

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**FRANCINE CANDIDO VAZ FRANCO**

**A VISÃO DOS EMPRESÁRIOS DE PEQUENAS E MÉDIAS**  
**EMPRESAS DO DISTRITO DO RIO MAINA SOBRE OS**  
**SERVIÇOS PRESTADOS PELO PROFISSIONAL CONTÁBIL**

**CRICIÚMA, DEZEMBRO 2011.**

**FRANCINE CANDIDO VAZ FRANCO**

**A VISÃO DOS EMPRESÁRIOS DE PEQUENAS E MÉDIAS  
EMPRESAS DO DISTRITO DO RIO MAINA SOBRE OS  
SERVIÇOS PRESTADOS PELO PROFISSIONAL CONTÁBIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do grau de Bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, Unesc.

Orientador: Profº. Luciano da Rocha Ducioni.

**CRICIÚMA, DEZEMBRO 2011.**

**FRANCINE CANDIDO VAZ FRANCO**

**A VISÃO DOS EMPRESÁRIOS DE PEQUENAS E MÉDIAS  
EMPRESAS DO DISTRITO DO RIO MAINA SOBRE OS  
SERVIÇOS PRESTADOS PELO PROFISSIONAL CONTÁBIL**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do grau de Bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, Unesc, com linha de pesquisa em Formação e Exercício Profissional.

Criciúma, Dezembro de 2011.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profº. Esp. Luciano da Rocha Ducioni – Orientador

---

Profº. Esp. José Luiz Possoli – Examinador

---

Profº. Esp. Marco Danilo Rosa Viana – Examinador

**Aos meus pais João Carlos Vaz Franco e Juçara Candido José Vaz Franco, que são minha razão de viver.**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente àquele que sempre está comigo, DEUS, que jamais me abandonará, guiando meus passos e me motivando a seguir em frente em mais uma etapa de minha vida.

À minha família, por todo o apoio e compreensão, principalmente meus pais, que são o meu alicerce, que me deram a base dos meus conhecimentos, acreditam em mim e no meu potencial, me apoiando sempre.

Ao meu orientador, Professor Esp. Luciano da Rocha Ducioni, pelas diretrizes, atenção e incentivo em cada etapa para a elaboração desta pesquisa.

Ao professor Manoel Vilsonei Menegali, pelas palavras de incentivo e por se mostrar um docente dedicado e atencioso, a quem considero um amigo.

Não posso me esquecer de um grande amigo, Andrei Thomazi Pescador, pela troca de conhecimento, por estar sempre me ajudando e me incentivando a continuar lutando pelo sonho que se tem.

Aos colegas e professores do curso de Ciências Contábeis, pelo apoio e troca de conhecimentos e por estarmos sempre unidos em qualquer situação neste longo período.

A todos que contribuíram direta e indiretamente para a elaboração desse trabalho, minha gratidão e meu carinho.

***“Vigia seus pensamentos,  
Porque eles se tornarão palavras,  
Vigia suas palavras,  
porque elas se tornarão atos;  
Vigia seus atos,  
porque eles se tornarão seus hábitos;  
Vigia seus hábitos,  
porque eles se tornarão seu caráter:  
Vigia seu caráter –  
porque ele será o seu destino.”***  
**(Poeta anônimo americano)**

## RESUMO

FRANCO, Francine Candido Vaz. **A visão dos empresários de pequenas e médias empresas do Distrito do Rio Maina sobre os serviços prestados pelo profissional contábil.** 2011. 86p. Orientador: Luciano da Rocha Ducioni. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma – SC.

A Contabilidade é uma ciência social que tem como objeto o patrimônio. Diante disso, passa a ser peça fundamental na vida dos empresários. O profissional dessa área é classificado por duas categorias; o técnico em contabilidade e o contador, e ambas devem estar devidamente registradas no Conselho Federal de Contabilidade. O campo de atuação desses profissionais é bem amplo sendo que é necessário possuir certas habilidades para exercer a atividade de forma ética e transparente. Caso violar algum de seus deveres, os profissionais estarão sujeitos a penalidades conforme o código de ética do profissional contábil alterado pela Resolução CFC nº 1.307/10. Diante disso, o objetivo deste trabalho é evidenciar na visão dos empresários de pequenas e médias empresas do Distrito do Rio Maina sobre os serviços prestados pelo profissional contábil. Com isso, elaborou-se a pesquisa de forma descritiva. Em relação aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, sendo também uma pesquisa de levantamento. Com a realização do trabalho, observou-se que os objetivos foram alcançados, apresentaram-se os aspectos relacionados com a ciência contábil, o profissional e a qualidade dos serviços contábeis, identificando o grau de satisfação dos empresários quanto aos serviços prestados pelo profissional contábil. Por meio de uma análise da pesquisa, evidenciou-se que mesmo com o grau de insatisfação elevado, gerado pela falta de assessoria e orientação por parte do profissional contábil, os empresários consideram o profissional contábil e seus serviços fatores importantes para o bom desempenho da empresa.

**Palavras-chave:** Contabilidade. Profissional Contábil. Satisfação.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Quadro 1:</b> Produtos oferecidos pelos profissionais Contábeis.....	38
<b>Foto 1:</b> Visão ampla do Distrito de Rio Maina .....	56
<b>Foto 2:</b> Localização do Distrito de Rio Maina.....	56
<b>Foto 3:</b> Paróquia Santo Agostinho.....	57
<b>Gráfico 1:</b> Caracterização das empresas.....	58
<b>Gráfico 2:</b> Forma de tributação das empresas.....	59
<b>Gráfico 3:</b> Porte das empresas.....	60
<b>Gráfico 4:</b> Filiais.....	60
<b>Gráfico 5:</b> Quantidade de funcionários por ramo de atividades.....	61
<b>Gráfico 6:</b> Média de faturamento das empresas.....	62
<b>Gráfico 7:</b> Tempo de atividade das empresas.....	62
<b>Gráfico 8:</b> Vínculo com o profissional contábil.....	63
<b>Gráfico 9:</b> Localização dos serviços terceirizados.....	64
<b>Gráfico 10:</b> Categoria Profissional .....	65
<b>Gráfico 11:</b> Valor médio dos honorários.....	66
<b>Gráfico 12:</b> Fator para contratação do profissional contábil.....	66
<b>Gráfico 13:</b> Meios de comunicação com o contador.....	67
<b>Gráfico 14:</b> Satisfação dos empresários quanto aos serviços prestados pelo profissional contábil.....	68
<b>Gráfico 15:</b> Serviços prestados pela organização contábil.....	69
<b>Gráfico 16:</b> Tempo de permanência na atual contabilidade.....	70
<b>Gráfico 17:</b> Toca de profissional contábil.....	71
<b>Gráfico 18:</b> Quantas vezes houve troca de profissional contábil.....	72
<b>Gráfico 19:</b> Utilização dos demonstrativos contábeis.....	73
<b>Gráfico 20:</b> Avaliando a capacidade do profissional contábil.....	74
<b>Gráfico 21:</b> Serviços mais relevantes.....	75
<b>Gráfico 22:</b> Avaliação dos serviços prestados pelo profissional contábil.....	76



## LISTA DE ABREVIATURAS

**Art.** = Artigo

**Esp.** = Especialista

## **LISTA DE SIGLAS**

<b>CEPC</b>	Código de Ética do Profissional Contador
<b>CFC</b>	Conselho Federal de Contabilidade
<b>CRC</b>	Conselho Regional de Contabilidade
<b>CSLL</b>	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
<b>IRPJ</b>	Imposto de Renda Pessoa Jurídica

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Tema e Problema .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Objetivo da pesquisa .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 Justificativa.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Metodologia .....</b>	<b>16</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 A Ciência Contábil.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1 Objeto e Objetivos da Contabilidade .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.2 A Informação Contábil e os Usuários.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.2.1 Usuários Internos.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.2.2 Usuários Externos.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Aspectos Históricos da Ciência Contábil.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.1 A Contabilidade no Brasil.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.2.1 A Regulamentação da Profissão Contábil .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 O Profissional da Contabilidade .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3.1 O Contador e o Técnico em Contabilidade .....</b>	<b>27</b>
<b>2.3.2 Perfil Profissional e Mercado de Trabalho: Campos de Atuação do Profissional da Contabilidade .....</b>	<b>28</b>
<b>2.3.3 O Profissional da Contabilidade e a Ética.....</b>	<b>29</b>
<b>2.3.4 Educação Continuada.....</b>	<b>34</b>
<b>2.4 A Organização Contábil .....</b>	<b>35</b>
<b>2.4.1 Aspectos Legais .....</b>	<b>36</b>
<b>2.4.2 Serviços Prestados .....</b>	<b>37</b>
<b>2.4.3 <i>Marketing</i> .....</b>	<b>39</b>
<b>2.4.3.1 <i>Marketing</i> nas Empresas Contábeis .....</b>	<b>40</b>
<b>2.4.4 Honorários Profissionais e Concorrência.....</b>	<b>41</b>
<b>2.5 Qualidade na Prestação dos Serviços Contábeis .....</b>	<b>43</b>
<b>2.5.1 Definição de Qualidade.....</b>	<b>43</b>

<b>2.5.2 Qualidade no Atendimento .....</b>	<b>44</b>
<b>2.5.3 Qualidade nos Serviços .....</b>	<b>45</b>
<b>2.5.4 Satisfação dos Clientes .....</b>	<b>46</b>
<b>2.5.5 A Qualidade nos Serviços Contábeis .....</b>	<b>46</b>
<b>2.5.6 Manutenção e Satisfação de Clientes.....</b>	<b>47</b>
<b>2.6 Empresas .....</b>	<b>48</b>
<b>2.6.1 Conceito de Empresa.....</b>	<b>48</b>
<b>2.6.2 A Microempresa e Empresa de Pequeno Porte .....</b>	<b>49</b>
<b>2.6.3 Formas de Tributação .....</b>	<b>49</b>
<b>2.6.3.1 Lucro Real.....</b>	<b>50</b>
<b>2.6.3.2 Lucro Presumido .....</b>	<b>50</b>
<b>2.6.3.3 Lucro Arbitrado .....</b>	<b>51</b>
<b>2.6.3.4 Simples Nacional.....</b>	<b>52</b>
<b>3 ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>54</b>
<b>3.1 O Distrito de Rio Maina .....</b>	<b>54</b>
<b>3.1.1 Origem do nome Rio Maina .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1.2 Localização .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.3 Economia .....</b>	<b>57</b>
<b>3.2 Descrição dos dados Coletados .....</b>	<b>58</b>
<b>3.2.1 Caracterização das Entidades Pesquisadas.....</b>	<b>58</b>
<b>3.2.1.1 Atividade da Empresa .....</b>	<b>58</b>
<b>3.2.1.2 Forma de Tributação .....</b>	<b>59</b>
<b>3.2.1.3 Porte das empresas .....</b>	<b>59</b>
<b>3.2.1.4 Filiais .....</b>	<b>60</b>
<b>3.2.1.5 Quantidade de Funcionários .....</b>	<b>61</b>
<b>3.2.1.6 Média de Faturamento .....</b>	<b>61</b>
<b>3.2.1.7 Tempo de Atividade da Empresa .....</b>	<b>62</b>
<b>3.3 Informações Relacionadas à Prestação dos Serviços Contábeis .....</b>	<b>63</b>
<b>3.3.1 Vínculo com o Profissional Contábil .....</b>	<b>63</b>
<b>3.3.1.1 Localização da Organização Contábil .....</b>	<b>64</b>

<b>3.3.1.2 Categoria Profissional .....</b>	<b>64</b>
<b>3.3.1.3 Valor pago em Honorários pelas Empresas .....</b>	<b>65</b>
<b>3.3.1.4 Fator que levou a Contratação do Profissional Contábil.....</b>	<b>66</b>
<b>3.3.1.5 Meios de Comunicação com o Contador .....</b>	<b>67</b>
<b>3.3.1.6 Satisfação dos Empresários quanto aos Serviços do Contador .....</b>	<b>68</b>
<b>3.3.1.7 Serviços Prestados pela Organização Contábil. ....</b>	<b>69</b>
<b>3.3.1.8 Tempo de permanência na atual Organização Contábil .....</b>	<b>69</b>
<b>3.3.1.9 Troca de profissional contábil. ....</b>	<b>70</b>
<b>3.3.1.10 Motivo da troca de profissional contábil e quantas vezes .....</b>	<b>71</b>
<b>3.3.1.11 Utilização dos demonstrativos contábeis. ....</b>	<b>72</b>
<b>3.3.1.12 Principal função da organização contábil.....</b>	<b>73</b>
<b>3.3.1.13 Avaliação do profissional contábil ao realizar serviço solicitado.....</b>	<b>74</b>
<b>3.3.1.14 Serviços da organização contábil relevante na visão do empresário ..</b>	<b>74</b>
<b>3.3.1.15 Importância dos serviços contábeis.....</b>	<b>75</b>
<b>3.4 ANÁLISE DOS DADOS PESQUISADOS.....</b>	<b>77</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>79</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>82</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>87</b>
<b>APÊNDICE A – Questionário Aplicado na Pesquisa de Campo .....</b>	<b>88</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo apresenta-se o tema e o problema da pesquisa, relacionando os objetivos específicos e dando ênfase ao tema abordado, destacando-se meios de atingir o objetivo geral. Na sequência aborda-se a justificativa, na qual se apresenta sua importância e contribuição para a contabilidade e, a seguir, os procedimentos metodológicos para elaboração desta pesquisa científica.

### 1.2 TEMA E PROBLEMA

Devido às exigências do mercado de trabalho, o profissional contábil, deve-se manter em constante capacitação e necessita preocupar-se com o aumento da concorrência no campo de atuação.

Com isso, este profissional demonstra diferenciais para obter destaque e, assim, atender não só as necessidades do mercado no qual está incluso, mas também as necessidades de seus clientes, para alcançar a almejada qualidade na prestação de serviço.

Como o serviço prestado pelo profissional é avaliado constantemente, o contador deve agir com zelo, para que a fidelização dos clientes se efetue com êxito. Não deve esquecer que o cliente é peça fundamental para obtenção de opinião com relação ao seu trabalho.

As entidades prestadoras de serviços contábeis têm que estar dispostas e habilitadas para que seu trabalho seja de qualidade, enfatizando seus princípios éticos para se manter no mercado e, assim, ampliar seu portfólio de clientes.

No decorrer da pesquisa busca-se ilustrar o problema a seguir: Qual a visão dos empresários das pequenas e médias empresas situadas no Distrito do Rio Maina em relação aos serviços prestados pelo Profissional da Contabilidade?

### 1.3 OBJETIVO DA PESQUISA

O objetivo geral da pesquisa é identificar a visão dos empresários de pequenas e médias empresas situadas no Distrito do Rio Maina em relação aos serviços prestados pelo profissional contábil.

Para o objetivo geral ser atingido tem-se os objetivos específicos a seguir:

- Abordar aspectos relacionados à ciência contábil, ao profissional contábil e à qualidade dos serviços contábeis;
- Identificar o grau da satisfação dos empresários do Distrito do Rio Maina quanto aos serviços prestados pelo profissional contábil;
- Diagnosticar o grau de reconhecimento e a importância dos serviços prestados pela organização contábil sob a ótica das empresas pesquisadas.

### 1.4 JUSTIFICATIVA

Devido ao avanço da tecnologia, o mercado, conseqüentemente, tornou-se competitivo em meio às oportunidades de escolhas que o empreendedor possui, tornando-se relevante, assim, a exigência na qualidade de serviços.

O profissional contábil de hoje não deve seguir o padrão antigo, ou seja, deslocar-se uma vez por mês até a empresa para recolher as notas fiscais, cobrar seu honorário e disponibilizar a guia para recolhimento. Ele precisa inteirar-se da gestão do cliente, auxiliando-o na tomada de decisão da empresa.

Crepaldi (1999, p. 29) afirma que “antigamente, a contabilidade tinha por objetivo informar ao dono qual foi o lucro obtido numa empreitada comercial. No capitalismo moderno, isso já não é mais suficiente.”

Diante dessa situação não basta apenas ter qualidade nos serviços prestados, sendo de suma importância que o profissional contábil conquiste seu espaço, comprometendo-se na manutenção dos seus clientes.

A prestação de serviços com qualidade passa a ser um ponto forte para fidelização de clientes rumo à expansão de sua clientela.

O desenvolvimento desta pesquisa deve evidenciar o grau de satisfação dos empresários do distrito de Rio Maina quanto aos serviços que o profissional contábil executa, gerando assim benefícios à sociedade na escolha de profissionais capacitados e habilitados para o trabalho.

Neste contexto, Figueiredo e Fabri (2000, p. 15) sustentam que “hoje, nota-se que a demanda pelos serviços contábeis tornou-se mais sofisticada, e clientes mais exigentes passaram a esperar qualidade e eficácia dos serviços”.

A pesquisa científica tem como proposta auxiliar futuros empresários de que o contador não é mais aquele profissional que fica atrás de uma mesa somando notas fiscais, e sim um gestor que auxilia o empreendedor na tomada de decisão e por meio das informações extraídas da entidade propõe melhorias para o bom desenvolvimento da mesma.

Dessa maneira, o referido trabalho justifica-se por abordar um assunto que gera conflito, baseando-se na qualidade e satisfação de seus clientes, verificando assim se os profissionais encontrados no mercado estão preparados para atender aos tomadores de serviço contábeis. Cada um traça um diferencial para satisfazer e atender às necessidades de seus clientes.

## 1.5 METODOLOGIA

Para a elaboração desta pesquisa científica, é de suma importância seguir normas metodológicas servindo de instrumento de pesquisa devido às informações que serão obtidas na pesquisa de campo.

A metodologia utilizada para atingir os objetivos da pesquisa realizada será de forma descritiva para delinear a satisfação dos clientes, a visão das empresas localizadas no Distrito de Rio Maina, quanto à prestação de serviços contábeis.

Alves (2007, p. 54) comenta que a pesquisa descritiva “é aquela que descreve sobre uma população ou fenômeno, adotado de coleta de dados como o uso de entrevistas e formulários, muito usado nas pesquisas de levantamento”.



De acordo com Alves (2007, p. 55) pesquisa bibliográfica “é aquela desenvolvida por fontes já elaboradas como: livros, artigos científicos, publicações periódicas, as chamadas fonte de “papel”.

Dar-se-á também uma pesquisa com levantamento de dados por meio de uma pesquisa de campo um questionário que será realizado nas micro e pequenas empresas situadas no Distrito de Rio Maina da região de Criciúma/SC.

Martins Junior (2008) define o estudo de *survey* sendo uma pesquisa que abrange uma coleta sistemática de dados para justificar decisões tomadas como: verificação, comparação, padrões e meios de melhorar o status.

Para o desenvolvimento da pesquisa realizou-se uma análise qualitativa dos dados. Conforme Martins Junior (2008, p. 132),

análise qualitativa é a descrição dos dados obtidos através de instrumentos de coleta de dados, tais como: entrevistas, observações, descrição e relatos. Consiste em buscar a compreensão particular daquilo que está investigando, não se preocupando com generalizações, princípios e leis.

A pesquisa qualitativa na qual se observa com o resultado das questões abordadas em percentual, a fim de verificar o grau de satisfação na ótica dos empreendedores sobre o profissional contábil.

Para Oliveira (1999, p. 45),

quantitativo, conforme o próprio nome indica, significa quantificar opiniões, dados, nas formas de coleta de informações, assim como também com o emprego de recursos e técnicas estatísticas desde as mais simples, como percentagem, média, moda, mediana e desvio padrão, até as de uso mais complexo, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc, normalmente utilizados em defesa de teses.

A pesquisa quantitativa mensura os dados por meio de questionário, utiliza-se de técnicas estatísticas das mais simples as mais complexas, apura a opinião dos entrevistados com o objetivo de obter a interpretação dos resultados.

Com o emprego da metodologia citada procura-se atingir o objetivo geral desta pesquisa com relação à satisfação dos empresários do Distrito do Rio Maina, a fim de contribuir na imagem que o contador tem diante da sociedade.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo abordam-se de forma descritiva os conceitos da ciência contábil; as informações sobre o profissional contábil; a orientação contábil e aspectos relacionados à qualidade na prestação dos serviços contábeis.

### 2.1 A CIÊNCIA CONTÁBIL

A ciência contábil é um meio que deve ser utilizado para tomada de decisão com a análise das informações patrimoniais e econômicas de uma determinada entidade.

Na visão de Crepaldi (1999, p. 18), a contabilidade pode ser definida como “uma ciência concebida para coletar, registrar, resumir e interpretar dados e fenômenos que afetam as situações patrimoniais, financeiras e econômicas de qualquer entidade.”

Conforme Blatt (2000, p. 2) “a Contabilidade é a ciência que estuda e controla o patrimônio das entidades.”

Na formulação de Abreu (2006, p. 2), “a contabilidade como a ciência que estuda as situações patrimonial, financeira e econômica das organizações; elabora relatórios que resumem a situação das organizações.”

Segundo Marion (2006, p. 26), a contabilidade é o “instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa.”

Ferreira (2008, p.1) acrescenta que

a definição adequada de contabilidade exige a sua divisão em duas áreas: Contabilidade Teórica e Contabilidade Prática. [...] *Contabilidade Teórica* – Quando abordamos a Contabilidade como teoria, procurando definir aquilo de que ela trata, estudamos seus princípios e suas possíveis aplicações. Ou seja, a contabilidade como teoria estabelece princípios e regras de conduta a serem seguidas pelos profissionais da área contábil, com o objetivo de aprimorar e uniformizar os procedimentos por eles adotados. [...] *Contabilidade Prática* – Envolve o uso de técnicas ou procedimentos por meio dos quais a Contabilidade Teórica e seus princípios são postos em prática. A Contabilidade como prática compreende o registro das operações de uma entidade em livros mantidos com essa finalidade. Sua função é controlar o patrimônio de uma determinada pessoa ou organização, com o objetivo de fornecer informações sobre ele ao público interessado.

Por meio dos relatórios gerados pela contabilidade é possível verificar o desempenho das organizações e, assim, realizar um diagnóstico do patrimônio. Observa-se que essas informações auxiliam na tomada de decisão, dando uma visão para o futuro da empresa.

### **2.1.1 Objeto e Objetivos da Contabilidade**

O objeto da contabilidade é definido pelo patrimônio. De acordo com suas movimentações, são tomadas as decisões para o sucesso da organização.

Para Silva e Martins (2009, p. 16) “o objeto da história da Contabilidade se prende aos atos e fatos econômicos e administrativos que em dado momento evidenciam os resultados ou pontos de chegada das movimentações dos bens, direitos e obrigações da empresa.”

Neste contexto, Blatt (2000) identifica que o objeto da contabilidade é o patrimônio demarcado pelos bens, direitos e obrigações; tanto de uma pessoa física ou jurídica independente do seu objetivo, podendo ou não obter lucro.

Moura (1996) ainda afirma que bens é tudo o que uma empresa possui, podendo ser corpóreos: como papel para embalagem, e/ou incorpóreos: marcas e patentes. Os direitos são todos os valores que a entidade tem a receber, e as obrigações todos os valores a pagar.

Já Sá (2008, p. 255) enfatiza, ainda, que:

o objeto delimita o campo de abrangência de uma ciência, tanto nas ciências formais quanto nas factuais, das quais fazem parte as ciências sociais. Na contabilidade o objeto é sempre o Patrimônio de uma Entidade, definindo como um conjunto de bens, direitos e de obrigações para com terceiros, pertencentes a uma pessoa física, a um conjunto de pessoas, como ocorre nas sociedades ou instituição de qualquer natureza, independente de sua finalidade, que pode ou não, incluir o lucro.

Diante disso, Ferreira (2008) salienta que por intermédio da Contabilidade, pode-se ter as informações detalhadas da situação patrimonial, além de acompanhar seu desenvolvimento. As empresas são o principal campo de aplicação da contabilidade e resume-se a seguinte equação: “Azienda=Patrimônio+Gestão.”

O que significa como comportamento de riqueza aziendal, o que pode representar, o evidenciado pelo informe da escrita contábil, esse, sim, é o objetivo científico da Contabilidade. (SÁ, 2008, p. 29)

Crepaldi (1999, p. 19) ressalta que azienda é “o sujeito jurídico ligado a um conjunto econômico, ou seja, a entidade e o patrimônio.”

Observa-se que o objetivo da contabilidade é que cada grupo de usuários possa fazer uso das informações contábeis para previsões futuras.

De acordo com Ribeiro (2005, p. 3) “o objetivo principal da contabilidade é permitir a cada grupo principal de usuários, avaliação da situação econômica e financeira da entidade, num sentido estético, bem como fazer interferências sobre suas tendências futuras.”

O objetivo da contabilidade, na visão de Silva (2009, p. 16), “é meditar o passado, interrogando o futuro, para nos permitir antever o fim de algumas histórias e reconhecer o princípio de outras.”

Como objetivo da contabilidade é utilizar os fatos relacionados ao patrimônio de uma entidade, é papel do profissional contábil, auxiliar a organização por meio desses dados na tomada de decisão para o bom desenvolvimento da organização.

Assim, Crepaldi (1999, p.30) salienta que “o grande objetivo da contabilidade é planejar e colocar em prática um sistema de informação para a organização, com ou sem fins lucrativos.”

Neste contexto, Ferreira (2008, p. 13) afirma que “o patrimônio é o conjunto de bens, direitos e obrigações de uma pessoa, física ou jurídica, que possam ser avaliados em dinheiro. [...] Os bens e direitos formam o ativo. As obrigações, o passivo.”

O objeto da contabilidade é o patrimônio e seu objetivo é passar informação de forma clara e objetiva aos seus usuários. Com a verificação e planejamento do patrimônio é possível fazer análises futuras, por meio da avaliação das movimentações contábeis de cada período, informadas na escrita contábil, evitando transtornos futuros para a entidade.

Estas informações devem chegar ao conhecimento dos mais diversos usuários, pois tendo conhecimento da empresa podem avaliar a viabilidade de investir ou não na organização estudada.

### **2.1.2 A Informação Contábil e os Usuários**

Com as informações contábeis é possível verificar os bens que compõem a organização e a situação em que se encontra ou até mesmo por meio desses dados que o contador e o empreendedor podem tomar decisões.

Na visão de Sá (2008, p. 30), “o escriturar, contabilmente, passou a ser o que em realidade sempre foi, ou seja, um recurso especial e disciplinado para guardar memórias de fatos patrimoniais e de evidenciar tais memórias.”

A contabilidade, segundo Blatt (2000), possui usuários conforme seus interesses, sob o pretexto de que suas informações sejam verdadeiras a fim de avaliar e intervir na situação do patrimônio.

Ribeiro (2005, p. 2) conceitua usuários como “toda pessoa física ou jurídica que tenha interesse na avaliação da situação e do progresso de determinada entidade, seja esta empresa, ente de finalidades não lucrativas ou mesmo patrimônio familiar.”

Deste modo, Marion (2006) define os usuários da contabilidade aqueles que utilizam esta ciência para encontrar respostas para o estado de entidade.

Os usuários da contabilidade podem ser internos e externos, de acordo com a necessidade e o grau de análise das demonstrações contábeis, cada um terá um objetivo diferente com as informações.

#### **2.1.2.1 Usuários Internos**

Os sócios e administradores devem ser os maiores interessados das informações contábeis, pois é por meio delas que estes poderão tomar as devidas decisões quanto ao rumo da empresa.

Na abordagem de Marion (2006), os administradores não são os únicos a fazer uso da contabilidade.

Na mesma linha Blatt (2000) confirma que nos usuários internos estão incluídos todos os administradores que utilizam as informações mais enraizadas da entidade de âmbito operacional.

Conforme Crepaldi (1999, p. 30), os usuários internos “são representados pelos diferentes níveis de administração.”

Os administradores e sócios constituem-se peças principais na gestão, na tomada de decisão. Sendo eles os principais usuários internos, as informações contábeis não se restringem apenas a eles, sendo que os usuários externos também utilizam essa ferramenta para verificarem o desempenho da entidade.

### **2.1.2.2 Usuários Externos**

Os usuários externos podem ser classificados como aqueles que se encontram fora do processo da entidade e têm interesses em vários aspectos, sejam com relação à rentabilidade ou para constatar se a entidade encontra-se de acordo com as exigências do fisco e mercado, para assim fazer seu investimento.

Os usuários externos, na ótica de Crepaldi (2009, p. 30), “são os acionistas, bancos, fornecedores e clientes e as próprias autoridades normativas ou fiscalizadoras.”

Nesse contexto, Blatt (2000, p. 4) conceitua os usuários externos como aqueles que “concentram suas atenções, de forma geral, em aspectos mais genéricos, expressos nas Demonstrações Contábeis.”

Os usuários externos, classificados por Marion (2006), são os: *investidores* que aplicam dinheiro na empresa; os *fornecedores* que querem saber se a empresa terá caixa para pagamento de suas dívidas; os *bancos* que fazem empréstimos com garantia de retorno; o *governo* que faz a arrecadação de impostos e os demais interessados, como: *os empregados, os sindicatos, os concorrentes*.

São classificados usuários externos, de acordo com Ribeiro (2005, p.2) “os acionistas; emprestadores de recursos e credores em geral e os integrantes do mercado de capitais como um todo.”

Os usuários externos devem ser levados em consideração pelas empresas, pois sua participação na empresa dispõe de uma forte influência que pode refletir nas decisões dos usuários internos.

## 2.2 ASPECTOS HISTÓRICOS DA CIÊNCIA CONTÁBIL

Mesmo na era primitiva o homem sentiu a necessidade de controlar seus bens (patrimônios), demonstrando que no decorrer de sua evolução houve um grande salto na história da contabilidade.

De acordo com Silva e Martins (2009), ao estudar a história da contabilidade pode-se acompanhar o seu progresso e suas contribuições para os estudiosos e usuários.

Em função da evolução dos princípios adotados no processo histórico, o homem não adota ideias antepassadas, e com isso justifica-se o estudo histórico da contabilidade como apoio para o progresso humano. (SILVA E MARTINS, 2009)

Sá (2006, p.16) relata que “surgiram as primeiras expressões do pensamento materializadas em símbolos e manifestações artísticas. A *simbologia* antecedeu à palavra escrita, foi sem dúvida o primeiro recurso de inteligência”.

Neste sentido, Abreu (2006) descreve que a origem da Contabilidade remete à Pré-História. Naquele tempo, o registro da quantidade de animais possuídos era feito pela associação do número de animais com uma determinada quantidade de pedras.

Segundo Sá (2008, p. 29) “a contabilidade iniciou a sua era científica quando, também, a maioria das disciplinas fez a sua passagem de uma milenar história empírica, para uma fase racional superior, ou seja, a partir do século XVIII.”

Assim, Silva e Martins (2009, p. 18) complementam que

o estudo da história da contabilidade tem sua importância ao contribuir para o melhor entendimento da contabilidade através da evolução do pensamento contábil, ao longo dos tempos [...] contribuindo para o aperfeiçoamento do processo de comunicação contábil.

A primeira obra publicada de que se tem notícia a expor o método das partidas dobradas data de 1494. Seu autor foi Luca Pacioli, frade franciscano. O livro era denominado *Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalità*. (FERREIRA 2008, p.97)

Neste contexto, Silva (2005, p. 29-30) enfatiza que

a escrituração contábil, com a invenção da imprensa, floresceu nas cidades de Veneza, Gênova, Florença e outras, onde havia intensa atividade mercantil, econômica e cultural. Nessa época, Luca Pacioli escreveu seu famoso *Tractatus de Computis et Scripturis*, que tratava da forma sistematizada do método das *partidas dobradas* dando-nos o primeiro Tratado de Contabilidade. Não era propriamente uma exclusividade contábil, mas uma parte dela. A obra do frade denomina-se *Summa de Arithmetica, Geometria, Proportione et Proportionalita*. Pacioli não inventou as partidas dobradas, apenas escreveu sobre o método baseado nos métodos utilizados em Veneza, provavelmente 100 anos antes. O livro de Luca Pacioli faz escola e as partidas dobradas eram chamadas de “partidas italianas”, ou “partidas venezianas”. Baseava-se esse princípio do “todo débito” corresponde a um “crédito” eram relações de direito na base do “meu” e “seu”.

Há que se ressaltar, no entanto, conforme Ferreira (2008, p. 100), “o funcionamento das contas no método das partidas dobradas: a todo débito de uma pessoa corresponde crédito de outra por igual valor.”

Alguns autores relatam que a linguagem primitiva era evidenciada por meio de símbolos, exprimindo seus conhecimentos e contribuindo na evolução da história da contabilidade. Com o decorrer do tempo verifica-se que a simbologia evoluiu para uma era científica, enfatizando-se a tecnologia para auxiliar e contribuir no desenvolvimento da contabilidade.

### **2.2.1 A Contabilidade no Brasil**

No Brasil, a contabilidade na era primitiva não se diferenciou dos outros países e também conquistou seu espaço ao desenvolver técnicas e criar órgãos fiscalizadores aos moldes das normas internacionais.

No contexto de Sá (2008, p. 14),



a história da contabilidade no Brasil se inicia na mesma época daquela da “conta”. Ou seja, o registro contábil nasceu há mais de dez mil anos, quando o homem primitivo que habitava as cavernas produziu pinturas e inscrições que qualificavam as coisas por desenhos e as quantificavam por sinais repetitivos expressos por traços, pontos, grades e similares. Tendo por objetivo evidenciar fatos relativos à utilidade materiais ou memorizá-los, tal manifestação inteligente se constituiu na primeira forma racional de expressão do homem.

Sá (2008) complementa que nas expedições marítimas, era de costume ter um profissional da escrita então, Pedro Álvares Cabral trouxe Pero Vaz de Caminha, o primeiro escriturário ou técnico de contas estrangeiro a chegar ao Brasil, filho de um cavaleiro do duque de Bragança, nascido na cidade do Porto por volta de 1476.

De acordo com Sá (2008, p. 21)

O primeiro profissional nomeado para o Brasil, todavia, especificamente como Contador da Casa Real, foi Gaspar Lamego, em 5 de janeiro de 1549, por carta de rei Dom João III, quando do governo geral o militar e político lusitano Tomé de Souza. Na mesma época e com a classificação de Guarda-Livros das casas da Fazenda, Contos e Alfândega, foi nomeado Bastião de Almeida. Nos governos de Duarte da Costa e de Mem de Sá, chegaram em 1556 e 1558, sucessivamente, os contadores Diogo Ribeiro e Damião Lopes de Mesquita, este substituído em 1559 por João de Araújo. Estes foram os profissionais que primeiro exerceram comprovadas funções no Brasil no século XVI, provenientes de Portugal. [...] O nível cultural contábil da época já era o da plena divulgação das partidas dobradas (denominadas “partidas venezianas” ou “partidas italianas”) e em alguns livros de difusão do conhecimento contábil já estavam editados e circulavam em boa quantidade.

No Brasil, observa-se que o primeiro vestígio contábil deu-se por Pero Vaz de Caminha junto às expedições marítimas. Mas o primeiro profissional nomeado foi Gaspar de Lamego, em 1549, e nesta mesma época, classificado como guarda-livros das casas da Fazenda, Bastião de Almeida foi empossado.

Todos os indícios da profissão contábil no Brasil são originários de Portugal, no século XVI, para defender métodos das partidas dobradas, difundindo a ciência contábil.

Com os avanços tecnológicos, o Brasil obteve destaque em suas conquistas, criando entidades para fins de fiscalização das companhias abertas, sendo compatível com as normas de países estrangeiros.

### 2.2.2.1 A regulamentação da profissão contábil

O profissional contábil, para exercício de sua profissão, deve habilitar-se para o exercício de suas atividades, obedecendo às normas e obrigações dos órgãos fiscalizadores da profissão.

Silva e Martins (2009, p. 139) relatam que

o ano de 1946 foi marco principal da profissão de Contador no Brasil com a criação dos Conselho Federal e Regionais de Contabilidade, através do Dec.-lei 9.295/46, com finalidade de habilitar e fiscalizar o exercício da profissão contábil, e definiu as atribuições de Contador e Técnico em Contabilidade.

Fortes (2005) ressalta que para exercer essa atividade necessita-se habilitar-se no respectivo órgão fiscalizador, que no contexto contábil se dá pelo Decreto-Lei nº 9.295, de 27 de maio de 1946, criando o Conselho Federal e o Regional de Contabilidade confiados para fiscalizar e exercício das atividades contábeis no Brasil.

No caso do executor dos serviços contábeis não estar de acordo com as normas vigentes no Decreto-Lei nº 9.295/46, sofrerá as devidas punições por exercer atividade sem ter habilitação técnica ou de nível superior.

## 2.3 O PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE

A profissão contábil possui duas categorias profissionais: o contador e o técnico em contabilidade, sendo que cada um exerce a profissão de acordo com suas atribuições profissionais.

Segundo Fortes (2005), as atividades contábeis devem ser exercidas por profissionais devidamente habilitados com conhecimentos de natureza contábil, seja contador ou técnico contábil, obrigados ao registro e situação regular junto ao CRC.

Marion (2006) relata que técnico em contabilidade é aquele que cursou o nível técnico em contabilidade. Após completar o nível superior e obter o registro junto ao CRC passa a se chamar contador ou bacharel em Ciências Contábeis.

A profissão contábil, atualmente, é regulamentada pelo Decreto-Lei nº 9.295/46, e prevê duas categorias profissionais: contador e o técnico em contabilidade,

com algumas prerrogativas comuns e outras privativas somente dos contadores. (FORTES, 2005, p.23)

O profissional contábil compõe-se em duas categorias, a de contador e técnico em contabilidade, sendo que cada um tem prerrogativas diferenciadas de acordo com o seu nível de formação.

### **2.3.1 O Contador e o Técnico em Contabilidade**

Para o exercício da profissão, há duas categorias: o contador, um profissional portador do certificado de conclusão no ensino superior e o profissional técnico em contabilidade. Este último deve ter formação no nível médio e técnico em contabilidade, e ambos devem estar devidamente registrados no CRC para exercício da profissão.

Fortes (2002, p. 57-58) afirma que

o contador é um profissional de nível superior, portador do diploma de bacharel em ciências contábeis, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade. A ausência do registro do diploma no CRC além do impedimento do exercício da profissão, não lhe dá o diploma o título de contador, sendo considerado somente o título de bacharel em Ciências Contábeis e não de contador.

Segundo Fortes (2005), o contador deve ser um profissional portador de diploma em bacharel em Ciências Contábeis, já o Técnico em Contabilidade deve ter concluído o nível médio e possuir habilitação de técnico em contabilidade. Ambos devidamente habilitados e registrados no Conselho Federal de Contabilidade.

Assim, para Fortes (2002, p. 58),

o técnico em contabilidade é um profissional de nível médio portador do certificado de conclusão do segundo grau, com a habilitação de técnico em contabilidade, que também para exercer a profissão terá que está devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade. Lembrando que para ambas as categorias, um dos requisitos para obtenção do registro no CRC é a aprovação no exame de suficiência, instituído pela resolução CFC 853/99 de 28 de julho de 1999.

A Resolução CFC nº 853/99, foi revogada pela Resolução nº 1.301/10, em conformidade com a Lei onde Regulamenta o Exame de Suficiência expondo que,

**Art. 1º** Exame de Suficiência é a prova de equalização destinada a comprovar a obtenção de conhecimentos médios, consoante os conteúdos programáticos desenvolvidos no curso de Bacharelado em Ciências Contábeis e no curso de Técnico em Contabilidade.

**Art. 2º** A aprovação em Exame de Suficiência constitui um dos requisitos para a obtenção ou restabelecimento de registro profissional em Conselho Regional de Contabilidade.

Portanto, para o exercício da profissão contábil é composta por duas categorias, o técnico em contabilidade e o contador, que precisam possuir além do conhecimento específico, o registro no CRC e aprovação no Exame de Suficiência.

### **2.3.2 Perfil Profissional e Mercado de Trabalho: Campos de atuação do profissional da contabilidade**

Ao profissional contábil, além de ter o conhecimento específico na área de contabilidade, é importante que possua certas aptidões para dominar e interpretar as informações obtidas dos empresários, a fim de que o mesmo possa gerir seu patrimônio rumo ao desenvolvimento.

Neste contexto, Dias (2003, p. 3) conceitua mercado como “o conjunto de pessoas e/ou organizações cujas necessidades podem ser satisfeitas por produtos ou serviços e que dispõem de renda para adquiri-los.”

Segundo Godri (1997, p. 23), “mercado é o conjunto de empresas ou pessoas que ofertam ou demandam um determinado bem ou serviço.”

Segundo Figueiredo e Fabri (2000, p.24-25), o contador deve estar apto a:

- exercer, com habilidade de cidadão digno, sua responsabilidade social, valorizando-se profissionalmente pela qualidade do serviço oferecido;
- contribuir para o desenvolvimento das ciências contábeis tanto no ambiente profissional, quanto no desenvolvimento de bases conceituais alternadas e otimizadas;
- adaptar-se aos novos desafios profissionais, desenvolvendo os seguintes requisitos: competência, visão de futuro, flexibilidade, ética, capacidade de adaptação às necessidades gerenciais das organizações sob sua

responsabilidade, capacidade de abertura às novas oportunidades advindas com a globalização, sem perder de vista as realidades e riquezas regionais.

Conforme Ferreira (2008, p.12), “as áreas que a contabilidade pode ser estudada de forma autônoma, divididas em Contabilidade Geral, Contabilidade de Custos, Contabilidade Bancária, Contabilidade Pública, Contabilidade de Seguros, Análises das Demonstrações, Auditoria etc.”

Figueiredo e Fabri (2000, p. 20-21)

destacam algumas funções do profissional contador de nível superior e técnico: a de *Auditor Independente*, sem vínculo empregatício e devidamente registrado na Comissão de Valores Imobiliários; a de *Auditor Interno*, possui vínculo empregatício na empresa auditada e com o objetivo de examinar os controles internos; a de *Analista de Balanço*, analisa os relatórios fornecidos pela contabilidade e expõe sua conclusão relativo a situação socioeconômica e financeira; a de *Perito Contábil*, função em expansão nas áreas Contábil Comercial, Contábil Financeira, Fiscal e Tributaria; existe também o exercício profissional na área do magistério como *Professor* e *Pesquisador* contábil, envolvendo o ensino da pesquisa, com uma carência muito grande de profissionais habilitados para exercê-la plenamente, é necessário além do curso de graduação, especialização mestrado ou doutorado; a área de *Contabilidade Pública*, bem como o exercício em cargos *executivos de finanças e controladoria* na administração privada das empresas. Outra forma de exercer a contabilidade é como *sócio titular* ou *empregado de uma empresa contábil*, para isso não é imprescindível que possua curso superior em contabilidade, bastando ter curso técnico e ser registrado regularmente no CRC de seu Estado.

O profissional da contabilidade contador, pode exercer suas atividades nas mais diversas funções, tais como: assessor, analista, auditor, perito, consultor, professor, entre outras. (FORTES 2005, p.3)

A área do profissional contábil é bem ampla, possibilitando ao mesmo atuar em diversas atividades com as mais variadas funções, desde pesquisador, a consultor de uma grande organização.

### **2.3.3 O profissional da contabilidade e a ética**

A cada dia o mercado exige mais do profissional contábil. Além da permanente atualização, é preciso que este profissional exerça suas atividades com ética observando os princípios do código de ética do profissional contabilista.

A profissão contábil, conforme Vieira (2006, p.13),

atualmente, na área da contabilidade, existe uma grande massificação de profissionais tornando o mercado competitivo. Para manter-se neste mercado, é preciso estar preparado, devendo o profissional, além de apresentar demonstrativos financeiros e informações aos gestores, criar um relacionamento com seu cliente, utilizando-se de técnicas diferenciadas, buscando a fidelidade da carteira de clientes por meio de seus serviços.

A profissão de contador, segundo Lisboa (1997), trabalha com o bem mais precioso da economia: a informação.

O contador na sociedade se faz essencial, pois é de sua responsabilidade os registros e informações financeiras; estas têm um papel importante na tomada de decisões para o bom desenvolvimento de uma entidade. E para que ele conquiste seu espaço no mercado, precisa satisfazer os desejos de seus clientes apostando em um diferencial ou em métodos para ampliar e consolidar sua carteira de clientes.

Para que este profissional consolide sua carteira de clientes deve obedecer a um conjunto de princípios por meio das leis afim de fundamentar seus objetivos.

Vieira (2006, p. 11) conceitua a ética como sendo a “ciência vinculada a julgamento de apreciação moral sobre juízos de valores amarrados à distinção entre o bem e o mal”.

Sá (2008) afirma que ética, na sua essência, é “o amor e a razão” ligados, trazendo o equilíbrio da reputação do ser humano.

Nalini (2006, p. 25) destaca que “ética é a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. É uma ciência, pois tem objeto, leis e métodos próprios. O objeto da Ética é a **moral**”.

O contador é responsável por levantar, estudar e analisar tais informações de acordo com as normas contábeis e tem a obrigação de ter uma conduta responsável, confiável e ética perante a sociedade.

Devido a necessidade de o homem conviver em sociedade, trocando informações, e sujeito a conflitos, a ética tem como objeto o valor moral e como resultado dessa ação um grande número de relacionamentos.

De acordo com Lisboa (1997, p. 15), o “comportamento está ligado ao relacionamento com pessoas e são influenciados pelas crenças e valores que cada um carrega”.

Ponchirolli (2008, p. 19) destaca o conceito, objeto e o objetivo da ética da seguinte maneira:

ética é a reflexão sobre a ação humana, para extrair dela o conjunto excelente de ações. É uma ciência que tem por objeto a moral e a lei, e pretende aprimorar as atividades realizadoras de si desenvolvidas pelos indivíduos, pela busca do bem em função do conteúdo de justiça a que pode dar oportunidade. A ética propõe rumos possíveis para o aperfeiçoamento da moral e da lei.

A moral está ligada aos ensinamentos que aprendemos com nossos familiares, levando em conta o convívio em sociedade, com a caracterização entre o certo e o errado, ou no ambiente acadêmico, estabelecendo normas para o âmbito profissional.

O Código de Ética surgiu em 1929, pelo professor Francisco D' Áuria, visando ao profissional contábil exercer sua profissão com consciência plena do que é certo e errado.

Sá (2008) aborda que o intelectual professor Francisco D' Áuria, em 1929, pode ser considerado como gênese e guia de um Código de Ética Profissional do Contabilista.

Vieira (2006, p. 91) ressalta que

um código de ética profissional tem a finalidade fundamental de regulamentar o exercício da profissão, pois dará consciência da visão do certo e do errado e um bom desempenho de suas funções por parte dos profissionais, evitando, muitas vezes, que estes venham a incorrer na prática de atos ilícitos, que se tenta evitar com a utilização do código de ética, atos que poderiam ser considerados normais, dependendo do ambiente onde se convive.

Porém, ressalta-se que somente vinte anos depois, em 1950, no V Congresso de Contabilidade, em Belo Horizonte, o código de ética do profissional contábil passou a ter um grande valor no exercício profissional.

De acordo com Sá (2008, p. 186) “o V Congresso Brasileiro de Contabilidade, realizado, em Belo Horizonte, teve como tema central o Código de Ética Profissional e produziu efeitos culturais de expressiva relevância.”

Assim, Fortes (2005, p. 169-170) sustenta que

o nosso atual Código de Ética foi aprovado pela Resolução CFC nº 803/96, que, entre outros pontos aborda de forma clara os objetivos, os deveres e proibições, o valor dos serviços profissionais, os deveres em relação aos colegas e à classe e as penalidades. O Código de Ética Profissional do Contabilista tem caráter obrigatório e as atitudes antiéticas recebem reprovação por parte do grupo social, que, no caso, é a classe contábil. [...] A inobservância das regras estabelecidas no CEPC implica sanções punitivas cujas penas impostas às atitudes antiéticas, dependendo da gravidade, são: advertência reservada, censura reservada e censura pública. No momento da aplicação de penalidades, o *Tribunal de Ética* que é formado pelos conselheiros do CRC sem sessão própria, deve considerar como atenuantes os seguintes pontos: falta cometida em defesa de prerrogativa profissional; ausência de punição ética anterior; e prestação de relevantes serviços à contabilidade.

No contexto de Sá (2008, p. 190), com relação ao código de ética, “estabelece aos transgressores, gradativas penalidades em relação ao fato e dentro de hierarquias de: 1) advertência, 2) censura reservada e 3) censura pública.”

De acordo com o Decreto Lei nº 9.245/46, quanto às penalidades por infração no exercício da profissão elencadas nas alterações ocorridas pela Lei nº 12.249/10,

Art. 27. As penalidades ético-disciplinares aplicáveis por infração ao exercício legal da profissão são as seguintes:

a) multa de 1 (uma) a 10 (dez) vezes o valor da anuidade do exercício em curso aos infratores dos arts. 12 e 26 deste Decreto-Lei;

b) multa de 1 (uma) a 10 (dez) vezes aos profissionais e de 2 (duas) a 20 (vinte) vezes o valor da anuidade do exercício em curso às empresas ou a quaisquer organizações contábeis, quando se tratar de infração dos arts. 15 e 20 e seus respectivos parágrafos;

c) multa de 1 (uma) a 5 (cinco) vezes o valor da anuidade do exercício em curso aos infratores de dispositivos não mencionados nas alíneas a e b ou para os quais não haja indicação de penalidade especial;

d) suspensão do exercício da profissão, pelo período de até 2 (dois) anos, aos profissionais que, dentro do âmbito de sua atuação e no que se referir à parte técnica, forem responsáveis por qualquer falsidade de documentos que assinarem e pelas irregularidades de escrituração praticadas no sentido de fraudar as rendas públicas;

e) suspensão do exercício da profissão, pelo prazo de 6 (seis) meses a 1 (um) ano, ao profissional com comprovada incapacidade técnica no desempenho de



suas funções, a critério do Conselho Regional de Contabilidade a que estiver sujeito, facultada, porém, ao interessado a mais ampla defesa;

f) cassação do exercício profissional quando comprovada incapacidade técnica de natureza grave, crime contra a ordem econômica e tributária, produção de falsa prova de qualquer dos requisitos para registro profissional e apropriação indevida de valores de clientes confiados a sua guarda, desde que homologada por 2/3 (dois terços) do Plenário do Tribunal Superior de Ética e Disciplina;

g) advertência reservada, censura reservada e censura pública nos casos previstos no Código de Ética Profissional dos Contabilistas elaborado e aprovado pelos Conselhos Federal e Regionais de Contabilidade, conforme previsão do art. 10 do Decreto-Lei no 1.040, de 21 de outubro de 1969. (NR)

Kotler (2005, p. 148) afirma que “atualmente, as empresas estão sendo classificadas pela sua ética e há fundos mútuos que só investem em empresas socialmente responsáveis.”

Assim o atual código de ética do profissional contábil, a Resolução CFC nº 803/96, que tem o objetivo de nortear os princípios com relação aos seus deveres e proibições. Atualmente, os clientes escolhem o contador selecionando suas qualidades, principalmente por sua ética profissional com relação ao patrimônio, realizando o exercício da profissão com responsabilidade e presteza.

A ética profissional compreende a conduta do indivíduo no exercício de suas atividades, seguindo normas e a legislação vigente, com relação a si e perante a sociedade.

Vieira (2006, p.11) ressalta que “a ética profissional indaga qual deve ser a conduta do contabilista, de modo a acrescentar algo a ele mesmo enquanto ser humano e à sociedade.”

Nalini (2008, p. 293) conceitua a profissão como:

uma atividade pessoal, desenvolvida de maneira estável e honrada, ao serviço dos outros e a benefício próprio, de conformidade com a própria vocação e em atenção à dignidade da pessoa humana.

Lisboa (1997), tratando de ética profissional, acrescenta que o código que o rege reúne alguns preceitos para o padrão da boa conduta profissional como: a) Competência; b) Sigilo; c) Integridade e d) Objetividade.

Logo, todos os profissionais devem agir com ética no seu exercício profissional, respeitando a dignidade daqueles que solicitam seus serviços e mantendo sua decência ileza diante da coletividade.

Portanto, se o profissional vier infringir a legislação, estará sujeito à penalidades de acordo com o grau de violação dos princípios do profissional contábil, sendo que a decisão a ser tomada será do Conselho de Ética.

### **2.3.4 Educação continuada**

A educação continuada é parte integrante para executar as atividades do contador, por isso ele deve sempre estar atualizado a fim de sustentar a manutenção do registro profissional, de acordo com a devida legislação que rege o exercício do profissional contábil.

No contexto de Figueiredo e Fabri (2000, p. 41),

a especialização não significa interessar-se somente por assuntos profissionais, pois no papel de cidadão tudo o que diz respeito à sociedade e ao progresso interessa; assim, é necessário atualizar-se com as mais modernas tecnologias, além de procurar conhecer artes, música, pintura, política, costumes e hábitos de outros povos, não se fechando a limites pessoais.

É necessário ler jornais, revistas, assistir aos noticiários, participar de palestras, seminários, encontro de classes, estar atento para conceitos como: educação continuada, atualização e cultura.

A profissão contábil depende da habilidade e da capacidade de seus membros individualmente aceitar os desafios que lhe são impostos, para que seja viável dentro do novo contexto econômico.

De acordo com o art. 17, inciso XXXIII da Resolução CFC nº 960/03, compete ao CFC, “instituir e disciplinar o Programa de Educação Continuada para manutenção do registro profissional”.

Neste sentido, o art. 18, inciso XXIV, da Resolução CFC nº 960/03, sustenta a importância do CFC e sua incumbência em, “controlar a execução do Programa de Educação Continuada para manutenção do registro profissional”.

Thomé (2001) trata a atualização permanente como uma necessidade em quase todas as profissões. Em alguns países, ela é obrigatória e quem não cumpre

certa carga horária de atualização não tem seu registro ou licença profissional renovado.

Na visão de Bordin (2004, 68-69),

vamos esquecendo o que nos ensinaram na medida em que não exercitamos o que aprendemos. [...] Deixar de frequentar os bancos do aprendizado é um risco que pode lhe custar uma desatualização completa. [...] Parar de ler é parar no tempo. É quase parar de pensar, de sonhar, de viver. [...] Outro importante benefício da constante leitura é a capacitação de ideias. Quando menos se espera, ao ler determinada matéria, pode surgir uma grande ideia para sua vida profissional ou para sua empresa.

Sendo de competência do CFC instituir e controlar o programa de qualidade, este tópico é de suma importância para o profissional contábil, a fim de se manter em conformidade com o que já sabe, respeitando a legislação profissional, mantendo-se em constante atualização, contribuindo para sua valorização profissional, seja por meio de leituras, exercitando seu trabalho, cursos e palestras.

## 2.4 A ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL

Antigamente, os profissionais contábeis eram considerados como “guarda-livros”, um profissional que ficava atrás de uma mesa registrando e emitindo guias para pagamento, mantendo-se em uma constante rotina.

Segundo Thomé (2001), os escritórios de contabilidade de 30 a 35 anos atrás eram considerados “guarda-livros”, não tinha muita importância a sua formação secundária e superior. Diante da evolução, o profissional contábil ganhou seu espaço e passou a ser conhecido como “contador”, o profissional devidamente registrado e habilitado pelo Conselho Regional de Contabilidade.

Figueiredo e Fabri (2000, p. 44) definem que

a organização de serviços contábeis tem como missão prestar serviços de natureza contábil. Nela centralizam-se as informações patrimoniais de pessoas físicas ou jurídicas, sob responsabilidade, que exercem as diversas atividades econômicas.

Thomé (2001) relata que, no passado, os estabelecimentos contábeis eram em sua grande maioria individuais; mesmo sendo constituídos em sociedade eram

inscritos como autônomos, embora fossem sócios de fato. Por esse motivo deu-se início a legalização das sociedades, crescendo e obtendo resultados positivos.

Neste sentido, Fortes (2002, p. 123) afirma que

o registro cadastral das organizações contábeis são efetivados em duas categorias: uma é a organização contábil, pessoa jurídica de natureza civil, constituída sob a forma de *sociedade*, tendo por objetivo a prestação de serviços profissionais de contabilidade, a outra é a organização contábil, *escritório individual*, assim caracterizado quando o contabilista, embora sem personificação jurídica, execute suas atividades contando com colaborador(es) independente do local e do número de empresas ou serviços sob sua responsabilidade.

A evolução do profissional e a legalização da organização contábil fizeram com que esta atividade conquistasse seu espaço no mercado. E por meio desse desenvolvimento o profissional contábil se torna importante para auxiliar e prestar serviços às pessoas físicas e jurídicas de âmbito patrimonial e econômico.

#### **2.4.1 Aspectos Legais**

A organização contábil, para que exerça suas atividades, conforme os aspectos legais prepostos pelo CRC, deve ter, inicialmente, cadastro junto ao órgão fiscalizador.

Figueiredo e Fabri (2000, p. 45 apud Resolução CFC nº 496/79) indicam que,

somente poderá exercer a profissão autonomamente, executando serviços de natureza contábil, o contador ou técnico em contabilidade devidamente registrado nos conselhos de seus respectivos Estados que registrar seu escritório individual ou sociedade.

Thomé (2001) identifica que o profissional contador que se estabelece individualmente e a constituição por dois ou mais contabilistas, sejam contadores ou técnicos em contabilidade obriga a seu registro no Conselho Regional de Contabilidade.

Dispondo sobre as atribuições legais, art. 1º da Resolução CFC nº 1.166/09 determina que:

as Organizações Contábeis que exploram serviços contábeis são obrigadas ao Registro Cadastral no Conselho Regional de Contabilidade da jurisdição da sua sede, sem o que não poderão iniciar suas atividades.

Parágrafo único. Para efeito do disposto nesta Resolução, considera-se:

I - Registro Cadastral Definitivo: é o concedido pelo CRC da jurisdição na qual se encontra localizada a sede da Organização Contábil;

II - Registro Cadastral Transferido: é o concedido pelo CRC da jurisdição da nova sede da Organização Contábil;

III - Registro Cadastral Secundário: é o concedido pelo CRC de jurisdição diversa daquela onde a Organização Contábil possua Registro Cadastral Definitivo ou Transferido, para que possa explorar atividades na sua jurisdição, sem mudança de sede e sem estabelecimento fixo; e

IV - Registro Cadastral de Filial: é o concedido para que a Organização Contábil que possua Registro Cadastral Definitivo ou Transferido possa se estabelecer em localidade diversa daquela em que se encontra a sua matriz.

Ainda, na Resolução nº 1.166/09, art. 4, relata-se que só será permitido o Registro Cadastral aos titulares, sócios e responsáveis técnicos que estiverem atuando na área contábil em situação regular no CRC.

Na visão de Vieira (2006, p. 95)

a legislação profissional brasileira trata do assunto de avaliar os riscos que corremos e impomos ao conjunto de profissões de forma objetiva. As organizações contábeis são responsabilizadas por atos de seus responsáveis técnicos e são envolvidas, quando necessário, em processos disciplinares com multa pecuniária. Os responsáveis técnicos envolvidos nesses processos são enquadrados em processos disciplinares éticos, e suas penalidades vão de suspensão do exercício profissional e multas pecuniárias até as admoestações reservadas ou públicas.

Os aspectos legais para uma organização contábil devem ser atendidos com responsabilidade, pois sem a concessão do CRC do Registro Cadastral, o profissional estará sujeito à penalidades, por infringir a legislação profissional.

#### **2.4.2 Serviços Prestados**

Os serviços prestados pelo profissional contábil podem ser classificados em: serviços contábeis, composto pela escrituração contábil; fiscal, compreendendo os serviços do setor pessoal; serviços especializados: auditoria, assessoria, consultoria, análise financeira e tributária e planejamento contábil; e atos societários: abertura e fechamento de empresa e atos especiais.

Thomé (2001) relata que os serviços não se limitam à área tributária. As organizações auxiliam os clientes na administração de funcionários e a administrar seu negócio por meio da: 1) consultoria; 2) contabilidade; 3) administração de pessoal; 4) escrituração fiscal; 5) expediente (ou serviços comerciais); 6) auditoria, perícia e assessoria.

Figueiredo e Fabri (2000, p. 62) afirmam que os produtos oferecidos pelas empresas contábeis podem ser elencados em três áreas de serviços: Fiscal, Trabalhista e Contábeis, conforme observa-se no quadro abaixo:

SERVIÇOS CONTÁBEIS	SERVIÇOS ESPECIALIZADOS	ATOS CONSTITUTIVOS SOCIETÁRIOS
<b>Serviços Básicos</b>	<b>Auditoria</b>	<b>Constituição</b>
Escrituração Contábil	Auditoria Contábil	Firma Individual
Escrituração Fiscal	Auditoria Tributária	Sociedade Limitada
Serviço de Pessoal	Auditoria Trabalhista	Sociedade Anônima
	Auditoria de Estoques	
	Auditoria Operacional	
<b>Diversos</b>	<b>Assessoria</b>	<b>Alterações</b>
Elaboração de Declaração do IRPF	Assessoria Contábil	Firma Individual
DIPJ – Declaração de Informações Econômicas-Fiscais da Pessoa Jurídica	Assessoria Tributária	Sociedade Limitada
Elaboração de Plano de Contas	Assessoria Trabalhista	Sociedade Anônima
Cálculo da Amortização/Depreciação	Assessoria Operacional	
Encerramento de Balanços	<b>Análise Econômica Financeira</b>	<b>Encerramento</b>
Consolidação de Balanços	Análise Horizontal e Vertical	Firma Individual
Cálculo da Correção Integral	Análise de Custos	Sociedade Limitada
Classificação, Análise e Revisão de Operações	Análise Financeira de Resultados	Sociedade Anônima
Conciliação de Contas Bancárias	Relatórios Gerenciais	<b>Atos Societários Especiais</b>
Implantação de Controles	<b>Consultoria Contábil Tributária e RH</b>	Transformação de Sociedade
Preenchimento de Cadastros	Consultas Verbais	Cisão Patrimonial
Tombamento Patrimonial	Consultas Escritas	Incorporação de Sociedade
	Emissão de Parecer	Fusão de Sociedades
	Consultoria Contábil Tributária e Trabalhista	
	Perícia Judicial	
	Perícia Extrajudicial	
	<b>Planejamento Contábil</b>	
	Elaboração de Orçamento-Programa	
	Elaboração de Retificações e Suplementação Orçamentárias	
	Orçamento Empresarial	

**Quadro 1:** Produtos oferecidos pelas empresas contábeis.

**Fonte:** Figueiredo e Fabri 2000, p.62.

De acordo com Figueiredo e Fabri (2000, p. 45)

existem também empresas contábeis maiores, divididas em departamentos independentes e autônomos, em que cada departamento é especializado por áreas; a divisão mais comum é aquela na qual os departamentos ou setores estão divididos de acordo com as funções: contábil, fiscal e pessoal, cada um se encarregando de tarefas pertinentes a essas funções, podendo ter também

setores especializados em serviços externos, área burocrática, planejamento tributário, custos ou outras especializações.

Os serviços executados pelo profissional contábil são bem amplos, compreendendo desde os serviços mais básicos e tradicionais aos mais complexos. Muitas organizações aderem à divisão de tarefas, optando por departamentos.

### 2.4.3 Marketing

Todo processo que agrega valor ao produto denomina-se *marketing*. Com isso, todas as ações diante de seu cliente passam a ser a venda de seu serviço e a partir da percepção do cliente faz-se sua avaliação.

Na formulação de Dias (2003, p. 2),

*marketing* é uma palavra em inglês derivada de *market*, que significa mercado. É utilizada para expressar a ação voltada para o mercado. Assim entende-se que a empresa que pratica o *marketing* tem o mercado como a razão e o foco de suas ações. [...] Portanto, o **conceito de marketing** pode ser entendido como a função empresarial que cria continuamente valor para o cliente e gera vantagem competitiva duradoura para a empresa, por meio da gestão estratégica das variáveis controláveis de marketing: produto, preço, comunicação e distribuição.

Kotler (2005, p. 13) sustenta que “*marketing* é uma ciência, a arte de explorar, proporcionando valor para satisfazer as necessidades do mercado, identificando as necessidades, potencial de lucro e promove produtos e serviços adequados”.

De acordo com Godri (1998, p. 67) “o *marketing* boca-a-boca é o mais eficaz e o mais barato do mundo.”

Dias (2003, p. 9) afirma que

as decisões e ações específicas da função de *marketing*, que compõem o chamado composto de *marketing*, também conhecido como *marketing mix* ou os “quatro Ps”, referem-se a quatro variáveis: produto, preço, promoção e [ponto de] distribuição. As decisões do produto englobam a identificação de oportunidade de lançamento de produtos e serviços, a adequação destes a necessidade e desejos dos clientes, a formulação das estratégias de produtos e linhas de produtos (como diferenciação, posicionamento etc.) e a administração

do ciclo de vida do produto, entre outras. As decisões de preço envolvem a seleção da estratégia de preços que gere vantagem competitiva e diferenciação para cada produto ou linha de produto, bem como maximize o retorno para a empresa e para os parceiros do canal de distribuição. As decisões de promoção são aquelas relativas aos investimentos em estratégia e atividades de comunicação (propaganda, marketing direto, relações públicas, publicidade, eventos, seminários) e promoção de vendas (sorteios, prêmios ao consumidor, descontos de preços, brindes e outros). As decisões da variável distribuição (originariamente, tradução da palavra *place*, em inglês) englobam a escolha dos canais de vendas e distribuição para que o produto esteja no lugar certo, no momento certo, e o cliente possa realizar a compra e satisfazer a sua necessidade.

Segundo Godri (1997, p. 12), “*marketing* é a atividade cujo principal objetivo é satisfazer com produtos ou serviços, os desejos e necessidades do consumidor através do processo de troca.”

Kotler, Hayes e Bloom (2002, p. 7) comentam que

*marketing* é o processo social e gerencial por meio do qual os indivíduos e os grupos obtêm aquilo de que precisam e também o que desejam, em razão da criação e da troca de produtos/serviços de valor com outras pessoas.

Com isso, o *marketing* é uma das técnicas para manter o cliente, sendo um diferencial para a boa realização do serviço prestado, agregando vantagem e diferenciação, desde que traga satisfação ao seu cliente e lucro para entidade.

#### **2.4.3.1 Marketing nas Empresas Contábeis**

O *marketing* nas empresas contábeis é um forte fator para aumentar a carteira de clientes, desde que usado corretamente, sem ferir os princípios éticos que regem o profissional contábil.

Figueiredo e Fabri (2000, p. 60) salientam que “a missão do *marketing* é tornar produtos e serviços desejáveis”.

Segundo Thomé (2001, p.127), “em nosso mercado, os novos clientes vêm por indicação, principalmente, das empresas que utilizam nossos serviços e por indicação de amigos ou parentes”.

Segundo o Código de Ética do Profissional de Contabilidade exposto na Resolução nº 803/96, atualizada pela Resolução CFC nº 1.307/10, art. 3,



No desempenho de suas funções, é vedado ao Profissional da Contabilidade:  
I – anunciar, em qualquer modalidade ou veículo de comunicação, conteúdo que resulte na diminuição do colega, da Organização Contábil ou da classe, em detrimento aos demais, sendo sempre admitida a indicação de títulos, especializações, serviços oferecidos, trabalhos realizados e relação de clientes;

No âmbito das organizações contábeis esta ferramenta é utilizada, pois quando o cliente recebe um serviço e identifica a qualidade, superando suas expectativas, realiza indicação para amigos e familiares. Este meio deve ser empregado sem diminuir outro profissional, caso isso ocorra estará sujeito à penalidades.

#### **2.4.4 Honorários profissionais e concorrência**

Uma entidade, quando procura um profissional para prestação de serviço, faz uma avaliação da qualidade e do preço fixado. Neste momento, o contador deve demonstrar quais serviços serão prestados para que o contratante possa perceber quais atividades serão executadas relacionando-as com o preço proposto.

Segundo Bordin (2004), se o profissional é altamente qualificado, especializou-se para o desenvolvimento de suas aptidões, não deve exercer suas atividades gratuitamente, sendo que elas devem ser remuneradas a sua altura.

Vieira (2006, p. 95-96) aborda que “aviltamento de honorários é uma das infrações mais cometidas por falta de ética do profissional do contador, pois ocorre quando o profissional oferece seus serviços por um preço bem inferior dos demais atuantes.”

De acordo com o Código de Ética do Contador, alterada pela Resolução CFC nº 1.307/10, ressalta o valor dos serviços profissionais, disposto no art. 6º, no qual o profissional contábil deve fixar o valor dos serviços em contrato por escrito dos seguintes elementos:

- I – a relevância, o vulto, a complexidade e a dificuldade do serviço a executar;
- II – o tempo que será consumido para a realização do trabalho;
- III – a possibilidade de ficar impedido da realização de outros serviços;
- IV – o resultado lícito favorável que para o contratante advirá com o serviço prestado;
- V – a peculiaridade de tratar-se de cliente eventual, habitual ou permanente;
- VI – o local em que o serviço será prestado.

Neste contexto, o art. 8º, do Código de Ética (alterado pela Resolução nº 1.307/10) dispõe que “é vedado ao Profissional da Contabilidade oferecer ou disputar serviços profissionais mediante aviltamento de honorários, ou em concorrência desleal”.

Conforme Thomé (2001), com relação ao honorário é impossível fixar um preço. Em termos gerais são adotados critérios para calcular o preço cobrado.

O profissional contábil ao exercer suas atividades deve adotar alguns critérios para ficar preço pelos serviços prestados, obedecendo o Código de Ética profissional a rigor evitando uma concorrência desleal.

Segundo Kotler (2005, p.134),

um dos grandes desafios das empresas de serviços do momento é que elas são vistas como alguém que cobra alto demais pelos serviços prestados. As empresas devem documentar melhor seu tempo de trabalho, também o fato de que fizeram o trabalho da maneira mais eficiente. [...] outro desafio é a falta de diferenciação de marca entre as empresas, mesmo depois de muita propaganda e distribuição de brochuras. As empresas precisam projetar um conjunto de valores e competências claros e uma personalidade que as diferencie dos concorrentes.

Waugh (2005, p.94) relata que “ao demonstrar sua capacidade, é crucial ilustrar o valor de seus serviços em comparação aos de seus concorrentes potenciais. Ilustrar o valor criará menos resistência a preço no momento de sua contratação.”

Na concepção de Vieira (2006, p. 96-97), “a concorrência desleal pode ser caracterizada pela propaganda desabonadora que um profissional faça a outro colega. Poderá ocorrer de forma promocional [...], também, como propaganda enganosa.”

Bordin (2004, p. 74) relata que

a concorrência, quando praticada dentro da ética e da lealdade, é benéfica para todos. Todo segmento sai fortalecido quando seus participantes valorizam seu trabalho e agem de forma profissional. Não cultive o péssimo hábito de maus profissionais que procuram valorizar seus feitos através da depreciação do trabalho dos outros. Nunca desmereça os concorrentes.

Neste contexto, Day (2001, p. 58) enfatiza ainda que

existe uma tendência implícita a crer que, se uma concorrente faz um movimento, deve se por uma boa razão e vale a pena imitá-la. A imitação

muitas vezes é necessária para neutralizar a vantagem de uma concorrente, mas deve ser baseada na clara compreensão das intenções por trás da ação e das probabilidades de sucesso.

Para a fixação dos honorários, o profissional contábil deve analisar alguns elementos como: o tempo consumido; o vulto; o local, de acordo com a legislação, necessitando valorizar seu trabalho de acordo com as responsabilidades, em função de uma maior valorização da classe como um todo.

O profissional contábil não deve desmerecer o colega, indo contra os princípios do código de ética do profissional contabilista conforme Resolução CFC nº 803/96.

## 2.5 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS

A qualidade na prestação de serviços é um ponto forte a se observar para o bom desenvolvimento de uma entidade, sendo que este fator é observado pelo cliente, que pode gostar ou não, e, dependendo de sua opinião, formará a imagem da empresa.

Assim, Thomé (2001) busca dividir a qualidade dos serviços contábeis em três partes: **estrutura**, que compreende um ambiente organizado no qual estão as pessoas e os equipamentos necessários para execução do trabalho; **atendimento**, considerado o mais importante pois é dele que acontece o aumento ou diminuição da carteira de clientes, podendo ser feito de várias maneiras: pessoalmente, via telefone, fax ou e-mail. Com isso deve-se primar a rapidez e eficiência, evitando a perda de clientes; e os **produtos e relatórios**, a qualidade dos produtos e a entrega de relatórios é de fundamental importância, pois é a parte final de todo o trabalho.

A confiança do cliente no seu prestador de serviços é a base dessa relação empresarial. Como é muito difícil testar essa qualidade dos serviços que prestamos, nosso cliente se baseia em outras indicações e parâmetros. (THOMÉ 2001, p. 57-58)

Segundo Thomé (2001), o profissional bem organizado e preocupado tem prazer em fazer as coisas corretamente; esses sentimentos são transmitidos a seus auxiliares e, assim, eles sabem que os serviços devem ser executados corretamente, podendo ser substituídos por outro profissional.

A confiança do cliente é primordial e para conquistá-lo é necessário manter o conjunto organizacional com a sua estrutura bem conservada, seu atendimento eficaz, primando a satisfação dos clientes, pois tudo o que é feito com amor se torna mais agradável e, conseqüentemente, tem mais qualidade.

### **2.5.1 Definição de Qualidade**

Qualidade tem sua definição subjetiva, quanto à prestação de um serviço, conceituando como atributo para um bom resultado livre de algum erro, satisfazendo a necessidade do cliente.

De acordo com Victorino (1999, p.21), define-se que “qualidade em serviços é a totalidade de aspectos e características de um produto/serviço que influencia sua capacidade de satisfazer as necessidades explícitas ou implícitas do cliente”.

Para Vavra (1993, p. 287), “concordamos que a definição de qualidade é um importante passo para identificar como satisfazer plenamente os clientes.”

Thomé (2001, p. 79) defende que “a boa qualidade dos serviços é tão importante para o usuário que paga por eles, como para o empresário que recebe para executá-los”.

Qualidade nos serviços é executá-los para satisfação do cliente, lembrando que a qualidade para a organização é diferente da qualidade na visão do cliente. O empresário recebe se o cliente considerar seus serviços de boa qualidade e o cliente recebe o serviço se concordar que este é bom.

### **2.5.2 Qualidade no Atendimento**

Para uma boa qualidade no atendimento, são imprescindíveis algumas atitudes que fazem toda diferença diante do cliente, a solução deve ser eficaz e ágil para que o cliente não espere o seu retorno.

Almeida (2001, p. 56-58) aborda os sete pecados do atendimento ao cliente:

1º Apatia – ocorre quando os funcionários de uma empresa não demonstram que se importam com os Clientes. As pessoas ficam bravas, ofendem-se.

2º Má vontade – os funcionários tentam livrar-se do Cliente, sem resolver o problema dele.

3º Frieza – o cliente é tratado de forma distante, até desagradável.

4º Desdém – há funcionários que se dirigem ao Cliente, de cima para baixo, como se ele não soubesse nada, fosse uma criança. Isso enfurece as pessoas.

5º Robotismo – o funcionário deixa de agir como se fosse uma pessoa e repete sempre a mesma coisa, da mesma maneira, com os mesmos movimentos, como se estivesse em outro lugar.

6º Demasiado apego às normas – acontece com o funcionário que diz “sinto muito, mas não podemos ser flexíveis”.

7º Jogo de Responsabilidade – a síndrome de vai-para-lá-e-vai-para-cá. Há pessoas que mandam os Clientes de um lugar para outro, sem nunca resolver nada.

Almeida (2001) relata as treze atitudes para que o profissional possa desempenhar um bom atendimento, são elas: 1) apresentação impecável, 2) postura, 3) sorrir/ humor/ astral 4) empatia, 5) escutar, 6) gentil, 7) disposição, 8) rapidez, 9) tranquilidade, 10) sinceridade, 11) comunicação, 12) precisão e 13) compromisso.

De acordo com Thomé (2001, p. 93), “a qualidade no atendimento depende fundamentalmente da eficiência de quem atende. [...], pedidos e informações solicitadas pelos clientes devem ser atendidas imediatamente, [...]”.

No momento do atendimento, o prestador de serviço deve se mostrar interessado no que o cliente está perguntando, devendo sua resposta ser firme e clara para que o ouvinte entenda o procedimento ou como deve ser realizado.

### **2.5.3 Qualidade nos Serviços**

Quando um cliente busca o serviço contábil, o mínimo que ele espera é qualidade e compromisso na prestação de serviços do profissional contábil.

Thomé (2001) argumenta que a qualidade dos serviços está relacionada com a sua repetição, ou seja, quanto mais se realiza tal atividade o serviço será aprimorado.

Kotler (2005, p. 55) salienta que

no passado, uma boa qualidade de produto e serviço eram fatores essenciais para o sucesso competitivo, porque muitas empresas não tinham isso. Hoje, no entanto, qualidade e serviço passaram a ser mercadorias. Sem boa qualidade e

serviço, uma empresa perde. Com boa qualidade e serviço, uma empresa não necessariamente ganha. É o mínimo que se espera dela.

O profissional contábil, precisa demonstrar transparência e agilidade para que seus serviços sejam de extrema qualidade, pois é o mínimo que a entidade espera.

#### **2.5.4 Satisfação dos Clientes**

Para que o cliente esteja satisfeito é propício aliar-se a ele, disponibilizar um serviço de qualidade e colocá-lo sempre em primeiro lugar para ampliar o fator competitivo no mercado.

Godri (1998, p. 35) relata que “clientes satisfeitos são os meus mais poderosos aliados. Eles voluntariamente farão propaganda de mim e da minha empresa.”

Na visão de Kotler (2005, p.29) “os fatores mais importantes para satisfação dos clientes se dá pela preocupação com qualidade, serviço e valor. Todos esses fatores constituem oportunidades competitivas nos mercados em que estão em falta.”

Conforme Godri (1998, p. 59), “procuro colocar o cliente no topo do organograma da empresa: isto faz com que os funcionários percebam a importância do cliente.”

Almeida (2001, p.41-42) demonstra a equação da satisfação do cliente: “a relação da percepção, que é como o cliente percebe o serviço ou o atendimento entre a expectativa, ou seja, o que esperamos.”

Com clientes satisfeitos há maior reconhecimento por meio de indicação, isto ocorrerá de acordo como o profissional executar os serviços contábeis. Dessa forma é importante que a qualidade nos serviços prestados seja primordial no desempenho das atividades.

### 2.5.5 A Qualidade nos Serviços Contábeis

A prestação de serviço contábil com qualidade se dá pelas atitudes que este profissional desempenha diante de seu cliente, a velocidade em que se dispõe a solucionar o problema do mesmo.

Para Vieira (2006, p. 93)

a importância dos serviços contábeis dependerá dos próprios contadores, que devem preocupar-se com a qualidade do serviço apresentado, com a precisão da informação transmitida, com a presteza na execução do serviço, com a atenção e prudência nos assuntos que lhes foram confiados.

Segundo Godri (1998, p. 41), “a reclamação é de grande valia para sanar os erros e melhorar sempre mais.”

Quanto mais o profissional se preocupa com os problemas do cliente, procura uma solução para auxiliá-los na sua tomada de decisão, mais o cliente terá uma boa imagem do profissional contratado.

### 2.5.6 Manutenção e satisfação de Clientes

Para a manutenção dos clientes é necessário que o profissional contábil se mantenha atualizado ao que tange o conhecimento específico para o exercício de sua profissão.

Waugh (2005) deixa claro que diferenciar os serviços é um potencial para se manter no mercado.

Segundo Day (2001, p. 31), “as organizações orientadas para o mercado reconhecem que só a satisfação do cliente não basta. Ela precisa ser convertida em relacionamento de lealdade.”

Almeida (2001, p. 21) enfatiza que “um *fantástico atendimento ao Cliente* é uma das mais eficazes estratégias para fidelizar o Cliente. E, tem mais, é mais “barata” também.”

Assim, Victorino (1999, p.55) demonstra que para manter clientes faz-se necessário:

- \* Visitas periódicas
- \* Conquistar a confiança e a lealdade do cliente.
- \* Não deixar com que ele se sinta **“mais um”**
- \* Não perder o contato com o cliente.
- \* Buscar descobrir as suas necessidades.
- \* Participar das decisões estratégicas.
- \* Gerar economia de Impostos / Contribuições (Elisão Fiscal).
- \* Fazer o inesperado (superar suas expectativas)
- \* Criar e oferecer novos Serviços / Relatórios.

Não basta só conhecimento específico, o profissional necessita produzir um diferencial para chamar a atenção de seu cliente e se manter no mercado. Diante disso, o *marketing* pode ser utilizado como ferramenta de manutenção de clientes.

## 2.6 EMPRESAS

As empresas são aquelas que têm personalidade jurídica e estão devidamente registradas nos órgãos fiscalizadores para, assim, exercer suas atividades.

Silva e Brito (2004, p. 63) afirmam que na “Lei nº 10.406/02, art. 967, é obrigatória a inscrição do empresário no Registro Público de Empresas Mercantis da respectiva sede, antes do início de sua atividade”.

Neste contexto, Moura (1996, p. 33) aborda que,

para que as empresas possam desenvolver suas atividades é preciso que estejam devidamente constituídas e legalizadas. A **legalização** é feita através do registro de seus atos constitutivos na Junta Comercial do Estado, na Secretaria da Receita Federal, na Prefeitura Municipal da localidade, na Secretaria da Fazenda do Estado, na Previdência Social e na Delegacia Regional do Trabalho. De acordo com o ramo de atividade que irão exercer, poderão estar sujeitas, a registros em outros órgãos e a concessão de alvarás.

As empresas que iniciam suas atividades são obrigadas a ter o registro nos órgãos competentes, que pode variar de acordo com a atividade de cada empresa.



### **2.6.1 Conceito de Empresa**

As empresas podem ser classificadas como uma forma de pessoa física ou jurídica com ou sem fins lucrativos.

Silva e Brito (2004 apud Lei nº 4.137/62, art. 6) conceituam empresa “toda organização de natureza civil ou mercantil destinada à exploração por pessoa física ou jurídica de qualquer atividade com fins lucrativos”.

A classificação pode variar de acordo com a sua constituição: de empresa individual constituída por um único empresário ou sociedade pela união de dois ou mais indivíduos.

### **2.6.2 A Microempresa e Empresa de Pequeno Porte**

A caracterização de microempresas dar-se-á por meio daquelas pessoas jurídicas que obtiverem anualmente o valor de seu faturamento inferior ou igual a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais).

De acordo com a Lei Complementar nº 123/06, art. 3

I - no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais); II - no caso das empresas de pequeno porte, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

Por outro lado, as empresas de pequeno porte são aquelas que seu faturamento seja superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e inferior ou igual a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

### **2.6.3 Formas de Tributação**

As formas de tributação das pessoas jurídicas, por opção ou imposição legal, são: Lucro Real; Lucro Presumido; Lucro Arbitrado e Simples Nacional.

#### **2.6.3.1 Lucro Real**

A tributação realizada pelo Lucro Real é mais elaborada, onde se adicionam, excluem e compensam fatos que são determinados pela legislação do IRPJ.

De acordo com Pêgas (2007, p. 315), a opção do lucro real “é a única forma de tributação em que o fisco exige a apuração do resultado das empresas (receitas menos despesas).”

Na visão de Silva (2005, p. 233), “é uma forma complexa de apuração do IRPJ e CSLL. Tem como fato gerador o resultado contábil ajustado pelas adições, exclusões e compensações determinadas na legislação tributária”.

O fato gerador do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica é o resultado contábil ajustado pelas adições, exclusões e compensações, obedecendo à legislação tributária do IRPJ.

#### **2.6.3.2 Lucro Presumido**

A entidade que optou pela tributação no Lucro Presumido passa a respeitar a presunção que o governo estabelece para fins de cálculo do imposto devido.

Segundo Silva (2005, p. 222), a tributação efetuada pelo Lucro Presumido “é aquela com base para a tributação da CSLL e o IRPJ, o faturamento (multiplicado pelo percentual de presunção estabelecido pelo governo) mais as demais receitas.”

Na concepção de Pêgas (2007, p. 404),

o Lucro Presumido é a forma de tributação que utiliza apenas as receitas das empresas para a apuração do resultado tributável de IR e CSLL. Com isso, estes tributos são calculados por um resultado estimado, encontrado através de percentuais definidos em lei. O cálculo de IR e CSL pelo lucro presumido tem

um grau de simplicidade bem maior em comparação com o cálculo pelo lucro real. O lucro presumido não apresenta uma forma de tributação obrigatória, podendo o contribuinte, se assim desejar, ser tributado pelo lucro real, mesmo com o valor de receita bem reduzido. No entanto, algumas empresas não podem optar pelo lucro presumido, conforme algumas regras básicas apresentadas nos artigos 516 a 528 do Decreto nº 3.000/99 (Regulamento do Imposto de Renda) e algumas alterações posteriores.

O Lucro Presumido é a forma de tributação simplificada do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).

### **2.6.3.3 Lucro Arbitrado**

O contribuinte pode-se utilizar da forma de tributação do Lucro Arbitrado por opção própria, em consonância com a legislação pertinente.

Pêgas (2007, p. 444), ressalta no art. 530 do Regulamento do Imposto de Renda (Decreto 3.000/99), o lucro pode ser arbitrado quando a

- a) Escrituração imprestável;
  - b) Não apresentação de arquivos ou sistemas de escrituração de que tratam os artigos 11 a 13 da Lei 8.218/91 (revogado pela Lei 9.718/98, artigo 18); ou
  - c) Não apresentação de livro ou fichas de Razão.
- Desde que ocorra uma das hipóteses previstas acima, o lucro poderá ser arbitrado pela própria pessoa jurídica, quando conhecida sua receita bruta. Mas, se a maior frequência de arbitramento de lucro é por iniciativa do Fisco e ocorre por falta de contabilização das operações bancárias referentes a depósitos e emissões de cheques.

Para Silva (2007), é uma tributação geralmente imposta pelo fisco, que pode ser adotada pelo contribuinte quando a receita bruta for reconhecida e acontecer algumas das hipóteses de arbitramento.

A Receita Federal (2011, p. 1) aborda o lucro arbitrado da seguinte forma

na ocorrência de qualquer das hipóteses de arbitramento, previstas no art. 47 da Lei nº 8.981, de 1995, a pessoa jurídica poderá, quando conhecida a receita bruta, efetuar o pagamento do imposto de renda correspondente com base no lucro arbitrado.

A apuração do imposto de renda com base no lucro arbitrado abrangerá todos os trimestres do ano-calendário, assegurada a tributação com base no lucro real ou presumido relativa aos trimestres não submetidos ao arbitramento, se:

- a) a pessoa jurídica dispuser de escrituração comercial e fiscal que demonstre o lucro real dos períodos não abrangidos pela tributação com base no lucro

arbitrado;ou  
b) puder optar pelo lucro presumido.

O Lucro Arbitrado passa a ser aplicado quando a entidade deixa de cumprir suas obrigações acessórias relativa ao lucro real ou presumido, como por exemplo, a não escrituração do livro diário, razão e inventário.

#### **2.6.3.4 Simples Nacional**

O Simples Nacional passou a ser a nova forma de tributação em substituição ao Simples Federal, proporcionando apoio às microempresas e empresas de pequeno porte com faturamento anual igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (Dois Milhões e Quatrocentos Mil Reais).

De acordo com o art. 12 da Lei Complementar nº 123/06 “fica instituído o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional.”

Neste contexto, o art. 13 da Lei Complementar nº 123/06 relata que

- o Simples Nacional implica o recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, dos seguintes impostos e contribuições:
  - I - Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica - IRPJ;
  - II - Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;
  - III - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL;
  - IV - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;
  - V - Contribuição para o PIS/Pasep, observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo;
  - VI - Contribuição Patronal Previdenciária - CPP para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, de que trata o art. 22 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, exceto no caso da microempresa e da empresa de pequeno porte que se dedique às atividades de prestação de serviços referidas no § 5º-C do art. 18 desta Lei Complementar;
  - VII - Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS;
  - VIII - Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS.

O art. 18 da Lei Complementar nº 123/06 determina, que em relação ao cálculo, será aplicada a alíquota de sua respectiva tabela, sobre a receita mensal.

O Simples Nacional, por ser um imposto unificado, reúne os seguintes tributos em uma única guia de recolhimento: IRPJ, IPI, CSLL, COFINS, PIS/Pasep, CPP, ICMS e ISS. Para efeitos de cálculo devem-se relacionar as atividades da entidade para a escolha da tabela (anexo I ao V), verificando a soma dos últimos 12 meses e, assim, aplicar a alíquota de acordo com a faixa de faturamento que a entidade se encontra.

### 3 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo, apresenta-se um breve comentário sobre o Distrito de Rio Maina, localizado no município de Criciúma-SC, no qual foi aplicada a pesquisa. Em seguida identifica-se a descrição dos dados coletados com 150 respondentes, representados por pequenos e médios empresários. Com base em uma listagem emitida pela Prefeitura Municipal e CDL, elencando seus respectivos contribuintes de Criciúma, obteve-se um total de 317 entidades na região pesquisada.

A estrutura deste capítulo reúne as informações obtidas com a coleta de dados durante a pesquisa e as conclusões do pesquisador, fazendo-se presente a utilização de gráficos para melhor apresentação dos dados.

#### 3.1 O DISTRITO DE RIO MAINA

De acordo com o portal do Rio Maina, os italianos, viram no Brasil uma espécie de Terra Prometida. Esses tinham o sonho e o desejo muito grande de continuarem sendo pequenos produtores rurais, condições que não conseguiam mais manter na Itália, pois por volta de 1880 se abateu por toda a Europa uma crise agrícola.

Quem emigrava para o Brasil em busca de uma vida melhor, quase sempre era muito pobre. Eram famílias de camponeses, pequenos comerciantes, operários e artesãos.

Ao chegarem em terras brasileiras, os italianos encontraram aqui muitas dificuldades e muito trabalho. Alguns passaram fome e frio, apesar de terem ganhado seus pedaços de terra, pois muitos chegaram sem nenhum dinheiro e perderam seus pertences durante a viagem. Em Nova Veneza, o agrimensor Miguel Nápoli, representando a Companhia Metropolitana, fazia distribuição de lotes aos imigrantes. E, assim, tinham que começar a construir suas vidas neste país tão sonhado como a Terra Prometida.

Os primeiros imigrantes italianos chegaram a Rio Maina (Criciúma - SC) no dia 16 de novembro de 1890. Sete famílias embarcaram no Porto de Genova, norte da Itália, em direção ao Brasil.

As famílias **Colombo, Tinelli, Macarini, Pirola, Pelozzato, Rabezzana e Ronchi**, atravessaram o Atlântico aportando no porto de Imbituba, Santa Catarina.

Atraídos por intensa campanha de recrutamento feita pelo Brasil no exterior com o objetivo de povoar as terras que por aqui havia, e deixando para trás a fome, a falta de oportunidade para o plantio, o desemprego, a guerra e o domínio estrangeiro na Itália, estavam eles em solo brasileiro. Em busca de um sonho, no qual o Brasil oferecia condições ao governo italiano na ocupação de vasta área ainda de mata nativa, no sul do País.

Cultivaram agricultura, tornando-se o Núcleo de colonização. Mais tarde, seus descendentes dedicaram-se à extração de carvão mineral. A localidade de Rio Maina, aos poucos foi desenvolvendo e recebendo mais famílias de imigrantes.

As terras recebidas pelas famílias estavam localizadas onde é hoje o Rio Maina, que, fundado em 1890, foi elevado à categoria de Distrito em 10 de abril de 1959 – de acordo com a Lei nº 264 na ótica do poder Legislativo do Município de Criciúma – e, atualmente é composto por aproximadamente 67 bairros (entre vilas e loteamentos), além de possuir mais de 60 mil habitantes.

### **3.1.1 Origem do nome Rio Maina**

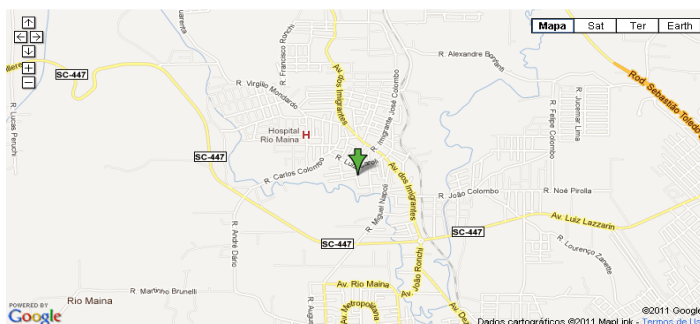
O nome Rio Maina foi dado pelos italianos. A história contada de geração em geração diz que, ao chegarem à localidade, receberam farinha de mandioca para comer e estes acharam que era queijo ralado. Ao comer, não gostaram da farinha e jogaram no rio dizendo: “RIO QUE LA MANHA”, que no dialeto, “manhar” significa “comer”. Assim, desde 1890, o local ficou conhecido como Rio Maina, uma versão em português do termo “RIO QUE LA MANHA”.



**Foto1: Visão ampla do Distrito do Rio Maina**  
**Fonte:** Portal do Rio Maina (2011).

### 3.1.2 Localização

Localiza-se na região noroeste de Criciúma, a 6 km do centro da cidade, limitando-se ao sul com o município de Forquilha, a Oeste com o município de Nova Veneza e ao norte com o município de Siderópolis.



**Foto2: Localização do Distrito do Rio Maina**  
**Fonte:** Portal do Rio Maina (2011)

### 3.1.3 Economia

Sua economia baseou-se na agricultura e na mineração. Atualmente é baseada na indústria e no comércio, que a cada dia vem se desenvolvendo e demonstrando o empreendedorismo de seus habitantes.



Atualmente, possui comércio próprio com estabelecimentos comerciais entre lojas, farmácias, restaurantes, academias, supermercados, agências bancárias, cartório e prestadores de serviços, além de uma área industrial, entre as quais muitas conhecidas em âmbito nacional e internacional.

Veja-se abaixo um ponto de referência do Distrito de Rio Maina, Paróquia Santo Agostinho, o santo padroeiro.



**Foto 3: Paróquia Santo Agostinho**  
**Fonte:** Portal do Rio Maina (2011).

### **3.2 Descrição de Dados Coletados**

Para a realização da pesquisa elaborou-se o questionário (Apêndice A), que foi encaminhado para as empresas de acordo com a relação fornecida pela CDL local, com os respectivos endereços eletrônicos.

Ressalta-se que parte dos questionários foi respondida diretamente ao pesquisador, que realizou a entrevista diretamente com os sócios ou responsáveis pelas pequenas e médias empresas do Distrito do Rio Maina e outra parte foi recebida por *e-mail*.

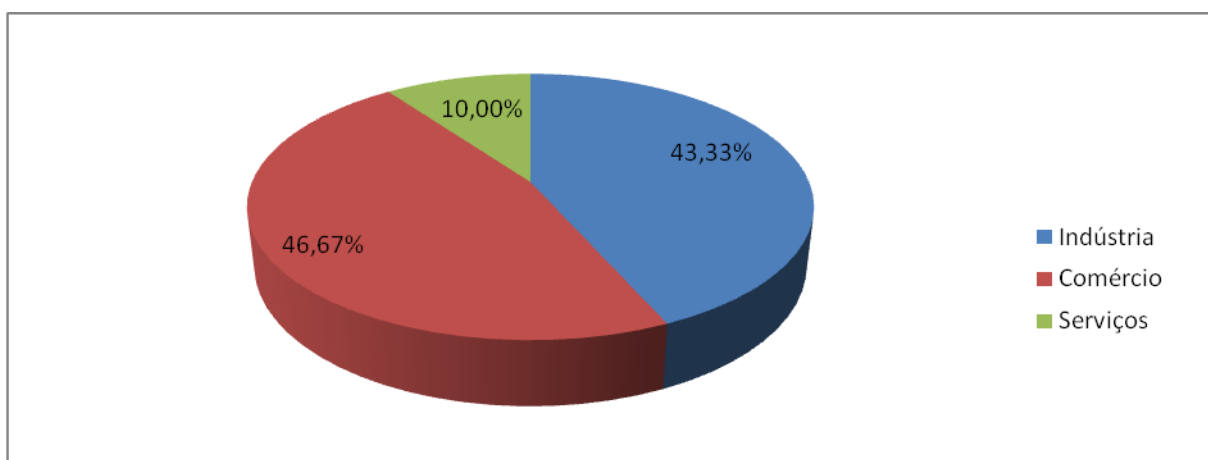
No total, obteve-se a resposta de 150 questionários, com o qual se pode identificar os objetivos propostos para realização da presente pesquisa, ou seja, o grau de satisfação ou insatisfação das pequenas e média empresas, com relação ao profissional contador e como estes prestam seus serviços.

### 3.2.1 Caracterização das Entidades Pesquisadas

A pesquisa foi dividida em duas partes. Na primeira abordam-se dados característicos das empresas pesquisadas e na segunda parte, que elenca informações relacionadas à prestação de serviço e desempenho do profissional contábil na visão das micro e pequenas empresas do Distrito de Rio Maina.

#### 3.2.1.1 Atividade da Empresa

Por meio do gráfico 1, identificou-se o ramo de atividade das empresas pesquisadas:



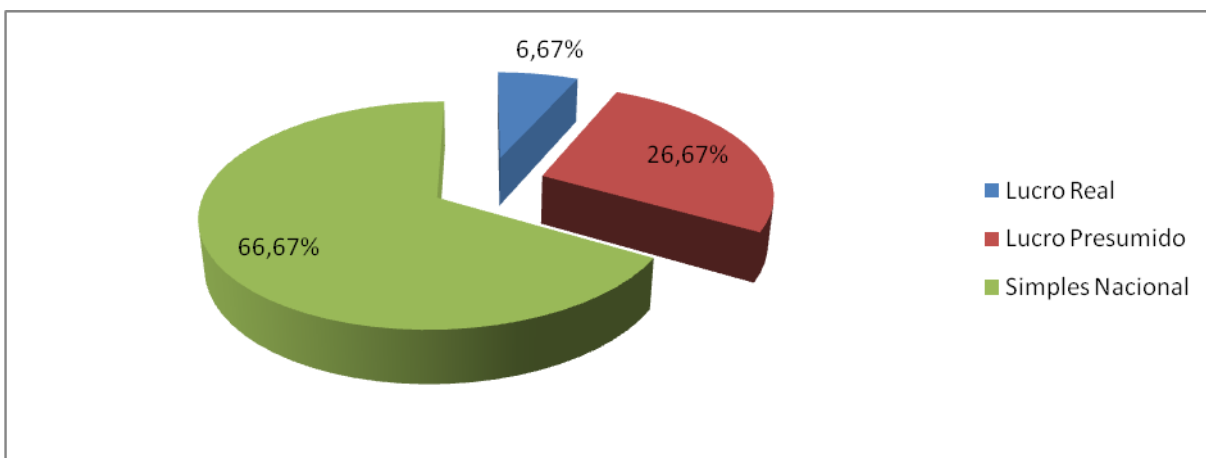
**Gráfico 1: Caracterização das empresas**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Verificou-se neste estudo que 46,67% das empresas entrevistadas são comerciais; 43,33% são de atividade industrial e 10% prestadoras de serviços. Destaca-se a predominância dos ramos comerciais e industrial no Distrito do Rio Maina.

#### 3.2.1.2 Forma de Tributação

Quanto à forma de tributação das empresas pesquisadas, encontram-se assim distribuídas, conforme o gráfico 2:



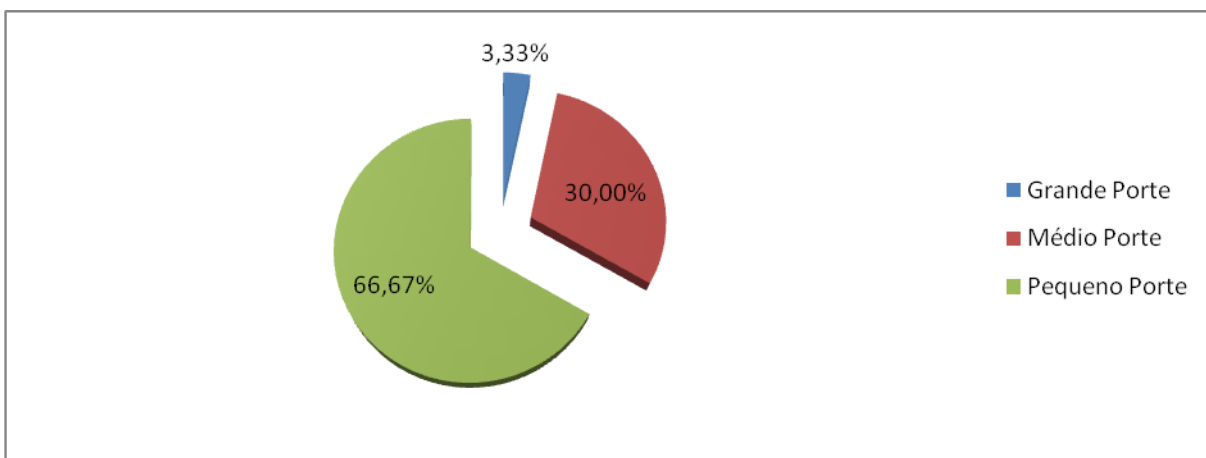
**Gráfico 2: Forma de Tributação das empresas**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Observa-se que 66,67% das empresas pesquisadas são tributadas pelo Simples Nacional; 26,67% adotam o regime de tributação pelo Lucro Presumido; 6,67% tributam pelo Lucro Real e nenhuma empresa entrevistada enquadra-se com Lucro Arbitrado.

### 3.2.1.3 Porte das empresas

Identificou-se qual é o porte das empresas pesquisadas, o resultado desta variável, observa-se no gráfico 3:



**Gráfico 3: Porte das empresas**

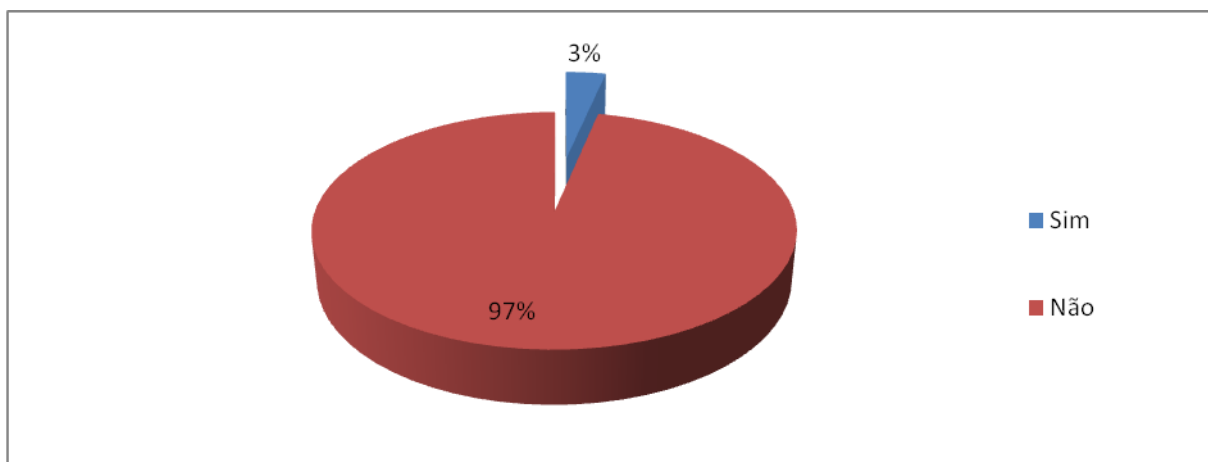
Fonte: Elaborado pelo autor.

Das empresas pesquisadas, 66,67% são de Pequeno Porte; 30% de Médio Porte e 3,33% de Grande Porte, de acordo com as informações e entendimento dos empresários pesquisados.

Ressalta-se aqui que o objetivo principal era verificar a opinião dos empresários de pequenas e medias empresas, porém o pesquisador teve acesso também a algumas empresas que se identificaram como sendo de grande porte, porém isso não prejudica a pesquisa como um todo.

#### 3.2.1.4 Filiais

A seguir, demonstram-se as empresas possuem filiais, conforme o gráfico 4 pode-se observar:



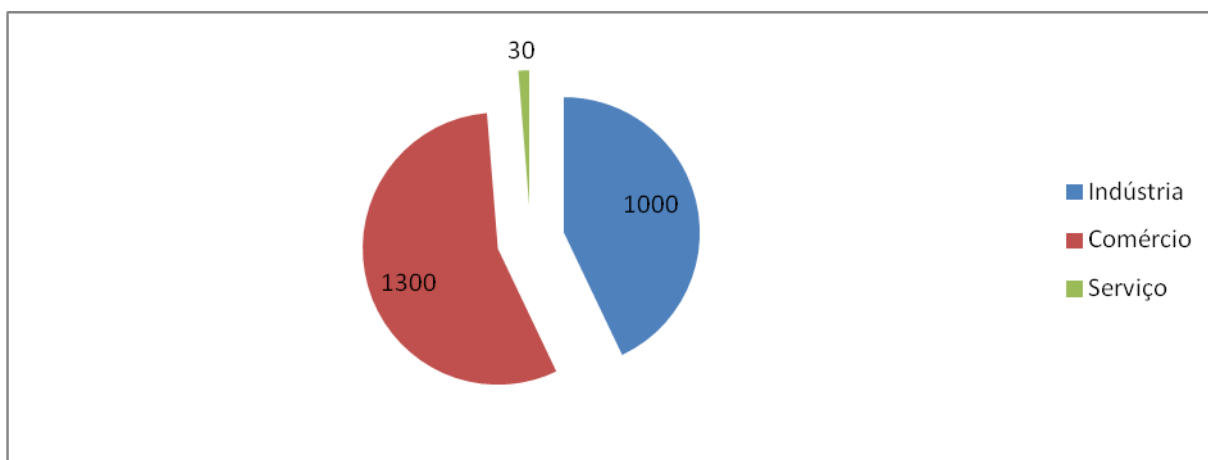
**Gráfico 4: Filiais**

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

De acordo com as informações obtidas, 97% das empresas não possuem filial e 3% informaram possuir, sendo no máximo 3 filiais.

### 3.2.1.5 Quantidade de Funcionários

Observa-se no gráfico abaixo 5, número de colaboradores que as empresas pesquisadas possuem, de acordo com o ramo de atividade:



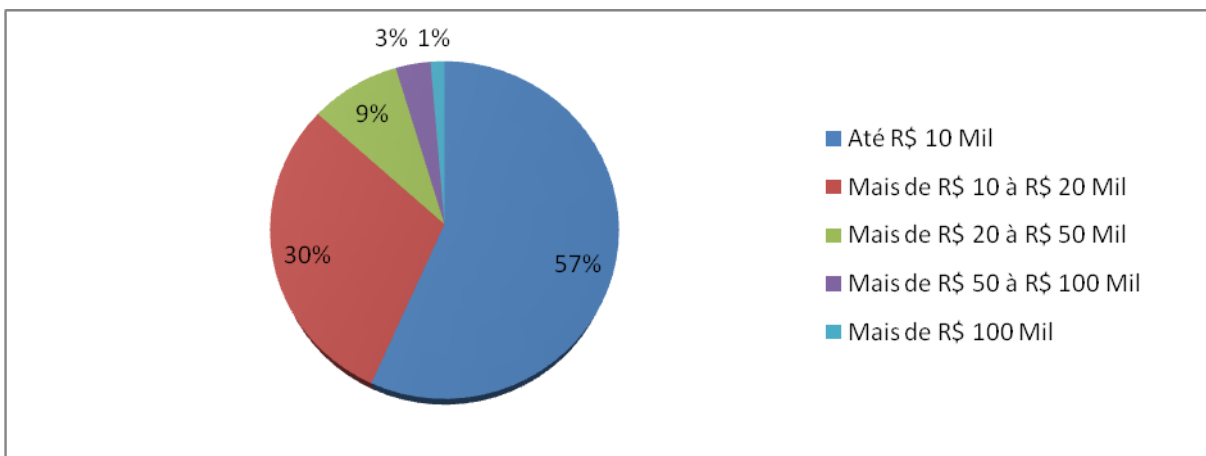
**Gráfico 5: Quantidade de funcionários por ramo de atividade**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Diante do levantamento, o total de funcionários nas indústrias é de 1000; no comércio 1300; e nas prestadoras de serviço 30 funcionários.

### 3.2.1.6 Média de Faturamento

Questionou-se a média de faturamento mensal das empresas pesquisadas, conforme o gráfico 6:



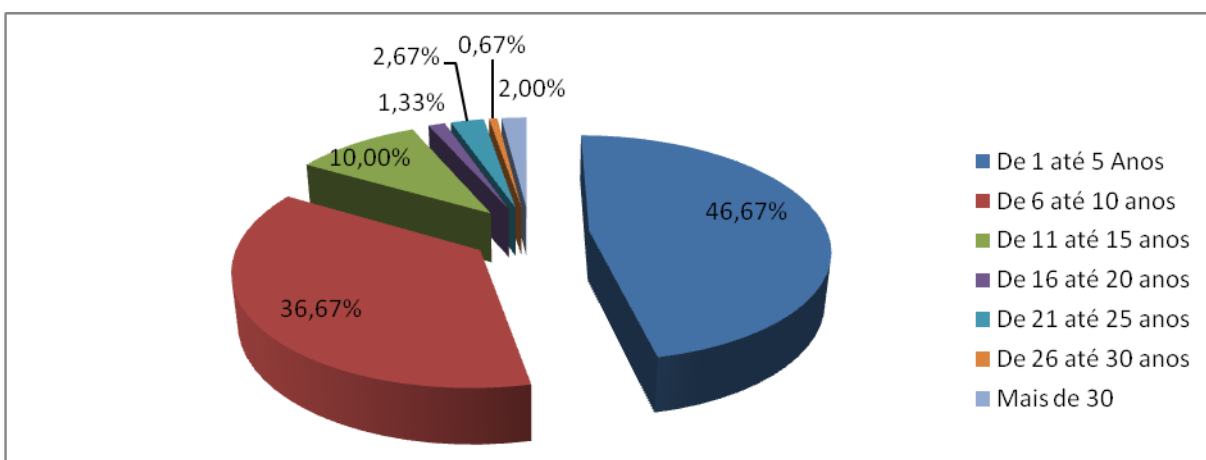
**Gráfico 6: Média de faturamento das empresas**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Entre os pesquisados, a média de faturamento mensal em 57% das empresas é até R\$ 10.000,00; 30% entre R\$ 10.000,00 à 20.000,00; 9% entidades entre R\$ 20.000,00 à 50.000,00; em 3% mais de R\$ 50.000,00 à 100.000,00 e 1% mais de R\$ 100.000,00 mensais.

### 3.2.1.7 Tempo de Atividade da Empresa

Verificou-se no gráfico 7 o tempo em que as empresas estão em atividade:



**Gráfico 7: Tempo de atividade das empresas**

Fonte: Elaborado pelo autor.

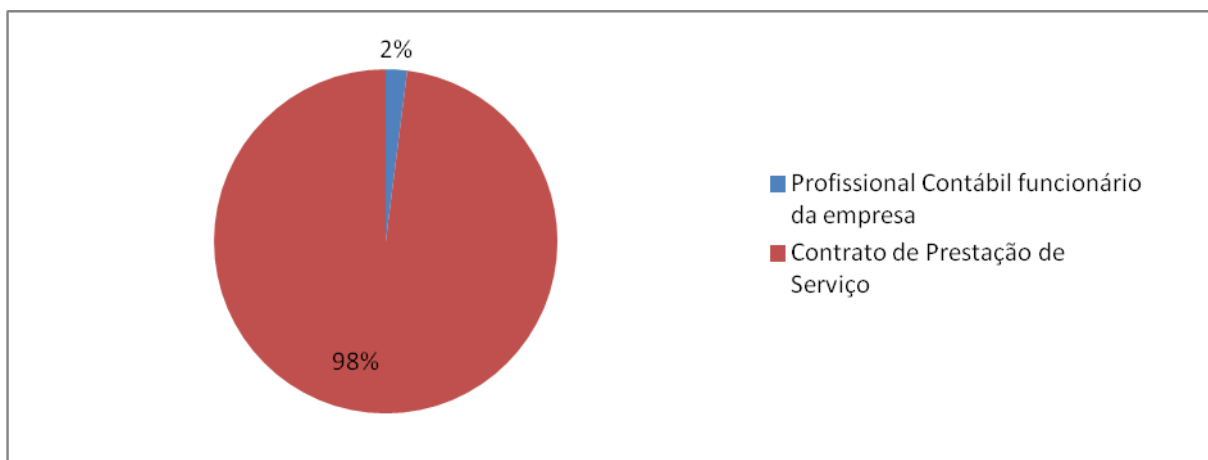
Observa-se neste estudo que a média de permanência no mercado de 1 até 5 anos de acordo com 46,67% das entidades; de 6 até 10 anos para 36,67% das organizações; de 11 a 15 anos 10%; de 16 a 20 anos 1,33%; de 21 a 25 anos 2,67%. As faixas de 26 a 30 anos 0,67% e acima de 30 anos foram indicadas por 2% das empresas pesquisadas.

### 3.3 Informações Relacionadas à Prestação dos Serviços Contábeis

Neste tópico, abordam-se dados relacionados ao perfil do profissional contábil diante das empresas tomadoras de seus serviços.

#### 3.3.1 Vínculo com o Profissional Contábil

Procurou-se identificar, inicialmente, a forma de contratação dos serviços contábeis por parte dos empresários pesquisados. O resultado dessa variável observa-se no gráfico 8:



**Gráfico 8: Vínculo com o profissional contábil**

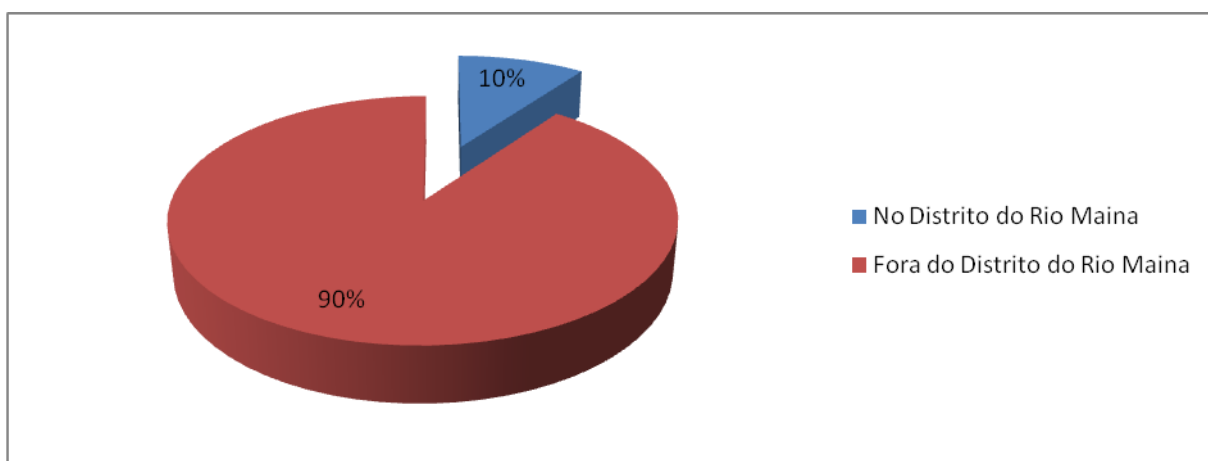
Fonte: Elaborado pelo autor.

Verificou-se que 98% das empresas possuem um contrato de prestação de serviços e 2% mantém um vínculo empregatício com o profissional contábil.

Destaca-se desta forma que a maioria das empresas pesquisadas possui os seus serviços contábeis terceirizados com organizações contábeis, ressaltando-se a importância destas prestadoras de serviços junto às pequenas e médias empresas.

### 3.3.1.1 Localização da Organização Contábil

Perguntou-se aos empresários que possuem os serviços terceirizados se as organizações contábeis contratadas estão localizadas no Distrito do Rio Maina, conforme o gráfico 9:



**Gráfico 9: Localização dos serviços terceirizados**

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Observa-se que 90% das empresas pesquisadas contratam os serviços contábeis de organizações localizadas fora do Distrito de Rio Maina e 10% mantêm contrato com a organização localizada no Distrito pesquisado.

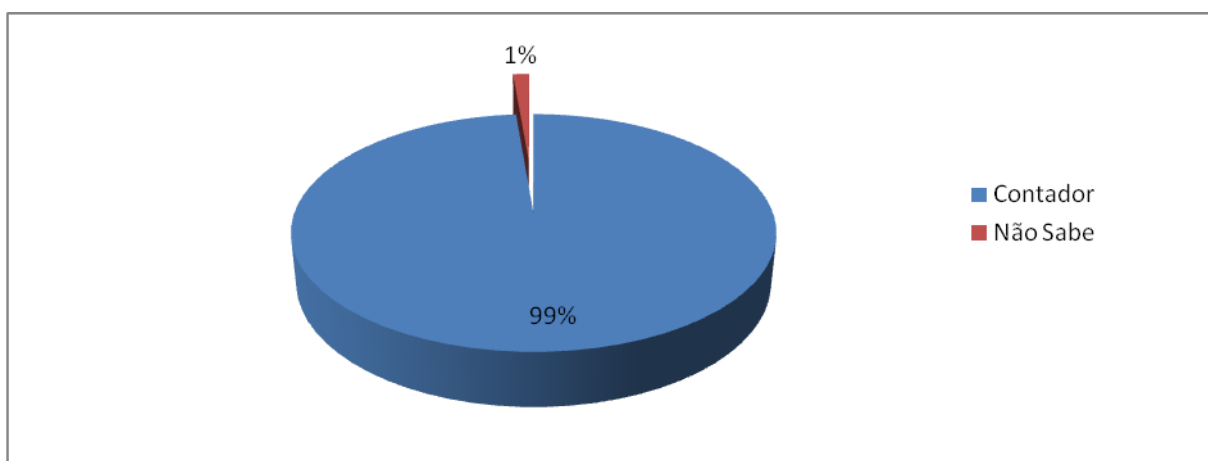
A presente pesquisa não possuía como objeto levantar os dados específicos sobre as organizações contábeis do Distrito de Rio Maina e ainda pode-se sugerir que o Distrito possui um número restrito de organizações contábeis.



De acordo com o CRCSC, o Distrito do Rio Maina possui 6 (seis) organizações contábeis<sup>1</sup> registradas junto à entidade.

### 3.3.1.2 Categoria Profissional

Procurou-se identificar o grau de conhecimento dos empresários sobre a categoria profissional dos responsáveis técnicos contratados, sabendo-se que de acordo com o Decreto-Lei nº 9245/46, a categoria profissional divide-se em contador e técnico em contabilidade.



**Gráfico 10: Categoria Profissional**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Observa-se que 99% dos pesquisados reconhecem a categoria do seu profissional contábil como contador e 1% desconhece a categoria do profissional responsável pelos serviços prestados para sua empresa.

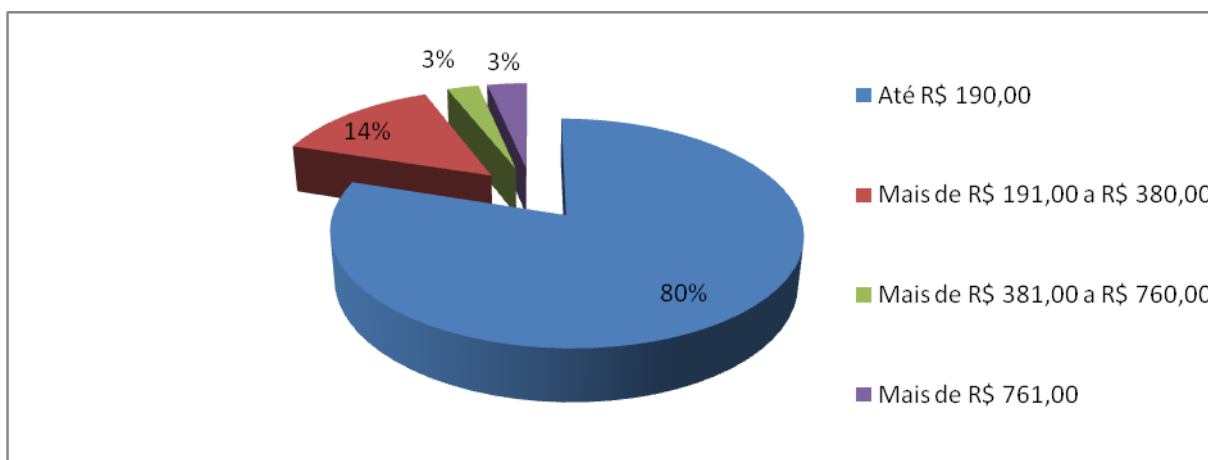
Isso representa a falta de conhecimento dos empresários quanto às categorias da profissão contábil, nomeando todos os profissionais como contador. Ressalta-se ainda que em algumas empresas pesquisadas, os empresários questionaram se o técnico em contabilidade está habilitado para exercer a profissão.

---

<sup>1</sup> Informações recebidas por telefone pela funcionária da Macrodelegacia do CRC Marlene de Costa em 10/10/2011.

### 3.3.1.3 Valor pago em Honorários pelas Empresas

No gráfico 11, pode-se observar qual o valor pago mensalmente, em média, pela prestação de serviços contábeis:



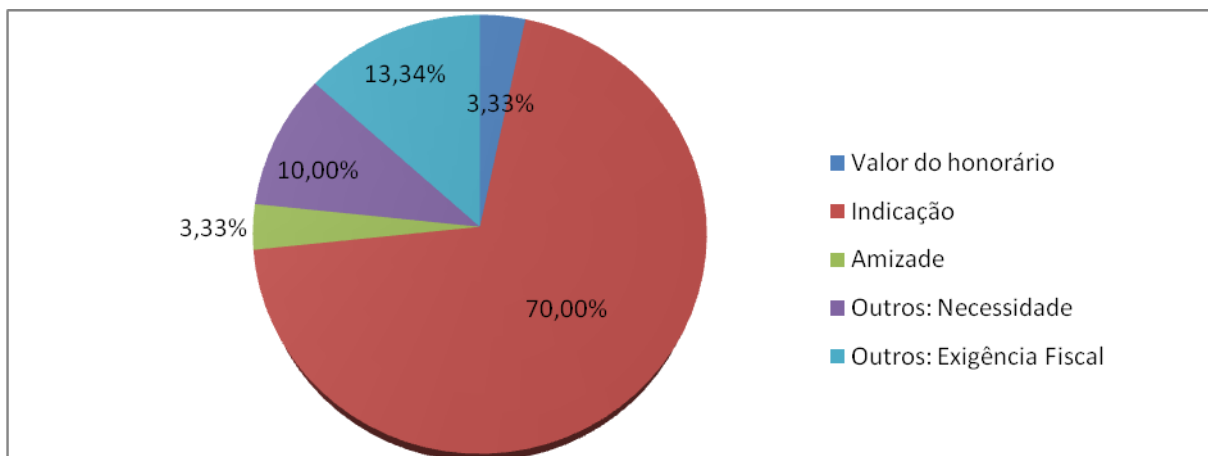
**Gráfico 11: Valor médio de honorários**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para 80% dos respondentes, a média de honorários pagos mensalmente é de até R\$ 190,00; com destaque na atividade comercial por possuir um menor número de funcionários serem sua grande maioria de pequeno porte; 14% informaram pagar entre R\$ 191,00 a R\$380,00. Para 3% dos pesquisados o valor varia de R\$ 381,00 a R\$ 760,00 e para 3% das entidades mais de R\$761,00.

### 3.3.1.4 Fator que levou a Contratação do Profissional Contábil

Por meio do gráfico 12, pode-se analisar qual fator levou a contratar a organização contábil:



**Gráfico 12: Fator de contratação do profissional contábil.**

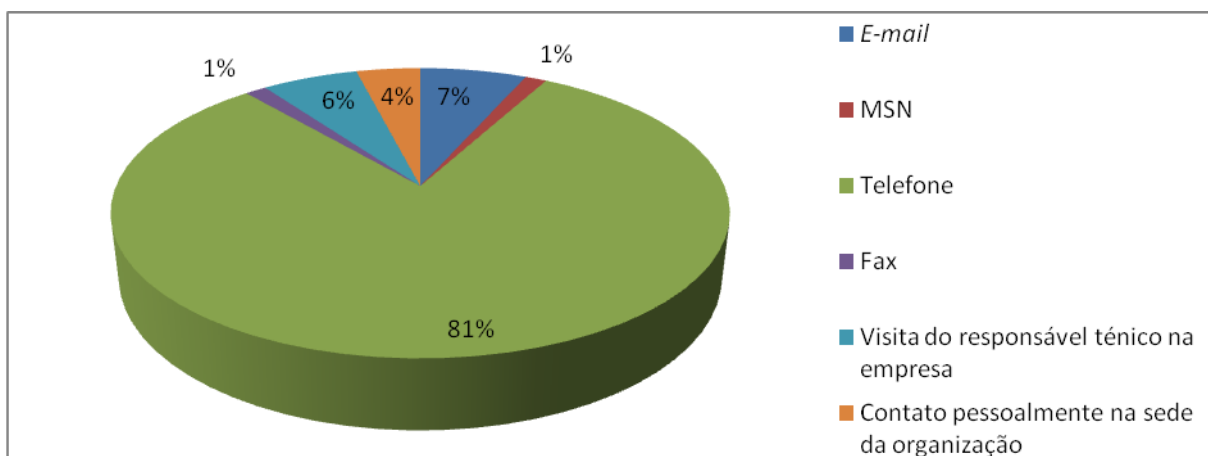
Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com as respostas coletadas, 70% das entidades apontam como fator a indicação; 13,34% consideram a exigência fiscal como fator que levou a contratar a organização contábil por medo de sofrer uma fiscalização e ser notificado; 10% verificam que o profissional tem papel importante em sua entidade, classificando como uma necessidade e ainda 3,33% entidades apontam como fator a amizade e o valor do honorário, respectivamente.

Mesmo com a identificação no gráfico anterior que o valor dos honorários é um fator relevante, neste questionamento este fenômeno não é tão importante, pois os entrevistados em sua maioria relatam que, por saber que algum conhecido já tomou serviços de determinado profissional, sente-se mais confiante em seu desempenho.

### 3.3.1.5 Meios de Comunicação com o Contador

A seguir, apresentam-se os meios de comunicação mais utilizados com o contador. Os resultados são apresentados conforme o gráfico 13:



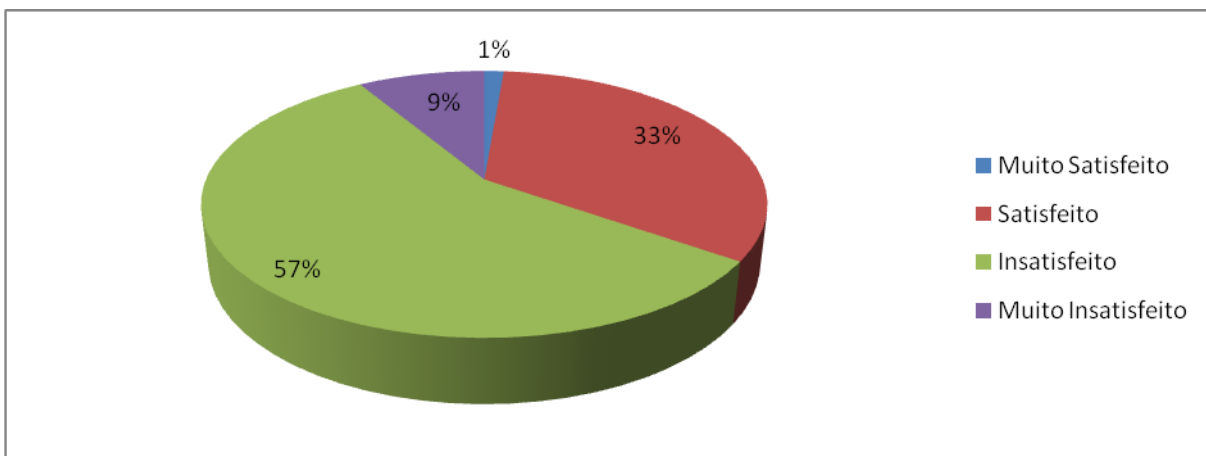
**Gráfico 13: Meios de comunicação com o contador**

Fonte: Elaborado pelo autor.

O meio de comunicação mais utilizado é o telefone totalizando 81% das entidades questionadas, ressaltando ser mais rápido e prático; 7% utilizam o *e-mail*; 6% recebem visitas do responsável técnico na empresa, alegando ser só para cobrança; 4% têm contato pessoal no escritório contábil, para pagamento de honorários e recolhimento de guias e documentos solicitados; 1% por FAX e 1% mantém a comunicação por MSN (programa de comunicação em tempo real por computador – Messenger).

### 3.3.1.6 Satisfação dos Empresários quanto aos Serviços do Contador

Procura-se, conforme o objetivo específico da pesquisa, identificar o grau de satisfação dos empresários com relação aos serviços contábeis. Obteve-se o resultado a seguir, conforme no gráfico 14:



**Gráfico 14: Satisfação dos empresários quanto aos serviços prestados pelo profissional contábil.**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Diante das informações obtidas, 57% das entidades apontam como insatisfeitas com o serviço prestado pelo contador; 33% estão satisfeitas com os serviços prestados; 9% estão muito insatisfeitas e 1% está muito satisfeita com relação aos serviços prestados pelo profissional contador.

Neste tópico ressalta-se que uma considerável parcela descreve sua insatisfação quanto aos serviços prestados por não sanarem as dúvidas de forma clara e precisa, diante das mudanças da legislação e para as novas adequações exigidas pelo fisco.

Diante do exposto, é importante que o profissional contábil se mantenha em constante atualização por meio de cursos, palestras, a fim de atender principalmente às necessidades de seus clientes e às exigências do fisco.

Ao analisar este indicativo vislumbra-se que 66% das empresas não estão satisfeitas plenamente pelos serviços prestados pelo profissional contábil.

### **3.3.1.7 Serviços Prestados pela Organização Contábil**

Procurou-se identificar, também, o conhecimento dos empresários sobre os serviços prestados pela organização contábil, distribuídas conforme o quadro 2:

<b>Serviços</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Percentual %</b>
Escrituração contábil	90	60%
Escrituração Fiscal	150	100%
Setor Pessoal	128	85%
Consultoria Tributária	20	13%
Assessoria	5	3%

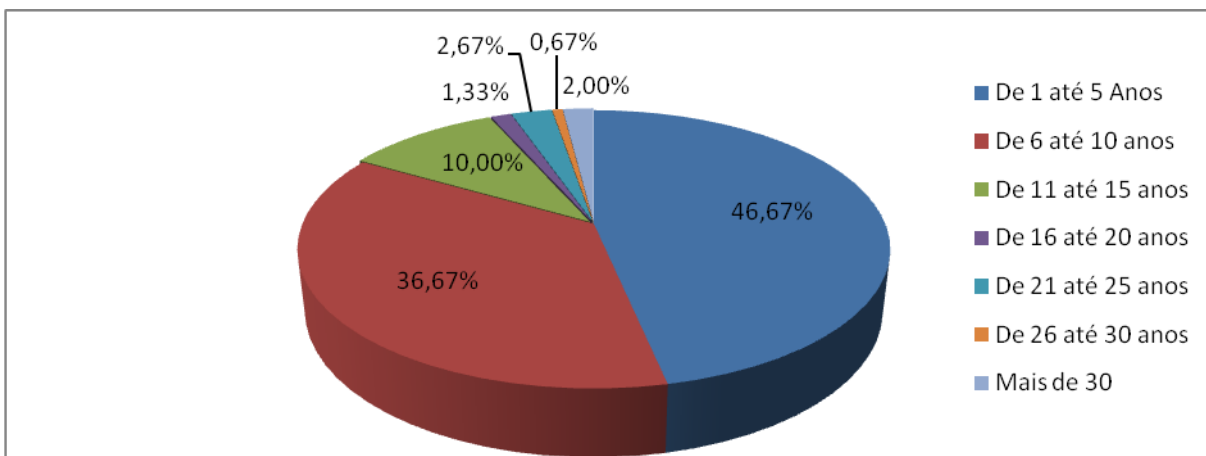
**Quadro 2: Serviços prestados pela organização contábil**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Observa-se que 100% das empresas reconhecem a prestação de serviço, relacionadas ao setor fiscal; 85% indicaram também a contratação dos serviços dos Recursos Humanos, como cálculo de salários e encargos sociais. Para 60% das respondentes o seu contador presta também serviços de escrituração contábil, fornecendo informações em suas demonstrações contábeis. Ressalta-se que 13% indicaram a contratação de serviços de consultoria tributária e apenas 3% das organizações realizam assessoria.

### **3.3.1.8 Tempo de permanência na atual Organização Contábil**

Os empresários foram questionados quanto ao seu tempo de permanência na atual organização contábil. O resultado deu-se a conforme o gráfico 15:



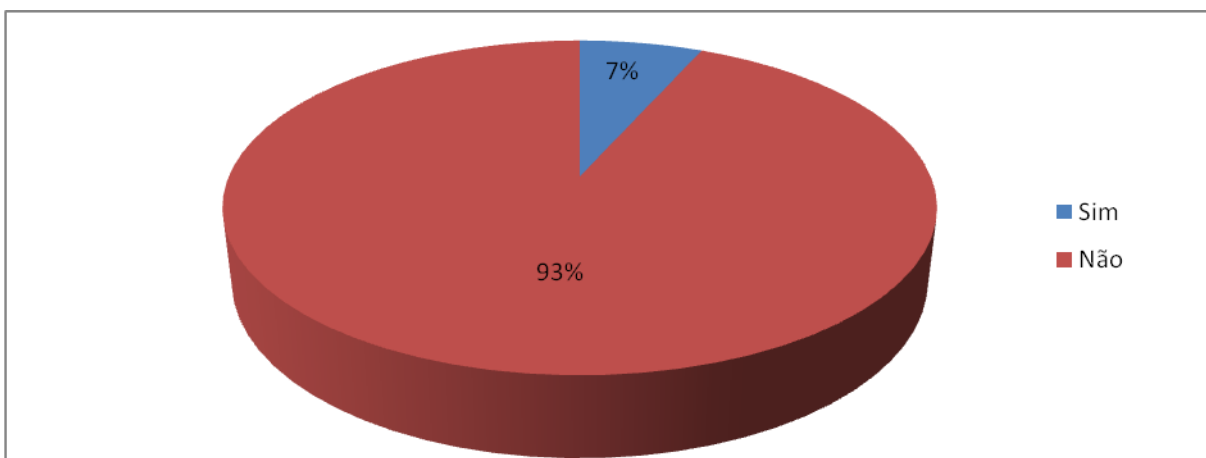
**Gráfico 15: Tempo de permanência na atual contabilidade**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Diante do levantamento obtido observa-se que a média de permanência na atual organização contábil é de: 1 até 5 anos para 46,67% das entidades; de 6 até 10 anos para 36,67%; de 11 a 15 anos para 10%; de 16 a 20 anos para 1,33%; de 21 a 25 anos par 2,67%; de 26 a 30 anos para 0,67% das entidades e mais de 30 apenas 2%.

### 3.3.1.9 Troca de profissional contábil

Questionou-se se a entidade em atividade já trocou alguma vez de contador. O gráfico 16 aponta o seguinte resultado:



**Gráfico 16: Troca de profissional contábil**

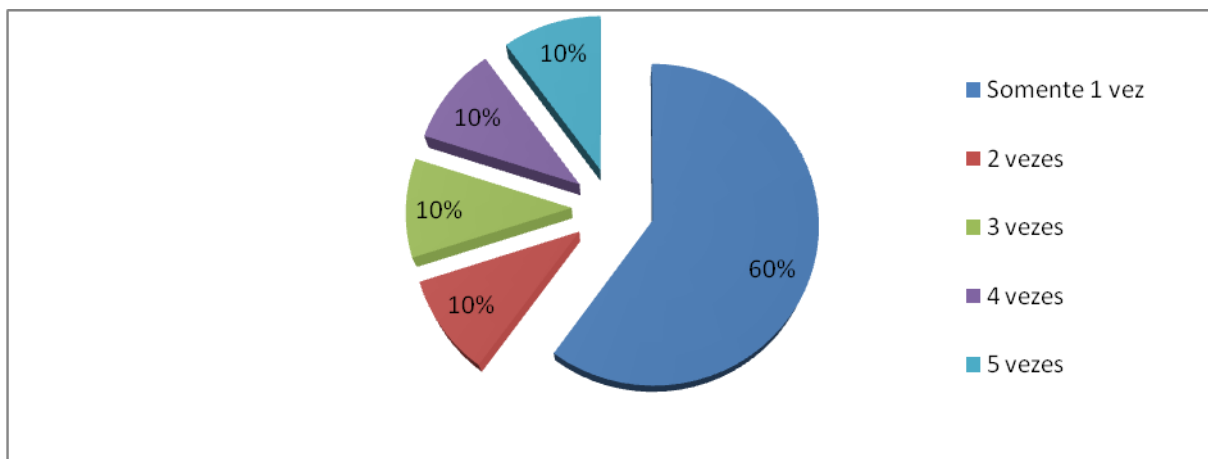
Fonte: Elaborado pelo autor.

Com base nas informações apresentadas, verifica-se que 93% nunca trocaram de escritório de contabilidade e 7% das entidades abordam que sim, já trocaram de contabilidade.

Observa-se que mesmo insatisfeitos com os serviços prestados, não é comum a mudança de responsável técnico, sendo os clientes mantidos fiéis por vários anos. Pode-se levar em consideração também o baixo valor dos honorários pagos, pois 80% dos entrevistados pagam menos que R\$ 190,00 por mês, conforme a pesquisa

### 3.3.1.10 Motivo da troca de profissional contábil e quantas vezes

Questionou-se aos empresários quantas vezes trocaram de contabilidade, representado pelo gráfico 17:



**Gráfico 17: Quantas vezes houve troca de profissional contábil**

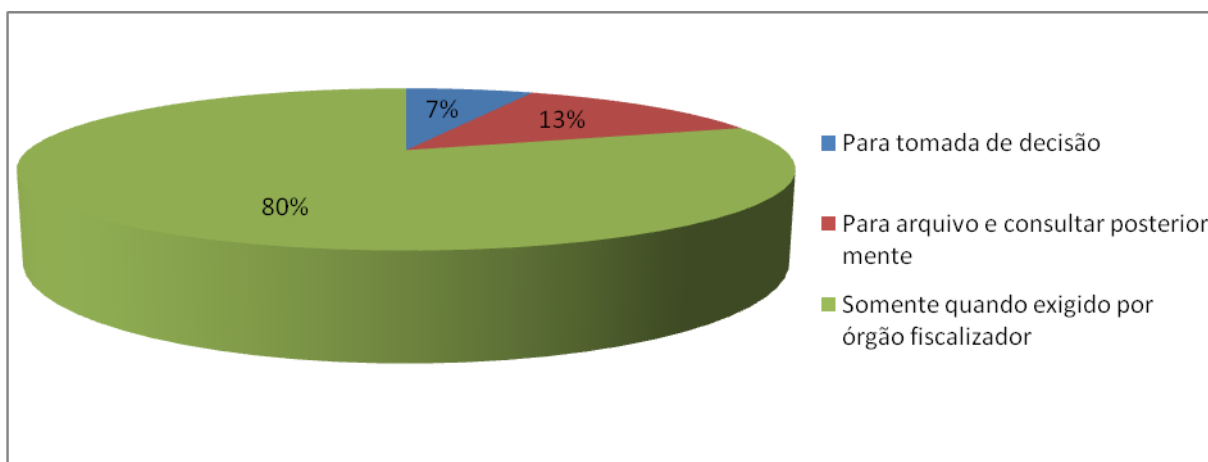
Fonte: Elaborado pelo autor.

Com base nas informações, 60% das entidades trocaram de contador apenas uma vez e 40% até 5 vezes. Relatou-se variados motivos como: falta de assessoria e de comprometimento, e por confiar no profissional deixar os valores das guias para que o contador pague e o mesmo fazer a apropriação indevida desses valores e não repassar ao fisco, impostos indevidamente cobrados e insatisfação, pois o profissional contratado aparecia na empresa apenas para cobrar honorários e entregar as guias.



### 3.3.1.11 Utilização dos demonstrativos contábeis

Por meio do gráfico 18 procura-se identificar como a entidade faz uso das demonstrações contábeis:



**Gráfico 18: Utilização dos demonstrativos contábeis**

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Conforme o gráfico acima, 80% utilizam os demonstrativos somente quando exigidos pelo fisco. Apenas 13% informaram utilizar efetivamente a contabilidade para tomada de decisão e 7% das empresas arquivam para consulta posterior.

Diante destas informações, percebe-se que a maioria das entidades pesquisadas não faz uso dos demonstrativos contábeis para tomada de decisão para o bom desenvolvimento da entidade. De acordo com a fundamentação teórica estudada, ressalta-se a importância da utilização das demonstrações contábeis como instrumento para tomada de decisão, porém, de acordo com a pesquisa, na prática os empresários não reconhecem essa importante contribuição da ciência contábil, justificando também em alguns casos o grande número de fechamento de empresas por conta da falta de uma boa gestão.

### 3.3.1.12 Principal função da organização contábil

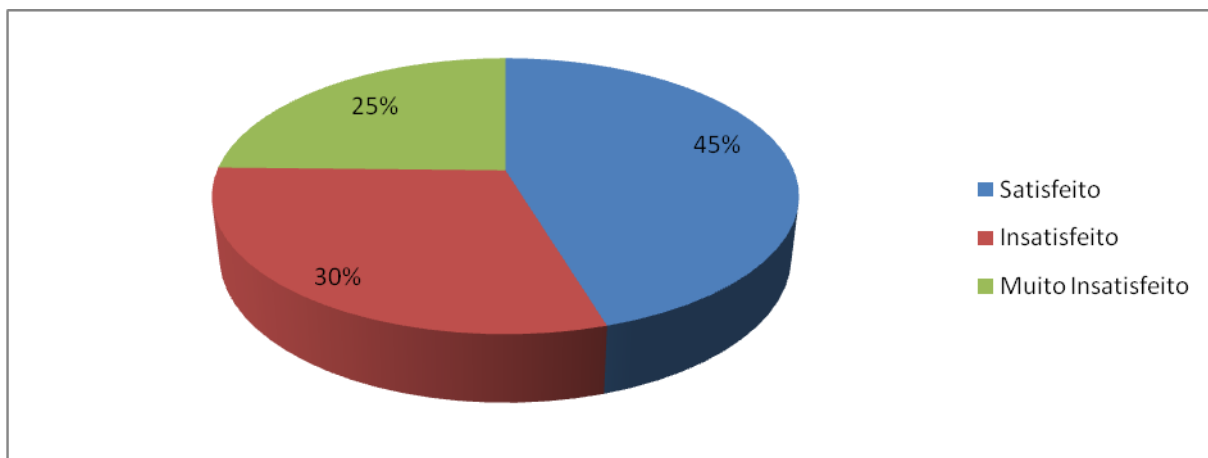
Questionou-se sobre a visão dos empresários com relação às funções da organização contábil.

Neste contexto, verificou-se que na visão dos empresários, algumas funções são consideradas como principais: orientação; assessoria; necessidade representada por ser uma exigência legal imposta pelo fisco e fazer os devidos registros.

Essas funções elencadas pelos respondentes demonstram que esse profissional deve orientar seu cliente de forma correta, respeitando os princípios da contabilidade e éticos, por meio das informações obtidas através dos registros efetuados.

### 3.3.1.13 Avaliação do profissional contábil ao realizar serviço solicitado

Os empresários também foram solicitados para avaliar a capacidade do seu contador em realizar um serviço prometido de forma confiável e precisa, conforme gráfico 19:



**Gráfico 19: Avaliando a capacidade do profissional contábil**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Diante do resultado obtido, observa-se que 45% das entidades relatam satisfação quanto ao serviço do profissional contábil; 30% estão insatisfeitos e 25% estão muito insatisfeitos.

Esse indicativo confirma, segundo a questão anterior, o grau de insatisfação dos empresários pesquisados, pois na questão anterior 66% consideram-se insatisfeitos, agora 55% demonstram que não confiam no trabalho dos profissionais contratados.

### 3.3.1.14 Serviços da organização contábil relevante na visão do empresário

A seguir, apresentam-se quais os serviços contábeis mais relevantes para os empreendedores entrevistados, assim distribuídos de acordo com o quadro 3:

Serviços da organização	Número de empresas	Percentual %
Fazer guias para pagamento	85	57%
Fazer Registro Fiscal	150	100%
Fazer Folhas de pagamento	100	67%
Confeccionar Demonstrativos Contábeis	105	70%
Prestar Assessoria para Administrar a empresa	150	100%
Abertura e Fechamento de empresa	107	71%
Fazer Livros Fiscais	150	100%

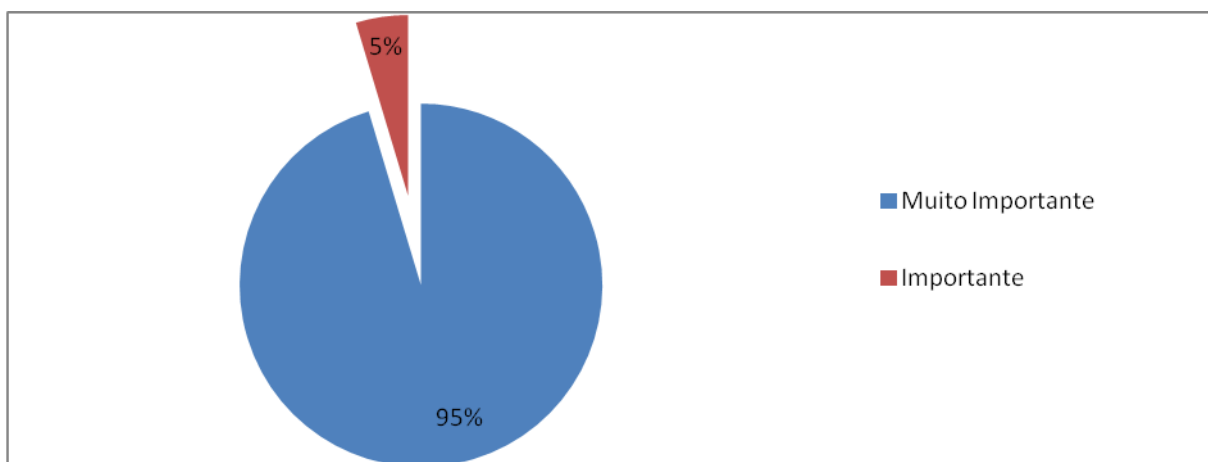
**Quadro 3: Serviços mais relevantes.**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Verificou-se que 100% das entidades pesquisadas relacionam os serviços mais importantes: prestar assessoria para administrar a empresa; fazer registro fiscal e fazer livros fiscais; 71% abertura e fechamento de empresa; 70% consideram confeccionar demonstrativos fiscais; 67% fazer folhas de pagamento e 57% fazer guias de pagamento.

### 3.3.1.15 Importância dos serviços contábeis

Procura-se identificar no gráfico 20 de que forma o empresário avalia a importância dos serviços prestados pelo profissional contábil:



**Gráfico 20: Avaliação da importância dos serviços prestados pelo profissional contábil.**

**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Com base nas informações apresentadas a cima 95% organizações ressaltam que é muito importante os serviços prestados pelo profissional contábil e 5% das entidades ressaltam que é importante os serviços contábeis.

Mesmo insatisfeitos com os serviços prestados pelo profissional contábil observa-se que os empresários acreditam que é muito importante a presença em sua entidade.

### 3.4 Análise dos dados pesquisados

A pesquisa realizada com os empresários do Distrito do Rio Maina possui o intuito de identificar a sua satisfação quanto aos serviços prestados pelos profissionais contábeis, bem como evidenciar suas perspectivas quanto à qualidade destes serviços.

Entre os empreendedores pesquisados, verifica-se que a economia do Distrito do Rio Maina baseia-se no comércio e indústria, assim tributadas em sua maioria pelo SIMPLES Nacional.

Ressalta-se o alto nível de empregos gerados pelas empresas pesquisadas, sendo um total de 2330 colaboradores, demonstrando a capacidade de geração de empregos das pequenas e médias empresas, que impulsionam a economia do Distrito do Rio Maina.

A média de faturamento mensal das empresas desta pesquisa é de até R\$ 10.000,00 e as mesmas encontram-se em no mercado entre 1 e 5 anos. Pode-se observar que 98% das empresas possuem seus serviços contábeis terceirizados com organizações contábeis e, entre esses, 90% realizam a contratação de profissionais de outra localidade, fora do Distrito de Rio Maina.

O valor pago em média mensal referente aos honorários em 80% das empresas é de até R\$ 190,00 e para 70% dos entrevistados o fator que levou à contratação deste profissional é a indicação de alguém de sua confiança. Diante disso, observa-se que prestar um serviço de qualidade, importando-se com o seu cliente sem deixá-lo esperando contribui para futuras indicações e para ampliar sua carteira de clientes.

Ainda com todo avanço tecnológico, o telefone é o meio mais utilizado para o empresário entrar em contato com a organização contábil.

A pesquisa apontou um fator preocupante, pois 66% dos empresários entrevistados não estão satisfeitos com os serviços prestados pelos profissionais contábeis contratados. Este índice é considerável, e relatam que a razão da insatisfação é por falta de visitas e até mesmo a falta de conhecimento relativa às mudanças legislativas. Destaca-se a importância do profissional em manter-se em

constante atualização por meio de educação continuada, palestras, cursos presenciais ou até mesmo via *internet*, podendo assim orientar e sanar as necessidades de seus clientes.

A escrituração fiscal é indicada como serviço prestado a todas as entidades pesquisadas.

O tempo de permanência na atual organização contábil pode variar de 1 até 5 anos. Cabe ressaltar que 93% nunca trocaram de contador; observa-se que em sua maioria se acomodam e mesmo com um alto grau de insatisfação não trocam de profissional contábil, e as que já trocaram relatam que foi por diversos motivos: insatisfação, falta de comprometimento, desrespeito aos princípios éticos por apropriação indevida de valores pagos.

Os demonstrativos contábeis em 80% são utilizados quando solicitados para abertura de conta bancária, abertura de cadastro em um novo fornecedor ou quando fiscalizado por algum órgão.

A principal função do contador na visão dos micro e pequenos empresários é a de registrar os fatos contábeis e assessorar para o melhor desempenho na administração da empresa e orientar seus clientes.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A contabilidade é a ciência que tem como objeto o patrimônio, uma ferramenta importante na gestão de um empreendedor contribuindo com informações de âmbito econômico e financeiro.

Essas informações podem atender as dois usuários: os internos, composto pelo administrador ou sócios auxiliando na tomada de decisão; ou os usuários externos, como banco ou fornecedores que desejam investir na entidade.

A ciência contábil deu seu início na era primitiva através de desenhos e pinturas. Já em 1494 o frade Luca Pacioli, publica a primeira obra composta pelas partidas dobradas, na qual para cada débito existe um crédito de igual valor.

No Brasil, a história da contabilidade não se diferencia das demais, iniciando na pré-história por meio de símbolos até chegar às expedições marítimas pelo primeiro escriturário Pero Vaz de Caminha em 1476. No entanto, o primeiro profissional contador foi Gaspar Lamego, em 1549, nomeado pelo rei Dom João III.

A regulamentação no Brasil para o exercício da profissão contábil é composta por duas categorias: o contador, aquele que possui o diploma de conclusão de curso superior; e o técnico em contabilidade, profissional de nível médio com habilitação de técnico em contabilidade. Ambos devem estar devidamente registrados no CRC e aprovados no Exame de Suficiência, respeitando a Resolução nº 853/99 alterada pela Resolução nº 1.301/10.

Para esses profissionais realizar suas atividades é necessário possuir conhecimentos específicos na área de contabilidade, respeitando os princípios éticos com competência e zelo. Os campos de atuação podem ser classificados em: auditor, professor, pesquisador, perito, analista de balanço, contabilidade pública, cargos executivos ou como empresário de uma organização contábil.

Para uma boa execução de suas atividades, o profissional contábil deve seguir o Código de Ética regido pela Resolução nº 803/96, alterado pela Resolução 1.307/10. Caso infringir a legislação sofrerá punição sob pena da Lei nº 12.249/10.

A especialização é um elemento positivo na carreira de qualquer profissional, não sendo diferente a do contador. A Resolução 960/03 ressalta que é de obrigação do CRC fiscalizar e disciplinar o Programa de Educação Continuada.

Os “guarda-livros”, assim chamados os profissionais dessa área antigamente, foram ganhando espaço para prestação de serviços de natureza contábil. Ele pode constituir uma sociedade ou uma firma individual, desde que possua o Registro Cadastral e tenha o Registro no CRC regularizado.

A classificação dos serviços básicos executados pelo profissional contábil como: escrituração contábil, escrituração fiscal, setor pessoal; serviços especializados, tais como auditoria, assessoria, análise econômica e financeira, consultoria contábil e tributária e planejamento contábil; prestando também serviços de atos constitutivos societários como: alterações, encerramento e atos societários especiais.

Todo processo que agrega valor ao produto pode ser denominado *marketing*. A partir dessa avaliação, o cliente decide se aceita ou não o produto fazendo uma avaliação. É por meio do *marketing* que se pode ampliar a carteira de clientes, agindo com uma postura ética e desempenhando suas funções com transparência, sem diminuir os outros profissionais.

O aviltamento de honorários e a concorrência desleal são vedados a este profissional, o qual apenas deve cobrar obedecendo aos elementos propostos no Código de Ética do profissional contábil.

A qualidade na prestação dos serviços é um dos fatores primordiais para que o cliente permaneça na organização contábil; se dispuser de um bom atendimento conquistará qualidade nos serviços, mantendo a carteira de clientes e conseqüentemente maior satisfação quanto ao seu serviço.

Empresas podem ser classificadas pela pessoa física e jurídica, constituídas por uma ou mais pessoas com o Registro Cadastral pertinente.

Os empresários relataram um grau altíssimo de insatisfação alegando a falta de assessoria e orientação no dia-a-dia das atividades das empresas, nomeando o contador ainda como um profissional que fica atrás de uma mesa registrando e



imprimindo guias para pagamento, aquele que apenas confecciona as guias para pagamento.

Os proprietários das entidades ressaltam que o papel do profissional contábil é muito importante, salientando a sua importância para sociedade e para o âmbito empresarial, pois é ele quem auxilia na tomada de decisão e, por isso, deve manter-se em constante atualização para assim suprir as necessidades das organizações. Com isso tendo um trabalho de qualidade, poderá ampliar sua carteira de clientes, e por consequência sujeito a indicações futuras através de seu *marketing* pessoal e profissional.

Diante deste estudo, mesmo com a opção dos empresários em pagar um valor consideravelmente baixo de honorários ao profissional contábil a pesquisa demonstra que os mesmos não reconhecem o trabalho deste profissional, mantêm-se acomodados na mesma organização contábil e assim tornam-se insatisfeitos. Diante do exposto os respondentes verificam que o papel do profissional contábil e seus serviços são de suma importância no âmbito empresarial e para a sociedade contribuindo na tomada de decisão das entidades.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Ari Ferreira de. **Fundamentos de Contabilidade:** utilizando o EXCEL. São Paulo: Saraiva, 2006. 261p.

ALEMIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. Salvador: Casa da Qualidade, 2001. 143 p.

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias:** um roteiro passo a passo. –Rio de Janeiro: Elsevier, 2007 – 2ª reimpressão. 114 p.

BLATT, Adriano. **Contabilidade:** para quem não entende do assunto. – São Paulo: Negócio Editora, 2000. p. 153.

BORDIN, Sady. **Marketing pessoal 100 dicas para valorizar sua imagem.** 9ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. 160 p.

CÂMARA MUNICIPAL DE CRICIÚMA. Disponível em: [http://camara.virtualiza.net/conteudo\\_detalhe.php?id=182&tipo=l&criterio=](http://camara.virtualiza.net/conteudo_detalhe.php?id=182&tipo=l&criterio=). Acesso em: 02 de Nov. de 2011.

Conselho Federal de Contabilidade. **Resolução CFC nº. 960/2003.** Disponível em: <[http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes\\_sre.aspx?Codigo=2003/000960](http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2003/000960)>. Acesso em: 17 de set. 2011.

\_\_\_\_\_. **Resolução CFC nº. 560/1983.** Disponível em: <[http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes\\_sre.aspx?Codigo=1983/000560](http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=1983/000560)>. Acesso em: 17 de set. 2011.

Conselho Regional de Contabilidade de Santa Catarina. **Código de Ética Profissional do Contabilista:** Resolução CFC nº 803/96, de 10 de outubro de 1996, incluindo alterações das Resoluções CFC nº 819/97, 942/02 e 950/02. 2ª ed. Florianópolis: CRCSC, 2007. 16 p.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade:** resumo da teoria, atendendo às novas demandas da gestão empresarial, exercícios e questões com resposta. – 2ª ed. – São Paulo; Atlas, 1999. 350 p.

DAY, George S. **A empresa orientada para o mercado:** compreender, atrair e manter clientes valiosos. Tradução: Nivaldo Montingelli Jr. Porto Alegre: Bookman, 2001. 265 p.

DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de Marketing.** São Paulo: Saraiva, 2003. 539 p.

FERREIRA, Ricardo José. **Contabilidade básica:** teoria e questões comentadas: finalmente você vai aprender contabilidade. 6ª ed., atualizado de acordo com a Lei nº 11.638/2007. Rio de Janeiro: Ferreira, 2008. 698 p.

FORTES, José Carlos. **Manual do Contabilista:** Uma abordagem teórico-prática da profissão contábil. São Paulo: Saraiva, 2005. 307 p.

\_\_\_\_\_. **Ética e responsabilidade profissional do contabilista.** Fortaleza: Fortes, 2002. 336 p.

GODRI, Daniel. **Conquistar e manter clientes:** práticas diárias que todos conhecem, mas só os bem-sucedidos utilizam. 64ª ed. Blumenau: Eko, 1998. 77 p.

\_\_\_\_\_. **Marketing de ação.** 4ª ed. Blumenau: Eko, 1997. 78p.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação.** 4ª Ed. 2. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007. 288 p.

KOTLER, Philip; HAYES, Thomas; BLOOM, Paul N. **Marketing de serviços profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros.** 2.ed São Paulo: Manole, 2002. 511 p.

KOTLER, Philip. **O marketing sem segredos.** Porto Alegre: Bookman, 2005. 159p.

LEI COMPLEMENTAR 123, de 14 de Dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123.htm>. Acesso em: 17 de Set. de 2011 às 15h e 22min.

LEI 12.249, de 11 de Junho de 2010 (DOU de 14.6.2010). “.... altera os Decretos-Leis nos 9.295, de 27 de maio de 1946, 1.040, de 21 de outubro de 1969,.....”. Disponível em: <http://www.cfc.org.br/conteudo.aspx?codMenu=49>. Acesso em: 30 de Out. de 2011 às 10h e 30min.

LISBOA, Lázaro Plácido (Coord.). **Ética Geral e Profissional em Contabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 174 p.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2006. 257 p.

MARTINS JUNIOR, Joaquim. **Como escrever trabalhos de conclusão de curso: instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos monográficos e artigos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 222 p.

NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. 526 p.

OLIVEIRA, Antônio Benedito Silva (Coord.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003. 177 p.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999. 117 p.

PÊGAS, Paulo Henrique. **Manual de contabilidade tributária**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2007. 666 p.

Portal Rio Maina. Disponível em: <http://www.portalriomaina.com.br>. Acesso em: 25 de Outubro 2011 às 20h 37min.

Receita Federal. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/dipj/2000/Orientacoes/LucroArbitrado.htm>. Acesso em: 18 de Set. 2011 às 15h 35min.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Comercial fácil**. 11 ed. São Paulo: Saraiva, 1996. 365 p.

\_\_\_\_\_. **Contabilidade avançada**. São Paulo: Saraiva, 2005. 490 p.

SÁ, Antônio Lopes de. **A Evolução da Contabilidade**. São Paulo: IOB Thomson, 2006. 430 p.

\_\_\_\_\_. **Consciência Ética**. Curitiba: Juruá, 2008. 194p.

\_\_\_\_\_. **Fundamentos da contabilidade geral:** Com Referências Relativas à Reforma das Sociedades por Ações – Lei 11.638/07. 3ª ed. Curitiba: Juruá, 2008. 316 p.

\_\_\_\_\_. **História geral da contabilidade no Brasil.** Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2008. 280, p.

SILVA, Antônio Carlos Ribeiro; MARTINS, Thomé Sardinha. **História do Pensamento Contábil:** Com ênfase na História da Contabilidade Brasileira. 1. Ed. (ano 2006), 4tir. Curitiba: Juruá, 2009. 240 p.

SILVA, Lázaro Rosa da; BRITO, Valmir Bezerra de. **O Novo Código civil para Contadores.** 2 ed. São Paulo: IOB Thomson, 2004. 309 p.

SILVA, Lourivaldo Lopes da. **Contabilidade Geral e Tributária.** 2 ed. São Paulo: IOB Thomson, 2005. 335 p.

TAFNER, Elisabeth Penzlien et al. **Metodologia do Trabalho Acadêmico.** 2. ed. Curitiba: Juruá, 2009. 140 p.

THOMÉ, Irineu. **Empresas de serviços contábeis:** estrutura e funcionamento. – São Paulo: Atlas, 2001. 178, p.

VAVRA, Terry G. **Marketing de relacionamento:** aftermarketing. Trad. Ailton Bomfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1993. 323, p.

VICTORINO, Carlos Roberto. **Qualidade na organização e nos serviços contábeis:** marketing em serviços. Blumenau: Odorizzi, 1999. 139 p.

VIEIRA, Maria das Graças. **Ética na profissão contábil.** – São Paulo: IOB Thomson, 2006. 124 p.

WAUGH, Troy. **101 estratégias de marketing para empresas de serviços profissionais:** contabilidade e auditoria, advocacia, consultoria; tradução Ailton Bomfim Brandão. – São Paulo: Atlas, 2005. 224 p.

## APÉNDICE

**APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO NA PESQUISA DE CAMPO**

## APÊNDICE A – Questionário Aplicado na Pesquisa de Campo

**A. Caracterização da entidade pesquisada:**

1. Qual a atividade da empresa?

( ) Indústria

( ) Comércio

( ) Serviços

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

2. Qual a forma de tributação da empresa?

( ) Lucro Real

( ) Lucro Presumido

( ) Simples Nacional

( ) Lucro Arbitrado

( ) Não sabe/ Não respondeu

3. Qual o porte da empresa?

( ) Grande Porte

( ) Médio Porte

( ) Pequeno Porte

4. Possui filiais?

( ) Não

( ) Sim Quantas? \_\_\_\_\_

5. Quantos funcionários a empresa possui? \_\_\_\_\_

6. Qual é a média de faturamento mensal?

( ) Até R\$ 10 mil

( ) Mais de R\$ 10 a R\$ 20 mil

( ) Mais de R\$ 20 a R\$ 50 mil

( ) Mais de R\$ 50 a R\$ 100 mil

( ) Mais de R\$ 100 mil

( ) Não sabe/ Não respondeu

7. Quanto tempo a empresa se encontra em atividade? \_\_\_\_\_

**B. Informações relacionadas à prestação dos serviços contábeis:**

1. De que forma a empresa mantém vínculo com o profissional contábil?

- Profissional Contábil é funcionário da empresa
- Contrato de Prestação de serviço com a organização contábil
- Não possui contador contratado

2. Sendo serviço terceirizado, a organização contábil esta situada?

- No Distrito do Rio Maina
- Fora do Distrito do Rio Maina

3. Em se tratando de serviço terceirizado, você conhece a categoria profissional do(s) responsável (is) técnico (s) pelos serviços contábeis da sua empresa?

- Sim, Técnico em Contabilidade;
- Sim Contador;
- Não sabe/ Não respondeu

4. Qual é o valor pago em média (mensalmente) pela prestação de serviços contábeis (honorários)?

- Até R\$ 190,00
- Mais de R\$ 190,00 a R\$ 380,00
- Mais de R\$ 380,00 a R\$ 760,00
- Mais de R\$ 760,00
- Não sabe/ Não respondeu

5. Qual o fator que o levou a contratar a organização contábil?

- Valor do honorário
- Indicação
- Propaganda
- Grau de parentesco
- A localização do escritório
- Outros. Quais? \_\_\_\_\_
- Não sabe/ Não respondeu



**6.** Quais os meios de comunicação utilizados com o contador?

- (  ) *E-mail*
- (  ) MSN
- (  ) Telefone
- (  ) Fax
- (  ) Visita do responsável técnico na empresa
- (  ) Contato pessoalmente na sede da organização contábil
- (  ) Outros. Quais? \_\_\_\_\_

**7.** Indique o grau de satisfação com os serviços prestados pelo profissional contábil?

- (  ) Muito Satisfeito
- (  ) Satisfeito
- (  ) Indiferente
- (  ) Insatisfeito
- (  ) Muito Insatisfeito

**8.** Indique os serviços prestados pela organização contábil:

- (  ) Escrituração Contábil
- (  ) Escrituração Fiscal
- (  ) Setor Pessoal
- (  ) Consultoria Tributária
- (  ) Assessoria
- (  ) Outros. Quais? \_\_\_\_\_
- (  ) Desconheço todos os serviços prestados pela organização contábil.

**9.** Quanto tempo de permanência na atual organização contábil? \_\_\_\_\_

**10.** Você já trocou de contabilidade alguma vez?

- (  ) Não
- (  ) Sim Quantas vezes? \_\_\_\_\_

Qual foi o motivo? \_\_\_\_\_

**11.** Como você utiliza os demonstrativos contábeis?

- (  ) Para tomada de decisão
- (  ) Para arquivo e consulta posterior, se necessário
- (  ) Somente quando exigido por algum órgão fiscalizador ou bancos
- (  ) Não utilizo
- (  ) Não sabe/ Não respondeu

**12.** Para você qual a principal função da organização contábil?

Resposta: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**13.** Como você avalia a capacidade do seu contador em realizar um serviço prometido de forma confiável e precisa?

- ( ) Muito Satisfeito
- ( ) Satisfeito
- ( ) Indiferente
- ( ) Insatisfeito
- ( ) Muito Insatisfeito

**14.** Quais serviços contábeis são mais relevantes para os usuários?

- ( ) Fazer guias para pagamento;
- ( ) Fazer os registros fiscais;
- ( ) Fazer folha de pagamento;
- ( ) Confeccionar os demonstrativos contábeis;
- ( ) Prestar assessoria para administrar a empresa;
- ( ) Abertura e fechamento de empresa;
- ( ) Fazer livros fiscais;
- ( ) Fazer auditoria (verificação erros e fraudes);
- ( ) Não sabe / Não respondeu;
- ( ) Outros serviços. Quais? \_\_\_\_\_

**15.** De que forma você avalia a importância dos serviços prestados pelo profissional contábil?

- ( ) Muito Importante
- ( ) Importante
- ( ) Indiferente
- ( ) Pouco Importante
- ( ) Sem Importância