



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



RENATA PINHEIRO FERNANDES DE QUEIROGA

**SERVIÇOS CONTÁBEIS: UMA DESCRIÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES
DAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE UIRAÚNA-PB**

SOUSA – PB
2011



Biblioteca Setorial do CDSA. Janeiro de 2023.

Sumé - PB

Renata Pinheiro Fernandes de Queiroga

**Serviços Contábeis: Uma Descrição da Percepção dos Gestores das Empresas
do Comércio Varejista da Cidade de Uiraúna-PB**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, da Universidade Federal de Campina Grande como requisito parcial para à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. MSc. Marconi Araújo Rodrigues

**SOUSA – PB
2011**

RENATA PINHEIRO FERNANDES DE QUEIROGA

**SERVIÇOS CONTÁBEIS: UMA DESCRIÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES
DAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE UIRAÚNA-PB**

Monografia apresentada em _____ de _____ de 2011, como trabalho de conclusão do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande – PB, obtendo conceito de _____, atribuída pela banca, constituída pelo orientador e membros abaixo.

BANCA EXAMINADORA

Prof. MSc. Marconi Araújo Rodrigues – Orientador

Prof. MSc. Flávio Lemenhe - Membro

Prof. MSc. Harlan Herculano de Azevedo - Membro

**SOUSA – PB
2011**

A meus pais Emanuel e Deiva, pelo amor, carinho, pelos valores que construíram em minha vida, que com todo esforço e dedicação proporcionaram a realização desse sonho. Dedico.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida, pela serenidade, pelo equilíbrio, pela sabedoria, por iluminar o meu caminho e me dar forças para seguir em frente, por esta conquista, pois sem Ele nada seria possível.

Aos meus irmãos Rodrigo e Emanuela, que sempre acreditaram na minha vitória, pelo amor e carinho, pelo apoio incondicional e incentivo, que foram fundamentais durante esta trajetória.

À Janikarte, meu namorado, pela confiabilidade em meu futuro que acreditou e compartilhou para a realização deste sonho.

À minha amiga e companheira Gabriela, sempre presente de forma direta e indireta, me ajudando, apoiando e incentivando a lutar pelos meus objetivos.

A toda minha família, por compartilhar momentos de alegria, pelos gestos de confiança e por acreditarem em mim.

Ao meu orientador Marconi, pelo carinho, pelo acolhimento, pela orientação, pelos ensinamentos com competência, serenidade, segurança e ética, acreditando que sempre podemos fazer o melhor.

Aos meus amigos de curso, Gabriela, Mirelle, Jarliane, Susana, Fernando e Valdênio, pela amizade e confiança, construída durante essa jornada, sempre caminhamos juntos em busca de nossos ideais, sempre com determinação, guardarei para sempre com carinho as lembranças de todos os momentos vividos.

A toda turma 2007.2 de Ciências Contábeis, pela amizade, pelos momentos compartilhados e pelas experiências vivenciadas. Sempre lembrarei de tudo com muito carinho. E em especial aos amigos Mirelle, Fernando e Valdênio, que sempre me ajudaram em Sousa, muito obrigada.

À Universidade Federal de Campina Grande, pelo apoio institucional, que me acolheu e permitiu a conquista dessa vitória.

A todos os professores do curso de graduação em Ciências Contábeis, em especial aos professores Fabio Lira, Fabiano, Marizelma, Alcides, Vorster, Marcos Macri, Alexandre e Lúcia, pelos preciosos ensinamentos, pelos momentos de reflexão e aprendizado, e por saberem compreender nossas dificuldades enquanto estudantes.

Aos funcionários da UFCG, que fizeram parte do nosso dia-a-dia e que, com paciência e dedicação, sempre nos ajudaram. E em especial as funcionárias da coordenação, Waleska, Remédios e Eliana, que nos acolhem com muito carinho e respeito.

A todos que contribuíram de forma direta e indiretamente, meus mais sinceros agradecimentos.

O segredo da felicidade está em olhar todas as maravilhas do mundo e nunca se esquecer da sua missão ou do seu objetivo.

Paulo Coelho

RESUMO

QUEIROGA, Renata Pinheiro Fernandes de. **SERVIÇOS CONTÁBEIS: UMA DESCRIÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE UIRAÚNA-PB. 2011.** Monografia (Ciência Contábeis) – Unidade de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Campina Grande, Sousa, 2011.

As crescentes mudanças tecnológicas vêm causando dificuldades para as empresas, principalmente no que concerne a sobrevivência no mercado competitivo, sendo necessária uma demanda de informações úteis para gerir melhores tomadas de decisões para manter a empresa em funcionamento. Pode-se dizer que as empresas estão constantemente diante desses inúmeros desafios, havendo necessidade de criatividade, habilidades e competências dos profissionais contábeis para sanar as necessidades dos usuários da informação. Sendo assim, o objetivo desse estudo é descrever a percepção dos gestores das empresas do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB acerca dos serviços contábeis a eles prestados. Para tanto realizou-se um estudo de campo, de natureza descritiva e exploratória, com abordagem quantitativa, a partir de uma amostra não probabilística com aplicação de um questionário a 41 gestores das empresas varejistas filiadas à CDL do referido município. Constatou-se que a maioria dos gestores do comércio varejista mostra-se satisfeito com a qualidade dos serviços contábeis que estão sendo disponibilizados no município de Uiraúna-PB. Os serviços são pontuais, ágeis e eficazes; os profissionais são competentes, atualizados e éticos; os serviços prestados são satisfatórios para atender as necessidades dos gestores; e os profissionais contábeis fornecem informações que estão auxiliando na tomada de decisões sendo, portanto, essenciais para as empresas. Como deficiências observadas evidenciam-se apenas a necessidade de uma ampliação no leque de serviços que podem ser ofertados pelo profissional contábil e o aumento do número de visitas periódicas que esse profissional pode fazer às empresas. Além disso, um considerado número de gestores utiliza os serviços contábeis apenas para o cumprimento das obrigações legais das empresas.

Palavras-Chave: Comércio Varejista, Qualidade, Serviços Contábeis.

ABSTRACT

ACCOUNTABLE SERVICES: A DESCRIPTION OF THE PERCEPTION OF THE MANAGERS OF THE COMPANIES OF THE VAREJISTA COMMERCE OF THE CITY OF UIRAÚNA -PB

The growing technological changes have been causing difficulties for the companies, especially when talking about the survival in the competitive market, being necessary a demanding of useful information to manage better decision making to keep the company working. It can be said that the companies are constantly facing these numerous challenges; there is need for creativity, skills and competences of the accountancy professionals to supply the needs of the users of the information. Therefore, the objective of this study is to describe the perception of the managers of the companies of retail commerce of the city of Uiraúna-PB about the accountancy services provided to them. For this end a field study was performed, with descriptive nature and exploratory, with quantitative approach, from a non probabilistic sample with application of a questionnaire to 41 managers of retail companies linked to the Câmara de Dirigentes Lojistas of the referred city. It was noticed that most of the managers of the retail commerce is unsatisfied with the quality of the countable services which are being provided to the city of Uiraúna – PB. The services are punctual, agile and efficient; the professionals are competent, updated and ethic; the services supplied are satisfactory to supply the needs of the managers; and the accountancy professional provide information that are helping decision making being, so, essential for the companies. As deficiencies observed only the need of an ampliation in the offer of services by the accountancy professional and the increase of the number of periotic visitation that this profession can do to the companies. Besides, a considerate number of managers uses the accountancy services only to fulfill the legal obligation of the companies.

Key-Words: Retail Commerce, Quality, Accountancy Services.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 Definições para Serviço	22
QUADRO 2 Características dos Serviços	23
QUADRO 3 Funções dos Varejistas	38

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 Serviços Oferecidos pelos Profissionais de Contabilidade	46
TABELA 2 Escrituração e Livros recebidos dos Profissionais de Contábeis	47
TABELA 3 Utilização dos Relatórios Contábeis	47
TABELA 4 Critérios para Selecionar o Contador	49
TABELA 5 Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 01 a 04	50
TABELA 6 Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 05 a 08	52
TABELA 7 Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 09 a 12	53
TABELA 8 Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 13 a 16	54

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Sexo dos Gestores	40
GRÁFICO 2: Faixa Etária dos Gestores	40
GRÁFICO 3: Grau de Escolaridade dos Gestores	41
GRÁFICO 4: Naturalidade dos Gestores	41
GRÁFICO 5: Setor de atuação	42
GRÁFICO 6: Experiência Profissional dos Gestores no Setor de atuação.....	42
GRÁFICO 7: Experiência Profissional antes de ser Empresário	43
GRÁFICO 8: Tempo de Atuação da Organização	43
GRÁFICO 9: Número de Funcionários.....	44
GRÁFICO 10: Local de Atuação da Organização	44
GRÁFICO 11: Regime de Tributação da Empresa.....	45
GRÁFICO 12: Tempo que Utiliza os Serviços Contábeis.....	48
GRÁFICO 13: Tempo que a empresa está com o mesmo Contador	48
GRÁFICO 14: Valor pago pela Prestação do Serviço	49

LISTA DE SIGLAS

BP	Balanco Patrimonial
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CGSN	Comitê Gestor de Tributação das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
CRC	Conselho Regional de Contabilidade
DIPJ	Declaração do Imposto de Renda Pessoa Jurídica
DIRF	Declaração do Imposto Retido na Fonte
DIRT	Declaração do Imposto Territorial Rural
DLPA	Demonstrações de Lucros ou Prejuízos Acumulados
DOAR	Demonstrações das Origens e Aplicações de Recursos
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
DVA	Demonstração do Valor Adicional
GIM	Guia de Informação Mensal
IBRACON	Instituto dos Auditores Independentes no Brasil

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 PROBLEMÁTICA.....	14
1.2 JUSTIFICATIVA	15
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA	17
1.3.1 <i>Objetivo geral</i>	17
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	17
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	17
1.4.1 <i>Classificação do estudo</i>	17
1.4.2 <i>Universo da pesquisa</i>	19
1.4.3 <i>Amostra</i>	19
1.4.4 <i>Procedimentos de coleta e análise dos dados</i>	19
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
2.1 UM ENFOQUE SOBRE SERVIÇOS	21
2.1.1 <i>Características de serviços</i>	23
2.1.2 <i>Gestão de serviços</i>	24
2.2 QUALIDADE	25
2.2.1 <i>Qualidade em serviços</i>	26
2.3 CONCEITO E OBJETIVOS DA CONTABILIDADE	28
2.4 SERVIÇOS CONTÁBEIS.....	29
2.5 O PROFISSIONAL CONTÁBIL	33
2.6 QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS	34
2.7 CONTABILIDADE GERENCIAL	36
2.8 VAREJO.....	37
3 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	40
3.1 PERFIL DOS GESTORES DO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE UIRAÚNA – PB CADASTRADOS NA CDL.....	40
3.2 SERVIÇOS CONTÁBEIS PRESTADOS ÀS EMPRESAS	45
3.3 PERCEPÇÃO DOS GESTORES ACERCA DOS SERVIÇOS PRESTADOS	49
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS.....	57
APÊNDICE.....	62
APENDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA	63
ANEXO.....	69
ANEXO I - COMERCIANTES FILIADOS À CÂMARA DE DIRIGENTES LOGISTAS DE UIRAÚNA-PB.....	70

1 INTRODUÇÃO

As crescentes mudanças ocorridas nos últimos anos, sejam elas de cunho tecnológico ou de mercado, vêm causando dificuldades na gestão das empresas, principalmente, no que concerne a sustentabilidade da organização em um mercado cada vez mais competitivo, sendo necessária uma demanda maior de informações úteis para o gerenciamento e para a tomada de decisão por parte dos gestores. Pode-se dizer que as empresas estão constantemente diante desses inúmeros desafios, havendo necessidade de criatividade, habilidades e competências dos profissionais contábeis para sanar as necessidades dos usuários da informação.

As aceleradas mudanças atingem as organizações empresariais provocando discussões no mercado relativas à função do contador na gestão de negócios e, conseqüentemente, quanto ao seu papel no auxílio de resoluções de problemas na empresa devido à função desse profissional quanto ao apoio à tomada de decisão nos processos organizacionais.

Sá (apud CASTRO; SANABIO; 2005) fala que a contabilidade busca acompanhar as mudanças impostas pelo sistema globalizado em conquista de seu futuro. Neste sentido, as empresas se voltam para o mercado visando acompanhar a globalização, o que provavelmente resulta na necessidade de estruturação da empresa, bem como do seu gerenciamento, o que justifica a necessidade do profissional contábil estar sempre a par das novas tecnologias utilizadas no meio, dando assim suporte aos usuários da informação auxiliando-os na tomada de decisão.

Diante do exposto, observa-se que os profissionais de contabilidade exercem, ou deveriam exercer um papel importante no contexto da gestão de negócios, principalmente, no que tange ao auxílio no processo de tomada de decisão, principalmente, quando são responsáveis pela captura, processamento e disseminação de informações econômico-financeiras essenciais ao processo de gestão de qualquer organização. Entretanto, surgem vários questionamentos em relação ao que os empresários, diretores e gestores das organizações acham dos serviços desses profissionais, isto porque, são esses atores, dentre outros, que utilizaram as informações prestadas por esses profissionais na administração de seus negócios.

O presente trabalho tem, portanto, o objetivo de descrever a percepção dos gestores em relação à prestação dos serviços contábeis e para isso utiliza o comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB como local de investigação da pesquisa. Busca-se, através da percepção

dos gestores das organizações desse setor econômico da cidade, descrever qual o real sentimento em relação aos serviços prestados pelos contadores em termos de pontualidade, tipos de serviços, confiabilidade, dentre outras características.

Para isso, o presente trabalho está dividido em três capítulos. O primeiro apresenta as questões norteadoras da pesquisa, os aspectos introdutórios, a problematização, justificativa, objetivos, e procedimentos metodológicos. O segundo capítulo por sua vez, apresenta o referencial teórico a cerca das discussões levantadas bem como os alicerces que dão base teórica ao presente trabalho.

O terceiro e último capítulo apresenta os resultados obtidos na pesquisa e as considerações finais chegando aos objetivos traçados e as deduções da produção da pesquisa efetuada.

1.1 Problemática

Uma das características básicas dos serviços é sua intangibilidade (SPILLER, 2011), ou seja, os serviços são menos palpáveis que os bens ou mercadorias. Esta é uma característica importante, pois remete a simultaneidade entre sua produção e consumo. Em serviços, produtor e consumidor estão juntos na produção, venda e consumo do serviço prestado, pois não há possibilidade de estocagem. (SPILLER *op. cit.*)

Assim, observa-se que diferentemente dos bens ou mercadorias, os serviços não podem ser estocados, são produzidos e vendidos simultaneamente, são difíceis de padronizar e principalmente, são difíceis de precificar, além, de contarem com a presença do consumidor ou usuário dos serviços como peça fundamental no processo de produção. (NOGUEIRA, 2008; LAS CASAS, 1999; SPILLER, 2011). Nesse sentido, os serviços necessitam muito mais de aspectos não necessariamente tangíveis para causar uma boa impressão, como o atendimento, a rapidez, a confiabilidade a exatidão, aspectos intangíveis que são características geralmente oriundas dos indivíduos que prestam o serviço.

Dentre vários tipos de serviços prestados às organizações, encontram-se os serviços contábeis, que são aqueles indispensáveis para o desenvolvimento, o bom gerenciamento e conseqüente crescimento de uma entidade, seja ela privada ou pública e por que não do Terceiro Setor. Esses serviços são de várias naturezas, uns obrigatórios por lei, outros facultativos, embora, todos sejam importantíssimos para uma boa gestão empresarial. (SILVA, 2006)

Deste modo, os serviços contábeis carregam em sua natureza as mesmas características citadas anteriormente, e por isso dependem quase que exclusivamente do indivíduo que o fornece, o profissional em contabilidade. A capacidade do profissional contábil de gerar informações faz todo um ambiente favorável à geração de resultados e ao crescimento de uma empresa. A forma, a rapidez, a exatidão e a confiabilidade das informações por ele geradas, regulam a percepção do serviço por ele prestado.

Diante desse contexto, observa-se que os serviços contábeis são percebidos pelos usuários desses serviços, principalmente, pela participação efetiva do profissional contábil na prestação do serviço, na sua maneira de agir, na rapidez em que traz as informações, na confiabilidade que passa e nos esclarecimentos que fornece ao seu cliente. A percepção dos clientes será forjada na interação face a face entre produtor do serviço (profissional contábil) e consumidor (usuário) naquilo que se convencionou chamar "momentos da verdade". (SPILLER, 2011)

Segundo Gronroos (2003) "Momento da verdade" é toda vez que o cliente entra em contato com o produto ou serviços da empresa, ou seja, todas as vezes que o usuário da informação contábil entra em contato com o prestador do serviço, o profissional contábil, independente da presença física. Assim, observa-se que geralmente é no momento da prestação do serviço que o cliente avalia o serviço prestado.

Diante dessa realidade, despertou-se o interesse para uma investigação que tentasse descobrir como os gestores percebem os serviços prestados pelos profissionais de contabilidade. Nesse intuito, buscou-se investigar o comércio varejista da cidade de Uiraúna no sertão da Paraíba. A presente pesquisa, portanto, está fundamentada no seguinte problema: qual a percepção dos gestores das empresas do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB a cerca dos serviços contábeis?

1.2 Justificativa

Em consequência das constantes mudanças ocorridas pela globalização faz-se necessário os profissionais contábeis estarem sempre atualizados, já que os mesmos exercem papel fundamental na sociedade; pois através das informações fornecidas por eles, os gestores tomam decisões, sendo esta uma condição indispensável para o desenvolvimento de uma empresa.

No entanto, os gestores, de forma geral, necessitam cada vez mais de informações eficientes para lidarem com o mercado competitivo. Assim sendo, quanto mais confiável e relevante for a informação, maiores resultados terão em suas tomadas de decisões.

Observa-se nesse sentido que, com a grande concorrência e a alta competitividade do mercado, é de tamanha importância avaliar como as informações produzidas pelos profissionais contábeis estão sendo recebidas pelos gestores do comércio varejista da respectiva cidade para atender as necessidades do processo gerencial de suas empresas. A maneira como essas informações chegam aos gestores influenciarão diretamente no desempenho econômico e financeiro.

Assim sendo, o contador é de tamanha importância para a sobrevivência da empresa, pois o mesmo, através do uso de técnicas, procedimentos e conhecimentos da área de atuação, oferece informações essenciais para o melhor andamento das empresas.

Fazendo uma análise dos serviços oferecidos, pode-se mostrar quais as dificuldades que os gestores estão tendo para se ter um melhor gerenciamento de suas empresas, dando base para que os profissionais contábeis aperfeiçoem os serviços prestados de forma a conseguirem satisfazer a finalidade da contabilidade, que é fornecer informações úteis aos usuários para a tomada de decisão.

Neste sentido, o presente trabalho pode ser justificado sobre duas vertentes claras: uma teórica e uma prática. Do ponto de vista teórico, o trabalho contribui para as discussões no âmbito da prestação dos serviços, principalmente, envolvendo a prestação dos serviços contábeis, servindo de material de aplicação das teorias acerca das características dos serviços. Outros sim, serve como material de apoio a futuras pesquisas na área.

Do ponto de vista prático, traz um recorte da atual percepção dos empresários do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB a respeito dos serviços prestados pelos profissionais de contabilidade daquela localidade, o que serve como material de consulta a estes profissionais bem como a toda comunidade empresarial que, diante dos achados, podem diagnosticar os problemas e propor possíveis soluções para melhorias futuras.

Do ponto de vista das escolhas, a cidade de Uiraúna foi escolhida porque é a cidade onde a pesquisadora mora e onde pretende futuramente, com término de seu curso, atuar como Contadora. Assim, justifica-se a escolha do local e o tema abordado, pois a prestação de serviços hoje é uma das áreas que mais crescem e a demanda por serviços especializados, como o de contabilidade, é um dos mais relevantes na cidade escolhida. Igualmente, a

escolha do comércio varejista se deu por ser o setor de maior representatividade na cidade e um dos mais organizados.

1.3 Objetivos da pesquisa

1.3.1 Objetivo geral

Descrever as percepções dos gestores das empresas do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB acerca dos serviços contábeis a eles oferecidos.

1.3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar o perfil dos gestores das empresas do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB;
- Identificar os serviços contábeis prestados às empresas do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB;
- Apresentar a percepção dos gestores acerca dos serviços prestados.

1.4 Procedimentos metodológicos

1.4.1 Classificação do estudo

Com a finalidade de descrever a percepção dos gestores das empresas do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB acerca dos serviços contábeis a eles oferecidos, optou-se por um estudo de natureza quantitativa, caracterizando-se quanto aos meios como bibliográfica, de fim descritivo e exploratório. Quanto aos procedimentos de coleta de dados

o estudo utilizou uma pesquisa de campo, sendo aplicado um questionário junto aos gestores das empresas de forma a identificar a percepção destes sobre os serviços contábeis a eles prestados.

Na concepção de Richardson (1999), o método quantitativo caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como: percentual, média e desvio-padrão, a mais complexa como coeficiente de correlação, análise de regressão entre outros. Assim, foi através da análise e quantificação dos dados coletados que se procurou encontrar respostas para os objetos pretendidos por essa pesquisa.

Vergara (2007, p.48) descreve a pesquisa bibliográfica como um estudo sistematizado desenvolvido com base no material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral. Neste sentido, o presente estudo pode ser identificado quanto aos meios bibliográficos, visto que o referencial teórico foi desenvolvido com base em estudos já existente sobre o assunto abordado.

Na ótica de Martins Junior (2008), a pesquisa descritiva visa descobrir e observar fenômenos existentes num determinado período de tempo, procurando descrevê-lo, classificá-los, compará-los, interpretá-los e avaliá-los com o objetivo de explicar situações idealizar futuros planos e decisões.

Na visão de Gonsalves (2003, p.65):

Dentre esse tipo de pesquisa estão as que atualizam as características de um grupo social, nível de atendimento do sistema educacional, como também aquelas que pretendem descobrir a existência de relações entre variáveis.

Nesse sentido, com a pesquisa descritiva esperou-se descrever características dos empresários e os serviços contábeis a eles prestados; além de descobrir e descrever a percepção dos mesmos sobre o grau de satisfação quanto a qualidade dos serviços contábeis.

Segundo Gonsalves (2003, p.65):

A pesquisa exploratória é aquela que se caracteriza pelo desenvolvimento e esclarecimento de idéias, com objetivo de oferecer uma visão panorâmica, uma primeira aproximação a um determinado fenômeno que é pouco explorado.

Pretendeu-se com essa modalidade de pesquisa ampliar o conhecimento sobre a temática trabalhada no sentido de gerar informações sobre a importância do profissional contábil para as empresas na perspectiva de gerar hipóteses explicativas a esse respeito.

1.4.2 Universo da pesquisa

A pesquisa envolve 51 empresas do comércio varejista da cidade de Uiraúna - PB filiados a Câmara de Dirigentes Lojistas – CDL, sendo este universo necessário para a identificação da amostra.

1.4.3 Amostra

Do universo da pesquisa, foram selecionados e entrevistados 41 empresários, uma amostra não probabilística definida por acessibilidade. A fim de atingir os objetivos propostos optou-se por estudar as empresas varejistas filiadas a Câmara de Dirigentes Lojistas – CDL com estabelecimento na cidade de Uiraúna - PB. No relatório dos associados da CDL de Uiraúna – PB, constam 6 empresas correspondentes a cidades circunvizinhas e uma empresa atacadista, estas não fazem parte da população estudada. Das 51 empresas do comércio varejista, 41 gestores foram entrevistados por motivo de disponibilidade de tempo dos mesmos.

1.4.4 Procedimentos de coleta e análise dos dados

Para a obtenção dos dados, através da pesquisa de campo, foram realizadas entrevistas por meio de aplicação de um questionário adaptado de LIMA (2010) com perguntas objetivas que foram feitas diretamente aos gestores, como explicação do objetivo da pesquisa e explanação das respectivas dúvidas surgidas com o intuito de alcançar um resultado mais satisfatório.

Foi utilizado o software Excel para a tabulação dos dados coletados e construção dos gráficos e tabelas dos resultados encontrados. Os resultados foram analisados com a finalidade de obter informações e conclusões sobre a percepção dos gestores acerca dos serviços a eles prestados e apresentados na forma de gráficos e tabelas.

O estudo aconteceu na cidade de Uiraúna – PB por questão de acessibilidade, conhecimento e por ser um dos principais municípios do Alto Sertão Paraibano, onde seu forte é o comércio em decorrência de sua localização privilegiada, consistindo uma das mais importantes rotas de ligação entre diversas microrregiões do estado como o do Rio Grande do Norte e Ceará.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente trabalho tem como foco principal a descrição da percepção dos gestores sobre os serviços contábeis a eles oferecidos, desde modo, é de suma importância fazer uma contextualização em relação a temática trabalhada na perspectiva de facilitar o entendimento do leitor sobre a referida pesquisa e de ampliar o conhecimento sobre o assunto. Nesse sentido, inicialmente se fará uma explanação sobre os serviços, com ênfase no seu conceito, características e importância.

2.1 Um enfoque sobre serviços

De acordo com Schmenner (1999, p.16), o crescimento das oportunidades de emprego no setor de serviços vem sendo constante nas últimas décadas, mas há vários tipos de serviços que o crescimento tem sido particularmente explosivo: serviços empresariais, de manutenção e serviços profissionais.

Referindo-se ao fluxo mundial de serviços, Nogueira *et al.* (2008) aponta que o Brasil em 2008, ocupou a 31ª colocação em exportação de serviços e a 24ª colocação em importação de serviços. Neste sentido, observa-se que o setor de serviços vem apresentando, nas últimas décadas, grandes níveis de crescimento determinado por muitos fatores, como mudanças nas preferências dos consumidores, alterações na legislação, criação de novos regulamentos e, sobretudo, avanços científicos e tecnológicos. (GIL, 2010)

Sendo assim, um dos pontos importantes no crescimento da participação de serviços é o grande índice de geração de empregos, que aumenta a economia de serviços com consequência da alta competitividade dos bens.

Conforme Las Casas (1999), serviços são transações realizadas por uma empresa ou indivíduos, que se caracteriza pela não transferência de um bem. Para Limeira (2006, p.106) serviço é um bem intangível, podendo ser entendido como uma ação ou um desempenho que cria valor por meio de uma mudança desejada no cliente ou em seu benefício.

Sendo assim, os serviços são considerados intangíveis por não poder ser visto nem tocado, ele é desejado pelo cliente e o que melhor lhe agrega valor é a confiança e satisfação trazida ao cliente. Dessa forma, ao executar esses serviços, o responsável tem que mostrar fidelidade com o cliente e, exceder suas expectativas esperadas.

Segundo Schmenner (1999, p.15), o setor de serviços inclui:

Hotelaria, restaurantes, lojas de manutenção e consertos em geral; a área de entretenimentos com suas salas de cinema e parques de diversões; a área da saúde com seus hospitais e consultórios médicos; o setor de serviços profissionais, que inclui áreas como engenharia, assessoria jurídica e contabilidade; os setores educacional, financeiro, imobiliário e de seguros; o comércio atacadista e varejista; e os transportes em geral.

Os serviços estão ligados a todas as atividades nas quais os clientes interagem com funcionários, equipamentos, instalações e procedimentos da empresa prestadora. Ficando claro que o sucesso da prestadora de serviço no mercado dependerá de resultados que garantam a satisfação dos consumidores dos serviços prestados. O serviço é oferecido para solucionar um problema desejado pelo cliente.

Na literatura são disponibilizadas várias definições de serviços apontado por vários autores, como mostrado no Quadro 1 abaixo.

Quadro 1- Definições para Serviço

American Marketing Association (1960), Kotler Bloom (1984), Oliveira Junior (1992), Norman (1993).	Definem serviços como sendo atividades ou benefícios que uma parte possa oferecer a outra que seja essencialmente intangível e que não resulte em uma propriedade de coisa alguma. Sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico.
Stanton (1974), Free (1987), Cobra (1992), Cobra, Rangel (1993).	Definem serviços como uma forma de proporcionar ao usuário tantas satisfações quanto forem possíveis e esta satisfação se dará se o serviço atende a sua expectativa.
Horovitz (1993).	Define serviços como sendo o conjunto das prestações (informações sobre produtos, garantia, assistência técnica, etc.) que o usuário espera além do produto ou do serviço de base em função do preço, da imagem e da reputação presente; ou seja, o usuário ao adquirir determinado bem ou serviço espera receber um conjunto de informações e orientações antes, durante e depois da compra do mesmo.

Fonte: adaptado de Amboni (2002)

É necessário se estabelecer mecanismos para conseguir um cliente satisfeito. Assim, quanto melhor oferecido for o serviço, mais satisfação trará para o cliente e um maior retorno terá a empresa. Nesse sentido, para um melhor entendimento sobre os serviços, se faz necessário conhecer suas características.

2.1.1 Características de serviços

Nogueira (2008, p.56 apud Kotler e McCarthy, 1999) descreveu concretamente quatro caracterizações que esclarecem melhor o conceito de serviços, conforme apresentado no Quadro 2 abaixo:

Quadro 2 - Características dos Serviços

Intangibilidade: os serviços são intangíveis, expressam algo abstrato, não podendo ser visto, tocado, nem até mesmo sentidos antes de serem comprados.	Variabilidade: produtos intangíveis frequentemente são compostos por pessoas e pessoas variam. A variabilidade pode ocorrer entre clientes, funcionários, períodos e empresas.
Percibilidade: impossibilidade de estocá-lo, uma vez disponibilizado precisa ser usado. À medida que a tecnologia avança, os serviços prestados devem ser atualizados para que se tornem mais eficientes e para que a empresa prestadora possa melhorar ou pelo menos manter sua posição no mercado.	Inseparabilidade: os produtos intangíveis geralmente são produzidos ao mesmo tempo em que são consumidos. Há, portanto, interação freqüente entre o serviço oferecido e o próprio fornecedor, interação entre clientes e o serviço oferecido e interação entre fornecedor e cliente. A inseparabilidade tem como objetivo o de manter o cliente fiel à empresa prestadora garantindo-lhe satisfação imediata.

Fonte: adaptado de Nogueira (2008, p.56)

Diante dessas características, pode-se concluir que os serviços estão diretamente ligados aos benefícios, onde sua atividade envolve, dentro de uma empresa, pessoas que oferecem uma parte a outra, sendo exclusivamente intangível, pois não trará a obtenção de um bem material.

Dessa forma, no estudo sobre a percepção dos gestores sobre a qualidade dos serviços contábeis, é imprescindível que se leve em consideração o conceito e as características desses serviços de forma a subsidiar a análise sobre o tipo dos serviços que estão sendo oferecidos pelos contadores e se os mesmos estão suprindo a demanda das empresas.

2.1.2 Gestão de serviços

A gestão de serviços está voltada para incrementar a troca de experiências entre empresas e clientes com o objetivo de auxiliar uma equipe a reduzir erros, acelerar as mudanças, aumentar a fidelidade dos clientes, diminuir custos e desenvolver novas estratégias de atendimento para, dessa forma, levar a um aumento do desempenho de uma organização.

Segundo Schmenner (1999, p.34), há três atributos da gestão de serviços que precisam ser claramente definidos e que tornam o serviço uma experiência agradável para todos os envolvidos:

1- Função de serviço: estabelece o porquê do serviço existir no mercado e o que o cliente realmente valoriza nele. É uma declaração que transmite a essência do que o serviço fornece ao cliente, dando, assim, à gerência e à força de trabalho um objetivo a atingir. A função do serviço é sempre definida com referência ao cliente; a função do serviço que ignora o cliente provém quase invariavelmente de uma empresa de serviço que esteja passando por dificuldades ou esteja prestes a isso.

2 - Padrões de serviços: definem o que é prestação eficaz de serviço para o cliente. Os padrões são os controles, os guardiões da qualidade e da eficiência de custos na empresa de serviços. Os padrões são mensuráveis, assim, deve ser possível chegar aos padrões através de uma lista de verificação ou então fazer uma auditoria de serviços para determinar com que nível de qualidade ele está sendo prestado.

3 - O sistema de prestação de serviços: especifica como o serviço é produzido, incluindo como ele é controlado em relação à qualidade, custo e satisfação do cliente. Esse sistema precisa estar sincronizado tanto com a função quanto com os padrões de serviço, para que seu fornecimento seja agradável para todos os envolvidos.

Neste sentido, o serviço tende a falhar quando esses três atributos: função de serviços, padrões de serviços e sistema de prestação de serviço, competem entre si, ou se um ou mais deles forem enfraquecidos, visto que esses atributos precisam estar sempre interligados para que a prestação do serviço seja fortalecida.

A gestão de serviços deve ser utilizada na área da contabilidade para gerar novos valores para os clientes e funcionários, através da implantação de atividades simples, tendo em vista o conceito de parceria, já que o mesmo é o trabalho desenvolvido em equipe para alcançar objetivos desejados.

2.2 Qualidade

Segundo Cierco (2008) a qualidade pode ser descrita como a adequação de um serviço às necessidades de uso e a satisfação às expectativas e exigências dos usuários/clientes. Para este autor, a qualidade nada mais é do que a satisfação, sendo assim, o produto que tem qualidade satisfaz a necessidade dos clientes.

Crosby (2001 apud Nogueira et al. 2008), estabelece quatro princípios para a qualidade:

- A qualidade é definida em conformidade aos requisitos;
- O sistema que leva à qualidade é a prestação;
- O padrão básico para execução dos processos é o zero defeito;
- A medida da qualidade é o preço da não-conformidade aos padrões estabelecidos.

Garvin (1992 apud Slack et al. 2002) classificou as definições de qualidade em cinco abordagens principais:

- Abordagem transcendental onde a qualidade é uma característica de excelência inata ao produto, mais relacionada com sua marca e especificações do que com o seu funcionamento;
- Abordagem baseada em manufatura, que define qualidade como adequação às especificações de projeto, onde produtos e serviços não apresentam erros;
- Abordagem baseada no usuário, que relaciona qualidade com satisfação do consumidor, onde as especificações do produto devem estar adequadas às especificações do cliente;
- Abordagem baseada no produto, onde a qualidade é definida como um conjunto de atributos mensuráveis de um produto, sendo desta forma melhor identificados em bens tangíveis do que em serviços;
- Abordagem baseada em valor, onde a qualidade está relacionada com a percepção de valor de acordo com o preço do produto, pois o cliente aceita pagar um preço acima do mercado caso ele considere o produto como de alta qualidade.

Sendo assim, o conhecimento tanto dos princípios quanto da definição da qualidade em suas diversas abordagens serve como importantes parâmetros para avaliar os serviços contábeis, visto que, para que possam ser ofertados de forma satisfatória, precisam atender aos conceitos, princípios e características que norteiam a qualidade, de forma a fornecer importantes serviços e informações relevantes para dar respostas às necessidades das empresas

Slack et al. (2002) concilia as abordagens apresentadas em uma única frase: "qualidade é a consistente conformidade com as expectativas dos consumidores".

Dessa forma, a qualidade visa atender as necessidades dos clientes/consumidores ao utilizarem produtos e serviços de maneira satisfatória.

Lobos (1991 apud CARDOSO, 1995) afirma que a qualidade pode ser definida como tudo que alguém faz ao longo de um processo para garantir que um cliente, fora ou dentro de uma organização, obtenha exatamente aquilo que deseja em termos de características intrínsecas, custo e atendimento. Sendo assim, entende-se que a qualidade está diretamente ligada à satisfação do cliente.

Já que a qualidade é um fator decisivo na escolha do consumidor é de suma importância para o profissional contábil manter sempre a qualidade na prestação dos seus serviços. Uma vez que as empresas vêm sempre mostrando desempenho mais satisfatório de sua entidade a seus clientes.

2.2.1 Qualidade em serviços

Zeithaml et al. (1990 apud Heckert e Silva 2001) definem qualidade em serviços de acordo com a relação das expectativas dos clientes antes da compra e a sua percepção antes e depois da prestação de serviço, caracterizando-se desta forma a importância do valor atribuído ao cliente.

Para Kotler e Keller (2006) a qualidade do serviço de uma empresa é testada sempre que o serviço é oferecido. Se os vendedores se mostram desentendidos, não conseguem responder a perguntas simples, ficam conversando e deixam os clientes esperando, estes pensarão duas vezes antes de fazer negócios novamente com aquela empresa.

Dessa forma, os autores mostram que a qualidade no serviço nada mais é que a satisfação do cliente, ou seja, um serviço é considerado com qualidade quando ele supera as expectativas do cliente. Esse fator ajudará a empresa a conseguir se manter permanente num mercado de trabalho competitivo, já que seu maior ativo são seus clientes.

Berry, Zeithaml e Parasuraman apud Schmenner (1990) passaram considerável tempo documentando a importância da percepção da qualidade do serviço. Eles enfatizam que essa percepção depende de cinco características do serviço:

- Tangíveis: a aparência de instalações físicas, equipamentos, pessoal e material de comunicação.
- Confiabilidade: a capacidade de executar o serviço prometido de forma fidedigna e precisa.
- Receptividade: a disposição para ajudar ao cliente e fornecer prontamente o serviço.
- Garantia: o conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir seriedade e confiança.
- Empatia: a dedicação de atenção cuidadosa e individualizada aos clientes.

Fica claro na concepção desses autores que o sistema de prestação de serviços deve atender às características mencionadas acima para que o serviço seja percebido pelo cliente como de alta qualidade.

Os autores destacam ainda que a confiabilidade é o aspecto mais importante no que se refere à percepção da qualidade do serviço. Esta característica é determinante na tomada de decisão pela empresa a ser contratada. A confiabilidade representa a capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável e com precisão. Alcançar uma diferenciação competitiva através da confiabilidade na prestação do serviço tende a oferecer vários benefícios para a empresa, como o aumento de clientes por consequência da satisfação, que resulta numa maior divulgação espontânea da empresa através destes, com consequente crescimento dos negócios.

Diante do que foi exposto, a definição de processos para tornar o cliente satisfeito a partir da prestação de serviço é de suma importância para o sucesso de uma empresa. Sendo essencial nesse processo, a identificação do nível de satisfação de cada cliente, já que a qualidade dos serviços é medida a partir do quanto o nível de serviço prestado atendeu as expectativas do consumidor (LEWIS E BOOMS, 1983 apud PARASURAMAN et al, 2006).

Cobra (2001) salienta que, idealmente, deve-se exceder as expectativas dos clientes, procurando encontrar respostas que os satisfaçam. O autor retrata que a qualidade do serviço é um fator indispensável para o crescimento de qualquer empresa, e para que essa qualidade seja alcançada adequadamente é preciso estar focado nos desejos e necessidades dos clientes.

A qualidade deve ser entendida como uma característica essencial a ser constantemente buscada por todos os serviços, principalmente pelos contábeis, uma vez que lidam com documentos, questões fiscais e financeiras, e prestam informações essenciais que podem garantir o bom desempenho e o crescimento das empresas se forem desempenhadas com a qualidade esperada.

Nesse sentido, será focado a seguir alguns aspectos da ciência contábil de forma a respaldar o entendimento sobre questões como o conceito dessa área do conhecimento, sobre o profissional contábil e os serviços que são ofertados por ele, com enfoque na contabilidade gerencial e na qualidade dos serviços contábeis. Por fim, será feita uma breve explicação sobre o varejo.

2.3 Conceito e objetivos da contabilidade

A contabilidade é uma ciência social que estuda o patrimônio das empresas. De maneira geral, a contabilidade é a ciência social que estuda e pratica as funções de orientação, controle e registro dos atos e fatos de uma administração econômica, auxiliando, através de ferramentas gerenciais, para o desenvolvimento do patrimônio de uma empresa e para a prestação de contas entre sócios e demais usuários.

Segundo Francisco D'Auria (1962), a contabilidade é uma ciência que estuda e controla o patrimônio e as mudanças que nele operam os atos e fatos administrativos, demonstrando no final de cada exercício social o resultado obtido e a situação econômico-social da empresa.

Para Marion (2004, p. 26) a "contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa".

De acordo com o pronunciamento do IBRACON (Institutos dos Auditores Independentes no Brasil) aprovado pela CVM (Comissão de Valores Mobiliários) através da deliberação

29/1986 "contabilidade é, objetivamente, um sistema de informação de avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objetivo de contabilização".

Através desses conceitos certifica-se que a contabilidade é um sistema de informação e avaliação, que permite a seus usuários o acesso a informações de ordem econômica, financeira e patrimonial, decorrentes dos fatos que a empresa pratica.

O objeto de estudo da contabilidade é o patrimônio das empresas, que é formado pelo conjunto de bens, direitos e obrigações; e seu objetivo é de mostrar como se encontra e quais os fatores que oferecem mudanças ao patrimônio, proporcionando informações úteis para a tomada de decisões.

Segundo Ludicibus (2000, p.19):

... o estabelecimento dos objetivos da contabilidade pode ser feito na base de duas abordagens distintas: ou consideramos que o objetivo da contabilidade é fornecer aos usuários, independentemente de sua natureza, um conjunto básico de informações que, presumidamente, deveria atender igualmente bem a todos os tipos de usuários, ou a contabilidade deveria ser capaz e responsável pela a apresentação de cadastros de informações totalmente e diferenciado, para cada tipo de usuário.

Tendo o dever de demonstrar a situação do patrimônio e o resultado do exercício de forma clara e precisa, a contabilidade tem como objetivo básico o provimento de informações uteis para a tomada de decisões. A contabilidade é, portanto, de suma importância para a continuidade de uma empresa, pois sem suas informações a entidade não irá conseguir obter um melhor desenvolvimento organizacional.

2.4 Serviços contábeis

As entidades contábeis são sociedades civis constituídas com o objetivo de realizar atividades relacionadas ao campo da contabilidade. O contador é o profissional integrante dessas entidades e o responsável pela prestação dos serviços contábeis. No uso de suas atribuições, o contador executa diversos serviços indispensáveis para o desenvolvimento, funcionamento e crescimento de uma entidade, seja ela privada ou pública.

A Resolução do Conselho Federal de Contabilidade - CFC Nº. 1.098/07 mostra as duas modalidades de organizações contábeis:

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

Essas entidades devem possuir registro junto ao CRC (Conselho Regional de Contabilidade) da jurisdição de sua sede e estarem de acordo com as normas do CFC (Conselho Federal de Contabilidade) para funcionarem. As empresas de contabilidade e os escritórios individuais prestam serviços para pessoas jurídicas e pessoas físicas que atuam em todos os ramos da atividade econômica.

Os serviços contábeis oferecidos pelos os contadores são: escrituração contábil, escrituração fiscal, as demonstrações contábeis, declarações fiscais e serviços pessoais.

Fortes (2001), mostra que a escrituração contábil nas empresas é a execução dos serviços de escrituração de todos os livros (Diário, Razão, Caixa etc.), envolvendo movimentação financeira no campo fiscal e contábil, elas são conhecidas por denominação que informam sobre o ramo de atividade da entidade, sendo um direito e ao mesmo tempo obrigação dos contabilistas, não importa o porte e o regime de tributação da empresa ou entidade.

As escriturações são feitas através de documentos fornecidos pelos os gestores que são: notas fiscais, duplicatas, recibos de pagamento entre outros, como também pode ser feita de forma de arquivos magnéticos que são recepcionados pelos programas contábeis existentes no escritório contábil. No entanto o contador deve estar sempre se atualizando com as mudanças que ocorre na legislação como também na tecnologia. Os lançamentos devem ser escriturados nos livros Diário, Razão e Caixa.

O livro Diário segundo Marion (2006, p.183) “é um livro obrigatório (exigido por lei) em todas as empresas. Assim sendo, este registra os fatos contábeis em partidas dobradas na ordem rigorosamente cronológica do dia, mês e ano”.

O livro Razão conforme Marion (2006) é um livro obrigatório, que consiste no agrupamento de valores de mesma natureza e de forma racional, tendo-se assim, um controle por conta. Sendo utilizada para o registro sistemático dos fatos contábeis, onde para cada conta deve haver pelo menos uma ficha razão.

Já o livro Caixa é considerado um livro auxiliar ou facultativo, que também faz parte da escrituração contábil, sua finalidade está em registrar as movimentações financeiras e bancárias das entidades, ou seja, todas as entradas (receitas) e saídas (despesas).

A Escrituração Fiscal é um serviço obrigatório para todas as empresas, que visam atender as obrigações impostas pelos órgãos públicos. Suas principais atribuições são: a escrituração dos documentos fiscais, a apuração dos impostos e contribuintes e o fornecimento das informações fiscais obrigatórias.

De acordo com a Resolução CGSN 10/2007, acerca da legislação tributária sobre a obrigatoriedade da apresentação dos livros fiscais e contábeis:

- I – Livro caixa, no qual deverá estar escriturada toda a sua movimentação financeira e bancária;
- II – Livro Registro de Inventário, no qual deverão constar registrados os estoques existentes no termino de cada ano-calendário, quanto contribuintes do ICMS;
- III – Livro Registro de Entradas, modelo 1 ou 1-A, destinados à escrituração dos documentos fiscais relativos às entradas de mercadorias ou bens e às aquisições de serviços de transporte e de comunicação efetuadas a qualquer título pelo estabelecimento, quando contribuintes do ICMS;
- IV – Livros de Registros de Serviços Prestados, destinados ao registro dos documentos fiscais relativos aos serviços prestados sujeitos ao ISS, quando contribuintes do ISS;
- V – Livro Registro de Serviços Tomados, destinados ao registro dos documentos fiscais relativos aos serviços tomados sujeitos ao ISS;
- VI – Livro de Registro de Entradas e Saídas de selo de controle, caso exigível pela legislação do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI.

Depois do encerramento da escrituração, mostra-se necessário a elaboração das demonstrações contábeis.

As demonstrações contábeis são peças contábeis que evidenciam a situação da empresa em determinado momento e que são capazes de mostrar informações sobre aspectos financeiros e econômicos da organização (SILVA, 2006).

As demonstrações obrigatórias para as microempresas de acordo com a NBC T 19.13, citado por Schonorr et al. (2008) são o Balanço Patrimonial e a Demonstração do resultado do exercício, sendo opção do contador confeccionar as demais demonstrações prevista na lei.

O Balanço Patrimonial segundo Marion (2006, p.52) é o mais importante relatório gerado pela contabilidade, onde através dele pode-se identificar a saúde financeira e econômica da empresa no fim do ano ou em qualquer data prefixada.

Já a Demonstração do Resultado do Exercício segundo Marion (2006, p.91) é um resumo ordenado das receitas e despesas da empresa em determinado período, normalmente 12 meses, é apresentada de forma dedutiva (vertical), ou seja, das receitas subtraem-se as

despesas e, em seguida, indica-se o resultado (lucro ou prejuízo). No entanto, a DRE tem como objetivo de mostrar aos seus usuários o resultado do exercício de suas entidades demonstrando em lucro ou prejuízo.

Com a promulgação da Lei 11.638/2007, que altera e revoga dispositivos da Lei nº. 6404/1976, mudanças significativas ocorreram para a contabilidade. As mudanças mais notáveis são referentes às demonstrações financeiras. Neste sentido, a DOAR (Demonstrações das Origens e Aplicações dos Recursos) deixou de ser obrigatória e as demonstrações financeiras obrigatórias são: Balanço Patrimonial, Demonstração de Lucros e Prejuízos Acumulados, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração do Fluxo de Caixa, Demonstração do Valor Adicional.

Com relação as escriturações fiscais no âmbito federal as declarações fornecidas são: DIPJ – Declaração do Imposto de Renda Pessoa Jurídica; DIRF – Declaração do Imposto Retido na Fonte; DIRT – Declaração de Imposto Territorial Rural.

No âmbito estadual a declaração é a GIM – Guia de Informação Mensal, onde na mesma, são demonstradas a movimentação da empresa de compras, vendas e prestação de serviço decorrente cada mês.

Já o setor pessoal é responsável pela confecção e emissão dos relatórios inerentes aos empregados e sócios da empresa, para atender às legislações do INSS, FGTS, Ministério do Trabalho, Sindicatos e Receita Federal BARRETO (2005, P.459). Consiste também como obrigação do setor pessoal a emissão da folha de pagamento dos funcionários e emissão de pró-labore dos sócios.

O contador tem a função de fornecer informações úteis e necessárias para a tomada de decisão do gestor. Além disso, o contador tem a capacidade de mensurar o desempenho de uma empresa através do acompanhamento de seu ambiente interno e externo. Dessa forma, é de suma importância que o gestor tenha conhecimento dos serviços executados pelo contador, para, com isso, haver a consideração da relevância desse profissional na garantia do funcionamento adequado de uma empresa.

2.5 O profissional contábil

O profissional contábil pode atuar em diversos campos: contabilidade privada, pública, perícia, auditoria, controladoria, etc. Dentro dessas áreas, ele pode atuar como empregado, empregador ou como um profissional liberal.

Neste sentido, Niyama et al. (2006, p. 302) afirma que para exercer a profissão contábil, o profissional deverá atender as exigências legais, entre elas, a aprovação no exame de suficiência e a obtenção do registro profissional junto ao Conselho Regional de Contabilidade com jurisdição sobre seu domicílio profissional.

Sobre o exercício das atividades da contabilidade, a resolução do CFC n.º 560 de 28 de outubro de 1983, informa que:

Art. 1º - O exercício das atividades compreendidas na contabilidade considera esta em sua plena amplitude e condição de Ciência Aplicada, constitui prerrogativa, sem exceção, dos contadores e dos técnicos em contabilidade legalmente habilitados, ressalvadas as atribuições privativas dos contadores e dos técnicos em contabilidade legalmente habilitados, ressalvadas as atribuições privativas dos contadores.

Art. 2º - O contabilista pode exercer as suas atividades na condição de profissional liberal ou autônomo, de empregado regido pela CLT, de servidor público, de militar, de sócio de qualquer tipo de sociedade, de diretor ou de conselheiro de quaisquer entidades, ou, em qualquer outra situação jurídica definida pela legislação, exercendo qualquer tipo de função (...).

Para Marion (2005, p. 27), contador é o profissional que exerce as funções contábeis e tem formação superior do ensino Contábil (Bacharel em Ciências Contábeis).

Esse profissional trabalha nas áreas financeira, econômica e patrimonial das entidades.

Qualquer que seja a área que o contador atue, seus conhecimentos e informações são de grande relevância para uma organização.

Neste sentido, Lisboa (1997, p.37) assegura:

De maneira genérica, pode ser afirmado que todas as decisões tomadas envolvendo as atividades de uma empresa, qualquer que seja o nível dessa decisão, têm por base algum tipo de informação. Neste contexto, o profissional de contabilidade tem papel importante.

Todo gestor necessita de informações contábeis e cada um desses usuários demandam um tipo específico de informações que ajudam na sua tomada de decisão. Lisboa (1997, p.38) torna claro que o papel do contabilista é suprir com informações desejadas a cada um desses usuários, na medida de suas necessidades, sem buscar benefício ou privilégio de qualquer um em particular.

Para Marion (2005, p.25), “o contador tem como função básica a de produzir informações úteis aos usuários da contabilidade para a tomada de decisões”. Para o contador, cada informação que ele disponibiliza apresenta importância para os negócios de uma empresa e reflete a responsabilidade que esse profissional deve ter com a entidade. As atitudes tomadas pelo mesmo visam solucionar os problemas financeiros das empresas.

O profissional contábil busca se adequar às novas exigências legais para não perder a condição de auxiliar os gestores em suas tomadas de decisão referente ao crescimento das suas empresas. Assim sendo, o contador exerce papel fundamental na sociedade, pois é a partir das informações fornecidas por ele que os usuários da contabilidade tomam as decisões empresariais que vão refletir no crescimento das empresas.

2.6 Qualidade dos serviços contábeis

Em consequência do aumento do número de profissionais contábeis, o mercado de trabalho esta ficando cada vez mais competitivo. Esta concorrência torna-se um fator preocupante para esses profissionais que precisam estar mais preparados para se inserirem ou permanecerem nesse mercado. Dessa forma, é essencial a existência de profissionais competentes, ativos, com visão de qualidade, custos, que realizem um bom atendimento e apresentem inovação na prestação de serviços aos seus clientes.

Para Augusto (2006), o serviço contábil deve ser observado pelos gestores como sendo de boa qualidade, sendo assim, um contador eficiente deve obedecer a alguns requisitos essenciais: atender a normas fiscais; por em prática os princípios contábeis; cumprir os prazos estabelecidos pelos entes federal, estadual e municipal; ter uma boa apresentação; executar os serviços em tempo hábil e com segurança; como também manter em total controle na parte gerencial das empresas.

Para 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.

Neste sentido, para permanecer no mercado globalizado, o contador precisa ter dedicação, competência administrativa e diferenciação nos serviços oferecidos. Cabe a cada profissional conhecer a sua capacidade de oferecer serviços e avaliar com que qualidade este serviço está chegando a seus clientes.

De acordo com a Resolução do CFC n.º 785, de 28 de julho de 1995, em seu inciso 1.3.2: "A informação contábil, em especial aquela contida nas demonstrações contábeis, notadamente as previstas em legislação, deve propiciar revelação suficiente sobre a entidade, de modo a facilitar a concretização dos propósitos do usuário".

O serviço oferecido pelo contador é, portanto, de grande relevância para entidade, pois estão contidos uma série de informações que fazem a mesma funcionar e crescer.

Para Vasconcelos (2002, p.25),

A informação deve ser adequada aos fins a que se destina, uma vez que facilite o entendimento do usuário, deve emergir da verdade, ser eficaz e atingir o objetivo do usuário, deve ser precisa e não conter erros, precisa ser relevante, confiável e segura para a tomada de decisão, deve ser apresentada de forma simples afim de se tornar compreensível para quem precisa dela.

Padoveze (2006) afirma que a informação contábil tem a finalidade de permitir que decisões e julgamentos adequados sejam tomados por parte dos usuários da informação.

A qualidade dos serviços contábeis influencia nas decisões dos gestores, a contabilidade, por ser um instrumento na gestão, deve oferecer aos usuários informações verídicas, eficazes, precisas, confiáveis, que se tornarão úteis para a tomada de decisão.

2.7 Contabilidade gerencial

A contabilidade gerencial é vista como um instrumento que ajudam os gestores nas decisões, e no processo de gestão, planejamento, controle e execução das informações que auxiliam os usuários da informação na tomada de decisão.

Miranda (2002, p.79) afirma que “a contabilidade gerencial tem por principal objetivo fornecer informações às pessoas que estão dentro da organização, isto é, que dirigem e controlam as operações desta”.

Neste sentido, este ramo da contabilidade preocupa-se em fornecer as informações essenciais com que as empresas são efetivamente administradas, aos funcionários, gerentes intermediários e executivos seniores (MIRANDA, 2002).

Segundo Hansen e Mowen (1997), a contabilidade gerencial tem como objetivo, identificar, coletar, mensurar, classificar e reportar informações que são úteis para os gestores no planejamento, controle e processo decisório.

Para Garrison et al. (2001) a contabilidade gerencial é um inestimável conjunto de ferramentas que auxiliam a gerência no cumprimento de suas atribuições, que compreendem o planejamento, a direção/motivação e o controle.

Dessa forma, a contabilidade gerencial gera informações que auxiliam os usuários internos da entidade. De forma específica, as informações são direcionadas aos gestores, já que são eles os responsáveis pelo o processo decisório da empresa. Assim sendo, ela está voltada mais para o futuro, dá menos importância a precisão, enfatiza os segmentos da organização, não é limitada pelos princípios contábeis geralmente aceitos e nem é obrigatória, porém é necessária (MIRANDA, 2002).

De acordo com Miotto e Lozeckyi (2008, p. 02),

As informações da contabilidade gerencial devem ser elaboradas de forma que contenham dados a serem usados pelos administradores da empresa em planejamento de operações ou em tomada de decisão. Elas devem conter o maior número possível de elementos que atendam à necessidade de seus usuários.

Observa-se assim, que as informações gerenciais estão diretamente direcionadas aos usuários (gestores) e têm o objetivo de gerar subsídios para auxiliar objetivando o processo decisório.

As informações da contabilidade gerencial estão voltadas para o ambiente interno das entidades, elas devem ser precedidas dos conhecimentos sobre o que os gestores estão fazendo, das informações que precisam e da ciência que possuem sobre o ambiente empresarial.

2.8 Varejo

O varejo é uma atividade comercial que procura fornecer mercadorias e serviços desejados pelos clientes, este, engloba todas as atividades relacionadas à venda direta de produtos e serviços aos consumidores finais, para uso pessoal, não relacionada a negócios. Sendo assim, a empresa que fornece um produto para o consumidor final está praticando varejo, sua venda pode ser feita de forma pessoal, por correio, por telefone, por máquinas de vendas ou pela internet, em uma loja, na rua ou na casa do consumidor. Há vários tipos de organizações de varejo e sempre surgem novos.

Existem os varejistas de loja, varejistas sem lojas e organizações de varejo (KOTLER, 2000, p. 540). Las Casas (2000) define varejo como, o processo de compra de produtos em quantidades relativamente grande dos produtos atacadistas e outros fornecedores e posterior a venda em quantidades menores ao consumidor final.

Neste sentido, são consideradas organizações varejistas, aquelas que compram em grande quantidade junto ao atacadista ou fabricante, para vender quantidades menores aos seus consumidores.

O quadro abaixo mostra as funções dos varejistas.

Quadro 3 - Funções dos varejistas

Função	Descrição
Vender	Promove o produto, junto ao cliente.
Comprar	Compra variedade de produtos de vários vendedores para revenda.
Selecionar	Critério de escolha do tipo de produtos a serem oferecidos.
Financiamento	Facilitar a compra dos clientes através de cartões de crédito, boleto e parcelamento.
Armazenamento	Protege o estoque para que os produtos estejam em perfeitas condições no momento da oferta.
Distribuição	Compra em grandes quantidades e busca dividir nas quantidades desejadas pelo cliente.
Controle de Qualidade	O varejista está na linha de frente com o consumidor e busca adequar as condições do produto para satisfazer o consumidor.
Informações de Marketing	As reclamações e sugestões do cliente, e todas as informações que o varejista capta no mercado, repassa ao fabricante.
Transporte	Lida com a movimentação do produto, está relacionado com a entrega executada pelo transporte.
Riscos	O varejistas corre risco do produto encalhar no estoque, não ser aceito pela obsolescência do produto.

Fonte: Rebouças (2011)

Independente do setor de atuação que se encontra a organização varejistas, seja elas, lojistas que executam suas ofertas em estabelecimentos físicos ou não-lojistas aquelas que oferecem o produto via internet, é essencial que praticam em suas empresas essas funções abordadas.

De acordo com Dunne & Lusch (1999 apud Estender 2005), o varejo consiste na atividade final, ou seja, colocar a mercadoria desejada pelos consumidores no lugar certo, na hora certa e com o preço certo, além de fornecer serviços para os consumidores. Os varejistas que controlam melhor o mercado que seus concorrentes possuem menores custos, pois empregam tecnologia de ponta que monitoram uma série de variáveis ambientais externas, entre elas: o avanço tecnológico, o ambiente sócio econômico, o sistema ético legal, o comportamento da concorrência, dos consumidores e do canal de distribuição e com isso obtêm um melhor desempenho.

Na proporção que as empresas varejistas se expandem, começam a adotar avançadas tecnologias de informações e gestão, desempenhando papel importante na modernização no sistema de distribuição e na economia brasileira (PARENTE 2000).

Neste sentido o varejo mostra ser uma das atividades empresariais que vem atravessando maior ritmo de transformações, dando respostas às alterações do ambiente tecnológico, econômico e social em que está inserido.

A partir da constatação da importância desse ramo dos negócios empresariais, foi feita a

opção por estudar a percepção dos empresários dessa área na presente pesquisa, visto que, representam também o maior número de empresas filiadas a CDL de Uiraúna-PB e, portanto, é o ramo que mais demanda serviços contábeis no município estudado.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos através do estudo de campo, onde aconteceu a aplicação do questionário a 41 gestores do comércio varejista da cidade de Uiraúna - PB cadastrados na CDL, com o propósito de dar resposta aos objetivos traçados.

3.1 Perfil dos gestores do comércio varejista da cidade de Uiraúna – PB cadastrados na CDL

O gráfico 1 mostra que 54% dos entrevistados são do sexo masculino e 46% sexo feminino, desta forma, observa-se que o percentual entre os sexos é muito similar, não havendo, portanto, uma diferença significativa entre o sexo dos gestores entrevistados.

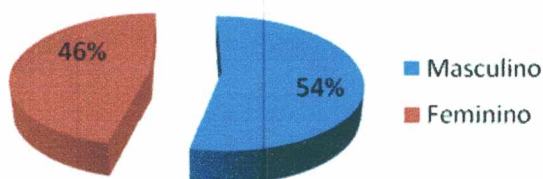


GRÁFICO 1: Sexo dos Gestores
Fonte: Pesquisa de campo 2011

Em relação à faixa etária dos gestores, a pesquisa mostrou que a maioria possui entre 31 e 40 anos, com um percentual de 44%, seguida da faixa etária entre 41 e 50 anos com 34% (gráfico 2).

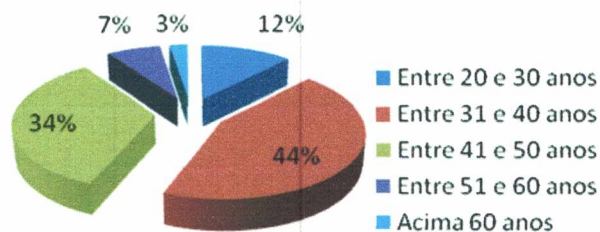


GRÁFICO 2: Faixa Etária dos Gestores
Fonte: Pesquisa de campo 2011

Com relação ao grau de escolaridade dos gestores entrevistados, o gráfico 3 mostra que 46% dos gestores possuem ensino médio completo, 15% superior incompleto e 12% superior, evidenciando, desta forma, que apesar da maioria dos gestores possuírem apenas o ensino médio, uma parcela considerável está buscando, através de uma formação em nível superior, maiores conhecimentos para agregar a sua empresa.

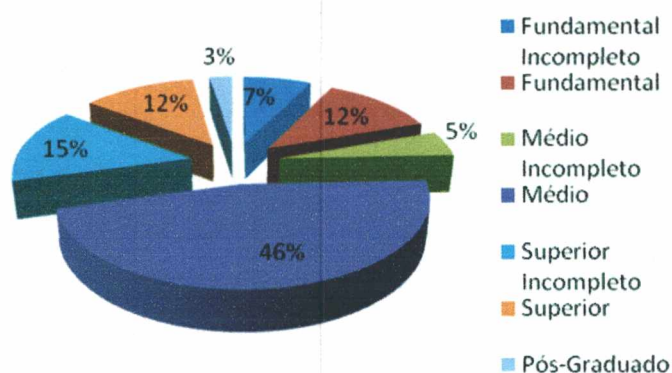


GRÁFICO 3: Grau de Escolaridade dos Gestores

Fonte: Pesquisa de campo 2011

De acordo com o gráfico 4, 76% dos gestores são natural de Uiraúna - PB e apenas 24% são de outra localidade.

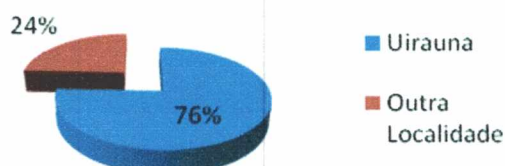


GRÁFICO 4: Naturalidade dos Gestores

Fonte: Pesquisa de campo 2011

O gráfico 5 apresenta o setor de atuação dos gestores. Nesse gráfico, observa-se uma variação de setores, destacando-se o setor do comércio varejista de vestuário que agrega 15% dos gestores, o setor de comércio varejista de materiais de construções com 12% dos gestores e o setor minimercados ou supermercados com 10%. Observa-se também que 42% dos entrevistados estão pulverizados em outros diferentes setores como: armarinho, móveis, eletrodomésticos, posto de gasolina, floricultura, perfumaria e informática. Dessa forma, constata-se que o setor do comércio de Uiraúna – PB possui uma grande diversidade.

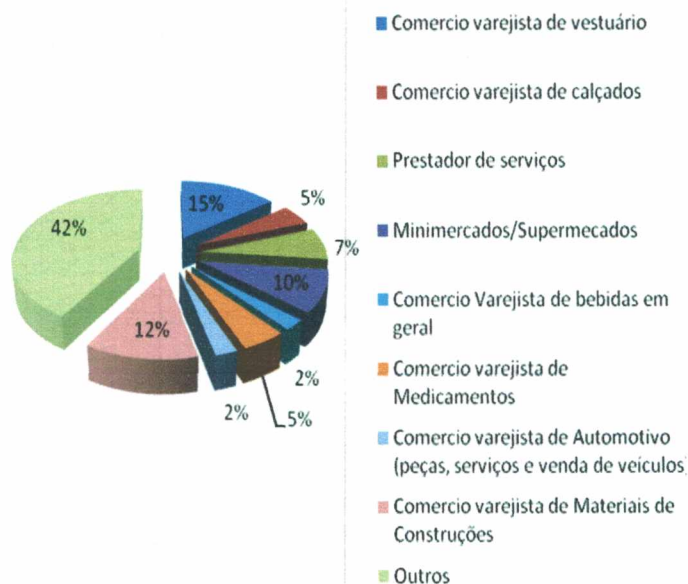


GRÁFICO 5: Setor de Atuação
Fonte: Pesquisa de campo 2011

O gráfico 6 mostra a experiência dos gestores no setor de atuação, onde consta que a maioria, ou seja, 37% dos entrevistados, possui de 11 a 20 anos de experiência, que 29% possui mais de 20 anos, 24% de 6 a 10 anos e 10% até 5 anos de experiência; comprovando que os gestores em sua maioria apresentam uma considerável experiência profissional no mercado de trabalho.

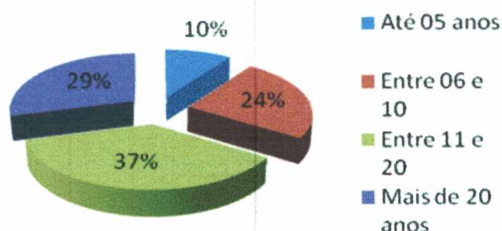


GRÁFICO 6: Experiência Profissional dos Gestores no Setor de Atuação
Fonte: Pesquisa de campo 2011

Com relação a experiência profissional dos gestores antes de serem empresários, é possível observar que 29% eram funcionários da iniciativa privada no setor de atuação de suas empresas, evidenciando no mercado estudado que uma parte considerável dos gestores apresentam uma experiência profissional prévia nas respectivas áreas de atuação. Além disso, uma maioria com 32% dos entrevistados foram funcionários da iniciativa privada em outro setor, 27% eram autônomos e a minoria dos gestores (12%) eram funcionários públicos (Gráfico 7).

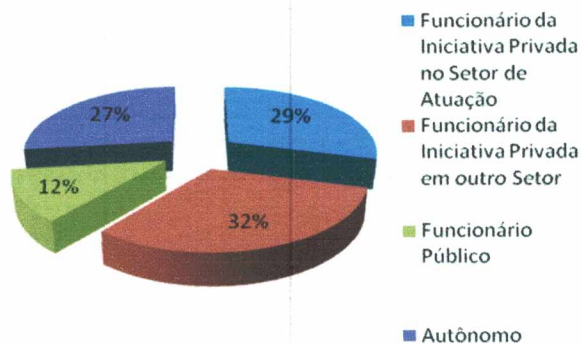


GRÁFICO 7: Experiência Profissional antes de ser Empresário
Fonte: Pesquisa de campo 2011

De acordo com o gráfico 8, a maior parte das organizações estudadas já se encontram no mercado a um tempo considerável, 49% têm entre 11 e 20 anos de atuação e 20% estão há mais de 20 anos no mercado. Outras organizações apresentam um tempo menor de atuação, 19% têm entre 06 e 10 anos e 12% se encontram no mercado há até 05 anos. Observa-se, portanto, que tais empresas estão em processo de amadurecimento de suas atividades.

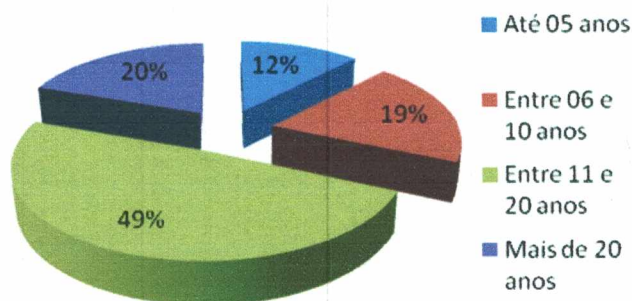


GRÁFICO 8: Tempo de Atuação da Organização
Fonte: Pesquisa de campo 2011

Com relação ao número de funcionários, o gráfico 9 mostra que a grande parte das empresas (56%) possuem entre 1 e 5 funcionários e que 24% possuem entre 6 e 10 funcionários.

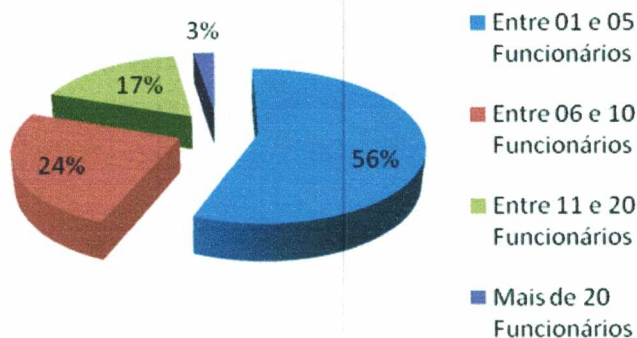


GRÁFICO 9: Número de Funcionários
Fonte: Pesquisa de campo 2011

O gráfico 10 retrata o local de atuação das organizações entrevistadas, e mostra que a maioria das empresas (49%) atuam só na cidade de Uiraúna, já 32% das empresas atuam em Uiraúna e cidades circunvizinhas num raio de 60km, 17% atuam em Uiraúna e região, ou seja, um raio superior a 60km e 2% têm seu mercado ampliado para a Paraíba e estados vizinhos. Observa-se que em consequência da cidade de Uiraúna - PB possuir uma localização privilegiada, consistindo numa das mais importantes rotas de ligação entre diversas microrregiões dos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará, fica evidente o porquê de que grande parte das empresas estudadas ampliem sua atuação para além do município de Uiraúna, ampliando seus serviços para outras regiões e estados vizinhos.

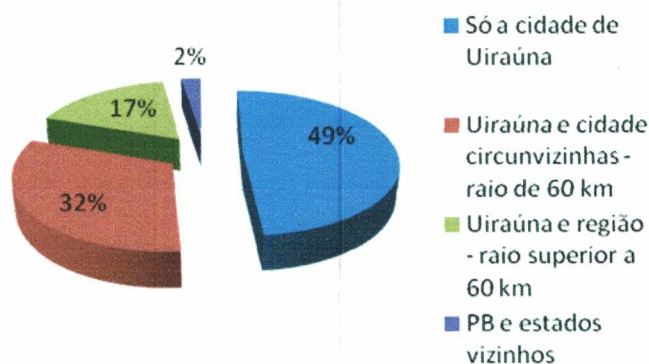


GRÁFICO 10: Setor de atuação da Organização
Fonte: Pesquisa da campo 2011

De acordo com gráfico 11, que mostra o regime de tributação da empresa, 88% dos gestores optaram pelo simples nacional. É importante ressaltar que essa forma de tributação tem como objetivo de unificar a arrecadação dos tributos e contribuintes, federal, estadual e municipal. Observa-se também que 12% dos gestores optaram pelo lucro presumido, onde o imposto é calculado com base em um percentual fixo sobre o faturamento. Já o lucro real

que é um imposto calculado conforme o resultado obtido pela empresa, não foi adotado por nenhum gestor entrevistado.

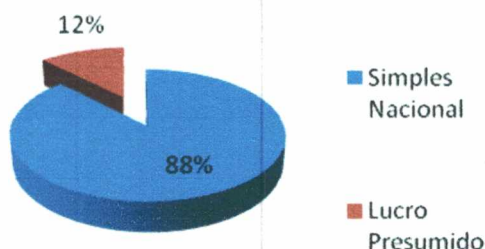


GRÁFICO 11: Regime de Tributação da Empresa
Fonte: Pesquisa de campo 2011

3.2 SERVIÇOS CONTÁBEIS PRESTADOS ÀS EMPRESAS

Nesta parte do estudo será observada a percepção dos gestores acerca dos serviços contábeis a eles prestados.

Foi perguntado aos gestores quais os tipos de serviços contábeis que os contadores lhe ofereciam. Observou-se que alguns gestores não tinham certeza de quais serviços estavam sendo prestados pelos contadores, além disso, alguns gestores demonstraram insegurança ao responder o questionário. Dessa forma, percebeu-se a necessidade de fazer uma explanação sobre o que seria esses serviços antes da aplicação do questionário, o que facilitou a coleta de dados.

Neste sentido, constatou-se que os serviços mais oferecidos foram declaração de imposto de renda pessoa física e jurídica, demandado por 98% dos gestores, setor fiscal com 93%, escrituração contábil/fiscal com 78% e setor pessoal com 73%. (tabela 1).

Tabela 1 - Serviços Oferecidos pelos Profissionais de Contabilidade

Serviços Oferecidos pelos Profissionais de Contabilidade	Sim	%	Não	%	Total em %
Setor Fiscal	38	93%	3	7%	100%
Setor Contábil	25	61%	16	39%	100%
Escrituração Contábil/Fiscal	32	78%	9	22%	100%
Setor Pessoal	30	73%	11	27%	100%
Informações para Empréstimos Financeiros	25	61%	16	39%	100%
Declarações	40	98%	1	2%	100%
Controle de Estoque	9	22%	32	78%	100%
Planejamento Tributário	11	27%	30	73%	100%
Controle de Movimento Caixa Mensal	17	41%	24	59%	100%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

Diante do exposto, observa-se que os gestores estão utilizando os serviços contábeis para cumprir questões fiscais e obrigações impostas pelo governo e pela legislação, deixando de buscar outras informações essenciais e úteis para agregar valor a sua empresa e ajudar na tomada de decisão.

O setor contábil pode oferecer informações úteis e necessárias para auxiliar o gestor dentro da organização, neste sentido, Marion (2005) ressalta que o setor contábil pode promover a seus usuários dados para ajudá-los a tomar decisões.

Cabe ao gestor buscar informações relevantes para o desenvolvimento da entidade e, conseqüentemente, o contador deve ser conhecedor dessas informações para atender as possíveis necessidades dos seus usuários.

Na tabela 2 foi avaliada quais escriturações e livros os gestores estão recebendo dos profissionais contábeis. Foi observado que as guias de impostos e encargos sociais, a folha de pagamento dos funcionários e os livros de entrada/saída são as escriturações e livros mais recebidos dos contadores, com percentuais de 95%, 76% e 61% respectivamente. Reforçando com isso que os gestores estão utilizando os serviços contábeis mais para cumprir às exigências imposta pelo governo e pela legislação.

Tabela 2 - Escrituração e Livros recebidos dos Profissionais Contábeis

Escriturações e Livros Recebidos dos Profissionais Contábeis	Sim	%	Não	%	Total em %
Livro Diário	7	17%	34	83%	100%
Livro Razão	7	17%	34	83%	100%
Livro Caixa	24	59%	17	41%	100%
Livro de Entrada/Saída	25	61%	16	39%	100%
Balanco Patrimonial	20	49%	21	51%	100%
Demonstração do Resultado do Exercício	16	39%	25	61%	100%
Demonstração do Fluxo de Caixa	11	27%	30	73%	100%
Folha de Pagamento dos Funcionários	31	76%	10	24%	100%
Guias de impostos e encargos sociais	39	95%	2	5%	100%
Controle de Estoque	13	32%	28	68%	100%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

Foi analisada na tabela 3 a importância da utilização dos relatórios contábeis oferecidos pelos escritórios de contabilidade, evidenciando-se nesse estudo, que a percepção dos gestores acerca da importância dos serviços contábeis são em sua maioria para atender as obrigações fiscais, correspondendo a um percentual de 98%. Além dos gestores estarem utilizando os relatórios contábeis para fins fiscais, foi observado que 76% também estão utilizando para controlar as operações da empresa.

Tabela 3 - Utilização dos Relatórios Contábeis

Utilização dos Relatórios Contábeis	Sim	%	Não	%	Total em %
Fins Fiscais	40	98%	1	2%	100%
Controlar as Operações da Empresa	31	76%	10	24%	100%
Avaliar o Desempenho da Empresa	24	59%	17	41%	100%
Empréstimos	23	56%	18	44%	100%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

Com relação ao tempo que as empresas utilizam serviços contábeis, a grande maioria das empresas, o que representa um total de 71% dos entrevistados, utiliza os serviços contábeis desde que foi fundada, e 17% utilizam os serviços há entre 6 e 10 anos. Isso acontece em consequência às exigências da legislação.

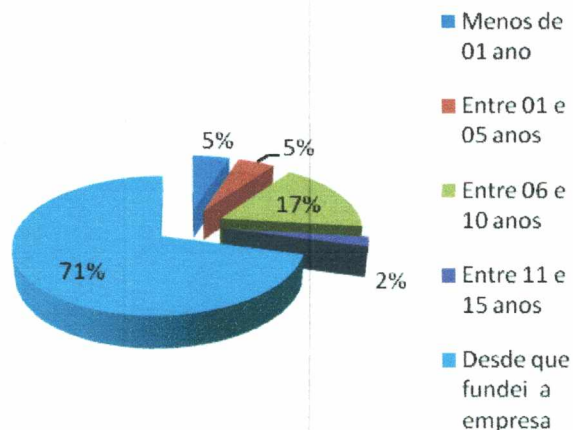


GRÁFICO 12: Tempo que Utiliza Serviços Contábeis
Fonte: Pesquisa de campo 2011

De acordo com o gráfico 13, que trata do tempo de atuação do contador na empresa, 34% dos entrevistados estão com o mesmo contador há entre 6 e 10 anos, 22% entre 11 e 15 anos e 22% há menos de 1 ano. O resultado mostra que algumas dessas empresas mudou de contador durante sua gestão.

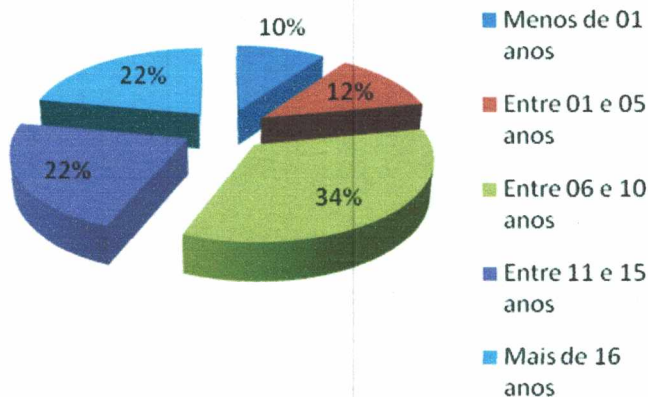


GRÁFICO 13: Tempo que a Empresa está com o mesmo Contador
Fonte: Pesquisa de campo 2011

O gráfico 14 mostra o valor que os gestores pagam mensalmente pela prestação do serviço contábil, observa-se que 37% pagam acima de R\$ 400,00 e 27% pagam entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00. Ressalta-se que esse valor é determinado pelo porte da empresa referente à quantidade de notas fiscais e ao número de funcionários, ou seja, quanto maior a organização maior será o seu valor pago pela prestação do serviço contábil.

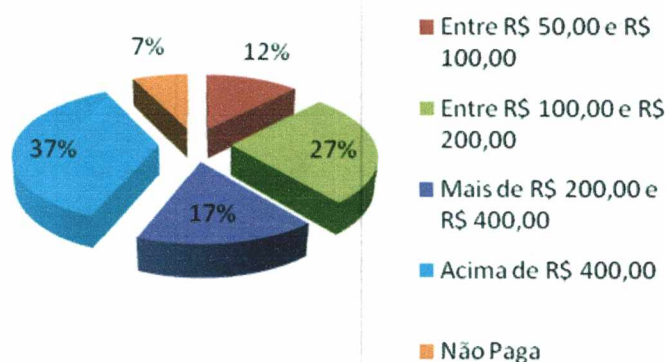


GRÁFICO 14: Valor pago pela Prestação do Serviço Contábil
Fonte: Pesquisa de campo 2011

Na tabela 4, diante dos critérios apresentados, os mais relevantes na percepção dos gestores para selecionar o profissional contábil para sua empresa foram pontualidade dos serviços, qualidade nos serviços e formação superior do contador, correspondendo a 88%, 80% e 80% respectivamente. Neste sentido, Augusto(2006) afirma que o serviço contábil deve ser visto pelo empresário como sendo de boa qualidade. A qualidade é, portanto, um critério essencial para todo profissional bem sucedido, e quando um serviço é oferecido com qualidade, conseqüentemente com ele está junto a pontualidade.

Tabela 4 - Critérios para selecionar o contador

Critérios para selecionar o contador	1-Sem Importância	2-Pouco Importante	3- Não Sei	4- Importante	5-Muito Importante
Preços dos Serviços	17%	5%	2%	68%	7%
Modernização do Escritório	5%	2%	5%	34%	54%
Pontualidade dos Serviços	2%	2%	5%	2%	88%
Experiência do Contador	2%	Xx	Xx	24%	73%
Qualidade nos Serviços	2%	Xx	Xx	17%	80%
Indicação de Amigos	5%	15%	5%	54%	22%
Formação em nível técnico	7%	5%	2%	59%	27%
Formação Superior	2%	Xx	2%	15%	80%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

3.3 Percepção dos gestores acerca dos serviços prestados

Com o objetivo de verificar a percepção dos gestores da cidade de Uiraúna – PB acerca dos serviços contábeis a eles prestados foram analisadas 16 assertivas relacionadas ao que os gestores percebem sobre estes serviços.

Nessa parte da apresentação dos resultados as tabelas estão divididas em quatro blocos de quatro perguntas. Isso se dá para facilitar a apresentação desses resultados e proporcionar uma melhor discussão sobre os achados. Cada tabela estará identificada com as questões referentes a sequencia que aparece no questionário (Apêndice 01)

A tabela 5 evidencia que o profissional contábil deve mostrar agilidade e oferecer competências relacionadas à confiança, dotando os seus conhecimentos, usando ferramentas e técnicas adequadas, como maneira de executar a prestação de seus serviços em tempo hábil aos usuários da informação contábil.

Mostra-se como grande relevância na percepção dos gestores estudados, a disponibilidade dos contadores de diversificar seus serviços de acordo com a necessidade de cada cliente, sendo assim, Albrecht (1992) mostra que um serviço com qualidade é observado como sendo a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, solucionar um problema como também fornecer um benefício a alguém.

Tabela 5 – Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 01 a 04

Percepção dos Gestores acerca dos serviços prestados	Discordo	Discordo Parcialmente	Não opino	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade são realizados com agilidade e com eficácia.	5%	2%	0%	34%	59%
Sou bem atendido pelo serviço contábil prestado pelo meu contador.	0%	5%	0%	27%	68%
Os serviços são entregues pontualmente.	7%	0%	5%	20%	68%
Acredito que os serviços contábeis poderiam ser mais diversificados, com inclusão de consultoria.	10%	5%	2%	10%	73%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

A tabela 5 mostra que o gestor está satisfeito com a agilidade e eficácia dos serviços prestados, com a qualidade e pontualidade do atendimento. No entanto, há certa insatisfação com a diversificação dos serviços, com deficiência dos serviços de consultoria. Sobre a pontualidade dos serviços, Thomé (2001) ressalta que todo produto e serviço deve ser entregue a tempo de ser utilizado ou de ser útil.

Esse estudo comprova que quanto maior o interesse, agilidade e confiança do profissional contábil, maior será a satisfação dos gestores. Neste sentido, o contador que mostra

disponibilidade e interesse de oferecer diferentes serviços, de forma satisfatória e de acordo com as necessidades de cada usuário, torna-se um profissional diferenciado no mercado competitivo.

A tabela 6 evidencia que o contador, na percepção dos gestores, é um profissional ético, atualizado, que presta um serviço de qualidade, sendo, portanto, essencial para a empresa. Dessa forma, o contador deve ser visto como um excelente instrumento auxiliador para a conduta, atitudes e procedimentos por parte da equipe para com os clientes (VIEIRA, 2006), como também ser um profissional, atualizado, competente, prestativo, de forma a oferecer serviços de qualidades ao usuário da informação. Diante disso, Vieira (2006), ainda ressalta que a concorrência no mercado faz com que as empresas necessitem oferecer produtos de qualidade, assim, as informações contábeis, para serem úteis aos usuários, precisam refletir com precisão a realidade econômica das empresas, auxiliando desta forma a tomada de decisão.

No estudo, foi analisado também a opinião dos gestores com relação as visitas periódicas do profissional contábil às empresas. Observou-se como, mostra na tabela 6, que muitos gestores não estão satisfeito com a quantidade de visitas que o contador presta a sua empresa, ficando evidente que os contadores devem se disponibilizar mais para realizar essa atividade e não fazer visitas as empresas só quando for preciso ou solicitado. Esses profissionais precisam manter um contato direto com os seus clientes para que possam perceber e resolver os problemas de forma precoce, tornando a prestação de serviços mais satisfatória a seus respectivos clientes.

Tabela 6 – Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 05 a 08

Percepção dos Gestores acerca dos serviços prestados	Discordo totalmente	Discordo Parcialmente	Não opino	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Acho que o contador de minha empresa está atendendo aos princípios da ética profissional.	2%	0%	0%	12%	86%
Considero o contador um profissional atualizado, competente, prestativo e essencial para minha empresa.	2%	0%	2%	28%	68%
O contador faz visitas periódicas a minha empresa.	32%	10%	2%	15%	41%
Considero que os serviços prestados pelo meu contador são de qualidade.	0%	5%	0%	24%	71%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

A tabela 7 mostra que 68% dos gestores são informados quando acontece alguma alteração na legislação contábil e fiscal, diante disso, observa-se que os contadores estão preocupados em executar seus serviços com transparência, mantendo seus clientes informados quando ocorrem mudanças na lei. Também foi perguntado aos gestores se caso os impostos fossem simplificados de forma que eles mesmo pudessem efetivar o respectivo cálculo, se ainda seria necessário manter o contrato de prestação de serviço contábil, a uma maioria de 61% discorda da possibilidade de não manterem o contrato de prestação de serviços contábeis mesmo que fosse uma atividade simples de modo que eles mesmo pudessem calcular.

Observa-se no decorrer do estudo que os gestores entendem que é essencial os serviços prestados pelo contador, pois os mesmo estão cientes da importância que a contabilidade tem para o desenvolvimento das empresas.

A tabela 7 mostra também que 90% dos gestores concordam que todos os empresários devem entender de contabilidade.

Todo gestor deve sim ter conhecimentos básicos e até sólidos sobre contabilidade. Pois esses conhecimentos básicos podem evitar o acontecimento de alguns problemas que levaria a empresa a passar por dificuldades tanto financeiras como gerenciais.

Tabela 7 – Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 09 a 12

Percepção dos Gestores acerca dos serviços prestados	Discordo totalmente	Discordo Parcialmente	Não opino	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
O serviço contábil realizados em minha organização é apenas para cumprir obrigações fiscais.	39%	10%	2%	20%	29%
Se o governo simplificasse o recolhimento dos impostos e dos encargos sociais, de modo que eu pudesse calcular e efetuar os respectivos pagamentos, eu acho que não seria necessário manter o contrato de prestação do serviço contábil.	61%	5%	5%	5%	24%
Quando há alterações ocorridas na legislação contábil e fiscal, sou informado sobre tais alterações.	10%	7%	5%	10%	68%
Acredito que todo empresário deve entender de contabilidade.	5%	0%	0%	5%	90%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

Na tabela 8 observa-se que 63% dos gestores acham que os honorários pagos aos profissionais contábeis, diante das constantes mudanças do atual contexto na área em estudo, estão sendo proporcional ao grau de informações por eles oferecidas. Diante disso, Thomé (2011) mostra que o cálculo dos honorários dos serviços contábeis deve ser visto, de início, a partir das informações prestadas sobre a empresa que está fazendo a consulta e baseado na experiência profissional, deve-se atribuir um valor que será revisto após a execução de algum tempo do serviço contratado. Neste sentido, o contador precisa se basear no faturamento da empresa, no custo do seu trabalho a ser executado, como também no esforço que vai ser realizado durante a prestação do serviço para dessa forma fixar seus honorários.

Observa-se também na tabela 8 que as informações contábeis, na percepção dos gestores, estão atendendo satisfatoriamente as necessidades da empresa, como também estão lhes ajudando no processo de tomada de decisão dentro da organização.

Tabela 8 – Percepção dos Gestores acerca dos Serviços Prestados - Questões de 13 a 16

Percepção dos Gestores acerca dos serviços prestados	Discordo	Discordo Parcialmente	Não opino	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Os honorários que pago ao meu contador são compatíveis com os serviços por ele prestados.	5%	10%	5%	17%	63%
Tenho plena confiança de que as informações contábeis informadas estão me ajudando no processo de tomada de decisão na empresa.	2%	5%	10%	20%	63%
Os serviços contábeis que estão sendo oferecidos estão atendendo satisfatoriamente as necessidades da minha empresa.	3%	0%	0%	34%	63%
Os serviços contábeis têm contribuído para o crescimento e a imagem da minha organização.	7%	5%	7%	35%	46%

Fonte: Pesquisa de campo 2011

Diante do que foi exposto, constata-se que a maioria dos gestores do comércio varejista, em geral, mostra-se satisfeitos com a qualidade dos serviços contábeis que estão sendo disponibilizados no município de Uiraúna-PB. Observa-se que em torno 60% dos gestores reconhecem que os serviços são pontuais, ágeis e eficazes; que os profissionais são competentes, atualizados e éticos; que os serviços prestados são satisfatórios para atender as necessidades dos gestores; e que os profissionais contábeis fornecem informações que estão auxiliando na tomada de decisões sendo, portanto, essenciais para as empresas.

Como deficiências observadas evidenciam-se apenas a necessidade de uma ampliação no leque de serviços que podem ser ofertados pelo profissional contábil, com a inclusão da consultoria; e no aumento do número de visitas periódicas que esse profissional pode fazer às empresas para as quais prestam serviços. Além disso, um considerado número de gestores ainda não utiliza os serviços contábeis para agregar valor as suas empresas, sendo o cumprimento das obrigações legais o principal interesse.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os avanços tecnológicos advindos do processo de globalização e o aumento da competitividade, a utilização de serviços contábeis tornou-se ferramenta essencial para diferenciação das empresas no mercado em que essas estão inseridas. Diante disto, o estudo objetivou descrever a percepção em relação à prestação dos serviços contábeis oferecidos aos gestores do comércio varejistas da cidade de Uiraúna - PB cadastrados na CDL, com a finalidade de obter informações para direcionar os profissionais de Contabilidade e dar uma visão geral da utilização desses serviços na tomada de decisão da empresa.

Constatou-se que a maioria dos gestores do comércio varejista, em geral, mostra-se satisfeito com a qualidade dos serviços contábeis que estão sendo disponibilizados no município de Uiraúna-PB. Os serviços são pontuais, ágeis e eficazes; os profissionais são competentes, atualizados e éticos; os serviços prestados são satisfatórios para atender as necessidades dos gestores; e os profissionais contábeis fornecem informações que estão auxiliando na tomada de decisões sendo, portanto, essenciais para as empresas.

No entanto, os profissionais contábeis devem estar se atualizando frequentemente de forma a acompanhar de perto as mudanças que surgem na legislação e nos problemas cotidianos das empresas, podendo assim orientar melhor os gestores na tomada de decisão, levando-os novas informações sem esquecer de fazerem visitas com mais frequências às empresas, adotando novas estratégias como forma de tornar a prestação dos serviços contábeis eficientes e adequados a cada usuário, tornado-se parceiro, mostrando interesse e disponibilidade, e procurando sempre avaliar o grau de satisfação de seus clientes.

Diante do que foi estabelecido, este trabalho é mais uma contribuição acadêmica acerca dos serviços contábeis prestados na visão dos gestores usuários da informação, podendo este ser utilizado em trabalhos futuros que visem o aprimoramento da classe contábil.

Sendo assim, os resultados adquiridos neste estudo mostram contribuições relevantes para os trabalhos acadêmicos da temática, como também para os profissionais atuantes, no sentido de poder ajudar no controle do seu desempenho, como forma de apontar suas ações a partir de informações analisadas.

Espera-se que os resultados aqui proporcionados se configurem numa importante fonte de informação acerca da visão de um determinado grupo de gestores em relação à prestação do serviço contábil, especificamente no segmento em estudo, a cidade de Uiraúna – PB.

Aconselha-se para pesquisas futuras que seja feito um estudo da visão dos profissionais contábeis quanto aos gestores de empresas as quais prestam serviço, de forma a fazer uma análise comparativa dos profissionais contábeis e dos gestores das empresas.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K. **Qualidade em serviços**. São Paulo: Makron Books, 1992;

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

AMBONI; Narcisa de Fátima. **Qualidade em Serviços: dimensões para orientação e avaliação das bibliotecas universitárias brasileiras**. Tese de doutorado em Engenharia de Produção, Florianópolis SC, 2002;

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009;

BACCI, J. **Estudo exploratório sobre o desenvolvimento da contábil brasileiro – uma contribuição ao registro de sua evolução histórica**, São Paulo, 2002, Dissertação de Mestrado - Centro Universitário Álvares Penteado;

BARRETO, Gualter Alves. **Manual do Contador**. 2 ed. Belo Horizonte: Editora Líder, 2005;

BERRY, L.L.; PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing: Competindo através da Qualidade**. São Paulo: Maltes – Norma, 1992;

CARDOSO. O. R. **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;

CASTRO NETO, J. L. **Contribuição ao estudo da prática harmonizada de contabilidade na União Européia**, São Paulo, 1998, Tese de Doutorado – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo;

CASTRO, Gisele de Souza; SANABIO, Marcos Tanure. O profissional de Contabilidade e as micro e pequenas empresas – MPÉs: mudanças e posicionamentos In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba, 2005, p. 1356-1370;

CIERCO, Agliberto Alves. **Gestão da Qualidade**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2008;

COBRA, Marcos. **Estratégias de marketing de serviços**. 2ª edição. São Paulo: editora Cobra, 2001;

DUNE P. e LUSCH R. F. *Retailing* 3rd ed, EUA: Dryden press, 1999;

ESTENDER, Antonio Carlos. **O Novo Varejo**. São Paulo, 2005;

D'ÁURIA, F. **Primeiros princípios de contabilidade pura**. manuscritos originais. São Paulo – Centro Universitário Álvares Penteado – 1949;

FERRARI, Ed Ferrari, **Contabilidade Geral**. – 8. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008;

FORTES, José Carlos. **Manual do Contabilista**. Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Norte-Natal, 2001;

GARRISON, Ray H; NOREEN, Eric W; BREWER, Peter C, **Contabilidade Gerencial**. 11 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001;

GARVIN, D. A. Construindo a Organização que Aprende. In: Harvard Business Review (coletânea) **Gestão do Conhecimento**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2000, p. 27-49;

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre indicação científica**. 3. ed. Campinas-SP: Alínea, 2003;

GRÖNROOS, Chistian, **Marketing Gerenciamento e Serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003;

HANSEN, D.R., Maryanne M. Mowen, Cost management, 2nd edition, Ancinnati, Ohio: South – Western College Rublications, 1997;

HECKERT, Cristiano Rocha; SILVA, Márcia Terra. **Qualidade de serviços nas organizações do terceiro setor**. XXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Anais. 17 a 19 de outubro de 2001. Faculdade de Tecnologia e Ciências, Salvador – BA;

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1997;

IUDÍCIBUS, Sérgio. **Teoria da Contabilidade**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2000;

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Serviços**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007;

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade Total nos Serviços**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999;

LIMA, Jackson Bezerra de. **Estudo comparativo sobre a percepção dos contadores e microempresários do comércio varejista da cidade de Sousa – PB acerca dos serviços contábeis.** Monografia (Bacharelado em Ciências Contábeis), Universidade Federal de Campina Grande, Sousa, 2010;

LIMEIRA, T. M. V. Administração de Produtos. In: **Gestão de Marketing.** Coordenação Sérgio Roberto Dias. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006;

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

LISBOA, L.P. **Ética geral e profissional em contabilidade.** Fundação Instituta de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997;

LOBO, Carlos Eduardo d'Araújo Vilançã. **Aplicação do Projeto Axiomático para o desenvolvimento de sistemas de medição de desempenho para manufatura.** Tese de Doutorado, Faculdade de Engenharia Mecânica, Campinas SP, 2003;

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 12 ed. São Paulo: Pecuson Prentice Hall, 2006;

MARION, José Carlos, **Contabilidade Básica.** – 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2004;

MARION, José Carlos, **Contabilidade Empresarial.** – 11. ed – São Paulo: Atlas, 2005;

MARION, José Carlos, **Contabilidade Básica.** – 8. ed. – São Paulo: Atlas, 2006;

MARTINS JUNIOR, J.; **Como escrever trabalhos de conclusão de curso:** instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos. 2. ed. Petropolis, RJ: Vozes, 2008;

MIRANDA, José Glaúdis (Org) et al. **Temas Contábeis e Gerenciais.** Editora Imprell, vol I. João Pessoa. 2002;

MIOTTO, Neivandra; LOZECKYI, Jeferson. A importância da contabilidade gerencial na tomada de decisão nas empresas. **Unicentro Revista Eletrônica Latu Sensu**, 6 ed., 2008;

NIYAMA, Jorge Katsumi. **Contabilidade internacional.** 1. ed. 4 reimpr. São Paulo: Atlas, 2007;

NIYVAMA, Jorge Katsumi; TIBURCIO, Cesar Augusto; PISCITELLI, Roberto Bocaccio. **Exame de suficiência em contabilidade:** livro – texto e exercícios adaptados às exigências do CFC. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006;

NÓBREGA, Danuza Marques da(Org.) et al. Percepção dos atributos de satisfação da qualidade em serviços contábeis: uma investigação no comércio varejista da cidade de Sousa – PB. Sousa, 2010. In: **P & D ENGENHARIA DA PRODUÇÃO**. Itajubá, v.8, n.3, p. 129-143, 2010;

NOGUEIRA, José Francisco (Org.) et al. **Gestão Estratégica de Serviços**. São Paulo: Atlas, 2008;

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.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000;

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

Resolução 560 do Conselho Federal de Contabilidade de 28 de outubro de 1983. Diário Oficial República Federativa do Brasil, Brasília, 18 jan. 1995. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/legislação/resoluçãocfc560.htm>>. Acesso em 19/08/2011 às 23h35min.

Resolução nº. 1.098/07 do Conselho Federal de Contabilidade. Disponível em: <<http://www.normaslegais.com.br/legislação/resoluçãoc1098.2007.htm>>. Acesso em: 19/08/2011.

Resolução CGSN10/2007. Disponível em: <<http://portaltributario.com.br/guia/simplesobrigação.htm>>. Acesso em: 19/08/2011;

REBOUÇAS, Fernando. **Conceito e Funções do Varejo**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/economia/conceito-e-funcoes-do-varejo>>. Acesso em: 12/10/2011;

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999;

SCHMENNER, Roger W. **Administração de Operações em Serviços**. São Paulo: Futura, 1999;

SÁ, Antônio Lopes. **Teoria da Contabilidade**. Ed. Atlas. São Paulo, 2002;

SLACK, Nigel., CHAMBERS Stuart., JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2002;

SPILLER, Eduardo Santiago. **Gestão de Serviços e Marketing Interno**, 4ª edição, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011;

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

VASCONCELOS, Yumara Lúcia & VIANA, Aureliana Laurentina. Evidenciação: Forma e Qualidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, n.134, p.25-26, mar./abr. 2002;

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

VERGARA, Sylvia Constantnt. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007;

ZEITHAML, Valarie A., PARARUMARAN, A.A. & BERRY, Leonard L. **Delivering quality services, balancing customer perpeptions**, Nova York, Free Press, 1990;

APÊNDICE

APENDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

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

PESQUISA: SERVIÇOS CONTÁBEIS: UMA DESCRIÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE UIRAUNA-PB

Pesquisador: Renata Pinheiro Fernandes de Queiroga
Orientador: Prof. Marconi Rodrigues.

QUESTIONÁRIO

OBJETIVO ESPECÍFICO 1 - Caracterizar o perfil dos Gestores Estudados

1 – SEXO

- Masculino
 Feminino

2 – FAIXA ETÁRIA

- Entre 20 e 30 anos
 Entre 31 e 40 anos
 Entre 41 e 50 anos
 Entre 51 e 60 anos
 Acima de 60 anos

3 – GRAU DE ESCOLARIDADE

- | | | | |
|--------------------------|------------------------|---------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | Fundamental Incompleto | | |
| <input type="checkbox"/> | Fundamental | | |
| <input type="checkbox"/> | Médio Incompleto | | |
| <input type="checkbox"/> | Médio | | |
| <input type="checkbox"/> | Superior Incompleto | | |
| <input type="checkbox"/> | Superior | Área de
Formação | <input type="checkbox"/> Administração |
| <input type="checkbox"/> | Pós-graduado | | <input type="checkbox"/> Contabilidade |
| | | | <input type="checkbox"/> Economia |
| | | | <input type="checkbox"/> Direito |
| | | | <input type="checkbox"/> Outras.
Qual? _____ |

4 – NATURALIDADE

- Uiraúna
 Outra Localidade. Qual? _____

5 – LOCAL DE ATUAÇÃO

- Comercio varejista de vestuário
- Comercio varejista de calçados
- Prestador de serviços
- Minimercados/Supermercado
- Comercio varejista de bebidas em geral
- Comercio varejista de Medicamentos
- Comercio varejista Automotivo (peças, serviços e vendas de veículos).
- Comercio varejista de Material de Construção
- Outros. Especificar _____

6 – EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL NO SETOR DE ATUAÇÃO

- Até 05 anos
- Entre 06 e 10 anos
- Entre 11 e 20 anos
- Mais de 20 anos

7 – EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL ANTES DE SER EMPRESÁRIO

- Funcionário da Iniciativa Privada no setor de atuação
- Funcionário da Iniciativa Privada em outro setor
- Funcionário Público
- Autônomo

8 – TEMPO DE ATUAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

- Menos de 01 ano
- Até 05 anos
- Entre 06 e 10 anos
- Entre 11 e 20 anos
- Mais de 20 anos

9 – NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

- Entre 01 e 05 Funcionários
- Entre 06 e 10 Funcionários
- Entre 11 e 20 Funcionários
- Mais de 20 Funcionários

10 – ÁREA DE ATUAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

- Só a cidade de Uiraúna
- Uiraúna e cidades circunvizinhas – raio de 60 km
- Uiraúna e região – raio superior a 60 km
- Todo Estado
- PB e estados vizinhos

11- REGIME DE TRIBUTAÇÃO DA EMPRESA

- Super Simples
 Lucro Real
 Lucro Presumido

OBJETIVO ESPECÍFICO II - Identificar os serviços contábeis prestados as empresas**12 - QUAIS OS SERVIÇOS OFERECIDOS PELOS PROFISSIONAIS DE CONTABILIDADE DA CIDADE DE UIRAÚNA PARA A SUA EMPRESA? (PODE-SE RESPONDER MAIS DE UMA ASSERTIVA)**

Setor fiscal (Calculo dos Impostos e taxas)	() Sim	() Não
Setor Contábil (Relatórios contábeis)	() Sim	() Não
Escrituração Contábil/fiscal (Livros)	() Sim	() Não
Setor Pessoal (Confecção da Folha de pagamento e encargos sociais)	() Sim	() Não
Informações para empréstimos financeiros	() Sim	() Não
Declarações (Pessoa Física e Jurídicas)	() Sim	() Não
Controle de estoques	() Sim	() Não
Planejamento Tributário	() Sim	() Não
Controle do movimento caixa mensal	() Sim	() Não

13 - QUAIS RELATÓRIOS ABAIXO E ESCRITURAÇÃO DE LIVROS VOCÊ COSTUMA RECEBER DE SEU CONTADOR?

Livro Diário	() Sim	() Não
Livro Razão	() Sim	() Não
Livro Caixa	() Sim	() Não
Livro de entrada/saída	() Sim	() Não
Balanco Patrimonial	() Sim	() Não
Demonstração do Resultado do exercício	() Sim	() Não
Demonstração do Fluxo de Caixa	() Sim	() Não
Folha de pagamento dos funcionários	() Sim	() Não
Guias para pagamentos de impostos e encargos sociais.	() Sim	() Não
Controle de estoques	() Sim	() Não

Outros (especificar): _____

14 - PARA QUE VOCÊ BUSCA UTILIZAR OS RELATÓRIOS CONTÁBEIS? (PODE MARCAR MAIS DE UMA RESPOSTA).

Para fins fiscais. (obrigações imposta pelo governo)	() Sim	() Não
Para controlar as operações da empresa	() Sim	() Não
Para avaliar o desempenho da empresa.	() Sim	() Não
Para operações junto aos bancos (empréstimos)	() Sim	() Não

Outros (especificar): _____

15 - QUANTO TEMPO SUA EMPRESA UTILIZA SERVIÇOS DE CONTABILIDADE?

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Menos de 1 ano |
| <input type="checkbox"/> | Entre 1 e 5 anos |
| <input type="checkbox"/> | Entre 06 e 10 anos |
| <input type="checkbox"/> | Entre 11 e 15 anos |
| <input type="checkbox"/> | Desde que fundei a empresa |

16 - QUANTO TEMPO SUA EMPRESA ESTÁ COM O MESMO PROFISSIONAL DE CONTABILIDADE?

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | Menos de 1 ano |
| <input type="checkbox"/> | Entre 1 e 5 anos |
| <input type="checkbox"/> | Entre 06 e 10 anos |
| <input type="checkbox"/> | Entre 11 e 15 anos |
| <input type="checkbox"/> | Mais de 16 anos |

17 - QUAL O VALOR QUE VOCÊ PAGA PELA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS MENSALMENTE?

- | | |
|--------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Até R\$ 50,00 |
| <input type="checkbox"/> | Entre R\$50,00 e R\$100,00 |
| <input type="checkbox"/> | Entre R\$100,00 e R\$200,00 |
| <input type="checkbox"/> | Mais de R\$ 200,00 e R\$ 400,00 |
| <input type="checkbox"/> | Acima de R\$ 400,00 |

OBJETIVO ESPECÍFICO III – Apresentar a percepção dos gestores a cerca dos serviços prestados

18 - Nessa parte do questionário será apresentada uma série de assertivas em relação aos serviços prestados pelos Profissionais de Contabilidade. Essas assertivas serão avaliadas numa escala de 5 pontos, a saber:

LEGENDA:	1	2	3	4	5
1 – Discordo totalmente					
2 – Discordo parcialmente					
3 – Não opino					
4 – Concordo parcialmente					
5 – Concordo totalmente					
Os honorários que pago ao meu contador são compatíveis com os serviços por ele prestados.					
Quando há alterações ocorridas na legislação contábil e fiscal, sou informado sobre tais alterações.					
Os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade são realizados com agilidade e com eficácia.					
Tenho plena confiança de que as					

informações contábeis informadas estão me ajudando no processo de tomada de decisão na empresa.					
O serviço contábil realizado em minha organização é apenas para cumprir as obrigações fiscais.					
Os serviços contábeis que estão sendo oferecidos estão atendendo satisfatoriamente as necessidades de minha empresa.					
Considero o contador um profissional atualizado, competente, prestativo e essencial para minha empresa.					
O Contador faz visitas periódicas a minha empresa.					
Sou bem atendido pelo serviço contábil prestado pelo meu contador.					
Se o governo simplificasse o recolhimento dos impostos e dos encargos sociais, de modo que eu pudesse calcular e efetuar os respectivos pagamentos, eu acho que não seria necessário manter o contrato de prestação do serviço contábil.					
Os serviços são entregues pontualmente.					
Acho que o contador de minha empresa está atendendo aos princípios da ética profissional.					
Os serviços contábeis têm contribuído para o crescimento e a imagem da minha organização.					
Acredito que todo empresário deve entender de contabilidade.					
Considero que os serviços prestados pelo meu contador são de qualidade.					
Acredito que os serviços contábeis poderiam ser mais diversificados, com inclusão de consultoria em outras áreas.					

18 - Na sua percepção, classifique, em grau de importância, nos critérios abaixo, os motivos que o fazem escolher o profissional de contabilidade para a sua empresa?

LEGENDA:

- 1 – Sem importância**
- 2 – Pouco importante**
- 3 – Não sei**
- 4 – Importante**
- 5 – Muito Importante**

Critérios para selecionar o contador	1	2	3	4	5
Preços dos serviços					
Modernização do escritório					
Pontualidade na prestação dos serviços.					
Experiência do Contador					
Qualidade nos serviços					
Indicação de amigos					
Formação em nível técnico					
Formação superior do contador					

DESDE JÁ AGRADECEMOS PELA SUA CONTRIBUIÇÃO NA REALIZAÇÃO DESSE ESTUDO.

ANEXO

ANEXO I - Comerciantes filiados à Câmara de Dirigentes Logistas de Uiraúna-PB

Razão Social	Nome fantasia	Endereço	Cidade
Airtanclédina da Silva Santiago	Cofemu	R: José Barbosa	Uiraúna
Ana Medeiros dos Santos Silva ME	Pronta Entrega Larinha	R: 02 de Dezembro	Uiraúna
Antonio Alferes Pinheiro	Aky Som Magazine	R: Francisco Euclides Fernandes	Uiraúna
Antonio Benevenuto de Alencar	Auto Peças Santo Antonio	R: Valdivino Enéas de Alencar	Uiraúna
Edilania Gabriel Braga	Essência Cosméticos	R: Manoel mariano	Uiraúna
Clessia Maria Guilherme xavier	Griff Mania	R: Senhor Nogueira	Uiraúna
Cofemac com. De Ferr. Mat. const. Ltda	Cofemac	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
Comer. Rep. Ferr. Bujary LTDA	Cobul	R: José Vieira Bujary	Uiraúna
Francisco Yvan de Moraes	Audio Digital	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
Deusdete Soares da Silva	Casa soares	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
E. C. S. Vieira Mat. Construção	Constru House	R: José Barbosa	Uiraúna
Elionel Gomes Ferreira	Supermercado Nonatão	R: Major Jose Fernandes	Uiraúna
Figueiredo e Martins	Nosso Posto	R: Francisco Leão Veloso	Uiraúna
Francimário Pereira da Costa	Foto Ideal	R: Capitão Israel,	Uiraúna
Olinto Rocha de Queiroz	Mercadinho Queiroz	R: Antonio José da Rocha, 594	Major Sales
Francisca Amélia da Silva	Nataly e Noelia Noivas	R: Francisco Leão Veloso	Uiraúna
Francisco das Chagas G. Anacleto	M&C Fashion	R: Capitão Israel	Uiraúna
Francisco de Assis Soares de oliveira informatica	newline	R: Capitão Israel, 370sala 04	Uiraúna
Francisco Marcio Duarte	MD Supermercado	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
Francisco Rocha Dantas	Madreira Rocha	R: Jose Barbosa	Uiraúna
Furtado e Dantas LTDA	Farmácia Cristo Rei	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
Geraldo Fernandes Vieira	Guedes Variedades	R: Capitão Israel	Uiraúna
Gilvan Moreira Duarte	Farmácia padre Anacleto	R: Francisco Euclides Fernandes	Uiraúna
Glerdson Franklin Melo	Bom passo calçados	R: Major Jose Fernandes	Uiraúna
Joise Kelmy Alencar Rolim	Estação fashion	R: Capitão Israel	Uiraúna
José Alencar e Cia	Posto São José	R: José Barbosa	Uiraúna
Jose Miguel	Comcal	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
José Niecio Vieira de Lacerda	Casa Vieira	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
José Ricardo Moraes Pinheiro	Armarinho Moraes	R: Francisco Euclides Fernandes	Uiraúna

Jose Valdemar Filho Duarte	Tata Motos	R: Jose Barbosa	Uiraúna
José Walteirton Dantas	Uiraúna Eletromoveis	R: Euclides Fernandes	Uiraúna
Julio Cloves Brasil Vieira	Brasil Jar	R: José Barbosa	Uiraúna
Linda Belma Perreira De Souza	Merca Show Vai e vem	R: Padre Miguel Nunes	Luis Gomes
Lojão Eletrod. Rio do Peixe LTDA	Lojão Rio do Peixe	R: Francisco Euclides Fernandes	Uiraúna
Renata Olimpico Tomaz Gomes	Alternativa Moto Peças	R: Francisco Leão Veloso	Uiraúna
Franco Ferreira pinto	Franco Mercantil	R: Jose Joaquim Duarte	Uiraúna
Maria do socorro Abrantes	Floricultura recanto verde	R: Capitão Israel	Uiraúna
Eva Cristina Alencar da Silva	Toque Intimo	R: José Joaquim Duarte	Uiraúna
Odilion Nogueira Vieira	Eletrônica Odsat	R: Travessa Francisco da Costa	Uiraúna
Paulo César Silva Sampaio	Ki Jóia Ótica	R: Jose Joaquim Duarte	Uiraúna
Poço Dantas Materiais de construção	Poço Dantas Materiais de construção	R: Joaquim Cesário de Freitas	Poço Dantas
Rosimar Arrais Batista	Rose Modas	R: Dr. Adolfo Paulino	Luis Gomes
Solenenuacely Maria D. Gonçalves	Baby mania	R: Capitão Israel	Uiraúna
Tatianne Maria do Nascimento	Rosa Mel modas	R: José Joaquim Duarte	Uiraúna
Maria Sulene Dantas Sarmento	Veinho Atacado	R: Coronel Alexandre Pinto	Uiraúna
Matheus de Oliveira Araújo	Araújo Eletromóveis	R: Doutor Adolfo Paulino	Luis Gomes
Francisco Ademi Pacheco ME	Só Portões	Rua: Poeta Francisco Evaristo	Uiraúna
Francisco Pinheiro Sales Junior	eletro Junior	Rua: Major José Fernandes	Uiraúna
Airton José Pinheiro Alferes	CD Point Variedades	Rua: Major José Fernandes	Uiraúna
Banco do Brasil	Banco do Brasil	Rua: José Vieira Bujary	Uiraúna
BCM Prouções Artística Ltda	BCM Produções	Rua: José Barbosa, 384	Uiraúna
Roberto e MartinsLTDA	Posto Cidade	R: José Joaquim Duarte	Uiraúna
MC Costa ME	Casa dos Colchões	Rua: José Joaquim Duarte, 272	Uiraúna
Laurinda Maria Duarte Neta	Moto peças Rodão	R: Francisco Leão Veloso	Uiraúna
Claudio Regio de Moraes Pinheiro	Sales Variedades	R: Major José Fernandes	Uiraúna
Manoel Geraldo Fernandes Junior	Mercafrios	Rua: Capitão Israel,374	Uiraúna
Alberto Cesar Martins Bernardo	Farmácia Martins	R: Prefeito João Germano	Luis Gomes
Gomes e Dantas	Farmácia Cristo Rei	R Euclides Fernandes, 60	Uiraúna