

QUALIDADE DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÁBEIS SOB A ÓTICA DOS MICROS E PEQUENOS EMPRESÁRIOS.

Resumo

Com a atual competitividade a qual as organizações são expostas, o grande desafio dos prestadores de serviço é corresponder às necessidades e expectativas de seus clientes. Para tanto, faz-se necessário prestar um serviço de qualidade, em que a satisfação do contratante torna-se o principal objetivo da organização. Assim, este artigo tem por objetivo investigar da percepção das micro e pequenas empresas de Florianópolis, sobre a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas. Para tanto, o estudo de caráter descrito foi realizado por meio de um estudo múltiplos, com uma abordagem qualitativa dos dados. A fonte coleta dos dados é de natureza primária, com a aplicação de um questionário contendo questões fechadas sobre a temática, aplicado em 100 (cem) empresas sediadas na cidade de Florianópolis, escolhidas em virtude de sua acessibilidade. Os resultados obtidos são divididos ainda em quatro segmentos (ramo de atividade, número de funcionários, faturamento médio mensal e valor pago pela prestação dos serviços contábeis). Por fim, conclui-se que os objetivos traçados foram alcançados, onde verificou-se que apesar dos escritórios de contabilidade não estarem satisfazendo totalmente seus clientes, é notório o interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados.

Palavras-chave: Avaliação. Satisfação dos Clientes. Qualidade dos serviços contábeis.

1. INTRODUÇÃO

A competitividade do mercado exige que as organizações invistam na qualidade dos produtos ou serviços prestados. Segundo Piazza (1999, p.9) afirma que “Ter um empreendimento hoje ou buscar um lugar no mercado de trabalho exige conhecimento, domínio, sintonia com o moderno e capacidade de perceber erros. O período de amadorismo chegou ao fim, pois quem não tem Qualidade é aniquilado”. Preocupado com este cenário o contabilista vem, buscando alternativas e recursos para prestar um serviço de qualidade, ajudando seus clientes a conhecer melhor a situação das empresas. Segundo Sá Lopes (1999) confinar a contabilidade uma expressão numérica, á simples constatação de acontecimentos evidentes e passados, é tolher o progresso que tal, ramos de conhecimento merece e pode comportar. Assim, considera-se que a contabilidade não deva apenas restringir-se ao atendimento das exigências governamentais, mais dar ênfase especialmente à avaliação econômica e financeira da organização, realizando inferências sobre as tendências futuras. No fornecimento de serviços é imprescindível que o contador conheça e atenda as necessidades de seus clientes. A melhoria na qualidade dos serviços contábeis pode contribuir na diminuição de custos e na retenção de clientes. Para Anderson, Fornell e Rust (1997). A retenção e a satisfação dos clientes garantem renegociações futuras, diminuição dos custos e a elasticidade dos preços. Já Araujo e Quelhas (2005, P. 56) corroboram por meio do conceito de fidelização, para ele esta “favorece um melhor conhecimento do cliente e um diálogo personalizado com o mesmo, determinado com maior precisão seus desejos e necessidades, atendendo-as com excelência e até antecipando-as, visando resultados sustentáveis da empresa”.

No Brasil diversos órgãos atuam na gestão da qualidade entre eles temos: A Associação Brasileira de Normas Técnicas (2008) atua desde década de 50, na certificação das conformidades de Serviços, responsável pela certificação da *International Organization for Standardization*, (ISO) 9000 e 9001; O Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) e a Fundação nacional da Qualidade (FNQ). Auxiliam os contabilistas na implementação de um processo que visa maior qualidade na prestação de

serviço o Sindicato das empresas de Serviços Contábeis (Sescon) e a Associação de Assessoramento, perícia, informações e pesquisa criaram o programa de Qualidade da empresas Contábeis (PQEC) objetivando a capacitação do profissional contábil e aprimoramento de processo. Em 1999 o Conselho Federal de Contabilidade, juntamente com o SEBRAE lançaram um projeto piloto o Contabilizando com sucesso. De acordo com o CFC (2008) sua “proposta era de tornar o profissional da Contabilidade um parceiro capaz de ampliar, significativamente, a capacidade de atendimento dos sistemas, com foco no suporte gerencial às micro e pequenas empresas, de forma quantitativa e qualitativa”. Atualmente o projeto abrange os mais de 350 mil contabilistas e cerca de 60 mil organizações contábeis. Conforme o Conselho Regional de Contabilidade de Santa Catarina (2008) o programa Contabilizando o Sucesso foi implantado em 2004, objetivando qualificar o contabilista para que ele possa melhor atender às micro e pequenas empresas, ajudando-as a se consolidar no mercado e a expandir seus negócios. Apesar de tantos subsídios oferecidos para corroborar com a melhora na prestação de serviços contábeis e por conseqüência na satisfação do cliente, surge a seguinte indagação incentivadora desta pesquisa: Como os micros e pequenos empresários de Florianópolis, avaliam a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas?

Na busca de resposta ao problema central de pesquisa, tem-se como objetivo principal da pesquisa a investigação da percepção das micro e pequenas empresas de Florianópolis, sobre a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas.

Para a consecução do objetivo proposto, têm-se como objetivos específicos: (i) conhecer a percepção dos clientes quanto às atividades desempenhadas pelos escritórios de contabilidade; (ii) verificar se as empresas utilizam os demonstrativos contábeis; (iii) identificar quais informações contábeis são consideradas relevantes pelos usuários; (iv) analisar o interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados; e, (v) avaliar os contabilistas segundo a percepção dos clientes.

A relevância da pesquisa evidencia-se à medida que demonstra a percepção dos micros e pequenos empresários que utilizam as informações contábeis fornecidas pelos escritórios de contabilidade. Sendo assim, ressalta a importância da qualidade destas informações que perpassam à tomada de decisão destes usuários.

Para tanto, discorre-se, inicialmente, sobre as bases conceituais que norteiam a Qualidade na prestação de serviços e as informações contábeis. Em seguida, são apresentados o método e os procedimentos da pesquisa. A seção 4 contém a descrição e a análise dos resultados alcançados neste estudo de caso. Por fim, são feitas as ponderações principais dos resultados e realizadas as considerações finais, incluindo-se as limitações do estudo e recomendações para futuras pesquisas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, serão apresentados os aportes teóricos que norteiam a presente pesquisa, quais sejam: a qualidade na prestação de serviços e as informações contábeis.

2.1 Qualidade na prestação de serviços

A gestão de qualidade e a valorização do cliente representam alternativas de sucesso para as empresas, sejam elas de comércio ou serviço.

Uma das principais referências de qualidade para qualquer organização que tenha o objetivo de proporcionar qualidade em seus serviços está no trabalho de Deming (1990)

“Qualidade - a revolução da administração”. O autor baseava seu estudo no uso de técnicas estatísticas, em que o principal objetivo era reduzir custos e aumentar a produtividade e qualidade. Philip B. Crosby, considerado o pai da filosofia “Defeito Zero”, defende a teoria de que a qualidade é assegurada quando todos se empenham em desempenhar seu trabalho da melhor maneira possível. Ao mencionar a importância da qualidade em todo o processo de uma organização, Mirshawka (1993, p.35) afirma que qualidade significa “qualidade de trabalho, qualidade de serviço, qualidade de informação, qualidade do processo, qualidade da divisão, qualidade de pessoas, incluindo os trabalhadores, os engenheiros, gerentes executivos, qualidade da companhia, qualidade de objetivos”. Gouvêa (2005) afirma que a qualidade dos processos e serviços, passou-se a perceber que a qualidade é definida pelo cliente e corresponde ao grau em que o serviço atende ou supera suas expectativas.

Nota-se que a qualidade é um atributo muito importante nas organizações e que influencia todo o ambiente de trabalho, uma vez que todos os setores da empresa têm ligação com os produtos ou a prestações de serviços realizados com maior qualidade possível. Ressalta-se a importância de enfatizar a qualidade em serviços e qualidade no atendimento, pois visa descobrir alternativas para melhorar os serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

Diante do exposto, observa-se que existem profissionais que não se preocupam com a qualidade de seus serviços prestados por não estarem estimulados no trabalho, e só pensarão em melhorá-los quando as falhas forem percebidas. Os escritórios de contabilidade precisam ter consciência de sua capacidade de absorção de serviços, para poder exercê-los com dedicação, competência e diferenciação. Para isto, a equipe envolvida deve estar preparada para exercer o serviço da melhor maneira possível, estando treinada e motivada. Inácio (2004, p.13) afirma que o “foco no cliente requer compreender toda a demanda e expectativa dos clientes assegurando que os objetivos da organização estejam ligados compartilhando internamente com tais demandas e expectativas”. A retenção de cliente está ligada a qualidade dos serviços contábeis. Kotler (2000) descreve que a relação entre preço e qualidade está diretamente relacionada ao posicionamento e diferenciação do produto ou serviço do similar concorrente. As informações contábeis estão diretamente relacionadas ao patrimônio da entidade. Martins (2000) relata que os diferentes conceitos e princípios de avaliação patrimonial e, conseqüentemente, de lucro, são totalmente complementares; nenhum deles possui todas as informações, utilidade e qualidade desejadas.

2.2 Informações contábeis

As organizações estão em constantes modificações e cada vez mais precisa de controles e de informações sobre seu negócio, para adequar sua empresa às novas situações. De acordo com Iudícibus (1987), durante anos a contabilidade serviu apenas como um sistema de informações tributárias, e atualmente ela passa a ser vista também como um instrumento gerencial, fornecendo informações necessárias para tomadas de decisões e, para o processo de gestão: planejamento, execução e controle. Reginato e Nascimento (2007) descrevem que a informação é fruto do processo de integração de diversos setores organizacionais e pode ou não satisfazer às expectativas de seus usuários se não estiver acompanhada de atributos que a tornem, realmente, útil ao processo decisório. Isto é, se não for acurada, tempestiva e adequadamente comunicada àqueles que dela necessitam para o exercício de suas atividades. Para Soares (2008) a Contabilidade é vista como um sistema de informação formal e estruturado, ratifica sua importância não só para demonstrar as origens dos recursos e a forma como eles foram aplicados, evidenciando o aspecto da transparência, como também para validar juridicamente os seus atos financeiros. Sem o conhecimento do

mercado, da formação de preços, do controle dos gastos, do fluxo de caixa e de outras informações pertinentes ao seu negócio, os empresários tomam decisões que levam as empresas ao fechamento precoce.

De acordo com Marion (1989), para que isso não aconteça, o empresário pode seguir algumas orientações básicas, tais como: confrontar os livros de entradas com de saídas; verificar se não está com excesso de estoque; solicitar ao seu contador a formação do preço de venda; montar pelo menos uma planilha simples de fluxo de caixa; planejar as saídas (pagamentos já compromissados e a previsão de gastos); certificar-se mensalmente se os livros fiscais foram escriturados e os impostos calculados e recolhidos; solicitar mensalmente um balancete contábil, ou uma previsão mais perto da realidade, (vendas, menos impostos, menos custo das mercadorias vendidas, menos despesas) o que dará uma previsão do lucro do mês. Através destas informações, poderá ser analisado se as vendas foram suficientes para cobrir os gastos do mês ou se há necessidade de incrementá-las. Caso a empresa não está vendendo somente produtos de baixa lucratividade, talvez necessite forçar a venda de produtos mais rentáveis, se o custo dos produtos vendidos continua o mesmo, ou se os gastos gerais de fabricação se alteraram, além de outros aspectos administrativos. Segundo Martins (2000) a contabilidade fornece diferentes conceitos e princípios de avaliação patrimonial e, conseqüentemente, de lucro, que são totalmente complementares; nenhum deles possui todas as informações, utilidade e qualidade desejadas. Diante deste conceito este trabalho se propõe a investigar a opinião do usuário da contabilidade em relação à qualidade das informações prestadas pelos contabilistas.

3. MÉTODO E PROCEDIMENTO DA PESQUISA

A partir da definição do problema da pesquisa, é possível identificar seu universo. Segundo Marconi e Lakatos (2006, p. 225) definem população como “o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. Desta maneira o universo da pesquisa é composto pelas micro e pequenas empresas, sediadas no município de Florianópolis. Para a classificação de micros e pequenas pesquisadas, se adota a classificação apresentada pelo SEBRAE (2007), em função do número de funcionários da empresa. A amostra pesquisa foi composta por 100 (cem) empresas, distribuídas por ramo de atividade, selecionadas de maneira intencional em virtude da acessibilidade dos respondentes. Nesta escolha, não se fez inferências sobre a escolha de microempresas ou pequenas empresas, uma vez que tal informação não influenciaria a coleta de informações.

Após a escolha da amostra, buscou-se identificar quem as empresas pesquisadas, com auxílio do Instituto Pesquisa Mapa, nos foi fornecida uma listagem com nome, endereço e telefone das empresas investigadas. Em seguida, se realizou as ligações telefônicas ocorridas durante o mês de outubro de 2007, com a aplicação de um questionário composto por 16 (dezesesseis) perguntas fechadas. Tendo como respondentes mais indicados, os integrantes da área financeira das empresas, por estes terem uma ligação direta com os serviços prestados pelos contabilistas. Declinou-se revelar as denominações sociais das empresas investigadas, por motivo de sigilo em decorrência de preservação da imagem das mesmas.

O procedimento adotado no levantamento dos dados caracteriza-se pela natureza primária, por meio da aplicação de um questionário contendo perguntas fechadas. Oliveira (2003, p.71), define a aplicação de um questionário como “uma série ordenada de perguntas relacionadas a um tema central, que são respondidas sem a presença do entrevistador”.

A metodologia utilizada na pesquisa é descritiva. Gil (1999, p. 70) relata que “a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada

população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis”. Desta forma a pesquisas busca descrever as características e percepções dos respondentes, por meio de estudo de múltiplos casos (múltiplas empresas), com abordagem qualitativa.

Para o melhor entendimento da pesquisa, foi adotada a estratégia de múltiplos casos, com a descrição da percepção dos respondentes a respeito da qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas em Florianópolis, realizado em 100 (cem) empresas de diferentes ramos de atividade. O estudo de múltiplos casos permite "uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real" (YIN, 2003, p. 21). Assim, na presente pesquisa decidiu-se por utilizar as 100 micros e pequenas empresas escolhidas de forma direcionada, de acordo com a acessibilidade dos respondentes.

A pesquisa tem natureza qualitativa, uma vez que explora um determinado fenômeno sem o emprego de métodos quantitativos. Richardson (2008, p. 79) destaca que “a abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social”.

4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esta seção está dividida em seis subseções: na primeira apresenta-se o perfil das empresas pesquisadas; na segunda, busca-se conhecer a percepção dos clientes quanto às atividades desempenhadas pelos escritórios de contabilidade; na sequência, verificar se as empresas utilizam os demonstrativos contábeis; identificar quais informações contábeis são consideradas relevantes pelos usuários; analisar o interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados; e, por último, avaliar os contabilistas segundo a percepção dos clientes.

4.1 Perfil das empresas pesquisadas

Para a descrição do perfil das empresas pesquisadas, apresentam-se a seguir: ramo de atividade; número de funcionários e porte da empresa; e, por fim, o faturamento médio mensal das empresas.

Tabela 1 – Ramo de atividade das empresas pesquisadas

Ramo de atividade da empresa	Total (%)
Indústria	15
Comércio	34
Serviço	37
Indústria, Comércio e Serviço	1
Indústria e Comércio	4
Comércio e Serviço	9
Bases: (amostra)	100

Fonte: dados da pesquisa

Na Tabela 1 apresenta um predomínio de empresas dos setores de comércio e serviço, compostas por (48%) e (47%), respectivamente, e outros 20% de indústrias. O somatório da tabela apresentada é superior a 100% por algumas empresas terem mais de um ramo de atuação.

Por meio do número de funcionários das empresas, busca-se classificá-las por porte, desta maneira pretende-se evitar possíveis discrepâncias nas avaliações em relação ao tamanho das organizações pesquisadas. Segundo o critério de classificação de porte das empresas do SEBRAE-SC, na indústria as microempresas podem ter no máximo 19 (dezenove) funcionários e as pequenas empresas entre 20 e 99 empregados. Já nos setores de comércio e serviço, as microempresas caracterizam-se por empregarem no máximo 9 (nove)

funcionários e as pequenas empresas entre 10 e 49 empregados. A pesquisa abrangeu apenas as microempresas e pequenas empresas fora dos limites (acima de 99 empregados na indústria e acima de 49 no comércio e serviço), conforme consta na Tabela 2.

Tabela 2 - Distribuição das empresas por número de funcionários, segmentadas por ramo de atividade.

Número de funcionários da empresa	Total (%)	Ramo de atividade (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço
Até 4	40	25	44	43
5 a 9	27	30	31	21
10 a 19	18	20	15	21
20 a 49	13	15	10	15
50 a 99	2	10	-	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47

Fonte: dados da pesquisa

A Tabela 2 aponta que no setor industrial, (75%) das empresas pesquisadas são classificadas como microempresas (até 19 empregados) e (25%) como pequena empresa (entre 20 e 99 empregados). No setor comercial, três quartos das empresas (75%) funcionam com no máximo 9 empregados, estando classificadas como microempresas, e um quarto (25%) com quadro funcional entre 10 e 49 empregados. Entre as empresas de prestação de serviço, aproximadamente dois terços (64%) são microempresas (até 9 funcionários) e pouco mais de um terço (36%) são pequenas (entre 10 e 49 funcionários).

As empresas pesquisadas apresentaram certo receio em fornecer seu faturamento médio mensal, por meio deste questionamento buscou-se fazer uma relação entre o porte das empresas e seu rendimento. A tabela 3 apresenta as faixas de faturamento mensal, onde as empresas pesquisadas puderam ser encaixadas.

Tabela 3 – Faturamento médio das empresas por ramo de atividade e número de funcionários

Faturamento médio mensal	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Até 10 mil reais	24	15	31	23	50	7	6
Mais de 10 a 20 mil reais	27	25	31	28	33	37	12
Mais de 20 a 50 mil reais	9	5	6	11	-	19	12
Mais de 50 a 100 mil reais	10	10	6	11	-	4	27
Mais de 100 mil reais	10	40	6	6	-	7	24
Não sabe/ Não respondeu	20	5	19	21	17	26	18
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: dados da pesquisa

Conforme análise da Tabela 3 percebe-se que um quarto das empresas pesquisadas (24%) fatura mensalmente no máximo 10 mil reais, assim como outra parte representativa da amostra (27%) que possui faturamento mensal entre 10 e 20 mil reais. Uma a cada dez empresas encaixa-se nos demais cortes de faturamento médio mensal, sendo entre 20 e 50 mil (9%), entre 50 e 100 mil (10%) e acima de 100 mil reais (10%). Ainda houve 20% de respondentes que não souberam ou negaram-se a dizer o faturamento médio da empresa.

Desta maneira infere-se que as indústrias possuem faturamento superior em relação a comércio e serviço. Quanto ao porte, o faturamento é aumentado proporcionalmente ao número de funcionários.

4.2 Percepção dos clientes quanto às atividades desempenhadas pelos escritórios de contabilidade

Para investigação da percepção dos clientes quanto às atividades desempenhadas pelos escritórios de contabilidade apresentam-se as subdivisões, a seguir: o valor dos honorários pagos aos escritórios de contabilidade; tempo de permanência da empresa no escritório de contabilidade; fornecimento de documentos fiscais para contabilização; disponibilidade do

livro caixa por parte das empresas aos prestadores de serviços contábeis; e por último, as principais funções desempenhadas pelos escritórios contábeis.

Quanto ao valor dos honorários pagos aos escritórios de contabilidade, percebe-se que o valor cobrado pelos prestadores de serviços contábeis muitas vezes é um divisor de águas entre um serviço de qualidade e outro apenas para o cumprimento das exigências legais, a Tabela 4 demonstra esta remuneração.

Tabela 4 – Valor pago pela prestação dos serviços contábeis por ramo de atividade e número de funcionários.

Valor pago pela prestação dos serviços contábeis	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Até R\$ 190,00 (até meio salário mínimo)	29	15	31	28	58	19	3
Mais de R\$ 190,00 a R\$ 380,00 (mais de meio a um salário mínimo)	42	45	50	38	33	59	39
Mais de R\$ 380,00 a R\$ 760,00 (mais de um a dois salários mínimos)	23	25	17	30	10	22	39
Mais de R\$ 760,00 (mais de dois salários mínimos)	6	15	2	4	-	-	18
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: dados da pesquisa

Por meio da Tabela 4, verifica-se que aproximadamente três em cada dez empresas participantes na amostra (29%) paga no máximo meio salário mínimo (até R\$ 190,00) pela prestação dos serviços contábeis. A maior parcela das empresas (42%) assume honorários entre meio e um salário mínimo (mais de R\$ 190,00 a R\$ 380,00 reais); (23%) paga entre um e dois salários mínimos (mais de R\$ 380,00 a R\$ 760,00 reais) e apenas 6% paga mais de dois salários mínimos (mais de R\$ 760,00 reais).

A maioria das empresas com no máximo quatro funcionários (58%) paga no máximo meio salário mínimo; empresas com quadro funcional entre 5 e 9 empregados pagam entre um e dois salários; e empresas com dez ou mais funcionários se dividem entre meio e dois salários.

No que tange ao tempo de permanência da empresa no escritório de contabilidade, buscou-se conhecer o nível de fidelização das empresas com os prestadores de serviços contábeis. O resultado pode ser observado na Tabela 5, apresentado a seguir.

Tabela 5 – Tempo de serviço do escritório de contabilidade por ramo de atividade e número de funcionários

Tempo de serviço do escritório de contabilidade	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
1 ano ou menos	13	5	17	13	33	-	-
Mais de 1 a 2 anos	18	20	21	13	30	19	3
Mais de 2 a 5 anos	30	25	21	43	30	44	18
Mais de 5 a 10 anos	21	35	27	11	3	19	45
Mais de 10 anos	18	15	15	21	5	19	33
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: dados da pesquisa

Na Tabela 5, o resultado geral mostra que (13%) das empresas trabalham com o atual escritório de contabilidade há no máximo um ano; (18%) entre um e dois anos; (30%) entre dois e cinco anos; (21%) entre 5 e 10 anos; e (18%) há mais de dez anos.

Assim, inferir-se que quanto maior o número de funcionários das empresas, maior é a fidelização com a prestação dos serviços contábeis, visto que apenas as empresas com no máximo quatro funcionários trabalham com os atuais escritórios de contabilidade há no máximo um ano. Já um terço das empresas com dez ou mais funcionários (33%) tem ligação com seus contadores há mais de dez anos. Além da relação com o número de funcionários já mencionada, a tabela 9 mostra ainda que o tempo de serviço do prestador de serviços contábeis não tem diferenças significativas quanto ao ramo de atividade.

Para se avaliar os serviços prestados pelos escritórios de contabilidade, é necessário verificar se as empresas fornecem as condições necessárias para os mesmos desempenharem suas atividades da melhor maneira possível. Para tanto, este item tem o intuito de saber se as empresas fornecem os documentos fiscais necessários à contabilização, conforme Tabela 6.

Tabela 6 – Fornecimento dos documentos fiscais aos escritórios contábeis por ramo de atividade

Fornecimento dos documentos fiscais ao contador	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Sim	85	80	85	87	70	89	100
Não	11	20	10	9	23	7	-
Não sabe	4	-	4	4	7	4	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: dados da pesquisa

Segundo a Tabela 6, (85%) das empresas pesquisadas fornecem os documentos fiscais aos escritórios contábeis para realizem a escrituração e os registros necessários. Por outro lado, apenas (11%) da amostra não entregam tais documentos e outros (4%) dizem não saber se estes documentos são repassados a contabilidade. A tabela também mostra que à medida que aumenta o número de funcionários das empresas, é maior a proporção das que fornecem os documentos fiscais. Ressalta-se que os documentos fiscais mencionados na pesquisa foram: notas fiscais de compra e venda de mercadorias, faturas e boletos bancários pagos, extratos bancários, entre outros.

Assim como no item anterior, também se fez necessário saber se as empresas fornecem o livro caixa aos prestadores de serviços contábeis, para estes tenham as condições necessárias para realizarem uma escrituração contábil de qualidade, estas informações são apresentadas na Tabela 7.

Tabela 7 - Fornecimento do livro caixa ao escritório de contabilidade, por ramo de atividade e número de funcionários

Fornecimento do livro caixa ao escritório de contabilidade	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Sim	55	45	60	55	33	62	76
Não	33	45	29	32	52	19	21
Não sabe	12	10	10	13	15	19	3
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: dados da pesquisa

A Tabela 7 apresenta que (55%) das empresas pesquisadas fornece o livro caixa ao escritório de contabilidade, que é um número relativamente baixo se comparado à proporção de empresas que fornecem os documentos fiscais (85%). Um terço das organizações entrevistadas (33%) não fornece o livro caixa aos escritórios e outros 12% não souberam responder se a empresa fornecia.

Os respondentes foram indagados sobre as principais funções desempenhadas pelos escritórios de contabilidade e de forma espontânea, sem o estímulo por parte do entrevistador, puderam expressar sua opinião sobre este assunto, conforme Tabela 8.

Tabela 8 - Funções de um escritório de contabilidade, por ramo de atividade e número de funcionários

Funções de um escritório de contabilidade	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Fazer guias para pagamento	55	75	54	53	58	44	61
Fazer os registros fiscais	55	70	50	60	40	52	76
Fazer folha de pagamento	52	35	50	57	50	41	64
Confeccionar os demonstrativos contábeis	24	20	31	23	13	19	42
Prestar assessoria para administrar a empresa	22	15	29	23	15	19	33
Abertura e fechamento de empresa	19	15	19	19	23	15	18
Fazer os livros fiscais	17	15	21	17	18	22	12
Fazer auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	10	15	15	13	13	7	9

Outras funções	11	15	13	4	5	19	12
Não sabe	4	-	4	4	5	7	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: dados da pesquisa

A Tabela 8 retrata que a maior dos entrevistados entende que a função de um escritório de contabilidade: fazer guias para pagamentos, fazer registros fiscais e fazer a folha de pagamento dos funcionários da empresa.

Numa proporção menor de respostas, são vistos como função do contabilista: confeccionar demonstrativos fiscais (24%), prestar assessoria para administrar a empresa (22%), fazer abertura e fechamento de empresa (19%), fazer os livros fiscais (17%), auditoria (10%), além de outras funções (11%). Apenas 4% não souberam dizer de forma espontânea as funções de um contador.

4.3 As empresas utilizam os demonstrativos contábeis

Com o intuito de verificar se as empresas fazem uso dos demonstrativos contábeis, assim pretende-se conhecer o grau de importância que as mesmas dão os demonstrativos contábeis, solicitando aos escritórios de contabilidade tais documentos periodicamente, conforme Tabela 9.

Tabela 9 – Solicitação dos demonstrativos contábeis, por ramo de atividade e número de funcionários

Solicitação de demonstrativos contábeis	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Sim	58	60	63	55	33	56	91
São utilizados para alguma tomada de decisão	40	50	27	50	54	7	50
São arquivados para consultas posteriores se necessário	60	50	73	50	46	93	50
Não	42	40	38	45	68	44	9
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: dados da pesquisa

Na Tabela 9, verifica-se que seis em cada dez empresas (58%) solicitam os demonstrativos contábeis aos escritórios, dos quais (40%) utilizam estes documentos para alguma tomada de decisão e (60%) apenas os arquivam para posteriores consultas necessárias. Quatro em cada dez empresas não requerem de seus escritórios estes demonstrativos.

Em relação ao ramo de atividade das empresas (Tabela 9), não existe diferença significativa em relação ao resultado geral quanto à solicitação dos demonstrativos contábeis, entretanto, quando solicitados, as empresas comerciais que aparecem como as que menos os utilizam para alguma tomada de decisão. Percebe-se ainda que à solicitação de demonstrativos contábeis tenha relação com o porte da empresa, visto que o índice de solicitação destes documentos aumenta à medida que as empresas são maiores.

4.4 Quais informações contábeis são consideradas relevantes pelos usuários

Para a investigação das informações contábeis que são consideradas mais relevantes pelos usuários, buscou-se: classificar o grau de importância dos serviços contábeis e a relevância das informações gerenciais recebidas.

Quanto ao grau de importância dos serviços contábeis, os entrevistados puderam classificar cada serviço atribuído aos escritórios de contabilidade, conforme Tabela 10.

Tabela 10 – Grau de importância dos serviços contábeis por cada trabalho realizado pelo escritório contábil

Serviços contábeis	Grau de importância dos serviços (%)			
	Sem importância	Pouco importante	Importante	Muito importante

Fazer folha de pagamento	-	33	100	98
Fazer guias para pagamento	100	-	100	94
Fazer os registros fiscais	-	67	85	98
Confeccionar os demonstrativos	-	6	71	100
Fazer os livros fiscais	-	8	66	96
Abertura e fechamento de empresa	14	14	78	85
Prestar assessoria	-	-	46	42
Fazer auditoria	13	5	32	42

Fonte: dados da pesquisa

A Tabela 10 apresenta o grau de importância dado pelos entrevistados para cada um dos principais serviços executados pelos escritórios de contabilidade, onde fazer a folha e as guias de pagamento são considerados muito importante por (53%) dos respondentes; os registros fiscais (47%); prestar assessoria e confeccionar os demonstrativos contábeis por cerca de um terço dos pesquisados; abertura e fechamento de empresa e fazer os livros fiscais por cerca de um quarto; e por último, apenas (19%) consideram muito importante fazer auditoria. A proporção dos serviços realizados em cada grau de avaliação, onde praticamente todas as empresas que consideram muito importante: fazer folha de pagamento, as guias para pagamento, registros fiscais, confeccionar demonstrativos contábeis e fazer os livros fiscais, recebem estes serviços de seus contadores.

Entretanto, das empresas que consideram muito importante os prestadores de serviços contábeis oferecerem assessoria para melhor administrar a empresa e fazer auditoria, apenas (42%) recebem estes tipos de serviços. Para estes dois serviços, quando são considerados importantes pelas empresas, (46%) recebem assessoria e (32%) auditoria.

Quanto a oferecer informações gerenciais às empresas, é considerado um importante papel desempenhado pelos escritórios contábeis. Por isso, foi investigado se os prestadores de serviço fornecem algum tipo de informação que auxilia na administração das empresas. Verifica-se que quatro em cada dez empresas (41%) recebem algum tipo de informações gerenciais, das quais a grande maioria (98%) utiliza estas informações. Por outro lado, seis em cada dez empresas (59%) que não ganham estes tipos de assessoria, sendo que praticamente duas a cada três dessas empresas (63%) gostariam de tê-las.

As empresas comerciais são as que mais afirmam receber informações gerenciais de seus contadores (48%). Dentre os outros segmentos observa-se uma relação entre o tamanho das empresas com o recebimento deste tipo de assessoria, visto que conforme aumenta o número de funcionários, faturamento médio mensal e valor dos honorários contábeis, maior é o índice de recebimento de informações gerenciais.

4.5 Interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados na visão dos empresários

Com o objetivo de verificar o interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados na visão dos empresários, observou-se que para obter-se a satisfação do cliente, é necessário que os contadores demonstrem tal interesse, conforme informações apresentadas na Tabela 11.

Tabela 11 – Interesse do contador em melhorar o serviço prestado por faturamento mensal e valor dos honorários.

Interesse do contador em melhorar o serviço prestado	Total (%)	Faturamento médio mensal (%)			Valor pago pela prestação dos serviços contábeis (%)		
		Até 10 mil reais	De 10 a 50 mil reais	Mais de 50 mil reais	Até 190 reais	De 191 a 380 reais	Mais de 380 reais
Muito	31	21	25	30	21	36	34
Médio	25	13	25	40	10	24	41
Pouco	22	17	28	25	28	24	14
Nada	22	50	22	5	41	17	10
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: dados da pesquisa

A Tabela 11 demonstra que para (31%) das empresas pesquisadas, seus contadores demonstram muito interesse em melhorar os serviços prestados; para (25%), o interesse de melhorar é médio; para (22%), os contadores demonstram pouco interesse; e para outros (22%), não há nenhum interesse no aperfeiçoamento dos serviços prestados.

Dessa maneira, infere-se que uma relação existente entre o interesse do contador na melhoria de seus serviços e o tamanho das empresas. As empresas menores, com até quatro funcionários, com faturamento mensal até R\$ 10.000,00 (dez mil reais) e que pagam no máximo meio salário mínimo de honorário a seus contadores, são as que não percebem interesse algum na melhoria da prestação dos serviços. Já as empresas maiores, com dez ou mais empregados, com faturamento acima de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) e que pagam a seus contadores mais de um salário mínimo, atestam que os prestadores de serviços contábeis demonstram muito ou médio interesse na melhoria dos serviços.

4.6 Avaliação dos contabilistas segundo a percepção dos clientes

Para a descrição avaliação dos contabilistas segundo a percepção de seus clientes, apresentam-se a seguir: trabalhos realizados pelo contador da empresa; avaliação do contador segundo atributos específicos; e por último, a relação custo x benefícios.

Os respondentes foram questionados sobre os trabalhos realizados pelo contador da empresa, a fim de melhor avaliá-los. Os principais afazeres foram citados pelo entrevistador para que se verificasse a pertinência de tais atribuições ao contador.

Tabela 12 – Trabalhos realizados pelo contador da empresa por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Trabalhos realizados pelo contador da empresa	Total (%)	Faturamento médio mensal (%)			Valor pago pela prestação dos serviços contábeis (%)		
		Até 10 mil reais	De 10 a 50 mil reais	Mais de 50 mil reais	Até 190 reais	De 191 a 380 reais	Mais de 380 reais
Fazer folha de pagamento	96	92	94	100	93	95	100
Fazer guias para pagamento	96	96	97	100	97	98	93
Fazer os registros fiscais	89	67	92	100	72	93	100
Confeccionar os demonstrativos contábeis	70	33	72	95	34	74	100
Fazer os livros fiscais	66	38	64	80	38	69	90
Abertura e fechamento de empresa	53	63	53	30	52	55	52
Assessoria para administrar a empresa	35	25	31	55	21	31	55
Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	25	25	17	35	14	24	38
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: dados da pesquisa

A Tabela 12 mostra que praticamente todos os contadores (96%) fazem à folha e as guias de pagamento das empresas. Também é elevado o índice de prestadores de serviço que fazem os registros fiscais (89%). Num patamar inferior, verifica-se a confecção de demonstrativos contábeis e de livros fiscais, indicados por (70%) e (66%), respectivamente. São listados ainda: abertura e fechamento de empresa (53%), assessoria para administrar a empresa (35%) e auditoria (25%).

Constata-se pelas Tabelas 11 e 12 que mesmo as empresas com dez ou mais funcionários, como também as com faturamento mensal superior a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) e com honorários contábeis acima de um salário mínimo não costumam receber assessoria para melhor administrar a empresa. Desta maneira, praticamente metade destas instituições não obtém este tipo de informação gerencial.

As empresas participantes na amostra pesquisada puderam ainda avaliar seus contadores em sete atributos específicos: cordialidade, pontualidade, conhecimento técnico,

qualidade dos serviços, agilidade na solução de problemas, valor dos honorários, fornecimento de informações e avaliação geral. Além de fazer uma avaliação geral do prestador de serviço. As Tabelas 14 e 15 apresentam as notas médias aplicadas a cada atributo pesquisado, onde cada nota foi atribuída pelo respondente numa escala de 0 a 10.

Tabela 13 - Atributos avaliados por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Atributos avaliados	Total (Média)	Faturamento médio mensal (Média)			Valor pago pela prestação dos serviços contábeis (Média)		
		Até 10 mil reais	De 10 a 50 mil reais	Mais de 50 mil reais	Até 190 reais	De 191 a 380 reais	Mais de 380 reais
Cordialidade	8,4	7,3	8,4	9,2	7,4	8,9	8,6
Pontualidade no envio de guias e pagamentos	8,3	7,6	8,2	8,6	7,6	8,7	8,6
Conhecimento técnico	8,2	7,0	8,3	8,5	7,3	8,2	8,9
Qualidade dos serviços	7,6	6,9	7,6	8,1	6,9	7,8	8,1
Agilidade na solução de problemas	7,6	6,9	7,5	8,0	6,7	7,9	8,2
Valor dos honorários	7,1	5,7	7,0	8,1	6,3	7,0	7,9
Fornecimento de informações importantes para a administração da empresa	6,0	4,6	5,7	7,2	4,6	5,9	7,7
Avaliação geral	7,4	6,3	7,4	8,1	6,6	7,5	8,1
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: dados da pesquisa

Conforme mostra a Tabela 13, em três atributos os contadores receberam nota média superior a oito: cordialidade (8,4), pontualidade (8,3) e conhecimento técnico (8,2). Em outros três atributos os prestadores de serviços contábeis obtiveram média entre sete e oito: qualidade dos serviços (7,6), agilidade na solução de problemas (7,6) e valor dos honorários (7,1). Apenas em relação ao fornecimento de informações gerenciais os contadores foram avaliados de forma regular, obtendo nota média 6,0. Numa avaliação geral, os contadores receberam nota média 7,4. Apresentam as notas médias dentro de cada segmento pesquisado, onde a cordialidade obteve média superior a nove entre as empresas com dez ou mais empregados e entre as que faturam mensalmente acima de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais). Por outro lado, o fornecimento de informações importantes para a administração da empresa alcançou nota inferior a cinco entre as empresas industriais, entre as que possuem no máximo quatro funcionários, entre as que faturam até R\$ 10.000,00 (dez mil reais) e as que pagam no máximo meio salário mínimo de honorários aos contadores.

Apesar dos respondentes avaliarem alguns aspectos de seus contadores positivamente e outros de forma negativa, neste item da pesquisa buscou-se fazer a relação custo x benefício da prestação dos serviços contábeis. Onde verificou-se que (48%) das micro e pequenas empresas considera o valor dos honorários cobrados por seus contadores adequados numa relação custo x benefício. Entretanto, enquanto apenas (11%) avaliam como sendo barata esta relação, (39%) consideram-na cara.

Diante do exposto, infere-se que, ao contrário do que se imagina, entre as empresas que pagam mais de um salário mínimo é maior a proporção de respondentes considera o valor barato. Numa relação custo x benefício, mostrando que estas empresas obtêm informações e uma qualidade de serviço superior àquelas que pagam menos de um salário mínimo de honorários. Verifica-se que as empresas industriais têm a melhor relação custo x benefício entre os ramos de atividade das empresas. Quanto ao número de funcionários, quanto maior o número de empregados, maior é a satisfação custo x benefício. Além da relação com o valor pago de honorários, já visto anteriormente, a relação com o faturamento médio das empresas, o qual mostra que quanto mais a empresa fatura, maior é a satisfação com o trabalho desenvolvido por seus contadores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve por objetivo principal a investigação da percepção das micro e pequenas empresas da grande Florianópolis, sobre a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas. A população-alvo, segundo dados do SEBRAE (2008), é composta por 2.500 empresas de micro e pequeno porte, sediadas na cidade de Florianópolis. Sendo a amostra composta por 100 micros e pequenas empresas, escolhidas em virtude da acessibilidade dos respondentes. Onde procedeu a aplicação um questionário composto por perguntas fechadas, por meio de ligações telefônicas ocorridas durante o mês de outubro de 2007. Declinou-se revelar as denominações sociais das empresas investigadas, por motivo de sigilo em decorrência de preservação da imagem das mesmas.

Resgata-se, a seguir, a indagação central da pesquisa: Como os micros e pequenos empresários de Florianópolis, avaliam a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas?

Em resposta à indagação é possível constatar que:

- a maioria das empresas com no máximo quatro funcionários (58%) paga no máximo meio salário mínimo; empresas com quadro funcional entre 5 e 9 empregados pagam entre um e dois salários; e empresas com dez ou mais funcionários se dividem entre meio e dois salários; 13% das empresas trabalham com o atual escritório de contabilidade há no máximo um ano; (18%) entre um e dois anos; (30%) entre dois e cinco anos; (21%) entre 5 e 10 anos; e (18%) há mais de dez anos; 85% das empresas pesquisadas fornecem os documentos fiscais aos escritórios contábeis. Por outro lado, apenas (11%) da amostra não entregam tais documentos;
- 55% das empresas pesquisadas fornecem o livro caixa ao escritório de contabilidade, que é um número relativamente baixo se comparado à proporção de empresas que fornecem os documentos fiscais (85%). Um terço das organizações entrevistadas (33%) não fornece o livro caixa aos escritórios e outros 12% não souberam responder se a empresa fornecia. Quanto à função do contabilista: confeccionar demonstrativos fiscais (24%), prestar assessoria para administrar a empresa (22%), fazer abertura e fechamento de empresa (19%), fazer os livros fiscais (17%), auditoria (10%), além de outras funções (11%);
- a confecção dos demonstrativos contábeis tem grande importância para os empresários, visto que pouco (58%) das empresas pesquisadas solicitam estes documentos a seus contadores, e destes, menos da metade utiliza para alguma tomada de decisão. No que tange as atribuições do contador, vistas pelos empreendedores como de menor grau de importância são relacionadas à abertura e fechamento de empresa e a fazer auditoria;
- quatro em cada dez empresas (41%) recebem algum tipo de informações gerenciais, das quais a grande maioria (98%) utiliza estas informações. Por outro lado, seis em cada dez empresas (59%) que não ganham estes tipos de assessoria, sendo que praticamente duas a cada três dessas empresas (63%) gostariam de tê-las. (31%) das empresas pesquisadas, seus contadores demonstram muito interesse em melhorar os serviços prestados; para (25%), o interesse de melhorar é médio; para (22%), os contadores demonstram pouco interesse; e para outros (22%), não há nenhum interesse no aperfeiçoamento dos serviços prestados;
- os contadores são bem avaliados por seus clientes, a ponto de receber nota média acima de 7,0 em 7 dos 8 aspectos analisados, com nota geral 7,4. Apenas em relação ao fornecimento de informações importantes que auxiliem na administração das empresas é que sua avaliação é regular, reforçando a necessidade de oferecer às empresas algum tipo de informação gerencial.

Por fim, conclui-se que apesar dos escritórios de contabilidade não estarem satisfazendo totalmente seus clientes, é notório por parte dos empresários que grande parte dos contadores está demonstrando interesse em melhorar os serviços prestados. Para tanto, entende-se que o profissional contábil precisa estar lado a lado com a empresa nas tomadas de decisões, conhecendo suas necessidades atuais e futuras, buscando alternativas, e assim resultando em benefícios para ambas às partes: maior rentabilidade ao cliente e maior satisfação dos serviços prestados.

Em suma, frente às limitações desta pesquisa – a restrição da amostra perante a acessibilidade dos respondentes dentre os micros e pequenos empresários pesquisados e a interpretação dos resultados obtidos por meio das respostas fornecidas – sugere-se para futuros trabalhos: realizar pesquisas abrangendo as médias e grandes empresas, a fim de conhecer o panorama da prestação de serviços contábeis em organizações de tamanhos e segmentos diferentes; utilizar a comparação dos resultados entre as pequenas e grandes empresas, a fim de detectar as divergências e convergências na prestação de serviços contábeis; e, por último, replicar o mesmo tipo de pesquisa em anos posteriores, para acompanhar a evolução da *performance* dos profissionais contabilistas.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, E. W.; FORNELL, C.; RUST, R. T. Customer satisfaction, productivity, and profitability: differences between goods and services. **Marketing Science**, v.16, p. 129-145, 1997.

ARAUJO, Alexandre J. V. B. de; QUELHAS, Osvaldo L. Gonçalves. GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES: UMA ESTRATÉGIA DE Fidelização. **Boletim Técnico Organização & Estratégia**, n. 1, p.35-57, 2005. Disponível em: <http://www.latec.uff.br/bt/V2005/Volume%202005/PDF/BT003_2005.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Certificação**. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/default.asp?resolucao=1024X768>>. Acesso em: 12 jul. 2008

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE (Brasil). **Contabilizando com Sucesso**. Disponível em: <<http://www.cfc.org.br/conteudo.aspx?codMenu=39>>. Acesso em: 13 jul. 2008.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE (Brasil). **Contabilizando com Sucesso**. Disponível em: <http://www.crcsc.org.br/desenv_profissional/contabilizando_sucesso.php>. Acesso em: 13 jul. 2008.

DEMING, W. E. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Marques-Saraiva, 1990.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GOUVEA, Maria Aparecida; TOLEDO, Geraldo Luciano; RODRIGUES FILHO, Lino Nogueira. AValiação das qualidades de serviços das rodovias do estado de sao paulo. **Rbgn**, São Paulo, n. , p.34-44, 14 jun. 2005. Jan A Abril.

INÁCIO, Danilo Rafael. **Qualidade no atendimento: um sinal de sucesso?** 2004. 1 v. Administração Geral (3 Grau) - Faculdade Marechal Rondon, São Manuel, 2004.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL (Brasil). **Conheça o Inmetro**. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br>>. Acesso em: 13 jul. 2008.

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

- YIN, R.K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. São Paulo: Bookman, 2003
- KOTLER, P; ARMSTRONG, G. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- MARTINS, Eliseu. Caderno de Estudos, São Paulo, **FIPECAFI**, v.13, n. 24, p. 28 - 37, julho/dezembro 2000.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2006. 219 p
- MARION, J. C. **Contabilidade básica**. 2. ed. São Paulo, 1989.
- MIRSHAWKA, V. **Criando valor para o cliente:** a vez do Brasil. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1993.
- OLIVEIRA, Antônio Benedito Silva (Coordenação). **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- PIAZZA, A. **Qualidade no atendimento:** a chave para o seu sucesso pessoal e empresarial. São Paulo: Nobel, 1999.
- REGINATO, Luciane; NASCIMENTO, Auster Moreira. Um estudo de caso envolvendo Business Intelligence como instrumento de apoio à controladoria. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 18, n. , p.0-?, jun. 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519- >. Acesso em: 14 jul. 2008.
- RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social:** métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- SÁ, A. LOPES. **Tradição de progressos em contabilidade**. CRC do RS. Pg 37 a 42.1999
- SEBRAE. **Critérios e conceitos para a classificação de empresas**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas> > Acesso em: 17 jul. 2008.
- SOARES, Euvaldo Antônio Ruiz; CATÃO, Gustavo Campos; LIBONATI, Jeronymo José. A contabilidade como um sistema de informação de apoio ao processo decisório nas entidades do terceiro setor. Disponível em: <http://www.classecontabil.com.br/trabalhos/terceiroSetor.doc> >. Acesso em: 18 jul. 2008
- SESCON - SP (Brasil). **Programa de qualidade das empresas contábeis**. Disponível em: Sescon.org.br >. Acesso em: 13 jul. 2008.