação diária de um conhecimento” (GARCIA, 2006, p. 20).

Esta pesquisa optou-se por um estudo de campo, de natureza descritiva de caráter quantitativo, onde busca identificar a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do referido município quanto à qualidade dos serviços contábeis prestados pelos profissionais contábeis.

A pesquisa caracteriza-se como descritiva, que tem como objetivo descrever as características de uma determinada população, de algum fenômeno ou estabelecer relações entre variáveis.

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).

Conforme Souza (2007, p. 39), “na pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”.

A pesquisa é bibliográfica, já que é desenvolvida com base em material já publicado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Em relação aos procedimentos, esta pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório, do tipo levantamento ou *survey*. De acordo com Cervo e Bervian (1996, p. 56) “os estudos exploratórios não elaboram hipóteses a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar maiores informações sobre determinado assunto de estudo”.

1.4.2 População e amostra

Para esta pesquisa, a população é formada por todas as micro e pequenas empresas do Município de Cajazeiras que estão em funcionamento. Este levantamento foi feito com base em informações e dados fornecidos pela coletoria estadual. Essa população está formada por 1.312 micro e pequenas empresas. Desta população, por questões de conveniência e disponibilidade das empresas pesquisadas, foi extraída uma amostra de 44 micro e pequenas empresas.

A amostra utilizada foi não probabilística, ou seja, não recebeu nenhuma técnica de amostragem ou formas aleatórias para a seleção, sendo classificada como uma amostra por acessibilidade que segundo Beuren (2008, p. 125) “constitui um subconjunto de população que possibilite reproduzir o mais adequado possível às características de uma população em investigação”, ou seja, o critério da amostra depende do pesquisador.

1.4.3 Coleta de dados

Nesta pesquisa, a coleta de dados foi feita através de um questionário estruturado com base nos objetivos propostos, contemplando questões de múltipla escolha, entre elas, algumas com opções na escala *likert*. Através das questões procurou-se identificar, na primeira parte do questionário, o perfil das empresas e dos gestores pesquisados, bem como gênero e grau de escolaridade dos respondentes, além do tempo de existência da empresa no mercado. A segunda parte foi composta por questões que permitissem analisar variáveis que apontassem para a qualidade dos serviços contábeis utilizados pelas empresas pesquisadas. Foi elaborado um total de 39 questões.

A coleta de dados foi realizada no período de 21 de fevereiro a 01 de março de 2013. Antes de aplicar os questionários, os participantes da pesquisa foram orientados acerca do objetivo da mesma, e do sigilo das informações prestadas. Foi utilizada a escala de *likert* de 1 a 5 onde 1 correspondia a não concordo totalmente, 2 não concordo parcialmente, 3 indiferente, 4 concordo parcialmente e 5 concordo totalmente.

Para o alcance dos objetivos propostos, foram atribuídas as seguintes variáveis:

- Características dos entrevistados, acerca dos mesmos foram investigados os seguintes indicadores: função, tempo de atuação no mercado, grau de escolaridade, regime de tributação, domicílio do atual contador, tempo em que a empresa está com o contador.
- Qualidade nos serviços contábeis prestados, que verifica se os serviços contábeis oferecidos estão atendendo satisfatoriamente às necessidades das empresas pesquisados.

1.4.4 Tratamento e Análise dos dados

O tratamento dos dados foi feita através da análise descritiva, pois observa, analisa e interpreta os dados, por meio de tabulação com base nos percentuais das questões respondidas e os apresenta em forma de gráficos e tabelas gerados pelo Microsoft Excel. Os resultados foram analisados com a finalidade de obter informações sobre a percepção dos gestores acerca dos serviços recebidos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente estudo tem como foco principal a avaliação da percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do município de Cajazeiras – PB sobre a qualidade dos serviços contábeis a eles oferecidos. Portanto, é de suma importância fazer uma contextualização em relação ao tema trabalhado, para facilitar o entendimento do leitor sobre a referida pesquisa e de ampliar o conhecimento sobre o assunto. Nesse sentido, inicialmente foi feita uma explanação sobre o conceito e importância da contabilidade, a qualidade, e os serviços.

2.1 Conceito e importância da contabilidade

Marion (2007, p. 25) define como “O objetivo principal da contabilidade, portanto, conforme estrutura conceitual da contabilidade, é o de permitir a cada grupo principal de usuários a avaliação da situação econômica e financeira da entidade [...]”.

Franco e Marra (2007, p. 25) definem que “[...] o objetivo da contabilidade é fornecer informações sobre o estado patrimonial e suas variações em determinado período”.

Uma empresa, quando constituída, tem o pressuposto da continuidade, mas para garantir essa sobrevivência, a empresa deve desenvolver uma constante capacidade de adaptação, para garantir sua influência sobre o meio, que é muito forte só assim, ela é moldada de acordo com suas características. (CORONADO, 2006)

Outro conceito dado pelo mesmo autor, é que a contabilidade é a ciência que tem por objeto o estudo das variações, qualitativas e quantitativas ocorridas no patrimônio das entidades. Registra, estuda e interpreta (analisa) os fatos financeiros e/ou econômicos que afetam a situação patrimonial de determinada pessoa física ou jurídica.

Para Marion (2007, p.23):

A Contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões. Na verdade, ela coleta todos os dados econômicos, mensurando-os monetariamente, registrando-os e resumindo-os em forma de relatórios ou de comunicados, que contribuem sobremaneira para a tomada de decisões.

A importância da contabilidade para as organizações cresce a cada dia, por ser uma ferramenta que têm por objetivo processar dados e gerar informações, auxiliando seus usuários para uma tomada de decisão precisa e eficaz. Essas informações geradas pela contabilidade são consideradas um elemento estratégico para as entidades, e não apenas para as grandes organizações, mas também as pequenas, pois existe um elevado índice de mortalidade destas, por não utilizarem informações oportunas e precisas sobre o ambiente em que atua.

Conforme Crepaldi (2008, p. 18):

A contabilidade é um ramo do conhecimento humano que trata da identificação, avaliação, registro, acumulação e apresentação dos eventos econômicos de uma entidade, seja ela industrial, financeira, comercial, agrícola, pública etc., com o objetivo final de permitir a tomada de decisão por seus usuários internos e externos por meio de seus sistemas de informação.

Segundo o autor, o objetivo fundamental da contabilidade é fornecer informações adequadas ao processo decisório, para seus usuários internos e externos.

Lucena e Vasconcelos (2004, p. 21) relatam que:

A função primária da contabilidade é, frequentemente, gerar informações úteis para tomada de decisão. Com estas informações, os tomadores de decisões analisam a situação, identificam os passos mais apropriados para conhecerem os objetivos da decisão, elaboram um plano e segmentam sua implementação. De forma geral, as críticas em torno das informações contábeis dizem respeito, principalmente do fato de que ela analisa informações passadas, o que parece insuficiente para gerar decisões.

Os conceitos de Crepaldi (2008) e Lucena e Vasconcelos (2004) sobre contabilidade são semelhantes, ambos consideram que a contabilidade é fundamental no processo decisório, pois são responsáveis de gerar informações úteis que auxiliem os gestores.

Conforme Hendriksen e Van Breda (1999, p. 45):

A contabilidade é a ciência que estuda e controla o patrimônio, objetivando representá-lo graficamente, evidenciar suas variações, estabelecer normas para a interpretação, análise e auditoria e servir como instrumento básico para a tomada de decisões de todos os setores direta ou indiretamente envolvido com a empresa.

Contabilidade é definida como uma ciência social que estuda, controla e interpreta os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, através de registros e demonstrações, a fim de gerar informações úteis para o processo de tomada de decisão dos usuários da informação.

Diante a tabela abaixo podemos identificar os principais usuários da informação contábil, juntamente com o tipo específico de informação para cada tipo de usuário.

Tabela 1 Usuários da Informação Contábil

Usuários da Informação Contábil	
Usuário da Informação Contábil	Meta que desejaria maximizar ou tipo de informação mais importante
· Acionista Minoritário	Fluxo regular de dividendos.
· Acionista majoritário ou com grande participação	Fluxo de dividendos, valor de mercado da ação, lucro por ação.
· Acionista preferencial	Fluxo de dividendos mínimos ou fixos.
· Emprestadores em geral	Geração de fluxo de caixa futuros suficientes para receber de volta o capital mais os juros, com segurança.
· Entidades governamentais	Valor adicionado, produtividade, lucro tributável.
· Empregados em geral, como assalariados	Fluxo de caixa futuro capaz de assegurar bons aumentos ou manutenção de salários, com segurança; liquidez.
· Média e alta administração	Retorno sobre o ativo, retorno sobre o patrimônio líquido; situação de liquidez e endividamento confortáveis.

Fonte: IUDÍCIBUS, 1997

Conforme Paton:

Contabilidade é corpo de princípios e o mecanismo técnico por meio do qual os elementos econômicos de uma determinada organização são classificados, registrados e periodicamente apresentados e interpretados com escopo de se prover ao seu efetivo controle e à sua eficiente administração. (CAMPIGLIA, 1966, p. 22).

No conceito de Hilário Franco:

A Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial. (FRANCO, 1997, p. 21).

O IBRACON define contabilidade como: “sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários de demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização.”

Para o CFC – NBC T 1:

“A Contabilidade, na sua condição de ciência social, cujo objeto é o patrimônio, busca, por meio da apreensão, da quantificação, da classificação, do registro, da eventual sumarização, da demonstração, da análise e relato das mutações sofridas pelo patrimônio da entidade particularizada, a geração de informações quantitativas e qualitativas sobre ela, expressas tanto em termos físicos, quanto monetários.”

Pode-se afirmar que a contabilidade tem como objeto o estudo do patrimônio que é definido como o conjunto de bens, direitos e obrigações que pertence a uma ou mais pessoas, em que deve-se observar os aspectos estáticos (econômico e financeiro), dinâmico (variação na riqueza patrimonial) e nos aspectos qualitativos e quantitativos. Para o estudo desse patrimônio é necessário a observância dos princípios fundamentais de contabilidade, regulamentados através da Resolução CFC nº 1282/10, de 28 de maio de 2010 que atualizou e consolidou os dispositivos da Resolução CFC nº 750/93, que são:

- a) o da ENTIDADE que reconhece o Patrimônio como objeto da contabilidade e afirma a autonomia patrimonial;
- b) o da CONTINUIDADE que pressupõe que a Entidade continuará em operação no futuro;
- c) o da OPORTUNIDADE que refere-se ao processo de mensuração e apresentação dos componentes patrimoniais para produzir informações íntegras e tempestivas;
- d) o do REGISTRO PELO VALOR ORIGINAL determina que os componentes do patrimônio devem ser inicialmente registrados pelos valores originais das transações;
- e) o da COMPETÊNCIA determina que os efeitos das transações e outros eventos sejam reconhecidos nos períodos a que se referem; e
- f) o da PRUDÊNCIA que indica a adoção do menor valor para os componentes do ativo e do maior para os do passivo.

2.2 Conceitos de qualidade

Qualidade é um termo bastante subjetivo que está relacionado às percepções individuais e diversos fatores estão envolvidos, como: cultura, produto ou serviço prestado, necessidades e expectativas influenciam diretamente nesta definição, há várias definições de qualidades ligadas aos produtos e/ ou serviços que são: "conformidade com as exigências dos clientes", "relação custo/benefício", "adequação ao uso", "valor agregado, que produtos similares não possuem"; "fazer certo à primeira vez"; "produtos e/ou serviços com efetividade". Esses termos significam "excelência" de um produto ou serviço.

A palavra "Qualidade" é cada vez mais utilizada nas empresas, em todos os setores, qualidade pode ser fornecer um serviço adaptado às exigências dos clientes. A ISO 8402-94 define a qualidade do seguinte modo: "Conjunto das características de uma entidade que lhe conferem a aptidão para satisfazer necessidades expressas e implícitas". A norma ISO 9000:2000 define-a assim: "Aptidão de um conjunto de características intrínsecas para satisfazer exigências".

Para (SCHONBERGER; KNOD, 1997, p. 28), "O imperativo da qualidade origina-se nas experiências, pesquisas, escritos e lições de vários pioneiros e líderes do movimento de qualidade." Estes pensadores da qualidade industrial a definem da seguinte maneira:

- Crosby: é a conformidade com os requisitos;
- Deming: é sentir orgulho do que se faz;
- Ishikawa: é um sistema de produção que produz economicamente, coisas ou serviços que atendam às exigências dos consumidores;
- Juran: é a satisfação do cliente e a ausência de deficiências. (FERREIRA, 1997, p. 22).

Segundo Schonberger; Knod (1997), a qualidade deve estar atribuída em todos os processos da empresa. Carey (1991 *apud* SCHONBERGER, KNOD, 1997) relata que a antiga visão de qualidade era que a velocidade (resposta rápida) traz má qualidade. Atualmente, o conceito de qualidade é contrária a essa visão, pois acredita-se que a forma mais certa de se obter qualidade é através da velocidade/rapidez. Assim, com a mudança na visão de qualidade, as organizações passaram a buscar um sistema administrativo capaz de conduzir o controle da qualidade.

Conforme Kotler (2000), a qualidade é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas.

Partindo do que dizem Kotler (2000), o nível de qualidade que se deseja alcançar num determinado produto necessita estar em consonância com o mercado-alvo que se quer atingir. Para os referidos autores, qualidade do produto significa que o mesmo seja capaz de mostrar um alto desempenho, através de alguns critérios, tais como: durabilidade, confiabilidade, precisão, facilidade de operação e reparos, dentre outros. Afirmam que a qualidade precisa ser medida do ponto de vista do consumidor, enfatizando que melhoria da qualidade está além de uma simples redução de defeitos: significa, pois, satisfazer os desejos e necessidades dos clientes melhor que os concorrentes. Expõem ainda que é de fundamental importância que o nível de qualidade seja percebido pelos consumidores, seja através de sua aparência ou de outros elementos do mix de marketing.

Para Garvin (1984 *apud* SILVA, 2004, p. 16), “Qualidade é a consistente conformidade com as expectativas dos consumidores”.

Garvin define qualidade sob cinco abordagens:

1. Abordagem transcendental: a qualidade é definida como característica de excelência e está mais relacionada à marca ou à imagem do produto/serviço;
2. Abordagem baseada no produto: a qualidade é relacionada a um conjunto de atributos mensuráveis de um produto/serviço;
3. Abordagem baseada em manufatura: a qualidade é definida como sendo a conformidade com as especificações de projeto;
4. Abordagem baseada em valor: a qualidade é relacionada com a percepção de valor em relação ao produto/serviço;
5. Abordagem baseada no usuário: a qualidade é satisfazer as necessidades dos clientes.

A qualidade é o fator decisivo para a escolha do cliente, servindo como instrumento fundamental de avaliação e aprovação de um produto ou serviço. E os clientes estão cada vez mais exigentes, insistindo por uma constante melhoria na qualidade dos serviços, tornando o mercado cada vez mais competitivo.

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.

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).

Diante dos diversos conceitos de qualidade, pode-se dizer que qualidade é um conjunto de características de desempenho de um produto ou serviço, que de forma específica atende e/ou supera as expectativas do consumidor/cliente.

2.3 Serviços

2.3.1 Definição

Diversos autores tentam definir o conceito de “serviço”. Limeira (2006, p. 106) define: “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”.

Segundo Lovelock e Wright (2005, p. 5), “os serviços constituem o grosso da economia de hoje, não só no Brasil, onde correspondem por 55% do Produto Interno Bruto (PIB), mas também no mundo todo”.

Lovelock e Wright (2007) consideram que não é fácil definir o conceito de serviço, diante à diversidade de suas atividades; porém oferecem duas definições: a primeira é que serviço representa um ato ou desempenho oferecido por uma parte a outra, em que o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedade de nenhum dos fatores de produção; a segunda é que são atividades econômicas que criam valor e

forneem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos como decorrência da realização de uma mudança desejada no – ou em nome do – destinatário do serviço.

Para Lovelock e Wright (2005, p.25), “[...] as empresas criam valor oferecendo os tipos de serviços que os clientes necessitam, apresentando acuradamente suas capacidades e realizando-as de maneira agradável e conveniente por um preço justo”.

Cobra & Rangel (1992 *apud* CARDOSO, 1995, p. 4) fazem as seguintes definições: “Um serviço é definido como uma forma de proporcionar tantas satisfações quantas forem possíveis pela posse de um bem ou do serviço adquirido. [...] Um serviço é, sobretudo uma forma de ampliar um produto vendido. [...] o serviço pode ser um fator-chave de sucesso ou, ao contrário, um fator crítico de fracasso estratégico”.

Grönroos (2003, p. 65) considera o serviço como um fenômeno complicado e propõe a seguinte definição:

Um serviço é um processo, consistindo em uma série de atividades mais ou menos intangíveis que, normalmente, mas não necessariamente sempre, ocorrem nas interações entre o cliente e os funcionários de serviço e/ou recursos ou bens físicos e/ou sistemas do fornecedor de serviços e que são fornecidas como soluções para problemas do cliente.

Segundo Las Casas (1999), pode-se definir serviços como: os atos, ações e desempenhos desenvolvidos que englobe de maneira simples, clara e objetiva as categorias de serviços.

O serviço tem como objetivo agregar valor para assim poder atrair e manter os clientes e maximizar suas vendas. Diversos conceitos de serviços são encontrados, mas todos têm uma característica em comum: a intangibilidade.

2.3.2 Características do serviço

Os serviços possuem algumas características específicas, dentre as principais identificadas por: Casas (2004); Jr. e Peter (2007); Kotler (1998) destacam-se as seguintes:

- 1 Intangibilidade;
- 2 Inseparabilidade;
- 3 Heterogeneidade;
- 4 Simultaneidade;

- 5 Relação com os clientes;
- 6 Percipibilidade;
- 7 Esforço do cliente;
- 8 Uniformidade e
- 9 Variabilidade.

A **intangibilidade**, segundo Las Casas (2004) o termo intangíveis expressam serviços abstratos, ou seja, não podem ser testados antes de serem comprados.

Para Kotler (1998) refere-se ao aspecto da não possibilidade de se experimentar o serviço antes da execução. Portanto, os serviços são intangíveis, e o grande desafio dos prestadores de serviços é acrescentar evidências físicas e imaginárias às suas ofertas abstratas.

Jr. e Peter (2007, p. 294) concluem que a intangibilidade apresenta desafios, sendo o profissional do marketing responsável em oferecer indicações sobre a qualidade dos serviços, como as credenciais do prestador do serviço (prêmios, graduações acadêmicas, cursos etc.), a aparência da pessoa que fornece o serviço ou o ambiente em que o serviço é oferecido (luxuoso ou simples, movimentado ou calmo etc.).

A **inseparabilidade**, Casas (2004, p. 24) afirma que não se pode fazer o controle de estoques de serviços como é feito com os bens. Geralmente, ocorre a prestação de serviços são quando o vendedor e o comprador estão frente a frente.

Conforme Kotler (1998) normalmente, os serviços são produzidos e consumidos simultaneamente. Durante a produção do serviço, existem ações e interações entre o prestador do serviço e o consumidor (cliente).

De acordo com Jr. e Peter (2007, p. 295), em vários casos, um serviço não pode ser separado da pessoa do vendedor.

A **heterogeneidade** segundo Casas (2004, p. 24) refere-se à impossibilidade de se manter a qualidade dos serviços constantes. Pois os serviços são produzidos pelo ser humano, que é instável, a qualidade de produção também será instável. Sendo assim, se torna muito difícil manter uma organização com o mesmo padrão de qualidade em todos os serviços prestados.

A **simultaneidade** dos serviços conforme Casas (2004, p. 25) diz respeito ao fato da produção e do consumo ocorrem ao mesmo tempo e, sendo assim, será necessário sempre considerar o momento de contato do prestador de serviços com os clientes, como fator principal.

A **relação com os clientes**, segundo Jr. e Peter (2007, p. 293) estão na capacidade das organizações desenvolverem relações com seus clientes e prestarem serviços de qualidade.

A **percebibilidade**, Jr. e Peter (2007, p. 293) caracterizam os serviços como não perecíveis. Se não houver o uso do serviço quando o mesmo é oferecido, não pode ser mais usado.

Segundo Kotler (1998) os serviços não podem ser estocados. O grande problema desta característica é o tratamento da demanda flutuante.

O **esforço do cliente** acontece, conforme Jr. e Peter (2007, p. 295), quando o mesmo estiver a par da produção dos serviços. O envolvimento do cliente pode ser limitado a comprar o produto final e usá-lo ou estar envolvido em todo o seu processo, por exemplo, se for um serviço prestado por um salão de beleza, que é realizado no próprio cliente, será necessário a sua permanência até a finalização do serviço.

A **uniformidade**, de acordo com essa característica, cada serviço pode ser único, com possíveis variações de qualidade. Jr. e Peter (2007, p. 296) acreditam que a qualidade dos serviços pode variar mais do que a qualidade dos bens. Portanto a qualidade se torna indispensável para os prestadores, para que seja possível satisfazer seus clientes.

A variabilidade, para Kotler (1998) os serviços são altamente variáveis, pois dependem de quem os executa e de onde são prestados.

Sendo assim, serviço é um termo que designa um tipo específico de bem essencialmente intangível, ao contrário dos produtos que podem ser vistos e testados antes de serem comprados, os serviços são intangíveis, onde serão observadas outras variáveis relacionadas a qualidade do serviço, para adquirir ou não tal serviço. As empresas que prestam serviços devem estar sempre atentas ao mercado, às necessidades dos clientes, portanto se observa a necessidade do contato entre o cliente e o prestador de serviços, pois o bom resultado do serviço possui uma alta relação com o cliente.

2.3.3 Serviços contábeis

A Contabilidade, segundo Ludicibus et al. (2005), é um campo de conhecimento dos fatos econômico-financeiros. É uma ferramenta de grande valia, que proporciona aos empresários a sustentação para a tomada de suas decisões.

As organizações estão em constantes modificações e cada vez mais precisa de controles e de informações sobre seu negócio, para adequar sua empresa às novas situações.

Silva afirma que (2003 *apud* MOURA et al, 2008):

O profissional contábil precisa ser visto como um comunicador de informações essenciais à tomada de decisões, pois a habilidade em avaliar fatos passados, perceber os presente e predizer eventos futuros pode ser compreendido como fator preponderante ao sucesso empresarial.

Com relação aos serviços contábeis, Figueiredo e Fabri (2000, p. 58) afirmam que “a missão da empresa contábil é atender à sociedade, suprimindo as necessidades das empresas clientes de informações econômico-financeiras que otimizem os controles contábeis de seus patrimônios”.

A Resolução CFC N^o. 1098/07 compreende as duas modalidades de organizações contábeis:

1 Escritório individual – assim caracterizado quando o contabilista, embora sem personificação jurídica, execute suas atividades independentemente do local e do número de empresas ou serviços sob sua responsabilidade; e
2 Organização contábil – pessoa jurídica de natureza civil, constituída sob a forma de sociedade, tendo por objetivo a prestação de serviços profissionais de contabilidade.

Para tanto, é preciso que o profissional dessa área atue conforme o código de ética profissional do contabilista, Resolução CFC n^o 803/96, que em seu artigo 2^o, 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.

X – cumprir os Programas Obrigatórios de Educação Continuada estabelecidos pelo CFC;

XI – comunicar, ao CRC, a mudança de seu domicílio ou endereço e da organização contábil de sua responsabilidade, bem como a ocorrência de outros fatos necessários ao controle e fiscalização profissional.

XII – auxiliar a fiscalização do exercício profissional.

As atribuições citadas no o código de ética profissional do contabilista estão bem focadas na responsabilidade perante o usuário e conseqüentemente a sociedade.

De acordo com Ludícibus (1987), durante anos a contabilidade serviu apenas como um sistema de informações tributárias, e atualmente ela passa a ser vista também como um instrumento gerencial, fornecendo informações necessárias para tomadas de decisões e, para o processo de gestão: planejamento, execução e controle.

Yamamoto e Salotti (2006, p. 5) definem informação contábil como:

aquela que altera o estado da arte do conhecimento de seu usuário em relação à empresa e, a partir de interpretações, a utiliza na solução de problemas, sendo a natureza da informação contábil, entre outras, econômico-financeira, física e de produtividade. Assim, a informação contábil tem como consequência a ratificação ou alteração da opinião de seus usuários a respeito das atividades da empresa.

A grande maioria dos empresários não sabe todos os serviços que a contabilidade pode oferecer, às vezes recebem apenas serviços básicos, limitados, até por não dar o devido valor ao profissional e não se importar em melhor remunerá-lo.

Os serviços contábeis não devem apenas apurar dados, não se deve apenas elaborar os relatórios contábil-financeiros, mas sim fazer com que os gestores consigam entender o que esses relatórios estão informando.

As informações são o resultado do processo de integração dos diversos setores da organização e pode ou não satisfazer às expectativas dos usuários, pois as mesmas devem estar acompanhadas de características que a tornem realmente útil ao processo decisório.

As ferramentas utilizadas nos serviços contábeis estão diretamente ligadas à tecnologia digital, em que ocorrem mudanças diariamente, com a adoção das normas internacionais no Brasil, os métodos, conceitos, princípios e legislações também passaram por inúmeras mudanças.

Alcazar (2007) considera a profissão contábil gratificante e indispensável para o país. Entretanto, ele adverte aos contadores: ter consciência de suas responsabilidades, buscarem por novos conhecimentos, novas tecnologias, aperfeiçoamento e atualização constantes, é questão de sobrevivência no mercado. E, principalmente, a manter princípios fundamentais, como a ética, o respeito e a responsabilidade, com seus clientes e com a nação.

Portanto, no pensar de Sá (2007), o perfil do Contador moderno é o de um homem de valor que precisa acumular muitos conhecimentos, deste modo, tem um mercado de trabalho garantido.

Thomé (2001, p. 21) menciona que as empresas: industriais, comerciais, prestadoras de serviços, agrícolas, pecuárias, sociedades sem fins lucrativos, fundações autônomas, produtores rurais, cooperativas e até mesmo particulares, com um ou mais empregados domésticos, são usuárias dos serviços prestados pelas empresas contábeis.

De acordo com o mesmo os serviços prestados pelas empresas contábeis estão na seguinte ordem: consultoria, contabilidade, administração de pessoal, escrituração fiscal, expediente (ou serviços comerciais), auditoria, perícia e assessoria.

Segundo o autor, os serviços prestados por empresas contábeis são:

1 A escrituração contábil: lançamentos contábeis realizados a partir de documentos fornecidos pelos clientes e logo transformados em livro Diário e Razão. O primeiro obrigatório pelo Código Comercial, o segundo pela legislação do imposto de Renda das Pessoas Jurídicas.

2 Conciliação de contas: antes do encerramento da escrituração todas as contas, passíveis e possíveis, devem ser conciliadas, principalmente as contas representativas da movimentação bancária, as contas representativas de créditos (clientes, duplicatas a receber etc.) e de débitos (fornecedores, financiamentos, etc).

3 Demonstrações financeiras: após o encerramento da escrituração e a conciliação das contas emiti-se as demonstrações financeiras: balancetes mensais, balanço patrimonial, demonstração do resultado, demonstração de lucros ou prejuízos acumulados, demonstração das mutações do patrimônio líquido e demonstração das origens e aplicações de recursos.

4 Declarações fiscais: informações fornecidas ao Governo Federal.

5 Contabilidade gerencial: algumas empresas de contabilidade atendem, por meio da escrituração contábil, algumas necessidades específicas de

seus clientes, tais como: levantamento de custos, controle de estoques, contabilidade por obra, por departamento ou por estabelecimento.

É importante ressaltar neste estudo que, com o advento da lei 11638/2007, que altera e revoga alguns dispositivos da Lei nº. 6.404/1976 ocorreram mudanças significativas para a contabilidade. As mudanças foram bastante significativas nas Demonstrações Financeiras. A DOAR deixou de ser obrigatória e as demonstrações financeiras exigidas passaram a ser: Balanço Patrimonial, Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração de Fluxos de Caixa (para as sociedades anônimas e para as empresas limitadas com patrimônio líquido, na data do balanço, igual ou superior a R\$ 2.000.000,00), Demonstração de Valor Adicionado (obrigatória somente para as companhias de capital aberto).

2.4 Qualidade em serviços

Atualmente o diferencial das organizações de modo geral é a qualidade, e na área contábil não é diferente, qualidade essa que vai desde o bom relacionamento entre o cliente e a empresa, e principalmente um serviço com alto padrão de qualidade, para a inteira satisfação do cliente.

Segundo Raupp (2000, p.40):

Com o advento da tecnologia da informação e o processo de globalização mundial as exigências cresceram e se diversificaram. A competição global exige que as empresas estejam comprometidas com o contínuo e completo aperfeiçoamento de seus produtos, processos e colaboradores. Um dos principais ativos de uma empresa são suas informações e seus recursos humanos que delas se utilizam (...) a qualidade e confiabilidade desses dados influem decisivamente no sucesso dos negócios.

Albrechr (1992 *apud* CASAS, 2004) define qualidade em serviços como sendo a capacidade de 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 ao seu cliente.

Para Schmidt et al (2006, p.7):

Tal movimento demonstra que a criação de valor nas organizações está rapidamente migrando dos ativos tangíveis para os intangíveis, ou seja, gerenciar os intangíveis passa a ser tão, ou mais, importante quanto gerenciar os tangíveis. Gerenciar os ativos intangíveis é estruturar o planejamento estratégico para a gestão de estratégias baseadas no conhecimento, que exploram o relacionamento com clientes, produtos e serviços inovadores, qualidade do banco de dados, habilidades e motivação dos empregados.

Bateson e Hoffman (2001, p. 363 *apud* ROCHA; OLIVEIRA, 2003, P.4) afirmam que:

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.

É evidente que na concepção desses autores é necessário definir mecanismos para manter a satisfação do cliente a partir da prestação do serviço, sendo importante tentar identificar os níveis de satisfação, já que segundo Lewis e Booms (1983 *apud* PARASURAMAN et al, 2006) a qualidade de serviço é uma medida de quanto o nível do serviço prestado atendeu às expectativas do consumidor.

Hargreaves et al (2004, p. 10) ainda observam que para melhorar o padrão de qualidade dos serviços prestados, faz-se necessário estabelecer critérios de funcionamento que criem vantagens competitivas no mercado:

- 1 Instalações físicas da empresa;
- 2 Padrões de atendimento ao cliente;
- 3 Competência dos profissionais;
- 4 Trabalho em equipe;
- 5 Dimensão humana das relações de trabalho.

É notório que as prestadoras de serviços desejam melhorar constantemente a qualidade dos seus serviços. Há uma preocupação com o bem estar do cliente e conseqüentemente com o posicionamento dos mesmos em relação ao serviço oferecido.

Existe uma dificuldade na definição quanto à qualidade na prestação de serviços em função da subjetividade envolvida. Essa subjetividade deve-se ao fato de que os clientes percebem a qualidade de maneira diferente uns dos outros (SILVA, VARVAKIS, 2000 *apud* FARIAS, 2004) e também devido à possibilidade de um mesmo cliente perceber o serviço de formas diferentes, dependendo da ocasião (SLACK et al. 2002 *apud* FARIAS, 2004). Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) identificaram e organizaram em ordem de importância os cinco

fatores competitivos determinantes da qualidade dos serviços, também denominados dimensões da qualidade em serviços. São eles:

- Confiabilidade: a habilidade de desempenhar o serviço exatamente como prometido;
- Capacidade de resposta: a disposição de ajudar os clientes e de fornecer o serviço dentro do prazo estipulado;
- Segurança: o conhecimento e a cortesia dos funcionários e sua habilidade de transmitir confiança e segurança;
- Empatia: a atenção individualizada dispensada aos clientes;
- Itens tangíveis: a aparência das instalações físicas, dos equipamentos, dos funcionários e do material de comunicação. (PARASURAMAN, ZEITHAML, BERRY, 1985, p. 16).

É importante ressaltar que o determinante “custo” não foi incluído nos fatores determinantes da qualidade dos serviços, pois se baseando em alguns autores (Parasuraman et al., 1985, 1988; Johnston, 1995; Globadian et al., 1994; Giansesi&Corrêa, 1994) apesar do preço cobrado pelo serviço ser um critério competitivo que influencia bastante, preço e qualidade são características diferentes. E quando se pretende estabelecer fatores para a qualidade dos serviços deve-se definir parâmetros para a compreensão de um fenômeno que é essencialmente intangível, dessa forma mesmo reconhecendo que o preço tenha uma forte relação com a qualidade, não se pode considerar como uma dimensão da qualidade, porque o preço não é um determinante direto da qualidade, e sim um determinante indireto sobre as percepções e expectativas do cliente.

O processo de avaliação da qualidade pelo cliente pode ser ilustrado pela figura 1 mostrada abaixo.



Figura 1: A qualidade percebida pelo cliente

Fonte: Giansesi&Corrêa (1994, p. 80)

2.5 Sistema de Informações Contábeis

De acordo com PADOVESE (2000, p. 43) “informação é o dado que foi processado e armazenado de forma compreensível para seu receptor e que apresenta valor real ou percebido para suas decisões correntes ou prospectivas.” Ou seja, informação é o resultado do processamento e organização de dados, que representa um acréscimo ao conhecimento do receptor.

Segue PADOVESE (2000, p. 45), o Sistema de Informações, pode ser conceituado 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”.

Segundo Ludícibus (1987) durante muitos anos a contabilidade era vista apenas como um sistema de informações tributárias, mas atualmente ela se mostra um instrumento gerencial, que fornece informações úteis para a tomada de decisão e, para o processo de gestão: planejamento, execução e controle.

O sistema de informações contábeis consolida todas as informações que são necessárias para a gestão da empresa, ou seja, é um instrumento de gestão, pois fornece informações de natureza econômica e financeira, que servem de auxílio para o processo decisório, fazendo com que a empresa melhore o seu desempenho.

De acordo com RICCIO, Edson Luiz (1989) “... o Contador e o Sistema de Informação Contábil devem estar totalmente integrados aos objetivos da organização, tanto internos quanto externos”.

Ainda conforme RICCIO, o mesmo resume os objetivos de um Sistema de Informação Contábil como: “1- Prover informações monetárias e não monetárias, destinadas às atividades e decisões dos níveis Operacional, Tático e Estratégico da empresa, e também para usuários externos à ela. 2- Constituir-se na peça fundamental do Sistema de Informação Gerencial da Empresa”.

Para STRASSBURG (2004:61) “os conceitos de sistema de informação estão fundamentados em três elementos básicos e fundamentais para a obtenção do resultado esperado, que são: entrada de dados, o processamento destes dados e a saída dos dados transformados (informação)”.

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.

O sistema de informações contábeis é responsável pelo registro de todos os fatos ocorridos na empresa, sempre organizando de acordo com as necessidades dos usuários das informações. Para Padoveze (2004, p. 143) “o Sistema de Informação Contábil ou Sistema de Informação de Controladoria são os meios que o contador geral, o contador gerencial ou o controller utilizarão para efetivar a contabilidade e a informação contábil dentro da organização, para que a contabilidade seja utilizada em toda a sua plenitude”.

2.5.1 Características e Valor da Informação

Quando uma informação não é suficientemente precisa ou completa, o gestor, profissional ou usuário das informações da empresa, pode tomar decisões equivocadas, podendo gerar grandes prejuízos sociais e/ou econômicos para a empresa. Por esse motivo, a importância da informação pode apresentar diferenças dependendo do valor que é atribuído, pelo usuário, para cada uma de suas características. Conforme PADOVESE (2000, p. 43), para que a informação seja considerada valiosa, ele deve atender aos seguintes requisitos:

Tabela 2 Características da Informação

Características da Informação

Características da Informação				
conteúdo	Precisão	atualidade	frequência	relevância
entendimento	Confiabilidade	relatividade	Exceção	acionabilidade
flexibilidade	Motivação	segmentação	consistência	integração
oportunidade	Objetividade		Volume	generalidade
uniformidade de critério		seletividade	valor econômico	
indicação de causas			adequação a decisão	

Fonte: Adaptado de PADOVESE (2000, p. 43)

Já para STRASSBURG (2004, p. 56) as características da informação são as seguintes:

Tabela 3 Características da Informação

Características da Informação			
Útil	Reutilizável	deve informar	é um ativo
deve ser gerenciada	deve ser oportuna	permite análises	são dados em uso
tem valor econômico	não se deteriora	deve ter limites	está no relatório final
o seu valor é determinado pelo usuário	deve servir de base para os gestores	deve ser discutida no contexto do usuário	não se deprecia em função do uso
é composta de: dados coletados organizados e ordenados	é composta de: dados coletados organizados e ordenados	deve dar condições de comparação e relacionamento	serve de apoio às estratégias e tomada de decisão

Fonte: Adaptado de STRASSBURG (2004, p. 56) *apud* A Importância do Sistema de Informação Contábil como Fonte de Informações para Tomada de Decisões

Através das características citadas na tabela 2 e 3, a informação torna-se muito valiosa para quem utiliza, pois são essenciais para o processo de tomada de decisão, para o bom andamento das atividades da empresa e conseqüentemente para atingir os objetivos da mesma. Se não houver o acompanhamento das características citadas juntamente às informações, poderá ocorrer decisões errôneas, o que ameaça a continuidade da empresa. Por exemplo: se houver uma previsão imprecisa que indica uma demanda de vendas maior, o gestor poderá fazer um investimento, para assim ter o volume de mercadorias necessárias para a demanda, mas se as vendas não ocorrerem, o investimento se tornará prejuízo, pois certamente irá diminuir sua margem de lucratividade do período. O valor da informação está ligado à maneira como ela auxilia os gestores no processo de tomada de decisão, para atingir os objetivos da empresa. Se a informação tiver condições para que se obtenha uma decisão adequada, um efeito positivo ela terá valor, caso contrário, não terá pouco ou nenhum valor.

Diante disso PADOVESE (2000, p. 44) descreve que o conceito de valor na informação está relacionado com:

- a) a redução da incerteza no processo de tomada de decisão;
- b) a redução do benefício gerado pela informação *versus* o custo de produzi-la;
- c) o aumento da qualidade da decisão.

3 PRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir serão discutidos os resultados da pesquisa que se buscou investigar a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do município de Cajazeiras – PB sobre a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais contábeis.

3.1 Caracterização das empresas pesquisadas

Essa seção se destina a descrever algumas características dos entrevistados, acerca dos mesmos foram investigados os seguintes aspectos: função, tempo de atuação no mercado, grau de escolaridade, regime de tributação, domicílio do atual contador, tempo em que a empresa está com o contador.

O gráfico nº 1 demonstra a função dos entrevistados da pesquisa. Verifica-se que 61% dos entrevistados são proprietários, 21% são gerentes. A pesquisa foi direcionada para esse público, por possuir maiores condições de opinar sobre o assunto em questão.

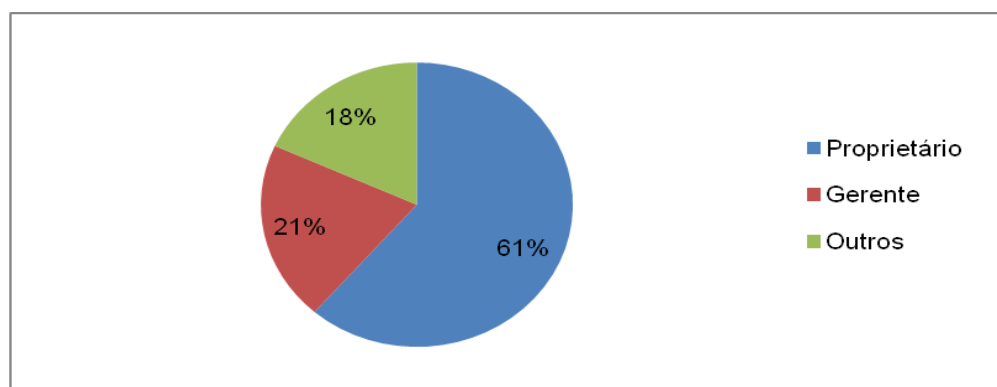


GRÁFICO 1: Função.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Conforme o gráfico nº 2, o tempo de atuação no mercado dos entrevistados é, em sua maioria, acima de 05 anos, representados por 54% da amostra, 27% entre 03 e 05 anos, 14% entre 01 e 03 anos e apenas 5% com menos de 01 ano.

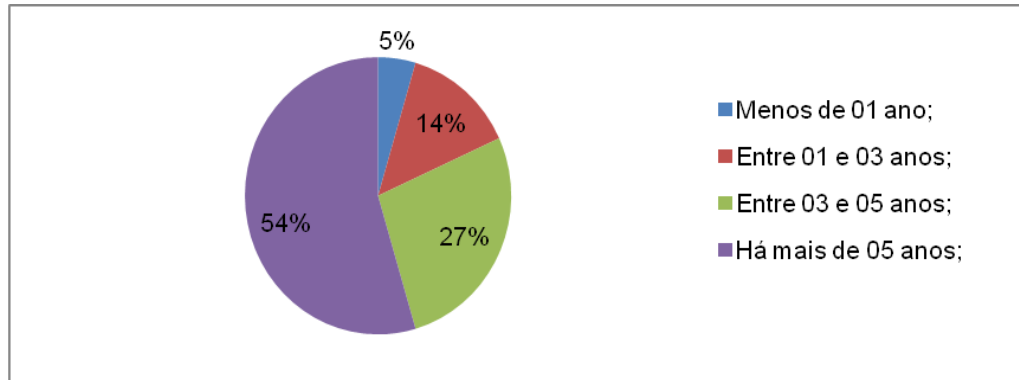


GRÁFICO 2: Tempo de atuação.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No que diz respeito ao grau de escolaridade dos entrevistados, conforme o gráfico nº 3, identifica-se que, 25% possuem o ensino médio completo, 23 % possuem o superior completo, 20% superior incompleto, 11% o ensino médio completo, e destes apenas 9% o ensino fundamental. Os resultados apontam que uma parte dos entrevistados necessita de um melhor grau de escolaridade.

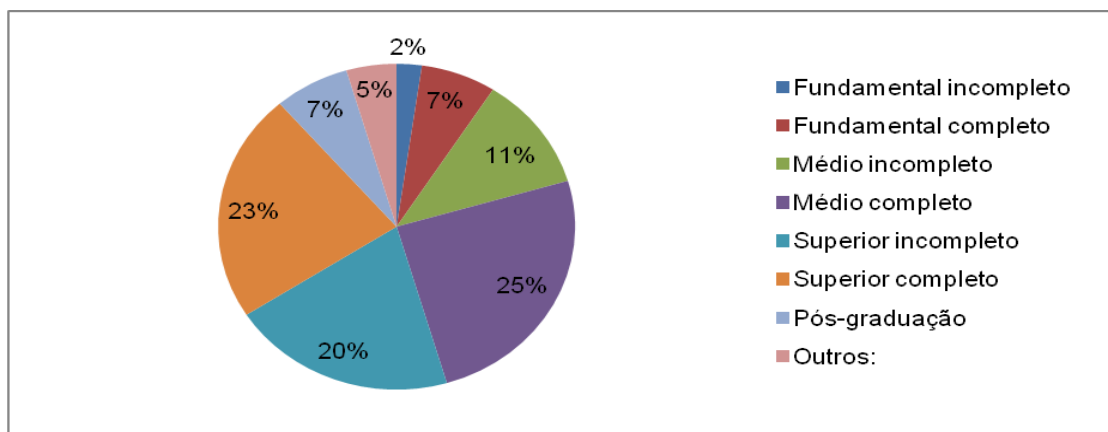


GRÁFICO 3: Grau de escolaridade.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Levando em consideração os dados apurados, podemos observar no gráfico nº 4 que a maioria das empresas, ou seja, 71% encontram-se no regime de tributação do simples nacional, o fato de ser micro e pequenas empresas, e terem o direito de escolher uma forma de tributação simplificada, não significa dizer que seja a melhor modalidade a ser utilizada, vários fatores importantes devem ser analisados para a escolha da mesma, porém tendo em vista a não obrigatoriedade de varias obrigações acessórias e a simplicidade na realização dos serviços, grande parte do contadores aconselham aos empresários a escolha dessa modalidade de tributação e apenas 11% estão na tributação do lucro real.

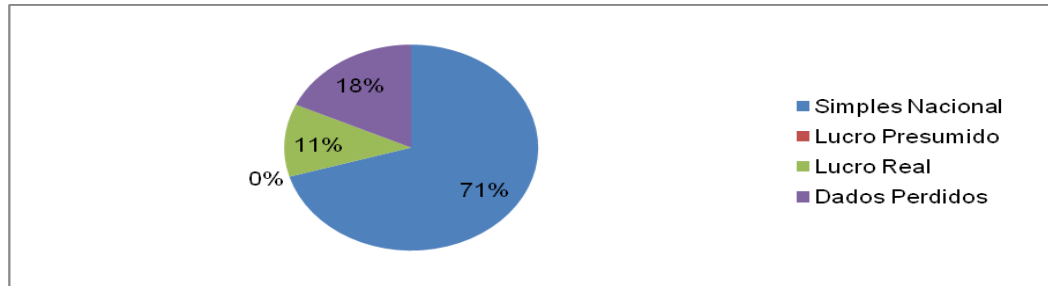


GRÁFICO 4: Regime de tributação.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No gráfico nº 5, observa-se que nem todas as empresas do município de Cajazeiras possuem o contador domiciliado no mesmo município, apesar da sua grande maioria, 80% dos entrevistados terem seu contador atual domiciliado no município, 11% dos entrevistados buscaram o serviço contábil em outro município.

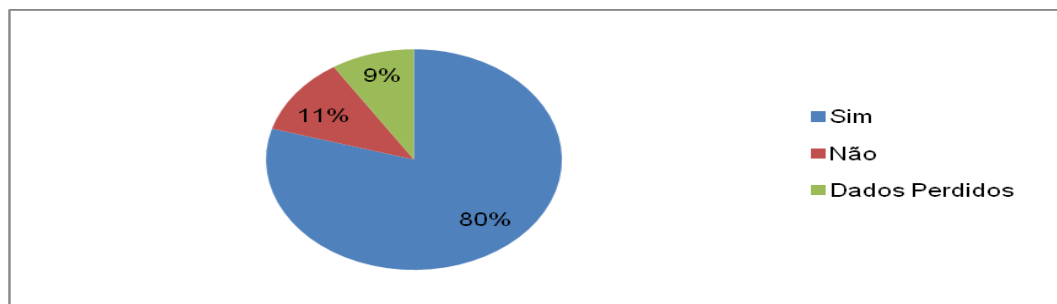


GRÁFICO 5: Domicílio do contador.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

A grande maioria, ou seja, 91% dos entrevistados confirmam a utilização de serviços contábeis prestados por contadores, apenas 7% afirmam fazer sua própria contabilidade. Conforme mostra o gráfico nº 6.

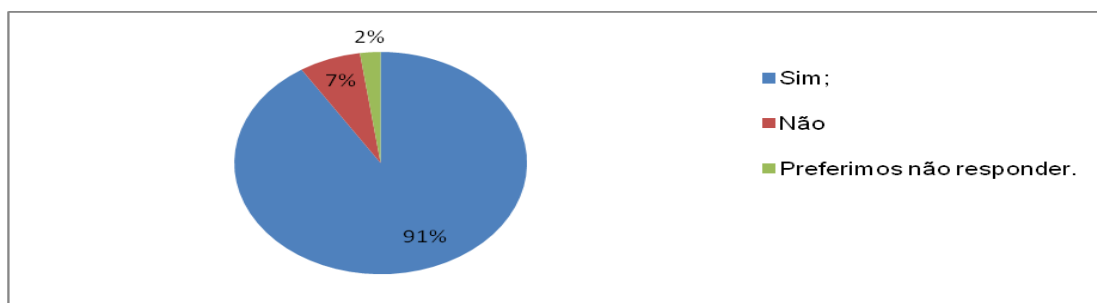


GRÁFICO 6: Utilização dos serviços contábeis.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 7 demonstra o período de tempo no qual a empresa trabalha com o mesmo profissional contábil, 43% estão a mais de 05 anos, 27% entre 01 e 03 anos, 11 % entre 03 e 05 anos, 9% com menos de 01 ano.

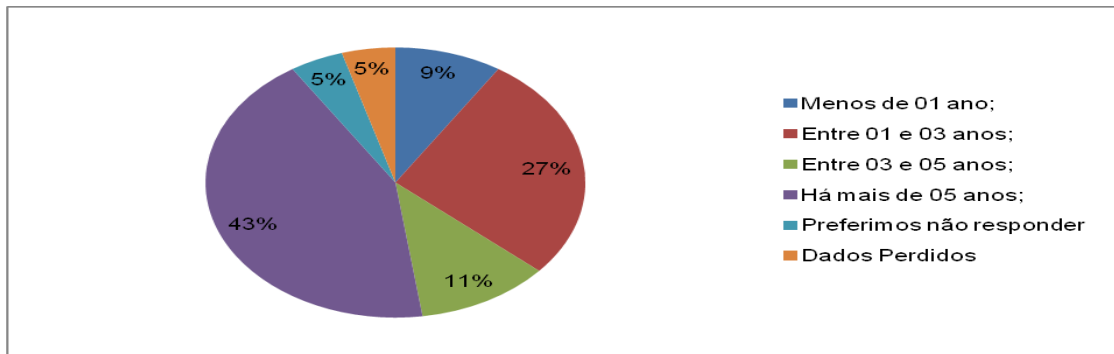


GRÁFICO 7: Tempo com o atual contador.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

3.2 Aspectos relacionadas à qualidade dos serviços contábeis

Nessa seção, serão discutidos os resultados relacionados à qualidade dos serviços contábeis prestados pelos profissionais contábeis do Município de Cajazeiras.

A pesquisa demonstra que a maioria dos entrevistados, 75% acreditam que *a qualidade deveria ser o fundamento básico dos serviços contábeis*, 7% dos entrevistados discordam, e acham que *a função do contador é calcular os impostos e manter as obrigações com a receita federal em dia, e que isso não tem nada a ver com qualidade* e 18% não responderam. Como evidencia o gráfico nº 8.

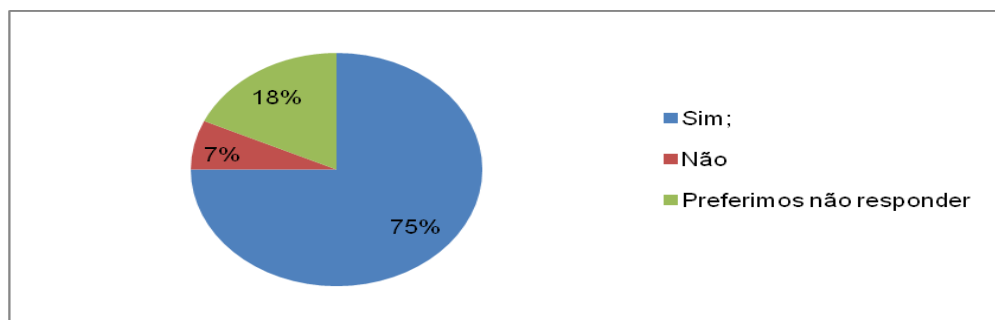


GRÁFICO 8: Qualidade como fundamento básico.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Os entrevistados foram questionados sobre qual a definição de qualidade dos serviços contábeis, como evidencia o gráfico nº 9, 26% consideram que *qualidade é o contador entregar o serviço no tempo hábil estipulado*, 25% consideram que *qualidade é o contador manter em dia as obrigações fiscais da empresa com as receitas federal, estadual e municipal* e 22% consideram que *qualidade é o contador fornecer informações que auxiliem na tomada de decisões na empresa*.

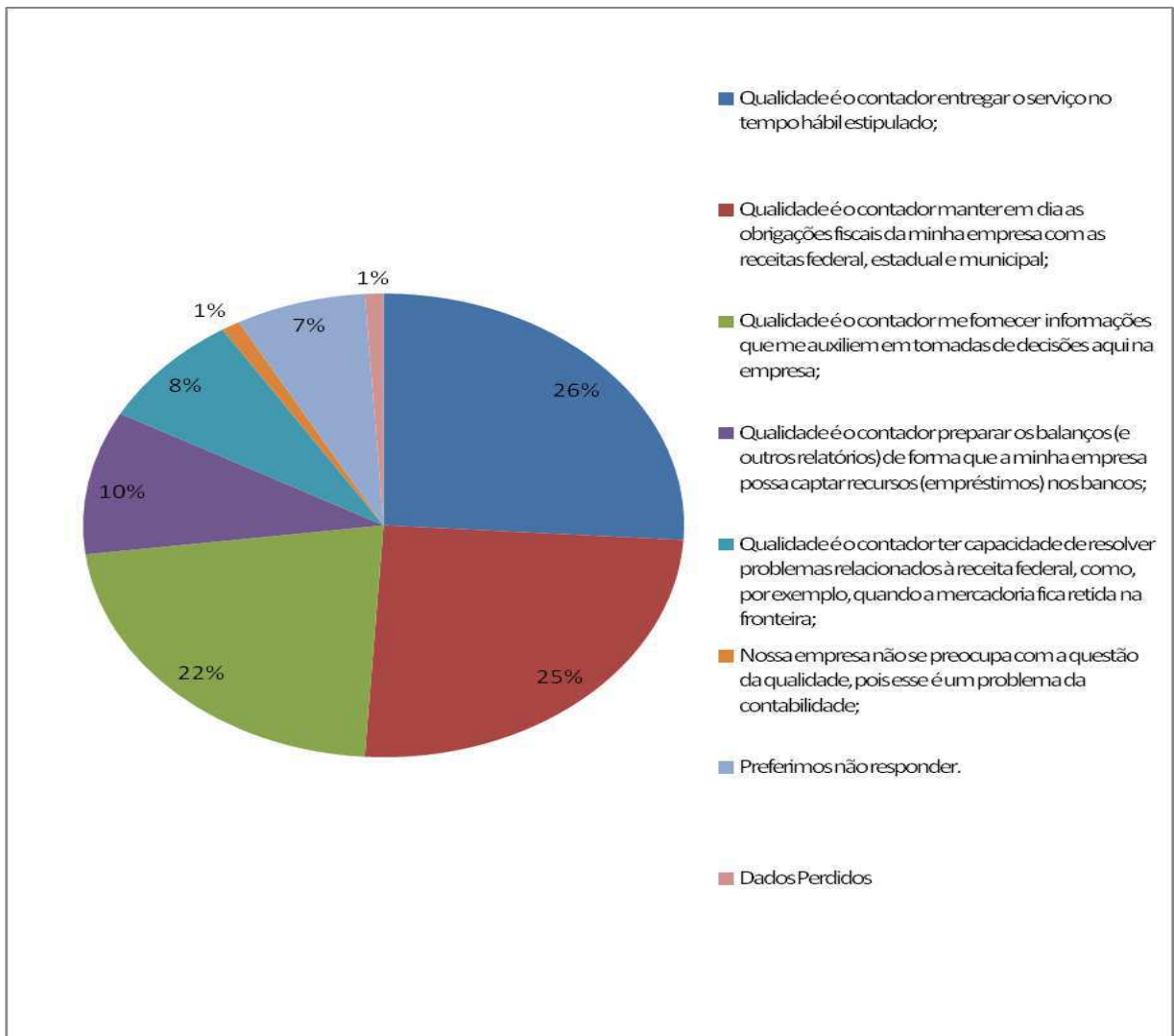


GRÁFICO 9: Conceito de qualidade dos serviços contábeis.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 10 demonstra que em sua grande maioria, ou seja, 50% dos entrevistados consideram irrelevantes as informações contábeis gerenciais no processo de tomada de decisões, 25% utilizam-se dessas informações e outros 25% não opinaram sobre essa questão.

Conclui-se assim que os gestores não dão a importância necessária a essa ferramenta, indispensável no processo de tomada de decisão, enxergando a contabilidade apenas como obrigação acessória voltada para atender as necessidades fiscais, grande parte dessa concepção atribuiu-se a comodidade do profissional contábil, por exercer somente funções voltadas para a área fiscal, e não apresentando a contabilidade como fator essencial no processo de tomada de decisões, deve o contador apresentar uma mudança de postura e mudar a concepção dos gestores em relação aos serviços contábeis.

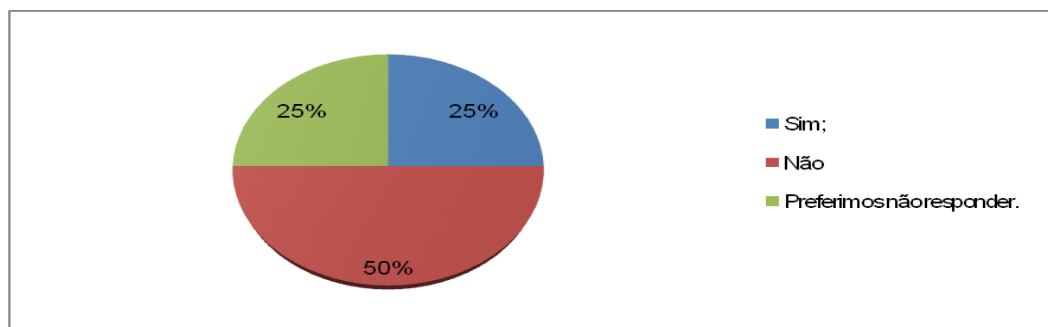


GRÁFICO 10: Relevância das informações contábeis.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 11 evidencia a opinião dos entrevistados quanto à finalidade dos serviços contábeis, em destaque 14% afirmam *auxiliar nos cálculos e recolhimento dos tributos*, outros 14% afirmam *auxiliar no cálculo e recolhimento dos encargos sociais*, e 13% afirmam *auxiliar no controle dos custos*.

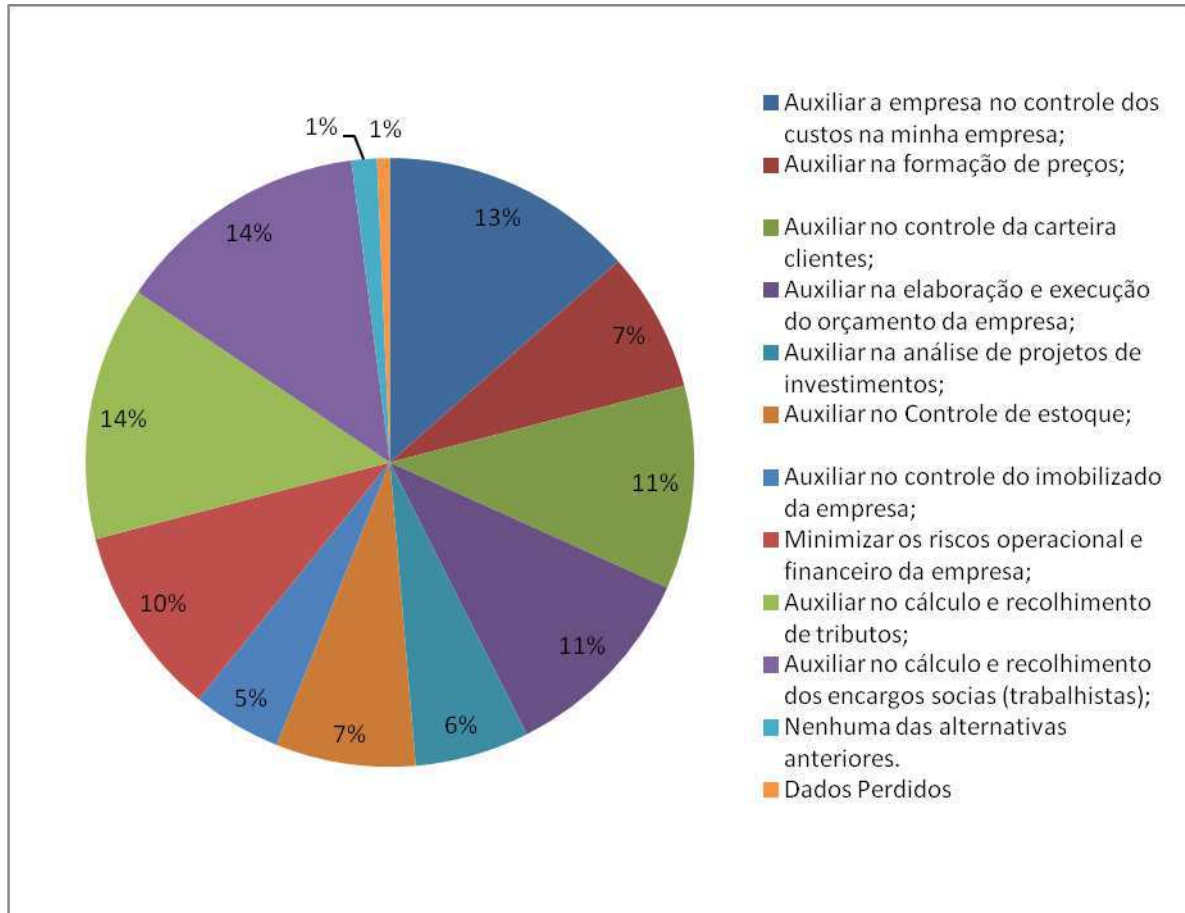


GRÁFICO 11: Finalidade dos serviços contábeis.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Os principais *serviços oferecidos pelos escritórios de contabilidade*, conforme mostra o gráfico nº 12 são em percentuais, 84% folha de pagamento, 77% cálculo de impostos, 70% imposto de renda, 61% departamento fiscal, 45% balanço patrimonial e DRE. Reforçando com isso que os serviços contábeis são mais para cumprir às exigências imposta pelo governo e pela legislação.

Segundo Thomé (2001) os serviços prestados pelas empresas contábeis estão na seguinte ordem: consultoria, contabilidade, administração de pessoal, escrituração fiscal, expediente (ou serviços comerciais), auditoria, perícia e assessoria. Não o que observa-se no gráfico abaixo, apenas 11% dos entrevistados afirmam que o escritório contratado oferece consultoria contábil, sendo que a finalidade da contabilidade é gerar informações úteis para o processo de tomada de decisão dos usuários da informação.

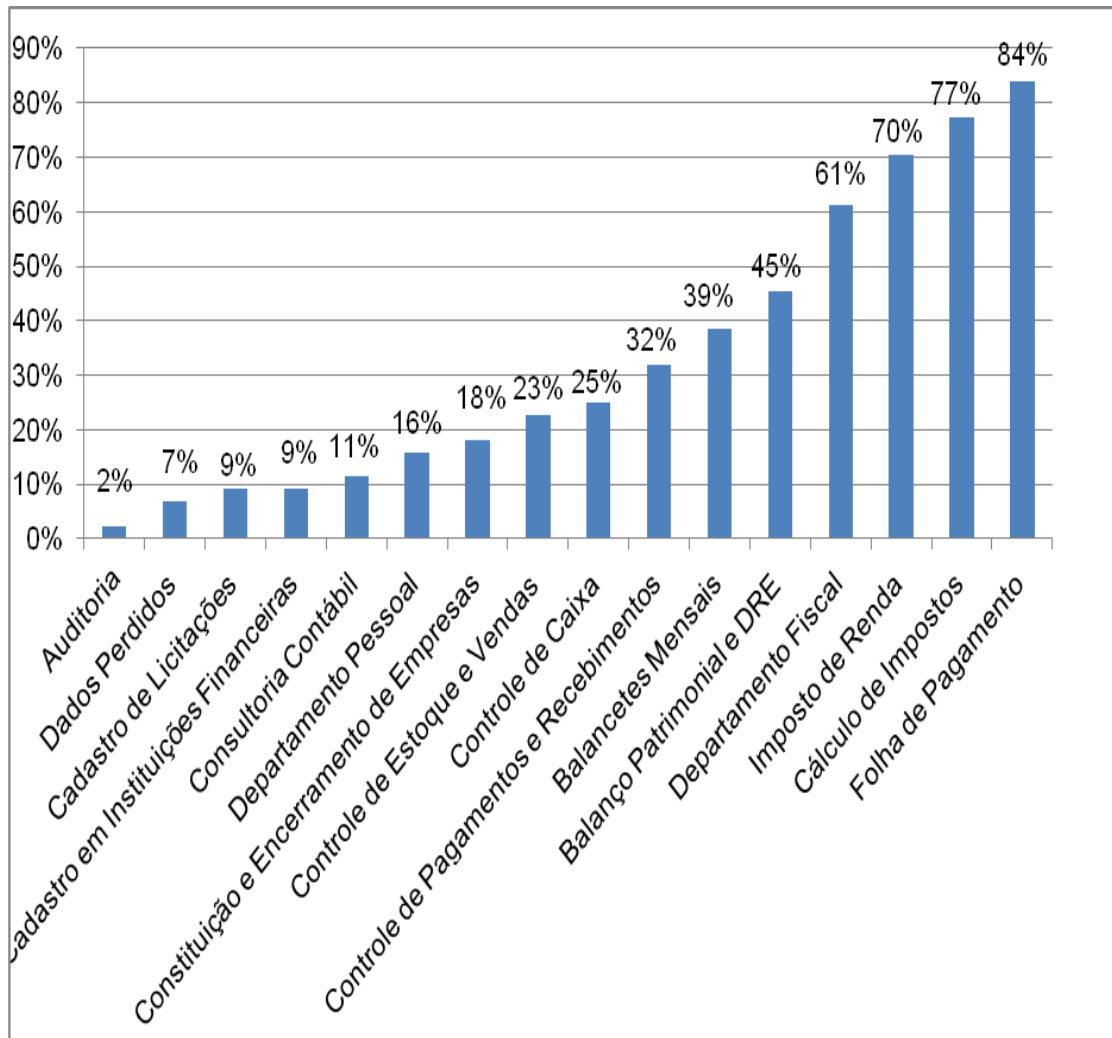


GRÁFICO 12: Serviços oferecidos.
 Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 13 mostra os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade que são considerados relevantes pelos gestores, 73% acreditam ser a folha de pagamento, 64% acreditam ser o cálculo de impostos, 59% acreditam ser o imposto de renda, 48% acreditam ser o balanço patrimonial e a DRE. Nota-se que a contabilidade ainda não é vista no meio empresarial como uma ferramenta gerencial, continua sendo atribuída a atender às necessidades fiscais.

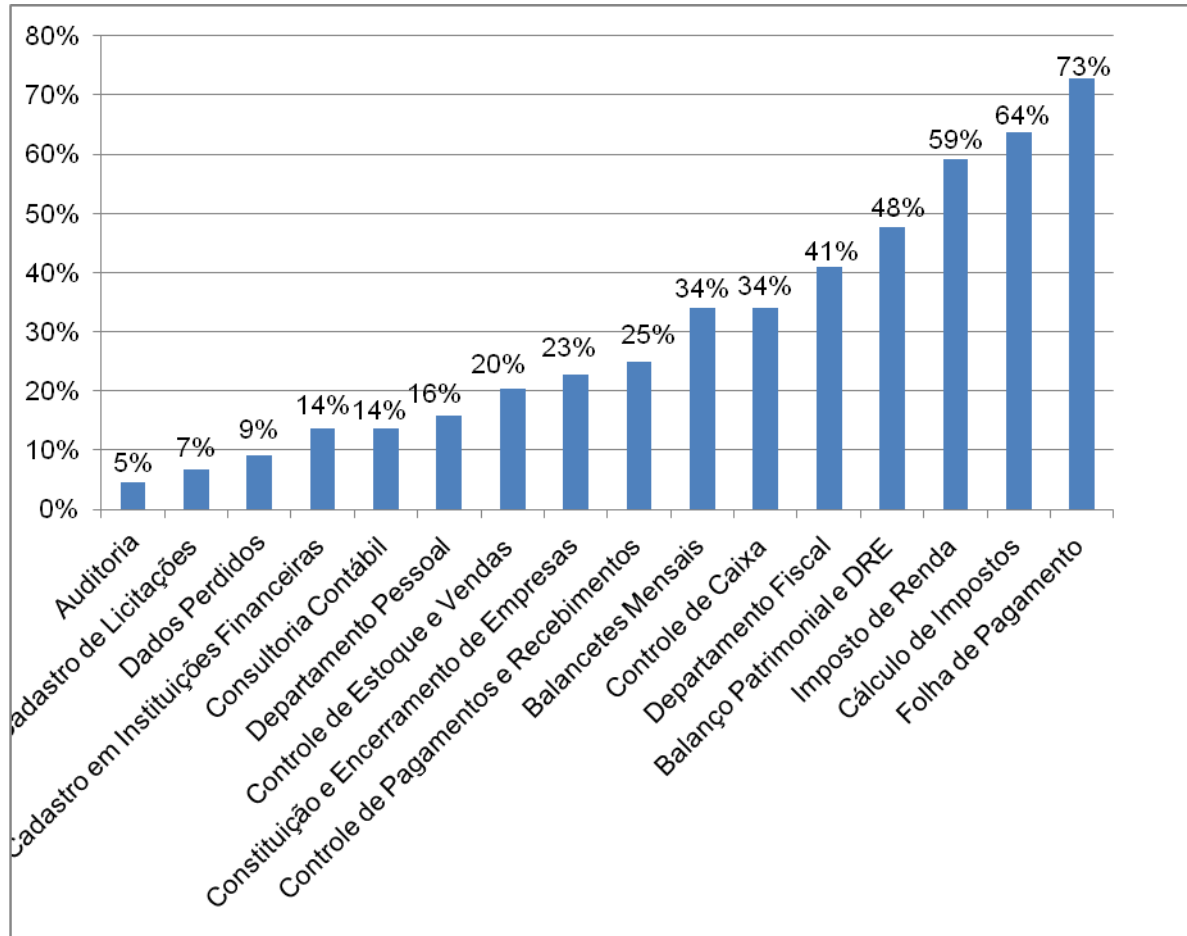


GRÁFICO 13: Serviços mais relevantes.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 14 registra o percentual referente a qualidade dos serviços prestados pelos contadores, e quanto a essa questão 25% dos entrevistados são indiferentes e 23% concordam totalmente.

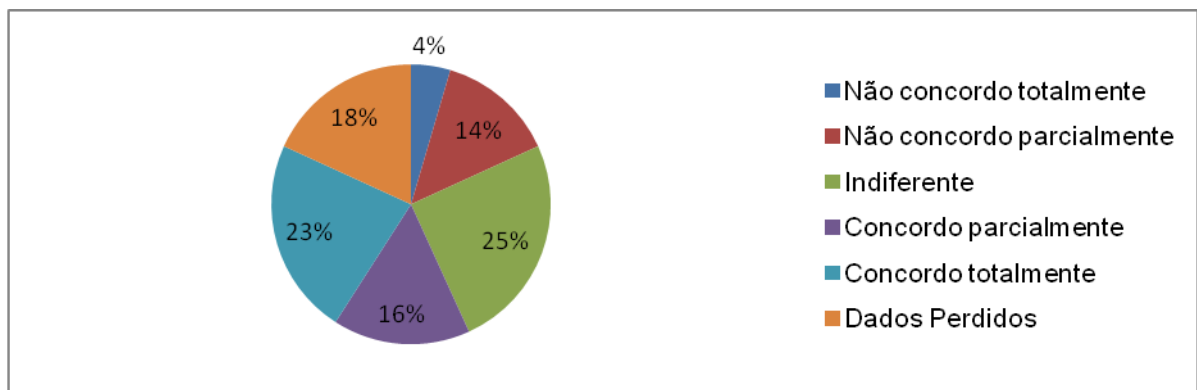


GRÁFICO 14: Existência da qualidade nos serviços contábeis.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Considerando a importância da ética profissional, em qualquer ramo de atividade, foi questionado se eles consideram que o contador (escritório contratado) atende aos requisitos da ética profissional. O gráfico nº 15 mostra que 27% concordam totalmente e 25% são indiferentes.

Então, pode-se afirmar que condutas éticas podem ser interpretadas e analisadas pelos gestores como um diferencial de mercado.

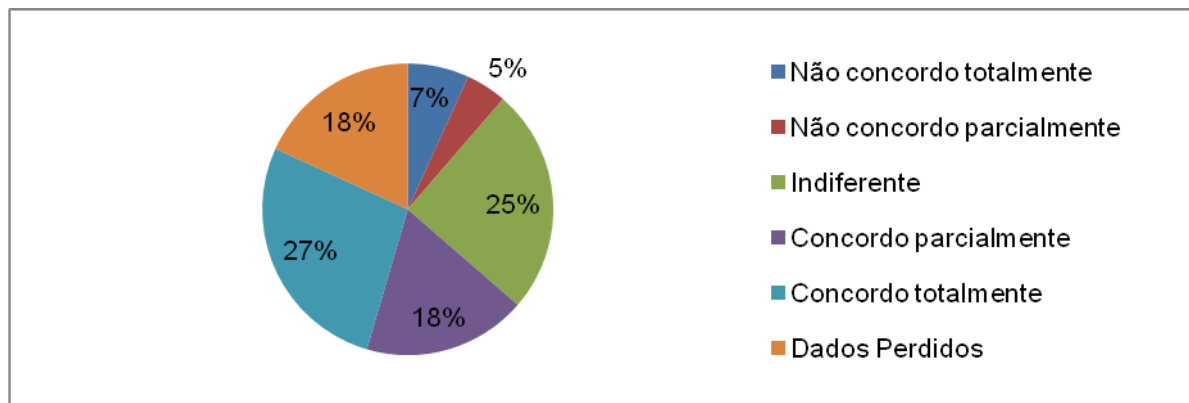


GRÁFICO 15: Ética profissional
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No gráfico nº 16, observa-se em percentuais se as informações e os relatórios contábeis, elaborados pelo seu contador, são fornecidos em tempo hábil. Os entrevistados foram questionados acerca da agilidade do serviço contábil. Nota-se que 25% concordam parcialmente e 21% concordam totalmente. Percebe-se que esse aspecto é de suma relevância na avaliação de qualidade dos serviços contábeis, pois os gestores dão grande importância ao mesmo. Os dados revelam que a grande parte dos entrevistados estão satisfeitos.

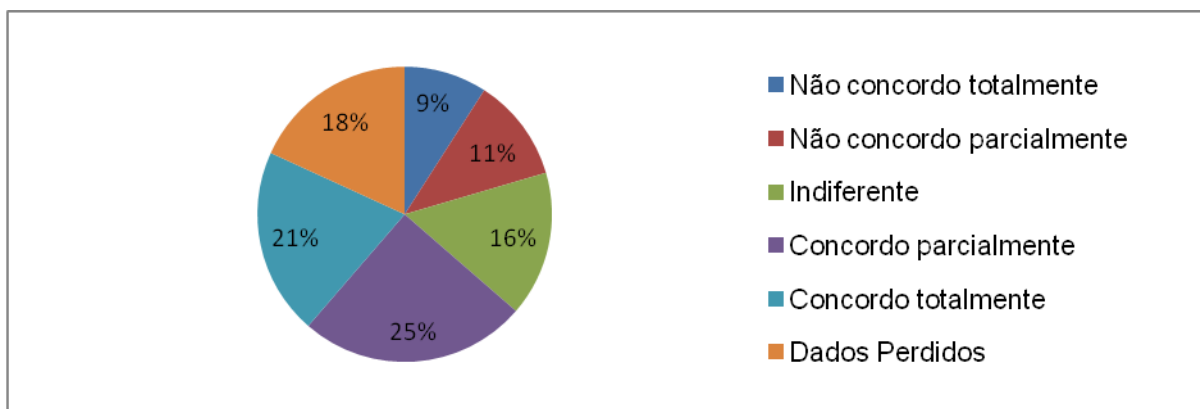


GRÁFICO 16: Tempestividade nas informações.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Os entrevistados foram questionados sobre se *o contador costuma atrasar a solicitação dos documentos (notas fiscais, contratos, recibos, faturas, extratos bancários, guias, etc.) da empresa (necessários à contabilização dos eventos)*, o gráfico nº 17 mostra que a maioria dos entrevistados, 29% não concordam totalmente.

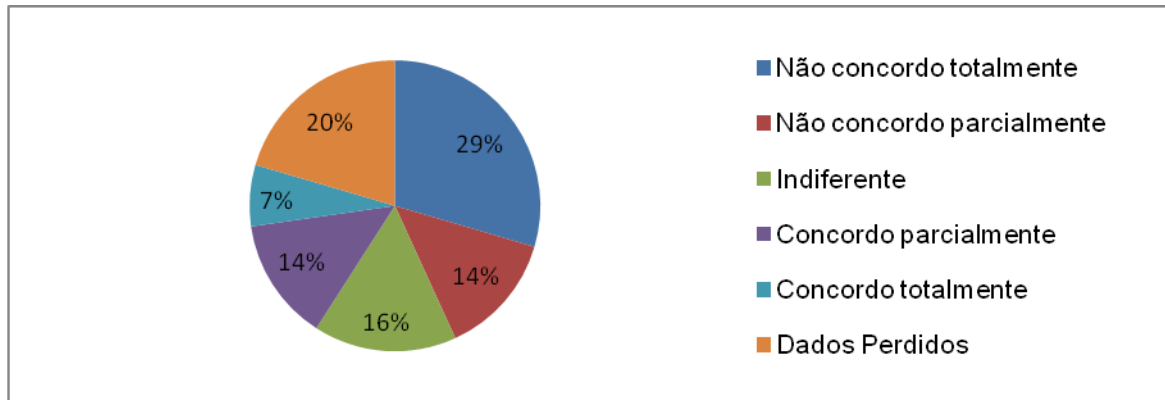


GRÁFICO 17: Solicitação da documentação.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 18 evidencia se o contador costuma atrasar a entrega (devolução) dos documentos à empresa, 27% não concordam totalmente, 18% concordam parcialmente, 16% não concordam parcialmente, 11% são indiferentes e 7% concordam totalmente.

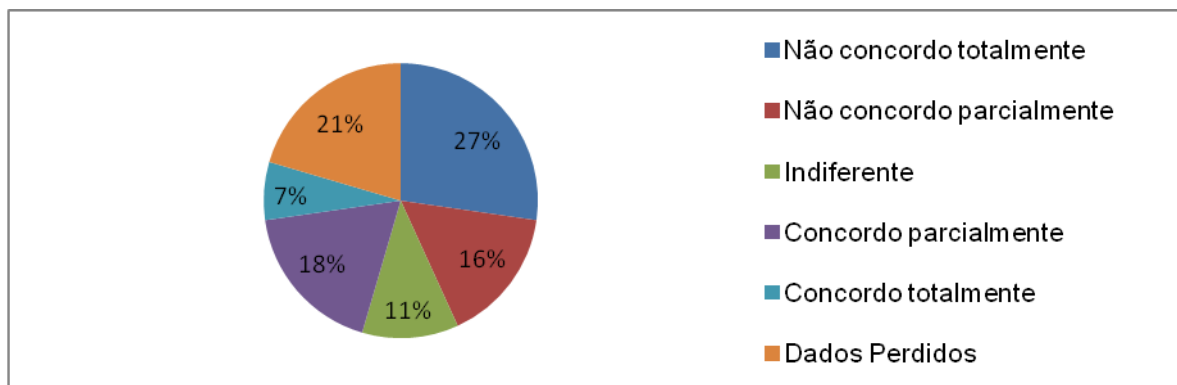


GRÁFICO 18: Devolução da documentação à empresa.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No gráfico nº 19 demonstra percentualmente a questão da confiança nos dados e informações fornecidas pela contabilidade. Observa-se a satisfação dos entrevistados nesse aspecto 52% demonstram satisfação neste ponto, 32% concordam parcialmente e 20% concordam totalmente.

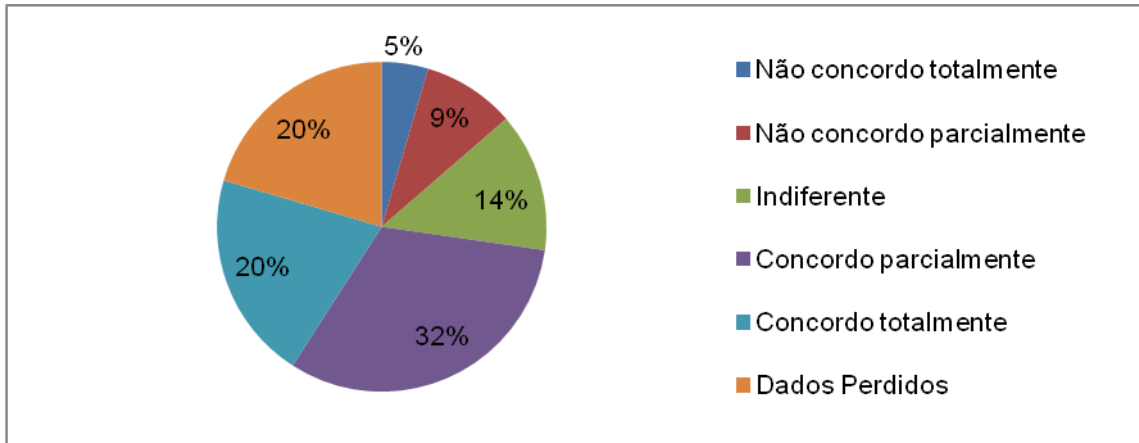


GRÁFICO 19: Confiabilidade das informações.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No gráfico nº 20 demonstra em percentual se a empresa tem apresentado melhorias nos resultados com as práticas contábeis adotados pelo seu contador, 30% são indiferentes, 21% concordam totalmente e 18% concordam parcialmente. Esse resultado revela que os contadores deixam um pouco a desejar neste sentido, pois nem todos os profissionais buscam auxiliar as empresas, sugerindo pontos que colaborem aos gestores no momento da tomada de decisão.

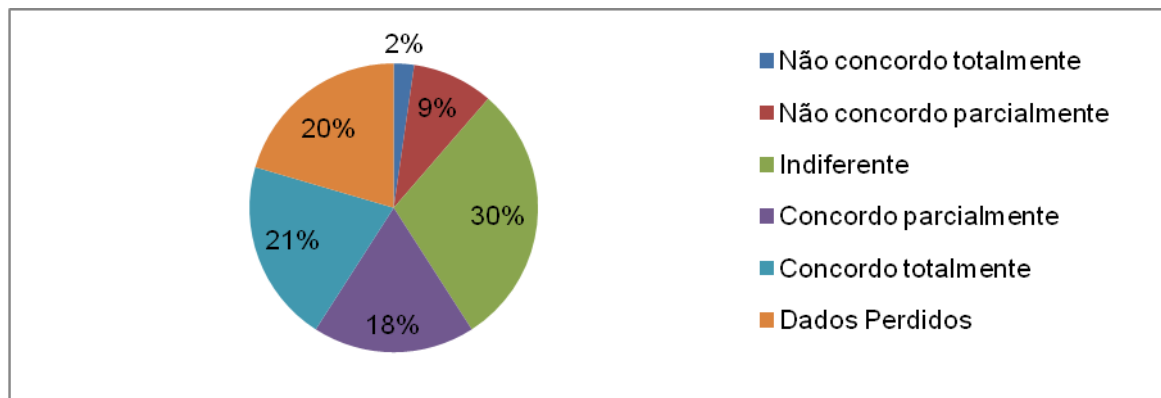


GRÁFICO 20: Melhorias para a empresa.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Os entrevistados foram questionadas quanto à *orientação que o contador (escritório contratado) fornece no que diz respeito à práticas de responsabilidade social*, 23% concordam totalmente e 23% são indiferentes, como mostra o gráfico nº 21.

Analisando o gráfico percebe-se que esse tema não é considerado tão importante para os contadores, e no cenário mundial contemporâneo que vivemos atualmente, é notória a importância do papel do contador na sociedade, pois a visão do mesmo não se restringe apenas à técnica. O profissional contábil deverá realizar sua função de responsabilidade

social que está integrada ao novo contexto administrativo e gerencial das organizações, cumprindo com suas atribuições de forma ética e confiável, conquistando melhor valorização no mercado atual.

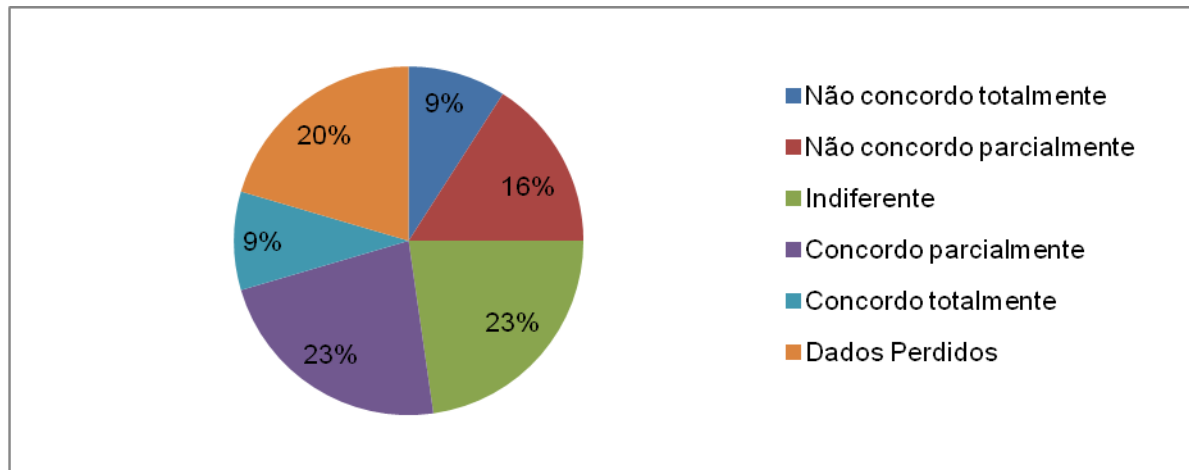


GRÁFICO 21: Responsabilidade social.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 22 revela outro importante fator, os entrevistados foram questionados se o contador mantém a empresa informada das alterações ocorridas na legislação contábil e fiscal, 23% concordam totalmente e 21% concordam parcialmente, apesar da maioria concordar, observa-se que nem todas as empresas são informadas sobre tais alterações. E os contadores têm o dever de informar e orientar os gestores sobre às mudanças ocorridas, tanto no setor fiscal, como contábil.

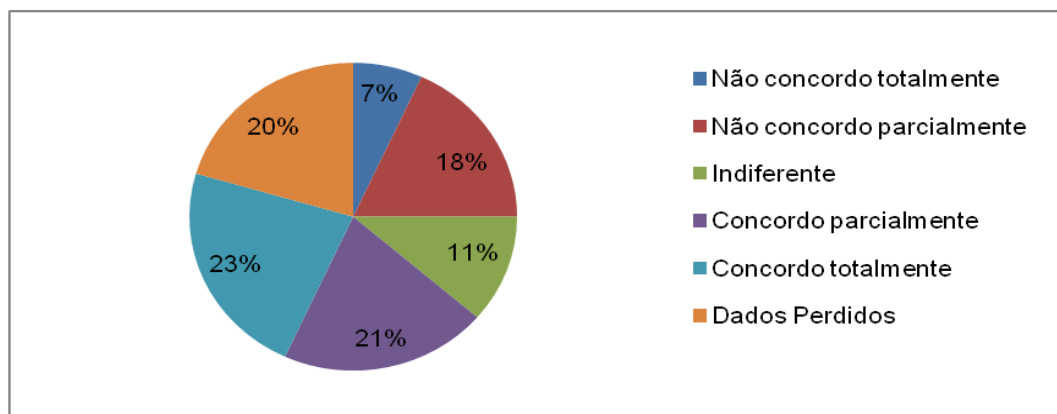


GRÁFICO 22: Informações sobre alterações na legislação.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Quando questionados se o contador preza pela comunicação e manutenção de bom relacionamento com a sua empresa, como mostra o gráfico nº 23, em maior número, ou seja, 27% concordam totalmente, 21% são indiferentes e 20% concordam parcialmente.

Sendo assim a maioria dos entrevistados demonstra estar satisfeito em seu relacionamento com o seu contador, apesar de existir uma parte dos mesmos que não. Portanto verifica-se que os contadores deveriam buscar uma melhor comunicação com seus clientes, pois os profissionais contábeis precisam conhecer mais seus clientes e gerar informações identificadas para cada cliente.

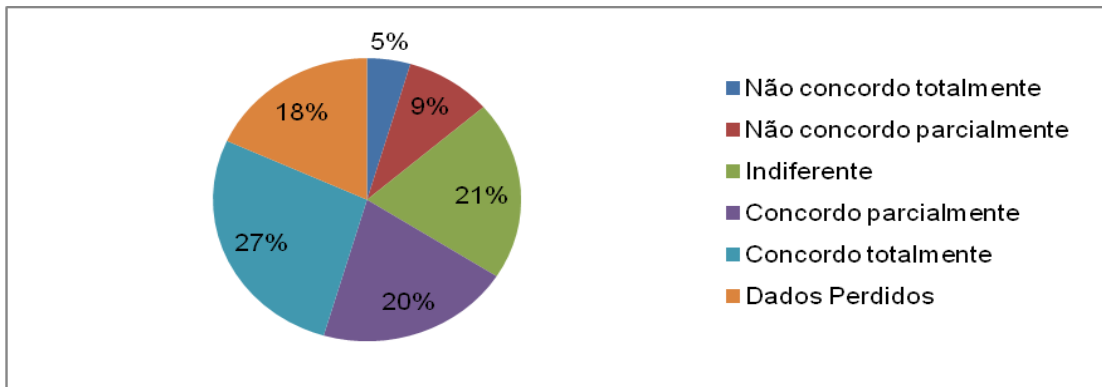


GRÁFICO 23: Relacionamento com a empresa.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

A pesquisa revela, pelo gráfico nº 24, se *já houve algum problema fiscal na empresa que o contador não tenha conseguido resolver*, 23% não concordam parcialmente, 23 são indiferentes e 20% não concordam totalmente. Isso mostra que a maioria dos contadores tem interesse em solucionar os problemas dos empreendimentos.

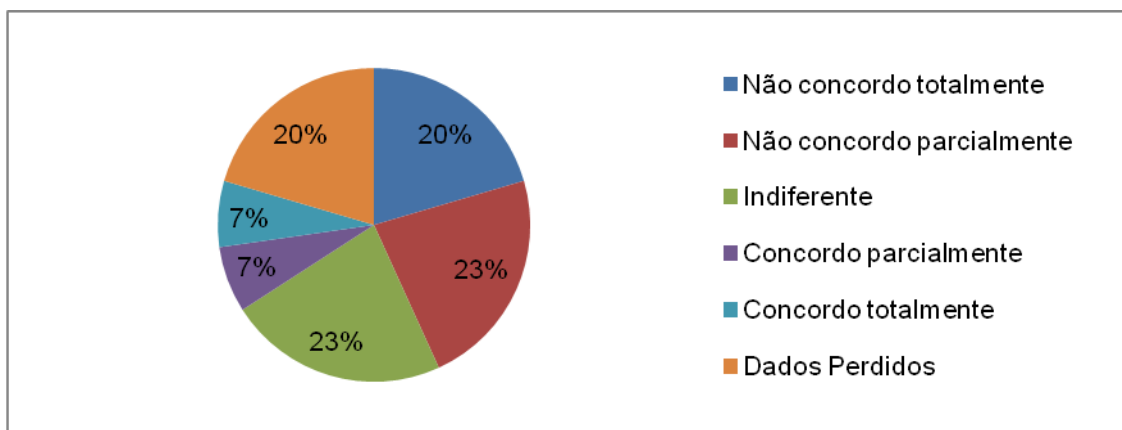


GRÁFICO 24: Resolução de problemas fiscais.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 25 revela se *já houve algum problema trabalhista na empresa que o contador não tenha conseguido resolver*, 25% não concordam totalmente, 25 são indiferentes. Isso mostra que apesar da maioria dos entrevistados estarem satisfeitos nesse aspecto, existe uma parte considerável na pesquisa que não está, pois 11% concordam totalmente e 9%

concordam parcialmente. Demonstrando que existe um descontentamento de alguns gestores quanto à resolução de problemas em causas trabalhistas, e para eles essa é uma variável de fundamental importância, uma vez que é um diferencial de mercado. Dessa forma, acredita-se que os escritórios devem observar esse ponto, e melhorá-lo.

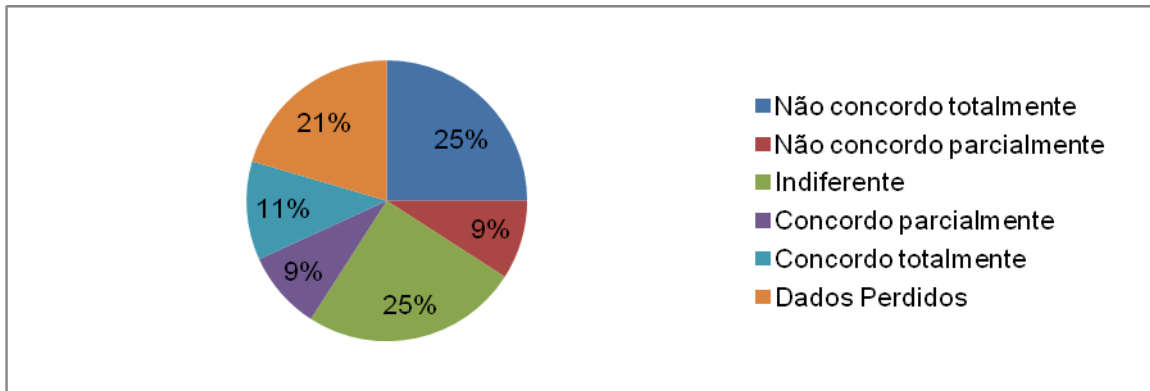


GRÁFICO 25: Resolução de problemas trabalhistas.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Quando questionados se *já sentiram necessidade de trocar de contador*, o gráfico nº 26 revela que 30% não concordam totalmente e 19% concordam totalmente, percebe-se que existem gestores que têm vontade de trocar de contador, porém às vezes por questões de segurança, de não quererem suas informações circulem por vários contadores, por estar com o atual contador há vários anos, por receio do novo contador não atender as expectativas da empresa, às vezes por questões de honorários, entre varias outras questões, preferem continuar com o mesmo contador.

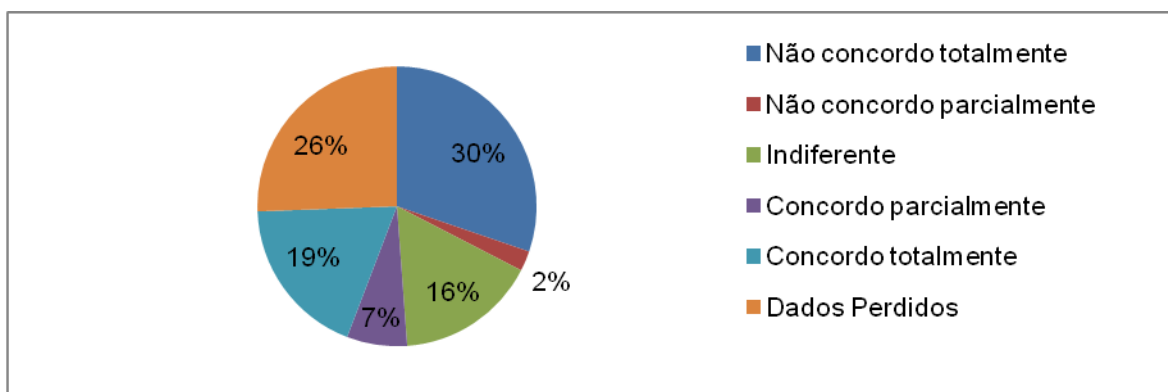


GRÁFICO 26: Necessidade de alteração do contador.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Outra questão levantada durante a pesquisa foi em relação à agilidade da realização dos serviços do escritório de contabilidade. Conforme o gráfico nº 27, os dados abaixo revelam o grau de satisfação dos gestores sobre tais serviços. Dos entrevistados 27% concordam

totalmente, 18% são indiferentes e 16% concordam parcialmente, os dados apontam que a maioria dos entrevistados demonstra satisfação com a agilidade dos serviços, e apenas 19% não demonstraram muita satisfação.

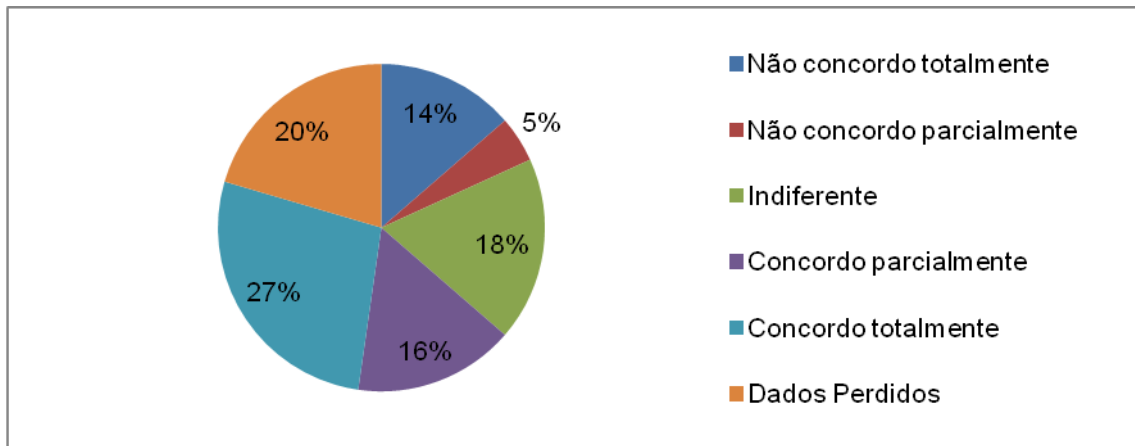


GRÁFICO 27: Atendimento nas solicitações.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 28 revela outro aspecto, os entrevistados foram questionados sobre se o conceito que outras empresa têm do seu Contador (ou escritório contratado) é bom, 25% concordam parcialmente, 20% são indiferentes e 14% concordam parcialmente.

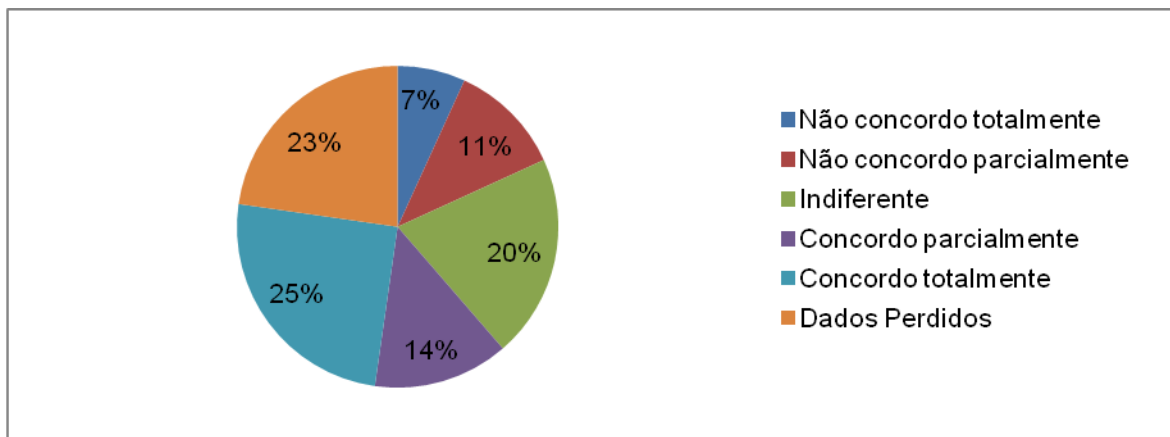


GRÁFICO 28: Imagem do contador no meio empresarial.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 29 demonstra a confiança que os funcionários do escritório de contabilidade transmitem aos gestores, 25% afirmam concordam totalmente e 23% são indiferentes à questão. Os serviços contábeis devem ser executados por pessoas conhecedoras no assunto, como: contadores, técnicos e estudantes de contabilidade. Porém, é comum encontrar em escritórios de contabilidade pessoas sem conhecimento específico na área executada, assim portanto não transmitindo tanta confiança.

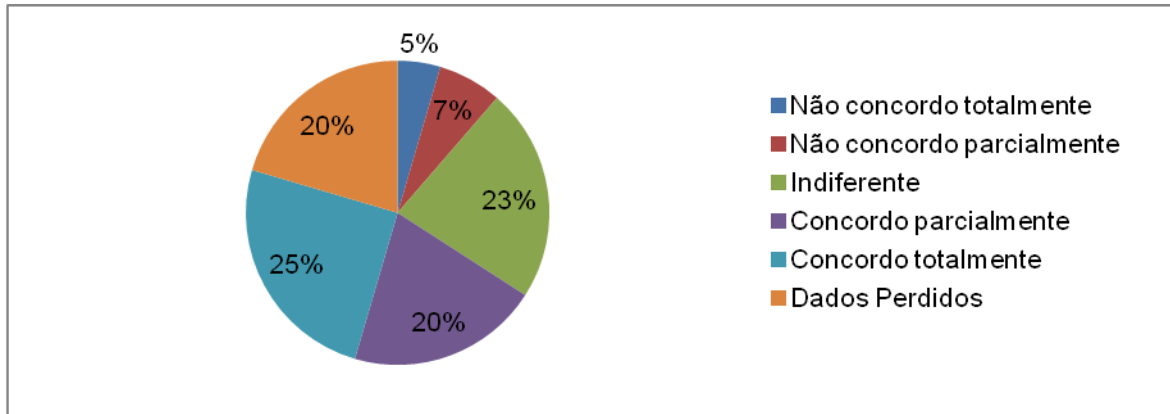


GRÁFICO 29: Confiança nos funcionários contratados.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No decorrer da pesquisa os entrevistados foram questionados sobre *quando ocorre um erro no trabalho do seu contador (escritório contratado), o mesmo se prontifica a resolvê-lo*, o gráfico nº 30 mostra que 30% concordam totalmente, 25% são indiferentes e 16% concordam parcialmente, sendo assim a maioria demonstra interesse em corrigir erros nos serviços contábeis.

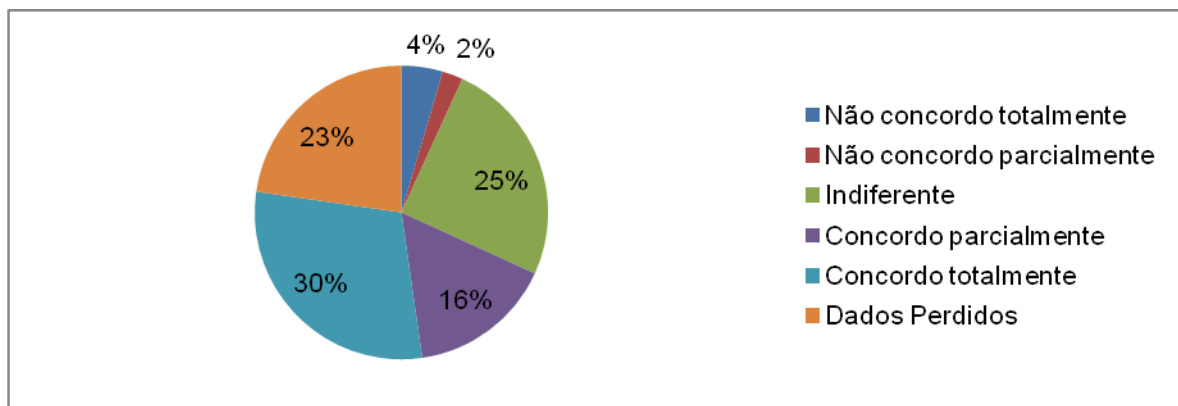


GRÁFICO 30: Prontidão para resolver os erros.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No gráfico nº 31 evidencia as opiniões dos entrevistados sobre o conhecimento técnico do contador, 25% são indiferentes, 23% concordam totalmente e 16% concordam parcialmente, a grande maioria confia no conhecimento técnico do contador.

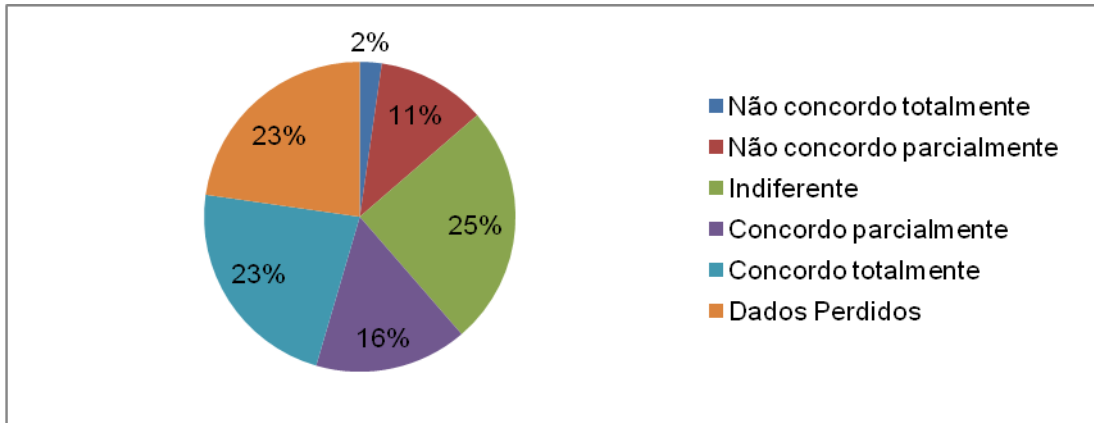


GRÁFICO 31: Conhecimento técnico.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico nº 32 apresenta dados que revelam a segurança que o contador (escritório contratado) transmite aos entrevistados, 25% concordam totalmente, 25% são indiferentes e 14% concordam parcialmente.

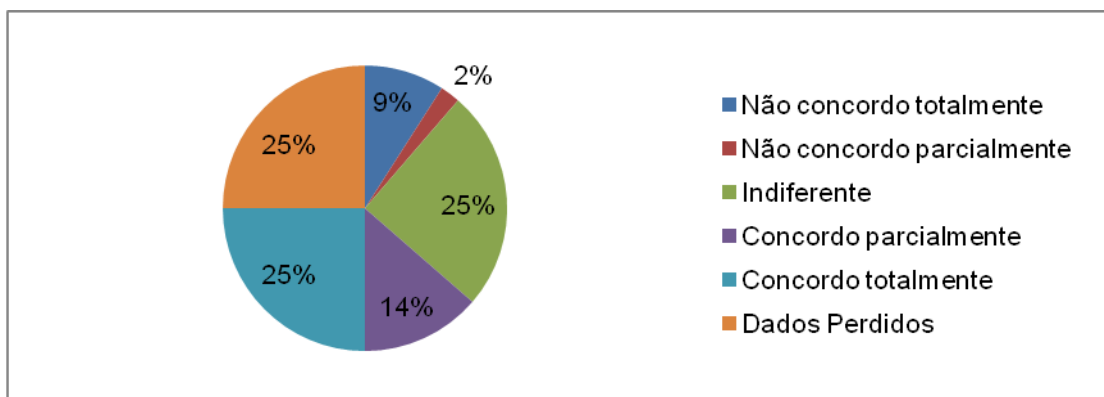


GRÁFICO 32: Segurança transmitida.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Como mostra o gráfico nº 33, outro aspecto questionado foi se o contador é acessível para resolver problemas, 27% são indiferentes, 20% concordam totalmente e 16% concordam parcialmente.

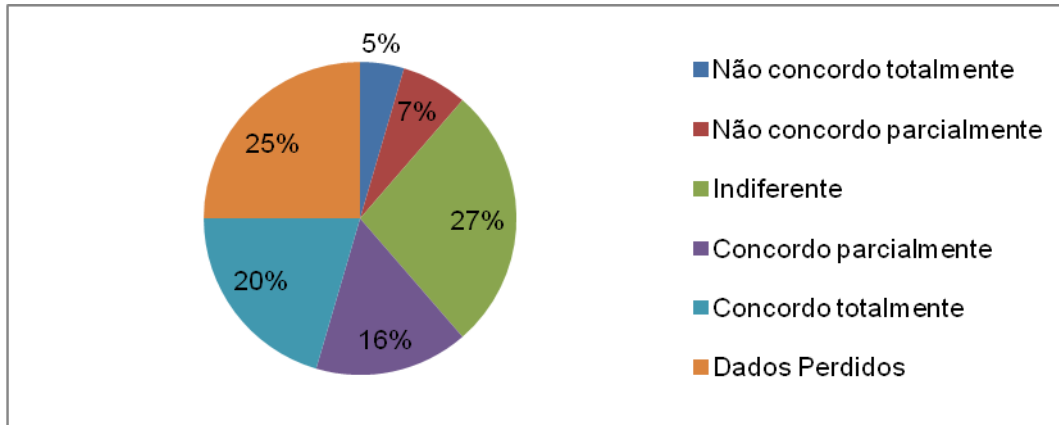


GRÁFICO 33: Acessibilidade do contador.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Segundo Jr. e Peter (2007, p. 294) o mercado considera importante, a aparência da pessoa que fornece o serviço ou o ambiente em que o serviço é oferecido.

No gráfico nº 34, evidencia percentualmente a questão *se o contador (escritório contratado) têm boa apresentação*, Nota-se que 32% concordam totalmente e 25% são indiferentes.

Entende-se que esse aspecto é de grande importância no momento da escolha do profissional, pois segundo os entrevistados um profissional de boa aparência transmite mais confiança no serviço.

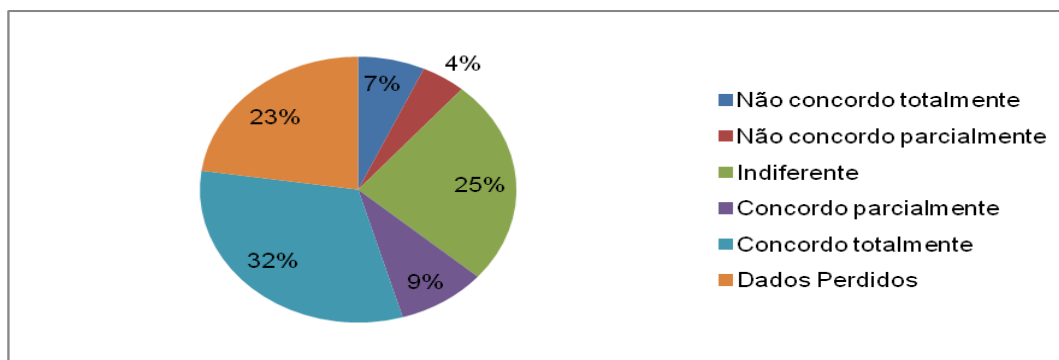


GRÁFICO 34: Aparência do contador.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Um fator de grande importância diz respeito aos honorários contábeis pagos, o gráfico nº 35 revela se os gestores consideram que *os honorários pagos são justos para o serviço recebido*. Sobre isso 27% concordam totalmente e 25% são indiferentes.

Thomé (2001, p. 105), a esse respeito menciona que:

Depois de determinado o custo e de ter sido ele devidamente atribuído a cada um dos clientes, estipular o valor dos honorários mensais depende apenas da escolha da margem de lucro apropriada. É evidente que essa margem não pode ser aleatória. Convém examinar, se possível, o preço praticado pelo mercado e a qualidade do serviço que sua empresa está oferecendo. Para alguns clientes pode ser praticada uma margem diferenciada, menor ou maior – cada caso deve ser estudado separadamente.

Ainda Thomé (2001) inicialmente o cálculo dos honorários deve ser visto a partir das informações sobre a empresa, pois para atribuir o valor dos honorários o contador deve se basear no faturamento da empresa, nos custos do trabalho executado e no esforço para a conclusão do serviço, e desde já deixar o tomador do serviço avisado de que após a execução do serviço por certo tempo, o valor será revisto.

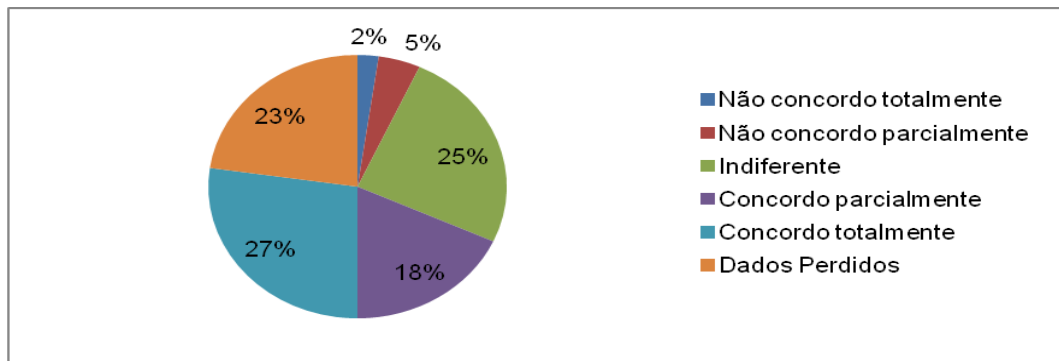


GRÁFICO 35: Honorários acordados.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Um fator muito importante para os gestores das empresas é o pagamento de multas, portanto a pesquisa questionou se *a empresa já pagou multa por causa do serviço do contador (escritório contratado)*. Como mostra o gráfico nº 36, 27% não concordam totalmente e 16% concordam totalmente. Sendo assim observou-se que uma parte considerável dos entrevistados já efetuou o pagamento por um serviço realizado de maneira errônea.

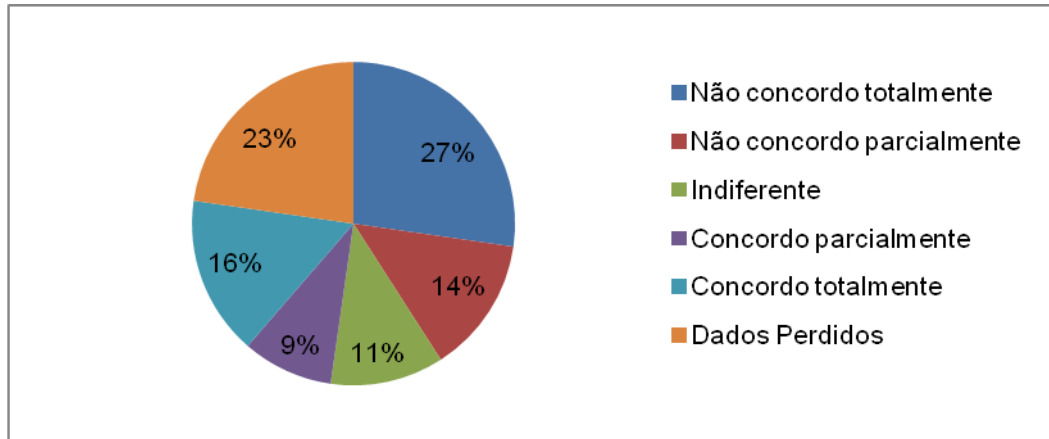


GRÁFICO 36: Multas pagas.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No gráfico nº 37 apresentam-se os dados que revelam se *o contador costuma fazer algum serviço além do que foi contratado*, 20% não concordam totalmente e 18% são indiferentes. Portanto observa-se que os contadores não demonstram querer aprimorar e melhorar a qualidade dos serviços prestados, restringindo apenas ao serviço contratado.

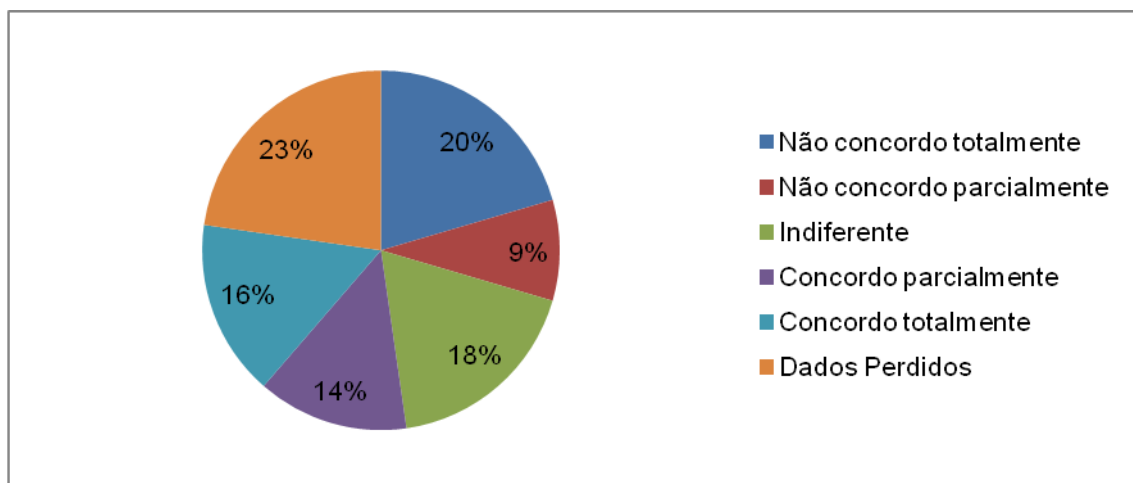


GRÁFICO 37: Serviços adicionais.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa objetivou investigar a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas localizadas no Município de Cajazeiras, em relação à qualidade dos serviços prestados pelos profissionais contábeis, verificando se os serviços estão atendendo às necessidades destas empresas. Para alcançar esse objetivo, foi feito um estudo de campo com 44 gestores, conforme exposto na metodologia.

Inicialmente, efetuou-se uma análise literária acerca do assunto, ressaltando a importância da qualidade dos serviços contábeis. Procurou-se demonstrar a influência que os serviços contábeis podem causar no ambiente organizacional, onde o mercado está a cada dia mais competitivo e exigente, fazendo com que os escritórios de contabilidade busquem um diferencial que possa agregar valores as empresas. Com base na literatura elaborou-se um questionário com 37 questões relacionadas à satisfação dos serviços contábeis.

Através de uma análise quantitativa e descritiva dos resultados interpretados nesta pesquisa, chegou-se às seguintes conclusões.

Quanto ao perfil dos entrevistados, pôde-se concluir que em a maioria dos entrevistados são proprietários, atuam no mercado há mais de 05 anos, possuem o ensino médio completo, encontram-se no regime de tributação do simples nacional e possuem seu contador domiciliado no Município de Cajazeiras.

Posteriormente, para obter os resultados relacionados à qualidade dos serviços contábeis prestados pelos profissionais contábeis, fez-se uma análise descritiva buscando identificar relações existentes entre as variáveis estudadas, assim como descrever as características da amostra.

Constatou-se que os principais serviços oferecidos pelos escritórios, foram: folha de pagamento, cálculo de impostos, imposto de renda, departamento fiscal, balanço patrimonial e DRE, dos entrevistados a minoria afirmam que o escritório contratado oferece consultoria contábil, sendo que a finalidade da contabilidade é gerar informações úteis para o processo de tomada de decisão dos usuários da informação.

Dentre os serviços oferecidos pelos escritórios de contabilidade os considerados mais relevantes pelos gestores são: folha de pagamento, o cálculo de impostos, o imposto de renda, o balanço patrimonial e a DRE.

Dentre as variáveis estudadas, destacam-se as consideradas mais importantes para os gestores, que são: a *confiança* e *imagem*; portanto, fica evidente que o profissional contábil deve dispor de competências relacionadas à confiança, isso inclui os colaboradores do escritório, que devem ser profissionais capacitados para realização de suas funções, e a imagem do escritório, pois influencia no processo de escolha da utilização de seus serviços e da credibilidade das informações fornecidas pelo mesmo.

Outro aspecto essencial é a agilidade e interesse em prestar o serviço. Os profissionais contábeis necessitam estar sempre procurando identificar problemas e desenvolver soluções, aplicando seus conhecimentos técnicos, utilizando ferramentas e metodologias adequadas, para tornar o serviço ágil e útil ao usuário da informação contábil.

No que diz respeito à *competência, atualização e ética do profissional*, entende-se que para os gestores o profissional contábil deve ser ético, capaz e necessita-se manter sempre atualizado.

Sobre as *informações geradas* e os *honorários contábeis*, a partir deste estudo acredita-se que os honorários pagos estão diretamente ligados às informações geradas. A pesquisa evidencia que a maioria acredita que o valor pago é justo para o serviço recebido.

A pesquisa mostra que 25% dos entrevistados são *indiferentes* e 23% concordam totalmente que os serviços prestados pelos profissionais da área têm qualidade. Os resultados apontam que poucos são os entrevistados que demonstram estar satisfeitos com a qualidade dos serviços contábeis e a maioria não têm consciência se os serviços têm qualidade ou não, pois demonstram indiferença em relação aos serviços contábeis. Isso mostra que os serviços prestados pelos escritórios de contabilidade precisam ser melhorados, pois o profissional contábil tem a função de gerar informações que proporcionem uma base confiável aos gestores para que as mesmas sirvam para tomar decisões.

Portanto, os profissionais contábeis ainda não são vistos pelos gestores como um profissional capaz de fornecer informações úteis para o processo de tomada de decisão dentro da organização, e, sim, visto como responsável em atender às exigências dos órgãos fiscalizadores.

Através o resultado obtido nota-se uma necessidade de uma maior divulgação da importância e dos objetivos da contabilidade, a maioria dos entrevistados consideram a contabilidade importante para o negócio, no entanto, os mesmos não têm entendimento do que é contabilidade e da importância deste conhecimento.

Constatou-se nesta pesquisa a importância da qualidade nos serviços contábeis, uma vez que o estudo evidenciou a necessidade da mudança de postura do profissional contábil no que se refere aos serviços prestados. Foi comprovado que durante a pesquisa que um número expressivo de profissionais deixou de responder ou demonstraram indiferença a certas questões.

É evidente a necessidade de novas estratégias por parte dos profissionais da área, no intuito de fornecer serviços de alta qualidade.

A pesquisa revela segundo os gestores que os profissionais não demonstram interesse em melhorar a qualidade dos serviços, e que os profissionais contábeis estão se preocupando apenas em oferecer os serviços obrigatórios, o que satisfaz apenas um dos usuários da contabilidade – o governo, não vendo a relevância que é gerar informações a estas empresas, orientando-as a dispor de serviços contábeis de qualidade. Portanto, há a necessidade dos profissionais contábeis melhor orientar as empresas, sempre fazendo visitas com frequência e gerando informações relevantes que sirvam para o processo de tomada de decisão destas.

Como sugestão para trabalhos futuros, sugere-se estender esta pesquisa em amostras maiores, no intuito de ter uma visão maior da qualidade dos serviços contábeis, abrangendo outras regiões do Estado da Paraíba, a fim de comparar e confirmar o desempenho dos profissionais contábeis.

Sendo assim, os resultados mostrados neste estudo mostram contribuições relevantes para os trabalhos acadêmicos, como também para os profissionais atuantes, no sentido de poder ajudar a melhorar o seu desempenho.

REFERÊNCIAS

ALBRECHR, K. **Revolução nos serviços**. Tradução: Antônio Zoratto Sanvicente. 4. ed.. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1994.

ALCAZAR José Maria Chapinha. **Novos tempos Novos profissionais**. Disponível em: <<http://www.crcro.org.br/crcmx/principal2.aspx?id2=1174>>. Acesso em: 17/08/2012.

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

ARAUJO, F. S. T. **Qualidade em serviços contábeis: um estudo nas empresas do setor de comércio varejista de material de construção no município de Sousa**, PB. 70f. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Campina Grande. Sousa - PB, 2008. Disponível em: <http://www.ccjs.ufcg.edu.br/monografias_uacc/qualidade_servicos_contabeis/TC-Francilene_Araujo.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2012.

BEUREN, Ilse Maria(Org). et al.. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2008.

BRASIL. **Resolução nº. 1.098/07 do Conselho Federal de Contabilidade**. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/resolucao/cfc/1098_2007.htm>. Acesso em: 01/11/2012

BRASIL. **Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007: Altera e revoga dispositivos da Lei no 6.404/76, e da Lei no 6.385/76**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2008-2010/2007/Lei/L11638.htm#art>. Acesso em: 11/01/2013.

CAMPIGLIA, Américo Oswaldo. **Contabilidade básica**. São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo: 1966. 432 p.

CARDOSO. Olga Regina. **Foco da Qualidade Total de Serviços no Conceito do Produto Ampliado**. Dissertação de conclusão do curso de Doutorado em Engenharia de Produção da UFSC, 1995.

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.

CERVO, A. L. & Bervian, P. A. **Metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Makron books, 1996.

CORONADO, Osmar. **Contabilidade gerencial básica**. São Paulo: Saraiva, 2006.

FARIAS, A. T. O. **Desdobramento da função qualidade na prestação de serviços em uma empresa de remanufatura de autopeças**. 2004. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Faculdade de Engenharia, UFRGS, Porto Alegre, 2004.

FIGUEIREDO, Sandra; FABRI, Pedro Ernesto. **Gestão de empresas contábeis**. São Paulo: Atlas, 2000.

FITZSIMMONS, James A., FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia, e tecnologia da informação**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997, 407 p.

FRANCO, Hilário; MARRA, Ernesto. **Auditoria contábil**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GARCIA, Elias. A importância do sistema de informação gerencial para a gestão empresarial. Revista Ciências Sociais em Perspectiva. **Revista do Centro de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel**, vol. 2. n. 1, p. 21 - 32, 1ª sem, 2006.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro; Elsevier, 2003.

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

HENDRISKSEN, Eldon S.; BREDA, Michael F. Van. **Teoria da contabilidade**. Tradução: Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. et al. Contabilidade: Aspectos relevantes da epopéia de sua evolução. **Revista Contabilidade e Finanças**, ano XVI, v. 2, n. 38, mai/ago. 2005.

_____, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

_____, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

_____, Sergio de. **Contabilidade Gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998

JR. Gilbert A. Churchill e PETER. J. Paul Peter. **Marketing: Criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

_____, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

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

_____, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

_____, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

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.

LOVELOCK, C; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. Tradução Cid Knipel Moreira. 1ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

LUCENA, Wenner G. Lopes; VASCONCELOS, Marco Tullio de Castro. Os Sistemas de Informações Contábeis: Um Estudo Aplicado ao Setor de Confecções de Jeans em Toritama – PE. In: **V Workshop Internacional Sobre Inteligência Empresarial e Gestão do Conhecimento na Empresa – Intempres**. Recife, PE, 2004. Disponível em: <<http://www.intempres.pco.cu/Intempres2000-2004/Intempres2004/Sitio/Ponencias/34.pdf>>. Acesso em: 05/12/2012.

LUNELLI, Reinaldo Luiz. **ATUALIZAÇÃO DOS PRINCÍPIOS CONTÁBEIS**. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/noticias/principiosatualizados.htm>>. Acesso em: 17/01/2013.

MACHADO, Rosaly. **Inovações incrementais nas prestações de serviços contábeis**. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção), Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Ponta Grossa. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Ponta Grossa, 2007. Disponível em: <http://ri.uepg.br:8080/riuepg/bitstream/handle/123456789/419/DISSERTA%C3%87%C3%83O_RosalyMachado.pdf?sequence=1>. Acesso em: 26 nov. 2013.

MAGNAGO, Patrícia Flores. **Planejamento de melhorias nos serviços de distribuição: uma aplicação do QFD no setor de cosméticos**. 2008. 76f. Trabalho de Conclusão de Curso (Engenheiro de Produção) - Faculdade de Engenharia da Pontifícia Universidade Católica

do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/viewFile/5028/3716>>. Acesso em: 11/11/2012.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 13º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARREIO, S. B. de S. **O serviço contábil**: um estudo sobre a percepção dos médios e pequenos empresários da cidade de Pombal - PB acerca dos serviços prestados pelos profissionais de contabilidade. 65f. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Campina Grande. Sousa - PB, 2010.

MARSHALL, Isnard Junior. et al. **Gestão da qualidade**. 8. ed. Rio de Janeiro: FGV., 2006.

NASCIMENTO, Augusto. **A tomada de decisão pelo empresário das microempresas de serviços assessoradas pelo escritório Mello de contabilidade**. Jul, 2008. Disponível em:
<<http://www.webartigos.com/articles/7566/1/>>. Acesso em: 02/11/2012

NOBREGA, D. M. **Análise do nível de satisfação dos gestores acerca da qualidade dos serviços contábeis**: um estudo no setor de comércio varejista na cidade de Sousa – PB. 77f. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Campina Grande. Sousa - PB, 2008. Disponível em:
<http://www.ccjs.ufcg.edu.br/monografias_uacc/qualidade_servicos_contabeis/TC-Danuza_Marques.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2012.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Sistemas de informações contábeis**: fundamentos e análise. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____, Clóvis Luís. **Sistemas de informações contábeis**: fundamentos e análise. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PALMA, Daniel Azevedo. **O perfil da relação profissional entre as empresas de serviços contábeis (ESC) e a micro e pequena empresa (MPE)**. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica), Centro Universitário Álvares Penteado – UniFecap -. São Paulo, 2005. Disponível em:
<http://200.169.97.106/biblioteca/tede//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=179>. Acesso em: 02 dez. 2012.

PIAZZA, A. **Qualidade no atendimento**: a chave para o seu sucesso pessoal e empresarial. São Paulo: Nobel, 1999.

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.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V., BERRY, L. SERVQUAL. **A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.** *Journal of Retailing*, v. 64, n.1, 12-40, 1988.

PORTAL DE CONTABILIDADE. **Notícias. Atualização dos princípios contábeis**

Disponível em:

<<http://www.portaldecontabilidade.com.br/noticias/principiosatualizados.htm>>. Acesso em: 20/02/2013.

PUGUES, Laurise Martha; OTT, Ernani. O perfil do profissional de egressos dos cursos de Ciências Contábeis no Rio Grande do Sul. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul**, n. 136, p.62-75, abr. 2009.

QUEIROGA, Renata Pinheiro Fernandes de. **SERVIÇOS CONTÁBEIS: UMA DESCRIÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE UIRAÚNA-PB.** 72p. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Campina Grande, Sousa, 2011.

RAUPP, Elena Hahn. Qualidade na Auditoria Interna. **Revista Brasileira de Contabilidade.** Brasília, n. 122, p. 44-53, mar./abr.2000.

RICCIO, Edson Luiz. **Uma Contribuição ao Estudo da Contabilidade como Sistema de Informação.** 1989. Tese (Doutorado em Administração) Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

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.

ROSA, Fernando de. KAMAKURA, Wagner Antonio. Pesquisas de Satisfação de Clientes e Efeito Halo: Interpretações Equivocadas? In: **XXV ENCONTRO DA ENANPAD.** 2001, Campinas/SP. Anais... Campinas/SP, 2001.

SÁ, Antonio Lopes. **O perfil do contabilista em nossos dias.** 2007. Disponível em: <<http://www.lopesdesa.com.br>>. Acesso em: 02/11/2012.

SILVA, A. N. R. S. da. **Gerenciamento da Responsabilidade de Serviços:** uma proposta para agilizar processos e moderar os efeitos da espera. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2004. Disponível em: <xrepo01s.inmetro.gov.br/bitstream/10926/1095/1/Silva_2004.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2013.

SILVA, M. G. L. **Avaliação qualitativa da relação entre a oferta e demanda de serviços contábeis nas micro e pequenas empresas da cidade de Sousa – PB.** 74p. 2010.

Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Campina Grande. Sousa - PB, 2010.

SOUZA, Antonio Carlos de. **TCC: Métodos e Técnicas**/Antonio Carlos de Sousa, Francisco Fialho e Nilo Otani. Florianópolis: Visual Books, 2007.

STRASSBURG, Udo et al. **A Importância do Sistema de Informação Contábil como Fonte de Informações para Tomada de Decisões**. VI Seminário do Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Cascavel – Paraná. 2007. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/VISeminario/Artigos%20apresentados%20em%20Comunica%20E7%20F5es/ART%205%20-%20A%20Import%20ancia%20do%20Sistema%20de%20Informa%20E7%20E3o%20Cont%20E1bil%20como%20Fonte%20de%20Informa%20E7%20F5es%20para%20Tomada%20de%20.pdf>>. Acesso em: 23/01/2013.

_____. Udo. **A contabilidade frente aos avanços tecnológicos**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2004.

THOME, Irineu. **Empresas de serviços contábeis: estrutura e funcionamento**. São Paulo: Atlas, 2001.

VIEIRA, Maria das Graças. **A Ética na Profissão Contábil**. São Paulo: Thomson IOB, 2006.

YAMAMOTO, Marina Mitiyo; SALOTTI, Bruno Meirelles. **Informação Contábil: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais**. São Paulo: Atlas, 2006.

ZANLUCA, Júlio César. **O perfil do contabilista no século XXI**. Disponível em <http://www.portaldecontabilidade.com.br/noticias/perfil_contador.htm>. Acesso em: 26/10/2012.

ZENCI, Shirley Denise. **A importância dos controles internos para o gerenciamento e tomada de decisões em uma empresa do ramo de Transportes**. 2009. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis), Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. Disponível em: <revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/ecap/article/download/789/431>. Acesso em: 03 dez. 2012

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário



Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências Jurídicas e Sociais
Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis



Caro(a) Colaborador(a),

Estamos conduzindo uma pesquisa acadêmica intitulada “**QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS SOB A ÓTICA DOS GESTORES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS, PB**”, e precisamos da sua participação. Por favor, responda às questões abaixo sem precisar se identificar. Agradecemos pela sua colaboração.

Pesquisadora: Valkíria de Souza Albuquerque (aluna concluinte do Curso de Ciências Contábeis)

Orientador: Prof. Hipônio Fortes Guilherme – Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis.

01 - Função:

- a) Proprietário
- b) Gerente
- c) Outros (Especificar): _____

02 - Há quanto tempo a empresa do(a) Sr.(Sr^a) atua no mercado?

- a) Menos de 01 ano;
- b) Entre 01 e 03 anos;
- c) Entre 03 e 05 anos;
- d) Há mais de 05 anos;
- e) Preferimos não responder.

03 - Grau de escolaridade:

- a) Fundamental incompleto
- b) Fundamental completo
- c) Médio incompleto
- d) Médio completo
- e) Superior incompleto
- f) Superior completo
- g) Pós-graduação
- h) Outros: _____

04 - Qual o regime de tributação da empresa?

- a) Simples Nacional
- b) Lucro Presumido
- c) Lucro Real

05 - O seu Contador atual está domiciliado no Município de Cajazeiras?

- a) Sim
- b) Não Qual: _____

06 - A sua empresa utiliza serviços contábeis (prestados por contadores)?

- a) Sim;
- b) Não. Eu mesmo faço a contabilidade da minha firma (empresa). Não preciso de contador;
- c) Preferimos não responder.

07 - Há quanto tempo a empresa trabalha com o Contador atual?

- a) Menos de 01 ano;
- b) Entre 01 e 03 anos;
- c) Entre 03 e 05 anos;
- d) Há mais de 05 anos;
- e) Preferimos não responder.

08 - O Sr. (a Sr^a) acha que **qualidade** deveria ser o fundamento básico dos serviços prestados pelos contadores?

- a) Sim;
- b) Não. A função do contador é calcular os impostos e manter as obrigações com a receita federal em dia. Isso não tem nada a ver com qualidade.
- c) Preferimos não responder.

09 - Como é que o Sr. (a Sr^a) define *qualidade dos serviços contábeis* que a sua empresa utiliza?

Assinale uma ou mais alternativa (s):

- a) Qualidade é o contador entregar o serviço no tempo hábil estipulado;
- b) Qualidade é o contador manter em dia as obrigações fiscais da minha empresa com as receitas federal, estadual e municipal;
- c) Qualidade é o contador me fornecer informações que me auxiliem em tomadas de decisões aqui na empresa;
- d) Qualidade é o contador preparar os balanços (e outros relatórios) de forma que a minha empresa possa captar recursos (empréstimos) nos bancos;
- e) Qualidade é o contador ter capacidade de resolver problemas relacionados à receita federal, como, por exemplo, quando a mercadoria fica retida na fronteira;
- f) Nossa empresa não se preocupa com a questão da qualidade, pois esse é um problema da contabilidade;
- g) Preferimos não responder.

10 - Os serviços contábeis utilizados em sua empresa contemplam aspectos da contabilidade gerencial?

- a) Sim;
- b) Não. Os serviços contábeis que necessitamos são aqueles que estão voltados única e exclusivamente para atender ao fisco (receitas federal, estadual e municipal);
- c) Preferimos não responder.

11 - Na sua visão, para que são utilizados os serviços contábeis?

Assinale uma ou mais alternativa (s):

- () a) Auxiliar a empresa no controle dos custos na minha empresa;
- () b) Auxiliar na área gerencial (decisões);
- () c) Auxiliar no controle da carteira clientes;
- () d) Auxiliar na elaboração e execução do orçamento da empresa;
- () e) Auxiliar na análise de projetos de investimentos;
- () f) Auxiliar no Controle de estoque;
- () g) Auxiliar no controle do imobilizado da empresa;
- () h) Minimizar os riscos operacional e financeiro da empresa;
- () i) Auxiliar no cálculo e recolhimento de tributos;
- () j) Auxiliar no cálculo e recolhimento dos encargos sociais (trabalhistas);
- () k) Nenhuma das alternativas anteriores.

12 - Quais os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade atualmente?

Assinale uma ou mais alternativa (s):

- () a) Balanço Patrimonial e DRE
 () b) Balancetes Mensais
 () c) Folha de Pagamento
 () d) Departamento Fiscal
 () e) Cálculo de Impostos
 () f) Imposto de Renda
 () g) Controle de Pagamentos e Recebimentos
 () h) Controle de Estoque e Vendas
 () i) Controle de Caixa
 () j) Departamento Pessoal
 () k) Constituição e Encerramento de Empresas
 () l) Cadastro de Licitações
 () m) Cadastro em Instituições Financeiras
 () n) Consultoria Contábil
 () o) Auditoria
 () p) Outros. Especifique: _____

13 - Dos serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade quais são considerados relevantes? **Assinale uma ou mais alternativa (s):**

- () a) Balanço Patrimonial e DRE
 () b) Balancetes Mensais
 () c) Folha de Pagamento
 () d) Departamento Fiscal
 () e) Cálculo de Impostos
 () f) Imposto de Renda
 () g) Controle de Pagamentos e Recebimentos
 () h) Controle de Estoque e Vendas
 () i) Controle de Caixa
 () j) Departamento Pessoal
 () k) Constituição e Encerramento de Empresas
 () l) Cadastro de Licitações
 () m) Cadastro em Instituições Financeiras
 () n) Consultoria Contábil
 () o) Auditoria
 () p) Outros. Especifique: _____

14 - INDIQUE O SEU GRAU DE CONCORDÂNCIA EM RELAÇÃO ÀS QUESTÕES ABAIXO:

← Não Concordo
 Concordo →
 Plenamente

Questões	1	2	3	4	5
Os serviços prestados pelo Contador da sua Empresa têm <i>qualidade</i> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O escritório de contabilidade atende aos requisitos da ética profissional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
As informações e os relatórios contábeis, elaborados pelo seu contador, são fornecidos em tempo hábil?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador costuma atrasar a solicitação dos documentos (notas fiscais, contratos, recibos, faturas, extratos bancários, guias, etc.) da empresa (necessários à contabilização dos eventos)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

O seu Contador costuma atrasar a entrega (devolução) dos documentos à empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A sua empresa confia nos dados e informações fornecidos pela Contabilidade?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A sua empresa tem apresentado melhorias nos resultados com as práticas contábeis adotados pelo seu Contador?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador costuma orientar a sua empresa no que diz respeito à praticas de responsabilidade social?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu contador lhe mantém informado das alterações ocorridas na legislação contábil e fiscais?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador preza pela comunicação e manutenção de bom relacionamento com a sua empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Já houve problemas fiscais na sua empresa que o seu Contador não tenha conseguido resolver?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Já houve problemas trabalhistas na sua empresa que o seu Contador não tenha conseguido resolver?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Já sentiu necessidade de trocar de Contador?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
As solicitações contábeis da sua empresa são prontamente atendidas pelo seu Contador (escritório contratado)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O conceito que outras empresa têm do seu Contador (ou escritório contratado) é bom?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A sua empresa confia no trabalho desenvolvido pelos funcionários do escritório de contabilidade contratado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quando ocorre um erro no trabalho do seu Contador (escritório contratado), ele - contador - se prontifica a resolvê-lo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador (escritório contratado) detém conhecimento técnico suficiente para fazer o que faz (na contabilidade)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador (escritório contratado) transmite segurança no que faz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador (escritório contratado) é acessível (para resolver problemas)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador (escritório contratado) tem boa apresentação (aparência)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Os honorários contábeis pagos pela sua empresa são justos – para o serviço recebido?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A sua empresa já pagou multa por causa do serviço do Contador (escritório contratado)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O seu Contador costuma fazer seviços (contábeis) que vão além do que foi contratado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>