

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**A QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS ESCRITÓRIOS  
DE CONTABILIDADE**

IDALICE MACHADO DA SILVA

FLORIANÓPOLIS - SC

1999

UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**A QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS ESCRITÓRIOS  
DE CONTABILIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Departamento de Ciências Contábeis, do Centro Sócio Econômico, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Acadêmica: IDALICE MACHADO DA SILVA  
Orientador: PROFº. NIVALDO JOÃO DOS SANTOS – M.Sc.

FLORIANÓPOLIS - SC

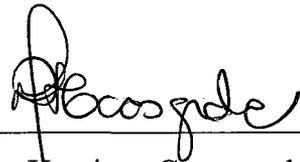
1999

# A QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS ESCRITÓRIOS DE CONTABILIDADE

Autora: IDALICE MACHADO DA SILVA

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média de 9,0 atribuída pela banca pelos professores abaixo nominada.

Florianópolis, Dezembro de 1999.

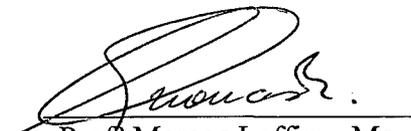


Prof.<sup>a</sup> Maria Denize Henrique Casagrande – M.Sc.  
Coordenadora de Monografia do CCN

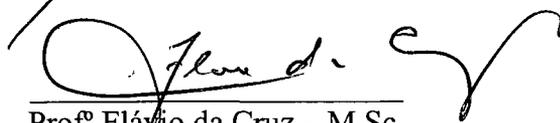
Apresentada perante a banca examinadora, integrada pelos seguintes professores:



Prof.<sup>o</sup> Nivaldo João dos Santos – M.Sc.  
Presidente



Prof.<sup>o</sup> Marcos Laffin – Ms.  
Membro



Prof.<sup>o</sup> Flávio da Cruz – M.Sc.  
Membro

## **AGRADECIMENTOS**

À toda minha família, em especial aos meus pais Ataíde e Rosa Maria que me deram as condições necessárias para chegar a esse princípio de uma nova caminhada.

Ao Professor Nivaldo João dos Santos, pelo acompanhamento e orientação, no decorrer do desenvolvimento deste trabalho, pela sua amizade e dedicação.

Aos meus colegas de Curso pelo companheirismo e amizade em especial a Kalini, Regina, Viviane e Clodoaldo.

A todos os que colaboraram com a pesquisa, contribuindo de forma efetiva para que eu pudesse realizar este trabalho.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	01
1.1 Considerações Iniciais .....	01
1.2 Tema .....	02
1.3 Objetivos .....	02
1.3.1 Objetivo Geral .....	02
1.3.2 Objetivos Específicos .....	02
1.4 Problema .....	03
1.5 Justificativa .....	03
1.6 Metodologia.....	03
<b>2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	05
2.1 Conceito e Objetivos da Contabilidade .....	05
2.1.1 A Contabilidade como Ciência Social .....	05
2.1.2 Objetivos da Contabilidade .....	06
2.1.3 O Exercício da Profissão Contábil e sua Importância no Contexto Social .....	07
2.2 A Informação na Contabilidade .....	09
2.2.1 Características da Informação Contábil .....	09
2.3 O Profissional de Contabilidade .....	14
2.3.1 Papel do Contador nas Organizações Prestadoras de Serviços Contábeis .....	14
2.3.2 Relações entre as Prestadoras de Serviços Contábeis e os Empresários.....	15
2.4 Qualidade .....	17
2.4.1 Conceito de qualidade .....	17
2.4.2 Como se avalia a qualidade .....	19

<b>3 ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS</b> .....	22
3.1 Coleta de dados .....	22
3.2 Questionário aplicado .....	23
3.3 Análise dos dados coletados – Profissionais de Contabilidade .....	25
3.3.1 Informações sociais.....	25
3.3.2 Informações sobre desempenho .....	26
3.3.3 Práticas em prol da melhoria e medição da qualidade .....	32
3.4 Análise dos dados coletados – Clientes (Empresários) .....	36
3.4.1 Informações sociais.....	36
3.4.2 Percepção e necessidade da Contabilidade .....	37
3.4.3 Medição da Satisfação .....	39
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	43
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	45

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Segundo RIPAMONTI (1992;245):

“Comumente denominados de ESCRITÓRIOS DE CONTABILIDADE, as Empresas de Serviços Contábeis, denominação mais apropriada ao futuro perfil, tiveram o início de sua difusão na década de 40, com organizações que possuíam características de realização autônoma dos trabalhos, visto que eram basicamente realizados pelo titular da organização. A partir dos anos 60, concomitantemente ao desenvolvimento econômico da época houve uma evolução maior do aparecimento das empresas de Serviços Contábeis, e que nos anos que se seguiram o desenvolvimento destas”.

Segundo o autor, a evolução dos escritórios de contabilidade se deu em termos quantitativos, o que não representou, salvo exceções, em melhoria da qualidade dos serviços contábeis prestados aos clientes em geral, o que veio a acarretar, conjuntamente com o aumento da interferência governamental na busca da satisfação das suas necessidades fiscais, a fazer com que as empresas de serviços contábeis fossem vítimas de uma desvalorização no mercado.

Grande parte dos profissionais responsáveis pela execução dos serviços contábeis das empresas, não estão sabendo discernir os significados e a devida importância dos seus serviços. Não levando em conta as informações que deveriam ser apresentadas aos seus usuários tanto internos como externos, limitando-se apenas ao cumprimento das exigências estabelecidas pela Legislação Fiscal.

É necessário que o contador se desenvolva constantemente mediante a atualização de seus conhecimentos e o domínio de técnicas sempre mais modernas, de forma a prestar serviços da mais alta qualidade profissional.

Discute-se muito a qualidade das informações contábeis que estão sendo apresentadas aos usuários internos e externos, principalmente no que se refere à pequena e média empresa.

## **1.2 TEMA**

O tema proposto é a análise da qualidade dos serviços contábeis prestados por escritórios de contabilidade aos pequenos e médios empresários, procurando verificar até que ponto estas informações são úteis para a tomada de decisões.

## **1.3 OBJETIVOS:**

### **1.3.1 OBJETIVO GERAL**

Este estudo pretende verificar a existência e a extensão de práticas de qualidade total pelos profissionais de escritórios prestadores de serviços contábeis à pequena e média empresa.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Os objetivos específicos que pretende-se alcançar com o presente estudo são:

- ◇ Definição e objetivos da Contabilidade;
- ◇ Identificar o papel do contador nas organizações prestadoras de serviços contábeis e sua responsabilidade social;
- ◇ Obter a visão do empresário a respeito da contabilidade;
- ◇ Identificar práticas em prol da qualidade, exercidas pelos escritórios de contabilidade.

## **1.4 PROBLEMA**

Os escritórios de contabilidade exercem práticas em prol da qualidade dos serviços e da satisfação dos clientes?

## **1.5 JUSTIFICATIVA**

Esta pesquisa é importante para que possamos avaliar se o que está sendo realizado na prática é a aplicação da teoria que é ensinada na sala de aula, se a contabilidade aplicada a pequenas e médias empresas está atendendo a necessidade dos usuários e se os objetivos da contabilidade estão sendo alcançados com os serviços prestados por escritórios de contabilidade.

No contexto social esta pesquisa contribuirá para verificar se o contador está desempenhando o seu papel, contribuindo para a evolução da contabilidade.

Como uma futura profissional na área de contabilidade, esta pesquisa será importante para a minha formação, pois ampliará os meus conhecimentos, dando-me uma visão mais ampla da área de atuação do profissional de contabilidade, bem como ele deve se comportar perante os usuários dos seus serviços.

## **1.6 METODOLOGIA**

Segundo FERRARI (1974;08), “a ciência é todo um conjunto de atitudes e atividades racionais, dirigidas ao sistemático conhecimento com objeto limitado, capaz de ser submetido à verificação”.

No campo das ciências sociais, a pesquisa tem importância fundamental, principalmente na obtenção de soluções para problemas coletivos.

Segundo GIL (1991;19), “Pode-se definir pesquisa como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”.

Partindo sempre de um problema, de uma interrogação, a pesquisa vai responder às necessidades de conhecimento de certo problema ou fenômeno.

Com base nos procedimentos técnicos utilizados, segundo o seu delineamento podem ser classificadas em: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa experimental, pesquisa “ex-post-facto”, o levantamento e o estudo de caso.

“A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Na maioria dos casos envolvem: a) levantamento bibliográfico; b) entrevistas com pessoas que tiveram experiência práticas com o problema pesquisado; e c) análise de exemplos que “estimulem a **compreensão**” SELLTIZ et al. (1967;63).

SALOMON (1972;179), define monografia como o “tratamento escrito de um tema específico que resulte de interpretação científica com o espaço de apresentar uma contribuição relevante ou original e pessoal à ciência”.

“Trata-se, portanto de um estudo sobre um tema específico ou particular, com suficiente valor representativo e que obedece a rigorosa metodologia. Investiga determinado assunto não só em profundidade, mas também em todos os seus ângulos e aspectos, dependendo dos fins a que se destina” LAKATOS & MARCONI (1982;189).

A presente pesquisa consiste em um estudo exploratório de natureza teórica e prática. Nesse sentido, far-se-á necessária a revisão bibliográfica pertinente, bem como da análise dos serviços contábeis prestados por escritórios de contabilidade.

Este trabalho foi realizado também com apoio de dados de uma pesquisa de campo, utilizando uma amostragem representativa de escritórios de contabilidade situados na grande Florianópolis/SC.

Segundo LAKATOS & MARCONI (1982;64), “pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”.

São vários os métodos de coletas de dados, que variam de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação. As técnicas de pesquisa utilizadas neste trabalho foram a aplicação de questionários aos profissionais de escritórios de contabilidade bem como aos empresários que utilizam estes serviços.

Após a coleta de dados foi feita a análise dos resultados obtidos e através deles responder ao problema que está sendo investigado.

## **2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

### **2.1 CONCEITO E OBJETIVOS DA CONTABILIDADE**

#### **2.1.1 A Contabilidade como Ciência Social**

A ciência refere-se a conhecimentos obtidos através de métodos racionais, é o conhecimento obtido pelas causas, de forma que as verdades investigadas precisam necessariamente serem demonstradas.

Segundo ANDER-EGG in LAKATOS & MARCONI (1992;19), “A Ciência é um conjunto de conhecimentos racionais, certos ou prováveis, obtidos metodicamente sistematizados e verificáveis, que fazem referência a objetos de uma mesma natureza”.

Além de possuir objeto próprio, a contabilidade consiste em conhecimentos obtidos por métodos racionais capaz de serem submetidos a verificação.

De acordo com LAKATOS & MARCONI (1992;21) as ciências possuem objetivo ou finalidade, função e objeto de estudo.

Segundo SOLANGE GARCIA (1997;26), “pode-se considerar nessa caracterização, como objetivo científico da contabilidade, mensurar, explicar, predizer e controlar o resultado das entidades contábeis”.

A função da ciência é o aperfeiçoamento da relação do homem com o seu mundo, a da Contabilidade é gerar informações necessárias para os seus usuários, a fim de que estes tenham conhecimento da situação da entidade num dado momento, com vista à tomada de decisões econômicas relativas à entidade.

Segundo MARION (1993;40), “Qualquer indivíduo, empresa, grupo de empresas ou entidade, que efetue movimentações quantificáveis monetariamente, desde que haja necessidade de manter Contabilidade, será tratado como uma Entidade Contábil”.

O campo de abrangência de uma ciência é delimitado pelo seu objeto. A Resolução Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 774, de 16 de dezembro de 1994, em seu inciso 1.2 define o objeto da contabilidade:

“Na contabilidade, o objeto é sempre o Patrimônio de uma entidade, definido 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 informais, ou a uma sociedade ou instituição de qualquer natureza, independentemente da sua finalidade, que pode, ou não incluir o lucro”.

A Contabilidade conhece a situação do patrimônio em determinado momento através do registro, demonstração e análise dos fatos ocorridos nele. O patrimônio é estudado pela Contabilidade sob seus aspectos qualitativos e quantitativos.

Ainda a Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 774, em seu inciso 1.2, define os aspectos qualitativos e quantitativos do patrimônio, “Por aspecto qualitativo do patrimônio entende-se a natureza dos elementos que o compõem, como dinheiro, valores a receber ou a pagar expressos em moeda, máquinas, estoques de matérias ou de mercadorias e etc.”. e “O atributo quantitativo refere-se à expressão dos componentes patrimoniais em valores, o que demanda que a Contabilidade assuma posição sobre o que seja “Valor”, porquanto os conceitos sobre a matéria são extremamente variados”.

Deste modo, as variações patrimoniais são qualitativamente representadas pelos elementos que compõem o patrimônio e quantitativamente pelos seus respectivos valores.

Segundo HILÁRIO FRANCO (1983;19), “O objeto da Contabilidade é pois o patrimônio, e em torno dele se desenvolvem suas funções, como meio para atingir sua finalidade”.

### **2.1.2 Objetivos da Contabilidade**

IBRACON (1992;58) refere-se à Contabilidade como “um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização”.

A Contabilidade é um dos principais sistemas de controle e informação das empresas. Através da análise das Demonstrações Financeiras pode ser verificada a situação da empresa sob os mais variados enfoques.

O principal objetivo da contabilidade é a informação, ensina HILÁRIO FRANCO (1983;20), “Essas informações são indispensáveis à orientação administrativa, permitindo maior eficiência na gestão econômica da entidade e no controle dos bens patrimoniais”.

De acordo com LEONE (1990;12), “O exercício da Contabilidade não é só registrar, relevar e analisar os atos e fatos administrativos de uma Entidade ou atividade para atender exclusivamente às exigências legais e fiscais”. Segundo o autor, as finalidades desses trabalhos são muito mais amplas e significativas porque dizem respeito às variadas informações úteis que prestam a uma diversidade de usuários.

A Contabilidade possui uma função muito além de atender somente às exigências fiscais. Sua função, seu objetivo principal é o de fornecer informações úteis aos seus usuários, melhor capacitando-os a planejar, controlar suas atividades e fundamentar sua tomada de decisão.

O usuário pode ser definido como qualquer pessoa física ou jurídica que tenha interesse na situação de determinada entidade. Podem ser divididos em dois grupos, os usuários internos e os usuários externos.

Através da Contabilidade os usuários procuram obter informações úteis para a tomada de decisão. À medida em que suas necessidades se modificam, as informações também se modificam e cabe à Contabilidade estar preparada para atender à estas exigências.

### **2.1.3 O Exercício da Profissão Contábil e Sua Importância no Contexto Social**

Segundo LOPES DE SÁ (1989;12), “É da natureza da função do contador produzir o conhecimento contábil, como é do médico produzir aquele da medicina e do economista aquele da economia: isto é axiomático”.

O contador é o profissional que se prepara para prestar à sociedade serviços na área de contabilidade, cabendo a ele, o estudo, a pesquisa e a responsabilidade pela execução dos serviços contábeis.

Para bem desempenhar o seu papel é necessário que o contador tenha competência técnica e postura ética.

De acordo com HILÁRIO FRANCO (1991;27):

“O pleno e eficiente exercício da profissão contábil subordina-se a um processo de aprimoramento da capacidade técnico – profissional de seus componentes, a qual se constitui três fases distintas:

1ª fase: educação e treinamento do candidato a habilitação profissional, compreendendo os estudos teóricos e a experiência prática pré - habilitação;

2ª fase: o exame de competência técnico profissional, por nós conhecido como exame de suficiência, que selecionará aqueles realmente capacitados para o exercício profissional; e

3ª fase: a educação continuada, necessária para manter o profissional atualizado e capacitado durante toda a vida ativa no exercício da profissão”.

Além de ter uma formação escolar adequada, o profissional de contabilidade deve aprimorar-se constantemente, não só na área contábil, mas também em outras áreas tais como: Direito, Matemática Financeira e Informática, afim de atualizar-se e estar capacitado para o exercício de sua profissão.

Segundo MUSSOLINI (1994;79), “A capacidade técnica do Contador propicia aos usuários de seus serviços profissionais duas condições essenciais: segurança e confiabilidade nas informações fornecidas, o que significa, entre outros inúmeros benefícios, tranquilidade nas prestações de contas e subsídios confiáveis e seguro na tomada de decisões econômico – administrativas”.

Em seu Guia de Orientação sobre Ética Profissional, a Federação Internacional de Contadores – IFAC (1988;16) recomenda:

“As pessoas que se dedicam a uma profissão em que oferecem seus conhecimentos e habilidade a serviço dos negócios de terceiros têm responsabilidades e obrigações perante aqueles que confiam em seu trabalho. Um pré-requisito essencial para qualquer grupo de tais pessoas é a aceitação e cumprimento de normas de ética profissional que regulem sua relações com clientes, empregadores, empregados, colegas e com o público em geral”.

O Código de Ética Profissional do Contabilista tem por objetivo fixar a forma pela qual se devem conduzir os contabilistas, quando no exercício profissional, é o guia de conduta do Contador. A respeito do Código de Ética, MUSSOLINI (1994;79), diz que ele “propicia, aos que se utilizam de nossos serviços, a certeza de sigilo sobre seus negócios, a convicção de que cultivamos elevados padrões de conduta pessoal, além de que sabemos manter

independência e imparcialidade de julgamento e preservamos, sem ambigüidades, a dignidade e a honra da profissão”.

Além de Competência Técnica e Postura Ética, MUSSOLINI (1994;79) acredita que o profissional de Contabilidade, para melhor concorrer no processo da evolução da profissão, precisaria também de Aprimoramento Cultural e Participação Política e Social.

A respeito do comportamento cultural, MUSSOLINI (1994;79) nos diz que a elevação do nível cultural do profissional da Contabilidade possibilita que sua presença seja marcada com respeito e simpatia, em todos os meios em que convive, especialmente nos ambientes em que desenvolve seus trabalhos técnicos, quando, nos momentos de lazer ou nas pausas do labor cotidiano, tem oportunidade de manifestar seus conhecimentos sobre assuntos e problemas alheios ao dia-a-dia da sua profissão.

Quanto à participação social do profissional da Contabilidade, segundo aquele autor, a sua maior ou menor participação deflui da convicção íntima e consciente de cada profissional de que o exercício da sua atividade técnica é útil à coletividade da qual é integrante.

A satisfação e o orgulho do profissional de Contabilidade, que decorre do sentido social e útil de sua atividade prática, se dá através da certeza de que o exercício da sua profissão propicia a seus usuários informações que lhes permitem optar por soluções mais apropriadas com os interesses do bem público, quando este estiver envolvido.

A contabilidade está diretamente ligada ao desenvolvimento econômico, institucional e social das sociedades, tendo que satisfazer cada vez mais o usuário, que é o seu grande cliente, e estes, vem mudando sua postura com relação a informação contábil, através da globalização da economia e do surgimento de grandes grupos empresariais. Assim, a atuação social do contador vem aumentando cada vez mais, pois cada vez mais os usuários da contabilidade necessitam de informações.

## **2.2 A INFORMAÇÃO NA CONTABILIDADE**

### **2.2.1 Características das Informações Contábeis**

A informação sempre foi instrumento essencial em qualquer atividade humana. Na economia globalizada em que vivemos há uma grande concorrência e para poder competir neste cenário, e crescer de acordo com objetivos estabelecidos, é preciso estar correta e

tempestivamente informado, ou seja, a informação deve ser correta e chegar ao usuário a tempo para que ele possa tomar a decisão adequada.

Sobre a necessidade de informações contábeis para os administradores, Gray (1977;23-39) alerta que “os dados contábeis são necessários aos administradores para que eles comparem os resultados reais e planejados em termos de receitas e despesas e para determinar se é preciso tomar alguma medida corretiva”.

Segundo NELSON GOUVEIA (1991;02), “através dos dados fornecidos pela contabilidade os administradores podem estar normalmente munidos de informações que lhes responderão a uma série de questões com vistas a tomada de decisões, e estas informações lhes permitirão medir os resultados da empresa e avaliar seu próprio desempenho na administração dos negócios que lhe foram confiados”.

De acordo com a Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 785, de 28 de julho de 1995, em seu inciso 1.1.2, “as informações geradas pela Contabilidade devem propiciar aos seus usuários base segura às suas decisões, pela compreensão do estado em que se encontra a Entidade, seu desempenho, sua evolução, riscos e oportunidades que oferece”.

Assim, as informações contábeis, expressadas através de demonstrações contábeis, livros, planilhas, listagens, pareceres, laudos e de muitas outras formas, devem proporcionar aos seus usuários bases seguras às suas decisões e possibilitar o acompanhamento da entidade, permitindo a análise e a avaliação dos resultados através dos tempos como também, projeções sobre seus eventos futuros.

Em relação aos atributos que devem estar contidos nas informações contábeis, a mesma Resolução define em seu inciso 1.3.1: “A informação contábil deve ser, em geral e antes de tudo, veraz e equitativa, de forma a satisfazer as necessidades comuns a um grupo de diferentes usuários, não podendo privilegiar deliberadamente nenhum deles, considerando o fato de que os interesses destes nem sempre são coincidentes”.

A informação contábil deve procurar exprimir a veracidade dos fatos e favorecer o entendimento de todos, sem privilegiar ou favorecer certos usuários, levando em consideração os diferentes interesses de cada grupo de usuários.

Em seu inciso 1.3.2, a mesma Resolução define: “A informação contábil, em especial aquela contida nas demonstrações contábeis, notadamente as previstas em legislação, deve propiciar revelação suficiente sobre a Entidade, de modo a facilitar a concretização dos propósitos do usuário, revestindo-se de atributos entre os quais são indispensáveis os seguintes: confiabilidade, tempestividade, compreensibilidade e comparabilidade”.

O Conselho Federal de Contabilidade define que as informações contábeis devem mostrar aos usuários a situação da entidade de maneira que facilite a estes a concretização dos seus objetivos, ou seja, que através delas o usuário possa tomar decisões precisas com maior segurança.

### **2.2.1.1 Confiabilidade**

A Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 785, de 28 de julho de 1995, em seu inciso 1.4, trata sobre o atributo da Confiabilidade:

#### **“1.4 – DA CONFIABILIDADE**

1.4.1 – A confiabilidade é o atributo que faz com que o usuário aceite a informação contábil e a utiliza como base de decisões, configurando, pois, elemento essencial na relação entre aquele e a própria informação.

1.4.2 – A confiabilidade da informação fundamenta-se na veracidade, completeza e pertinência do seu conteúdo.

§ 1º A veracidade exige que as informações contábeis não contenham erros ou vícios, e sejam elaboradas em rigorosa consonância com os Princípios Fundamentais de Contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade, e, na ausência de norma específica, com as técnicas e procedimentos respaldados na ciência da Contabilidade, nos limites de certeza e previsão por ela possibilitados.

§ 2º A completeza diz respeito ao fato de a informação compreender todos os elementos relevantes e significativos sobre o que pretende revelar ou divulgar, como transações, provisões, análises, demonstrações, juízos ou outros elementos.

§ 3º A pertinência requer que seu conteúdo esteja de acordo com a respectiva denominação ou título”.

O CFC define que a confiabilidade é um atributo da informação da qual o usuário deve aceitá-la e utilizá-la para embasar as suas decisões, pois a confiabilidade fundamenta-se na veracidade, completeza e pertinência do seu conteúdo, desta forma, para que a informação seja dotada de confiabilidade é preciso que esta não contenha erros, estando de acordo com os princípios e as normas estabelecidas por lei, que compreenda todos os elementos relevantes e significativos sobre o que pretende evidenciar, e que seu conteúdo esteja de acordo com a sua denominação.

### 2.2.1.2 Tempestividade

A Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 785, de 28 de julho de 1995, em seu inciso 1.5, trata sobre o atributo da Tempestividade:

#### “1.5 – DA TEMPESTIVIDADE

1.5.1 – A tempestividade refere-se ao fato de a informação contábil deve chegar ao conhecimento do usuário em tempo hábil, a fim de que este possa utilizá-lo para seus fins.

1.5.2 – Nas informações preparadas e divulgadas sistematicamente, como as demonstrações contábeis, a periodicidade deve ser mantida.

Parágrafo único. Quando por qual motivo, inclusive de natureza legal, a periodicidade for alterada, o fato e suas razões devem ser divulgados junto com a própria informação”.

Para que a informação esteja imbuída de tempestividade a periodicidade das demonstrações contábeis deve ser mantida e deve chegar ao usuário no tempo certo para que este possa utilizá-lo para os fins que se fizerem necessário e se por algum motivo essa periodicidade for alterada, o fato e suas razões devem ser publicados junto com as próprias informações para que os usuários estejam cientes de sua causa.

### 2.2.1.3 Compreensibilidade

A Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 785, de 28 de julho de 1995, em seu inciso 1.6, trata sobre o atributo da Compreensibilidade:

#### “1.6 – DA COMPREENSIBILIDADE

1.6 – A informação contábil deve ser exposta na forma mais compreensível ao usuário a que se destine.

§ 1º A compreensibilidade presume que o usuário disponha de conhecimentos de Contabilidade e dos negócios e atividades da Entidade, em nível que o habilite ao entendimento das informações colocadas à sua disposição, desde que se proponha analisá-las, pelo tempo e com a profundidade necessários.

§ 2º A eventual dificuldade ou mesmo impossibilidade de entendimento suficiente das informações contábeis por algum usuário jamais será motivo para a sua não-divulgação.

1.6.2 – A compreensibilidade concerne à clareza e objetividade com que a informação contábil é divulgada, abrangendo desde elementos de natureza formal, como a organização espacial e recursos gráficos empregados, até a redação e técnica de exposição utilizadas.

§ 1º A organização espacial, os recursos gráficos e as técnicas de exposição devem promover o entendimento integral da informação contábil, sobrepondo-se, pois, a quaisquer outros elementos, inclusive de natureza estética.

§ 2º As informações contábeis devem ser expressas no idioma nacional, sendo admitido o uso de palavras em linguagem estrangeira somente no caso de manifesta inexistência de palavra com significado idêntico na língua portuguesa”.

Este atributo refere-se a compreensão da informação por parte do usuário. Esta deve ser o mais compreensível possível para que o usuário a compreenda de maneira mais fácil. Está presumido na compreensibilidade que o usuário conhece a Contabilidade bem como os seus negócios e atividades da empresa para que através de análises ele entenda as informações que estão sendo disponíveis. Jamais será admitido a não-divulgação das informações contábeis por motivo de dificuldade ou impossibilidade de entendimento suficiente por parte dos usuários.

A informação será mais ou menos compreensível de acordo com a clareza e objetividade com que estas são divulgadas aos seus usuários, englobando também a forma como são apresentadas, destacando-se que os recursos utilizados para o melhor entendimento devem se sobrepor aos aspectos estéticos.

O idioma utilizado será o nacional, admitindo-se o uso de palavras em língua estrangeira somente nos casos em que não exista significado idêntico na língua portuguesa, facilitando assim o entendimento por parte de todos os usuários.

#### **2.2.1.4 Comparabilidade**

A Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 785, de 28 de julho de 1995, em seu inciso 1.7, trata sobre o atributo da Comparabilidade:

##### **“1.7 – DA COMPARABILIDADE**

1.7.1 – A comparabilidade deve possibilitar ao usuário o conhecimento da evolução entre determinada informação ao longo do tempo, numa mesma Entidade ou em diversas Entidades, ou a situação destas num momento dado, com vista a possibilitar-se o conhecimento das suas posições relativas.

1.7.2 – A concretização da comparabilidade depende da conservação dos aspectos substantivos e formais das informações.

Parágrafo único. A manutenção da comparabilidade não deverá constituir elemento impeditivo da evolução qualitativa da informação contábil”.

De acordo com este atributo o usuário poderá acompanhar a evolução de determinada informação ao longo do tempo, seja numa única entidade ou em várias, possibilitando também o conhecimento da situação em que se encontra a entidade num dado momento afim de conhecer suas posições relativas. Através da comparabilidade o usuário poderá avaliar a evolução da Entidade bem com, acompanhar seu desempenho através dos tempos.

Para que a comparabilidade exista é necessário que os aspectos substantivos e formais da informação sejam conservados, contudo, a sua manutenção não deverá impedir a evolução da qualidade da informação contábil, ou seja, a informação pode e deve evoluir sem que se altere a sua essência e forma.

## **2.3 O PROFISSIONAL DE CONTABILIDADE**

### **2.3.1 Papel do Contador nas Organizações Prestadoras de Serviços Contábeis**

Segundo NASI (1995;13), “As empresas prestadoras de serviços contábeis, os escritórios de contabilidade, surgiram da dificuldade de algumas empresas, principalmente as de pequeno e médio porte em manter um profissional de contabilidade dentro da própria empresa, visto que, na medida em que o país se desenvolvia o poder público passou a cobrar certas informações de seus contribuintes, que deveriam ser prestadas por profissionais especializados e seria economicamente inviável para este tipo de empresa manter um profissional para esse fim”.

Hoje, com a evolução da contabilidade e com o crescimento do número de empresas, os escritórios de contabilidade passaram a prestar serviços não somente à micro e pequenas empresas mas também a empresas de médio e grande porte. Assim, os escritórios de contabilidade passaram a atuar em empresas de diversos portes, e em diversas áreas, prestando serviços ao comércio, à indústria, às entidades prestadoras de serviços, às atividades rurais, às entidades sem fins lucrativos, aos órgãos públicos e aos profissionais autônomos.

Segundo FREITAS (1989;18), “A importância da empresa de serviços contábeis dependerá dos próprios empresários de serviços contábeis, 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, com a idoneidade profissional e, principalmente, com a ética profissional”.

O papel do contador dentro das empresas de serviços contábeis é de grande importância, pois dele dependerá o sucesso de sua empresa, e para alcançar esse sucesso é preciso observar também outros fatores que influenciam na qualidade dos seus serviços, como a imagem da sua empresa perante o seu cliente, bem como das pessoas que fazem parte dela.

O Contador que exerce suas atividades em um escritório de contabilidade, responde por vários usuários, seus clientes. Daí a necessidade da construção de uma boa imagem de seu escritório transmitindo profissionalismo, segurança, seriedade e criatividade.

De acordo com MARION (1998;18), para superar as expectativas do cliente é necessário muita competência, habilidade, marketing pessoal e criatividade do profissional. O autor destaca a necessidade de se ter uma marca pessoal, destacando para o seu cliente o que o seu serviço se diferencia dos outros e deixar claro qual o benefício que se trará para o cliente.

Através da sua marca, o profissional de contabilidade será reconhecido por seus clientes e por aqueles que procuram por seus serviços, pois ele será reconhecido através da qualidade do seu trabalho e por aquilo que o diferencia dos demais, um trabalho eficiente, com qualidade.

### **2.3.2 Relações entre as Prestadoras de Serviços Contábeis e os Empresários**

O empresário é aquele que dirige uma empresa, que tem a função de administrar, gerenciar integralmente a entidade ou parte dela.

Para bem administrar, à luz dos princípios de administração científica, que envolve: planejamento, organização, direção e controle, o administrador precisa de instrumentos que lhe permitam coletar dados, acompanhar o desenvolvimento das ações administrativas, apurar os resultados de sua administração e ao mesmo tempo lhe ofereça ferramentas para fazer previsões e projeções futuras.

Para HORGREN (1978;21):

“ um sistema contábil é um meio formal de se reunirem dados para ajudar e coordenar decisões à luz das metas ou objetivos gerais de uma organização O sistema contábil é o maior sistema de informações quantitativas de quase todas organizações e fornece informações para três finalidades amplas:

- 1 – relatórios internos a administradores, para uso no planejamento e controle das atividades de rotina;
- 2 – relatórios internos a administradores, para serem usados no planejamento estratégico;
- 3 – relatórios externos para acionistas, para o governo e para outros interessados externos”.

A Contabilidade é o instrumento que fornece ao administrador dados e informações a respeito da entidade, dando-lhe subsídios para suas ações e contribuindo para que atinja seus fins.

Os empresários, os clientes dos escritórios de contabilidade, são os principais usuários da contabilidade e é para eles que o contador deve direcionar toda sua atenção, no sentido de lhes prestar um serviço com qualidade, de mantê-lo informado sobre a situação da empresa e de fornecer-lhes informações úteis para a tomada de decisões, bem como mostrar a utilidade e a importância que a contabilidade tem perante a sua empresa.

Segundo SPINELLI (1999;27):

“O cliente externo é o tomador do serviço, e que encontra enormes dificuldades em qualificar a pretensão desejada. A maioria visualiza os aspectos fiscais; não quer incomodação com o fisco. Culturalmente, a questão organizacional e estrutural das pequenas e médias empresas é um mal enraizado sempre foi assim; a Lei do Jeitinho; o Mal de Gérson, que ainda persiste no meio empresarial e do escritório que aceita o jogo”.

E ainda:

“o cliente vai ao mercado em busca de um serviço de menor preço; entende que o valor a ser pago é um alto custo, necessário somente para atender aos aspectos fiscais. Falta ao empresário a visão de que a Contabilidade é o investimento da preservação do patrimônio e das informações gerenciais. Ou, então, são os próprios profissionais da Contabilidade, que não conseguem transmitir a valorização do seu produto, investindo em si próprios, no aperfeiçoamento contínuo e na agregação de mais valor ao serviço prestado”.

A questão organizacional e estrutural das pequenas e médias empresas, segundo o autor, já é um mal enraizado, ou seja, sempre foi assim. A maioria dos pequenos e médios empresários se preocupam somente com o fisco, com os impostos que teriam que pagar ao governo. Pode-se afirmar que a grande maioria destes empresários desconhecem a amplitude da Contabilidade, utilizam-na basicamente para fins fiscais, quando deveriam utilizá-la também para auxiliá-los na tomada de decisões.

MARION (1998;18), “No que tange à Contabilidade, pode-se dizer que ela só é útil se acrescentar valor, se seu benefício for mais representativo que o custo de fazê-la. Assim, a prestação de serviços fiscais, aspectos burocráticos como fim, nunca acrescentarão valor”.

A falta de conhecimento acerca de contabilidade e dos usos da informação por parte dos empresários é de responsabilidade do contador, pois uma de suas funções é instruir o seu cliente, de orientá-lo sobre o que é a contabilidade, qual a importância dela para a sua empresa e fornecer-lhes informações para que estes possam tomar decisões.

Se por um lado, a grande maioria dos pequenos e médios empresários utilizam a contabilidade para fins fiscais, uma grande maioria dos escritórios de contabilidade também estão voltados apenas para a área fiscal, ou seja, se preocupam apenas com o recolhimento dos impostos, fazem escrituração por uma questão meramente legal, e não para fornecer-lhe informações. Este tipo de serviço não acrescenta valor, nem trazem benefícios para os usuários da contabilidade, comprometendo assim, o “status” da Contabilidade e contribuindo para a desvalorização do profissional de Contabilidade.

## 2.4 QUALIDADE

### 2.4.1 Conceito de Qualidade

A palavra qualidade tem uma série de definições, que podem ou não incluir referência ao interesse do consumidor. Contudo, as mais recentes dão ênfase a completa satisfação do consumidor com o produto ou serviço final fornecido.

Segundo CAMPOS (1992;02), “Um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo certo às necessidades dos clientes.

Portanto, em outros termos pode-se dizer:

- a. ... que atende perfeitamente... = PROJETO PERFEITO
- b. ... de forma confiável... = SEM DEFEITOS
- c. ... de forma acessível... = BAIXO CUSTO
- d. ... de forma segura... = SEGURANÇA DO CLIENTE
- e. ... no tempo certo... = ENTREGA NO PRAZO CERTO, NO LOCAL CERTO E NA QUANTIDADE CERTA”.

Assim, para que um serviço tenha qualidade é necessário que satisfaça as expectativas dos usuários, que ofereçam segurança, confiança, que sejam executados no tempo certo e com baixo custo.

Segundo CAMPOS (1992;11):

“Uma empresa honesta só pode sobreviver dentro de uma sociedade se for para contribuir para a satisfação das necessidades das pessoas. Este é o seu objetivo principal. Se este fato é tomado como premissa, a primeira preocupação da administração da empresa deve ser a satisfação das necessidades das pessoas afetadas pela sua existência. Sob este aspecto, a primeira prioridade da empresa são os consumidores. É necessário, e mesmo vital para a empresa, que eles se sintam satisfeitos por um longo tempo após a compra do seu produto ou a utilização do seu serviço”.

Para que uma empresa sobreviva ao longo dos tempos, é necessário que se preocupe, dentre outras coisas, com a satisfação dos seus clientes, pois a preferência do consumidor pelo seu serviço em relação ao do concorrente é que garantirá a sua sobrevivência. A empresa atinge o seu objetivo principal, sua sobrevivência através da satisfação da necessidade das pessoas, através da prática do Controle da Qualidade Total.

De acordo com MARION (1998;19), “os profissionais contábeis brasileiros tem dificuldade em adaptar-se a “era do cliente”. Os *slogans* “o cliente em primeiro lugar” ou “o cliente sempre tem razão” ou “o cliente satisfeito sempre está disposto a nos remunerar melhor” ou “o usuário (cliente) da Contabilidade é a pessoa mais importante no mundo contábil” ainda não têm causado a ressonância desejada na classe contábil brasileira.”

“O **cliente** é o principal objetivo de toda empresa de contabilidade, sendo o centro de tudo, e é o fator de existência e da permanência da empresa de contabilidade no mercado consumidor de serviços” VICTORINO (1999;29).

Em qualquer tipo de empresa, o cliente deveria estar em primeiro lugar, pois é através dele que a empresa atinge o seu objetivo. Nas empresas prestadoras de serviços contábeis não pode ser diferente, o cliente tem que estar em primeiro lugar, o serviço contábil terá que acrescentar valor e satisfazer o cliente, caso contrário a empresa não sobreviverá nos dias de hoje.

## 2.4.2 Como se Avalia a Qualidade

Segundo CAMPOS (1992;13), o controle da qualidade total tem as seguintes características básicas:

- a. É um sistema gerencial que parte do reconhecimento das necessidades das pessoas e estabelece padrões para o atendimento destas necessidades.
- b. É um sistema gerencial que visa manter os padrões que atendem às necessidades das pessoas.
- c. É um sistema gerencial que visa melhorar (continuamente) os padrões que atendem às necessidades das pessoas, a partir de uma visão estratégica e com abordagem humanista”.

Através dessas características básicas, o controle de qualidade total atende aos objetivos da empresa, pois é um sistema gerencial que reconhece a necessidade das pessoas, estabelece e mantém padrões para o atendimento dessas necessidades, visando melhorá-los a partir de uma visão estratégica.

“Como o objetivo de uma “organização humana” (empresas, escolas, hospitais, etc.) é satisfazer as necessidades das pessoas, então o objetivo, o fim, o resultado desejado de uma empresa é a Qualidade Total” CAMPOS (1992;14).

Segundo o autor, Qualidade Total são todas aquelas dimensões que afetam a satisfação das necessidades das pessoas e por conseguinte a sobrevivência da empresa. Estas dimensões são: Qualidade, Custo, Entrega, Moral e Segurança.

“A Qualidade é a dimensão que está diretamente ligada à satisfação do cliente interno ou externo. Portanto a qualidade é medida através das características da qualidade dos produtos ou serviços finais ou intermediários da empresa. Ela inclui a qualidade do produto ou serviço (ausência de defeitos e presença de características que irão agradar o consumidor), a qualidade da rotina da empresa (previsibilidade e confiabilidade em todas as operações), a qualidade do treinamento, a qualidade da informação, a qualidade das pessoas, a qualidade da empresa, a qualidade da administração, a qualidade dos objetivos, a qualidade do sistema, a qualidade dos engenheiros, etc.” CAMPOS (1992;14)

Para a empresa atingir o seu objetivo que é a Qualidade Total, ela deve medir os resultados para ver se os objetivos foram alcançados. Deve-se medir a qualidade do produto ou serviço, o número de reclamações dos clientes, o custo do produto ou serviço, entre outros.

VICTORINO (1999;56) mostra alguns indicadores de qualidade:

- COMO AVALIAR A QUALIDADE DOS SERVIÇOS?
  - Pesquisas Periódicas.
  - Pontualidade no pagamento dos honorários.
  - Quantidade de reclamações.
  - Baixo índice de retrabalho.
  - Cliente **feliz** = cliente **satisfeito**.
  - Retorno do cliente (*feedback*).
  
- COMO AVALIAR A SATISFAÇÃO DO CLIENTE?
  - Pesquisas periódicas.
  - Mantendo-se próximo ao cliente.
  - Contato direto com o cliente.
  - Nível de cancelamento dos serviços.
  - Questionamento dos honorários.
  
- COMO IDENTIFICAR SE O MEU CLIENTE AVALIA BEM OS SERVIÇOS QUE PRESTAMOS PARA ELE?
  - Pesquisas periódicas
  - Se ele nos considera como seus aliados.
  - Se ele nos considera como seus parceiros.
  - Pela sua fidelidade.
  - Pela indicação de novos clientes.
  - Pelo uso e a busca da informação contábil.
  
- COMO MELHORAR OS SEVIÇOS PRESTADOS AO CLIENTE?
  - Pesquisas periódicas.
  - Atendimento exemplar.
  - Não cometer erros “básicos”.
  - Não deixar o cliente esperando.
  - Surpreendê-lo com agilidade.
  - Mantendo-o informado (mudanças/leis/fatos).
  - Ser rápido nos questionamentos/consultas.

Através de pesquisas periódicas e de outras maneiras citadas poderá ser avaliada a qualidade dos serviços prestados, a satisfação do cliente, bem como identificar se o cliente está avaliando bem o serviço que lhe é prestado e como melhorar os serviços prestados aos clientes.

## **3 ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS ESCRITÓRIOS DE CONTABILIDADE**

### **3.1 COLETA DE DADOS**

A coleta de dados utilizada foi obtida mediante a aplicação de questionários de pesquisas. Os escritórios foram escolhidos aleatoriamente de acordo com uma lista fornecida pelo Conselho Regional de Contabilidade/SC.

Os questionários foram entregues pessoalmente para os proprietários dos escritórios de contabilidade. Inicialmente a intenção era de que os profissionais indicassem 02 (dois) ou 03 (três) clientes do seu escritório para serem aplicados os questionários específicos para clientes, contudo, não deu certo, pois os profissionais de contabilidade ficaram com receio de indicar clientes com medo de que eles poderiam se “alertar” para algo que o escritório não estava lhe proporcionando. Mas alguns escritórios, poucos, não viram problema nenhum e forneceram endereços dos clientes para que o entrevistador pudesse fazer a pesquisa com eles.

Foram aplicados 50 (cinquenta) questionários aos profissionais de contabilidade. Alguns responderam na hora, com muita boa vontade de ajudar, outros porém, alegando falta de tempo preferiram ficar com o questionário para ser entregue depois, mais uma grande maioria destes que ficaram para ser entregue outro dia, não estavam prontos, os profissionais de contabilidade alegavam falta de tempo ou esquecimento. Depois de ir uma, duas, três e até quatro vezes no mesmo escritório eles finalmente entregavam os formulários respondidos.

Quanto aos clientes, tinha-se a intenção de aplicar 100 (cem) questionários, contudo, face ao reduzido número de endereços fornecidos pelos escritórios de contabilidade, ficou impossível aplicar tal quantidade, porque até mesmo os clientes que os escritórios de contabilidade indicaram não queriam responder por falta de tempo. O que prova que eles não estão muito interessados com os serviços que os escritórios de contabilidade prestam a eles.

Pela dificuldade encontrada em aplicar os questionários aos escritórios e aos clientes foram conseguidos poucos questionários, porém, uma amostra significativa e válida para de fazer uma análise sobre os serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

Foram obtidos um total de 33 (trinta e três) questionários respondidos por profissionais de contabilidade e um total de 21 (vinte e um) questionários respondidos por clientes destes escritórios.

### **3.2 QUESTIONÁRIO APLICADO**

O questionário foi elaborado de forma a permitir a obtenção de informações sobre a geração das informações contábeis, sobre a possibilidade de utilização dessas informações sobre a tomada de decisões e sobre as práticas em prol da melhoria da qualidade nos serviços prestados.

Os questionários aplicados aos proprietários dos escritórios de contabilidade foram divididos em três blocos de perguntas de forma a obter as seguintes informações:

- BLOCO I – INFORMAÇÕES SOCIAIS:
  - Sexo
  - Idade
  - Nível de escolaridade
  - Satisfação com a profissão
  
- BLOCO II – INFORMAÇÕES SOBRE DESEMPENHO:
  - Os objetivos da Contabilidade de forma geral
  - Relacionamento com os clientes
  - Tipo de relatórios emitidos para os clientes
  - Frequência da emissão dos relatórios
  - Aconselha os clientes a tomarem decisões a partir destes relatórios
  - O tipo de decisões e em que área podem ser tomadas estas decisões

### BLOCO III – PRÁTICAS EM PROL DA MEDIÇÃO E DA MELHORIA DA QUALIDADE:

- Participação e frequência em cursos de atualização, palestras, seminários, etc.
- Visitas a Clientes
- Pesquisa sobre a satisfação dos clientes
- Oferecimento de novos produtos aos seu clientes

Os questionários aplicados aos clientes dos escritórios de contabilidade também foram divididos em três blocos de perguntas de forma a obter as seguintes informações:

#### BLOCO I - INFORMAÇÕES SOCIAIS:

- Sexo
- Idade
- Nível de escolaridade
- Porte da empresa
- Ramo de atividade da empresa

#### BLOCO II – PERCEPÇÃO E NECESSIDADE DA CONTABILIDADE:

- Qual o objetivo da Contabilidade
- Importância da Contabilidade para a empresa
- Tipo de relatórios que recebe do escritório de contabilidade
- Tipo de decisões tomadas a partir desses relatórios

#### BLOCO III – MEDIÇÃO DA SATISFAÇÃO:

- Periodicidade das visitas do contador
- Recebimento dos relatórios contábeis nos prazos acordados
- Satisfação com os relatórios contábeis que recebe
- Pesquisa sobre a satisfação do cliente pelo escritório de Contabilidade e qual a frequência
- Se o escritório de Contabilidade têm oferecido outros tipos de produtos

### 3.3 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS – PROFISSIONAIS DE CONTABILIDADE

#### 3.3.1 Informações Sociais

Quanto a idade dos profissionais de Contabilidade, os resultados obtidos indicaram que a maioria dos responsáveis pelas empresas de serviços contábeis tem entre 30 e 50 anos.

A maioria dos profissionais de contabilidade pesquisados são do sexo masculino, no total, são 29 homens e apenas 4 mulheres.

Dentre as pessoas que responderam os questionários, 19 (dezenove) eram técnicos em contabilidade e 14 (quatorze) Contadores, ou seja, 57,60% dos profissionais de contabilidade pesquisados que exercem a profissão possuem apenas o 2º grau Técnico em Contabilidade e 42,40% possuem nível superior em Ciências Contábeis.

Os dados obtidos quanto à idade, sexo e nível de escolaridade estão descritos na tabela abaixo:

Tabela 3.3.1a – Informações Sociais

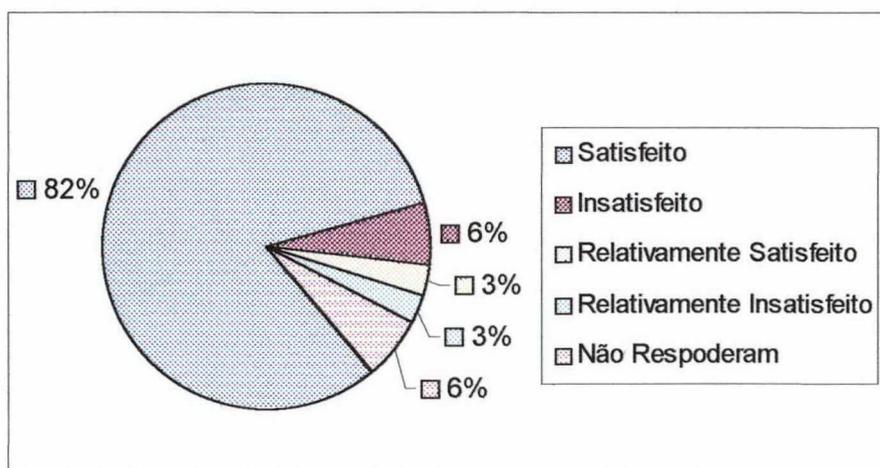
IDADE			
Discriminação	Frequência	Frequência %	Frequência Acumulada
até 25 anos	4	12	12
de 25 até 30 anos	4	12	24
de 30 até 40 anos	8	24	48
de 40 até 50 anos	11	33	81
Acima de 50 anos	6	19	100
Total	33	100	

SEXO			
Discriminação	Frequência	Frequência %	Frequência Acumulada
Masculino	29	88	88
Feminino	4	12	100
Total	33	100	

NÍVEL DE ESCOLARIDADE			
Discriminação	Frequência	Frequência %	Frequência Acumulada
Técnico contábil	19	57,6	57,6
Contador	14	42,4	100
Total	33	100	

No que se refere à satisfação dos profissionais de contabilidade com a sua profissão, 27 (vinte e sete) responderam que se sentem satisfeitos, 01 (um) relativamente satisfeito, 02 (dois) não estão satisfeitos, 02 (dois) não responderam e 01 (um) relativamente insatisfeito. Segundo este profissional, “de modo geral, há uma insatisfação relativa, porque você se dedica ao bom atendimento ao cliente e o retorno por parte deles é pouco, sem contar com a inadimplência que chega a quase 50%.”

Gráfico 3.3.1b – Satisfação com a Profissão



### 3.3.2 Informações sobre desempenho

A pergunta n.º 05 tinha o propósito de obter a percepção dos propósitos da contabilidade. Neste sentido, os Técnicos de Contabilidade responderam o seguinte:

“Fornecer informações precisas, simples e objetivas a fim de demonstrar a saúde financeira da empresa”

“Informar aos clientes sobre a “vida” da empresa, e ajudar na forma de geri-la”

“Tornar a economia do país mais forte, solidificá-la”

“Contabilizar os números de forma transparente a fim de esclarecer nitidamente a situação da empresa”

“Prestar informações para a tomada de decisões”

“Organização”

“Fornecer informações e assessoria a clientes”

“Os meus objetivos são que o nosso CRC, continue se aprimorando cada vez mais na qualidade e importância do Contador”

“O primeiro objetivo é informar a composição do patrimônio, acompanhando suas variações quantitativas e qualitativas, utilizando-se de demonstrações e interpretações”

“O objetivo é dar aos clientes informações aos clientes sobre os lucros ou prejuízos que os mesmos vem apurando mês a mês”

“É formar grandes profissionais, para levar a contabilidade a um Futuro. Para um futuro melhor é preciso muito trabalho e seriedade”

“Registrar os atos e fatos da empresa”

“Registrar as operações comerciais das empresas emitindo relatórios que forneçam dados para auxiliar na tomada de decisões da administração”

“É a de auxiliar as pessoas que desejam abrir seu próprio negócio como representante das mesmas, diante dos órgãos públicos e privados”

“Demonstração da situação patrimonial da empresa”

“Demonstrar a situação patrimonial da empresa”

“Com as grandes dificuldades que o comércio passa, o empresário só deseja cumprir as tarefas mínimas, como I.R, ICMS e Previdência”

“Prestar serviços, demonstrando qualitativamente e em valores monetários o patrimônio das empresas, apurar seus impostos de forma geral”

Os Contadores deram as seguintes repostas:

“Como trabalhamos com várias empresas, o objetivo do escritório é mais a contabilidade fiscal”

“Registrar e gerar informações sobre as obrigações, direitos e patrimônio das entidade, bem como fornecer informações facilitadas e adequadas ao ramo de atividade do cliente”

“Gerar informações gerenciais à empresa; administrar a escrita fiscal e trabalhista; e controlar o patrimônio da empresa”

“Demonstrar de forma simples e prática a situação geral da empresa para que possa tomar decisões acertadas”

“Transparência/Realidade, controle, organização, análise, fiscalização ( uma auditoria interna sempre, desde a pequena até grandes empresas)”

“Escrituração, demonstrações contábeis (financeiras) e análise contábil, ou seja, através destes três itens, administrar o patrimônio próprio e de terceiros”

“Hoje em dia não só mostrar o que acontece na empresa, mas dar ferramentas para a tomada de decisões”

“Prestar informações precisas”

“Instrumento de controle gerencial com a finalidade maior de expressar os resultados de uma empresa possibilitando traçar metas e confiança de outras pessoas jurídicas”

“Informação”

“Mostrar a situação econômica e fiscal da empresa auxiliando nas tomadas de decisões”

“Fornecer dados gerenciais para a empresa; atender formalidades legais e atender formalidades fiscais”

“Gerenciar os negócios da empresa”

“Espelhar a realidade da situação da empresa”

Ainda sobre esta pergunta, a grande maioria dos profissionais, técnicos ou contadores, mencionaram como objetivos da contabilidade: prestar informações aos clientes; espelhar a realidade da empresa; fornecer instrumentos de controle gerencial; demonstrar a situação patrimonial da empresa. Um destes profissionais mencionou que “os objetivos da contabilidade são o de auxiliar as pessoas que desejam abrir seu próprio negócio como representante das mesmas, diante dos órgãos públicos e privados”. Outro escritório fez a seguinte observação: “com as grandes dificuldades que o comércio passa, o empresário só deseja cumprir as tarefas mínimas, como I.R, ICMS e Previdência”.

A maioria dos profissionais de Contabilidade classificou o relacionamento com os seu clientes como bom, uma pequena porcentagem deles classificou como muito bom e excelente, os 27% ilustrados no gráfico 3.3.2 a como outros deram as seguintes respostas:

“Relacionamento de parceria”

“Transparente e sincero”

“Para a grande maioria de meus clientes o nosso relacionamento é o mais estreito possível, tendo toda confiança deles em meu trabalho como em minhas orientações”

“Mantenho um relacionamento profissional e cordial para facilitar o trabalho e resultados”

“Em virtude do número de clientes é impossível ter um relacionamento freqüente”

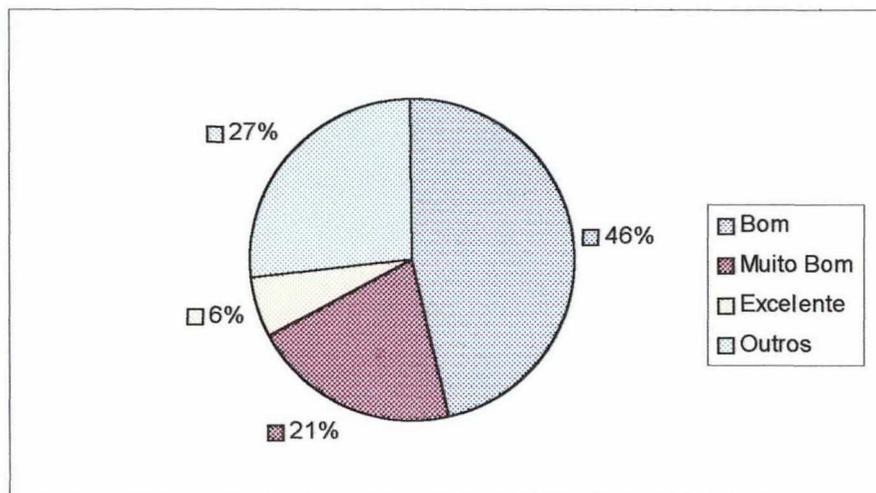
“O relacionamento com os clientes acontece de forma em que há uma confiança de ambas as partes”

“Procuo estabelecer sempre um relacionamento franco, permitindo sempre a troca de avaliações como forma de aprimorar as informações contábeis dos mesmos”

“Caso o relacionamento não é bom o empresário troca de profissionais; o contabilista deve ser visto como um aliado”

“Satisfatório”

Gráfico 3.3.2 a – Relacionamento com os Clientes



Os relatórios apresentados pelos escritórios de contabilidade são basicamente o Balanço Patrimonial, Balancetes de Verificação, Livro Caixa e a Demonstração do Resultado do Exercício. Alguns escritórios citaram outros tipos de relatórios/serviços, tais como: Livros Fiscais, Demonstrativos Financeiros, Contrato de Locação, Gias, Folha de Pagamento, Relatórios de Faturamento, Tributos Pagos ou Devidos, Cadastros, Demonstração das Receitas e Despesas, Demonstração de Compra e Venda. Dois escritórios citaram ainda outros tipos de relatórios/análise, tais como: Análise Vertical e Horizontal, Demonstrativo de Margem de Lucro, Gráficos de Evolução das Receitas e Despesas, Análise dos Índices de Análise Econômica, DOAR, DMPL, DLPA, Planilha de Custos. Sete escritórios salientaram ainda que a emissão dos relatórios contábeis depende do porte da empresa.

Percebe-se que, para fins de tomada de decisão, poucos relatórios são emitidos, e também parece que os profissionais confundem guias de recolhimento de tributos e cadastros com os relatórios contábeis.

A frequência com que são emitidos os relatórios estão demonstrados no gráfico 3.3.2 b a seguir. A frequência “outros” especificado no gráfico refere-se a respostas dos profissionais que não especificaram um prazo objetivamente, tais como:

“Mensal, mas não mando para o cliente”

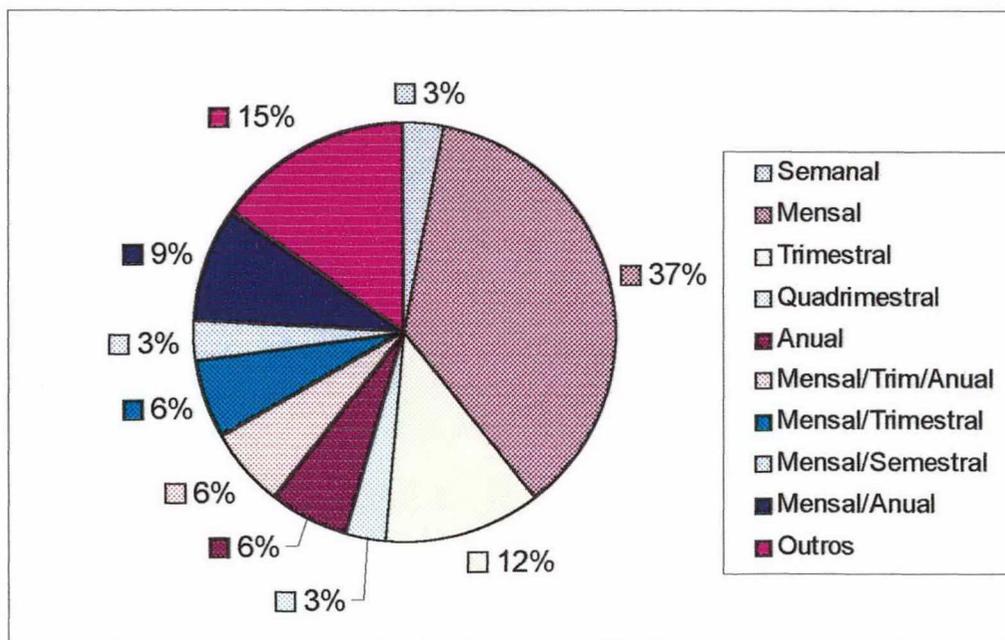
“Depende de cada empresa”

“Sempre que existir necessidade”

“Sempre que necessários”

“Mensal, ou na medida que exista necessidade do cliente”

Gráfico 3.3.2 b – Frequência da Emissão dos Relatórios Contábeis



Pela diversidade da frequência com que os relatórios são emitidos por um mesmo escritório de contabilidade, percebe-se que não há um tratamento igual a todos os clientes, ou seja, para os pequenos clientes emite-se relatórios com menos frequência. Consta-se isto pelas respostas dos próprios profissionais, que “depende do tamanho da empresa”.

Conforme o gráfico 3.3.2 c a seguir, 61% dos profissionais aconselham seus clientes a tomarem decisões com base nos relatórios emitidos, 30% não aconselham e 9% responderam “poucas vezes”, “depende” e “sempre que possível”. Os 30% que não aconselham os seus clientes tomarem decisões a partir dos relatórios responderam o seguinte:

“Não. Por falta de informações omitidas pelo próprio cliente”

“Não. Na maioria das vezes estes relatórios não espelham a realidade, pois as empresas pequenas nos informam muito pouco”

“Não. Cabe a área administrativa, econômica e financeira da empresa”

“Não. Independe do relatório”

“Poucas vezes, pois praticamente toda a escrituração é feita para o fisco, não espelhando a realidade da empresa”

“Não. Pois não chegam a espelhar a realidade”

“Depende do tamanho da empresa. Nas micro empresas as informações recebidas pelo profissional nem sempre permitem elaborar relatórios que espelhem a realidade da empresa”

“Decisões não, apenas auxílio no controle de compras e despesas”

Os profissionais que aconselham os seus clientes a tomarem decisões a partir dos relatórios emitidos pelos escritórios de contabilidade, ainda salientaram:

“Sim. Comparando os dados de cada período”

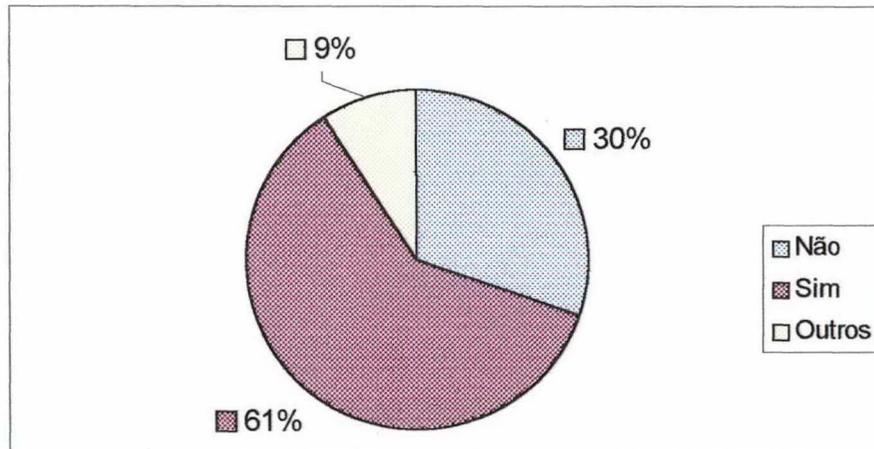
“Sim. O que for melhor para ele”

“Sim. É muito importante que o cliente além de ouvir a opinião do contador, também veja a situação de sua empresa”

“Aconselhamos. É a partir destes relatórios que o cliente avalia o desempenho de sua empresa (seja ela micro, pequena, média ou empresa de grande porte)”

“Com certeza, pois relatórios contábeis espelham o desempenho da empresa”

Gráfico 3.3.2 c – Profissionais Aconselham seus Clientes a tomarem Decisões a partir dos Relatórios



Os profissionais têm consciência de que os dados contidos nos relatórios contábeis emitidos pelo escritório não espelham a realidade da empresa, pois os empresários omitem informações, informam muito pouco, ou ainda, que toda a escrituração é feita para o fisco, não espelhando a realidade da empresa. Deste modo, as informações contábeis não têm muita utilidade para fins de tomada de decisão, pois são incompletas, pela falta de informações por parte dos próprios empresários, que segundo a maioria dos profissionais de contabilidade só estão preocupados com o fisco, pagar menos impostos e sobreviver.

Um dado que chamou atenção foi o fato de um profissional de contabilidade que não aconselha os seus clientes a tomarem decisões com base nos relatórios contábeis, responder que as decisões a serem tomadas pela empresa cabe à área administrativa, econômica e financeira da empresa. Mas qual é o objetivo da Contabilidade? Não é o de fornecer informações, através de relatórios ou de outros meios, aos administradores para a tomada de decisão? Cabe a estas áreas a tomada de decisões sobre a empresa, mas cabe à contabilidade fornecer dados e informações aos administradores para que decisões possam ser tomadas.

Sobre os tipos de decisões e em qual área podem ser tomadas decisões, foram citados: investimentos, propaganda, controle de compras e despesas, controle de custos, controle de fluxo de caixa, controle de cobrança/recebimentos, preço de venda ponto de equilíbrio, área de vendas, controle de entradas e saídas de mercadorias, análise de crédito, mudanças patrimoniais, etc.

Um profissional relata que “os relatórios fornecidos para micro empresários não são totalmente aproveitados. A preocupação do cliente é pagar pouco imposto”.

Isto indica que apesar de fornecerem os relatórios contábeis os profissionais de contabilidade sabem que os mesmos não tem utilidade para auxiliar decisões, servindo apenas para atender às exigências da legislação fiscal.

### **3.3.3 Práticas em prol da medição e da melhoria da qualidade**

No que tange à participação dos profissionais em cursos de atualização, a pesquisa revelou resultados positivos, pois 91% dos profissionais participam de cursos e apenas 9% deles não participam de nenhum tipo de programa. Quanto à frequência das participações, alguns freqüentam mensalmente, bimestralmente, trimestralmente e semestralmente. As principais condições de participação apresentadas foram as seguintes:

“na medida em que os cursos são oferecidos pelo Conselho Regional de Contabilidade”

“sempre que o tempo permite”

“de acordo com as necessidades e oportunidade”

“dependendo do assunto a ser abordado”

“sempre que possível”

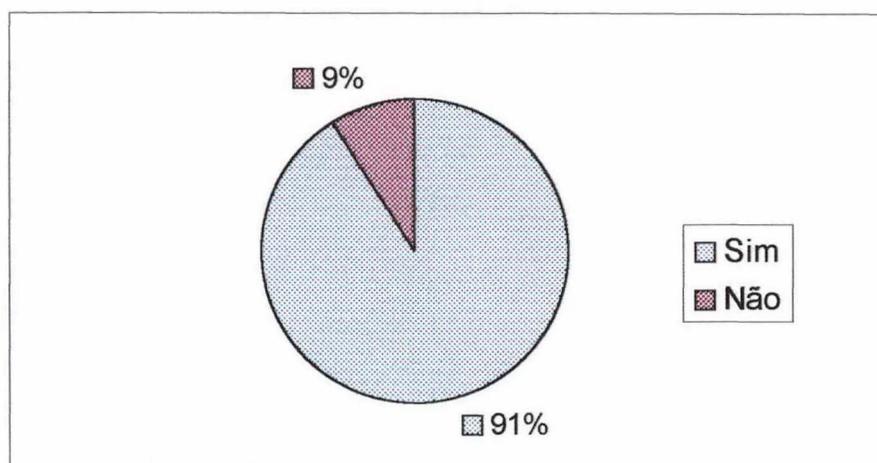
“sempre que acontece”

“em todos os cursos realizados pelo Conselho Regional de Contabilidade, FADEL e SESCON”

“conforme disponibilidade de tempo”

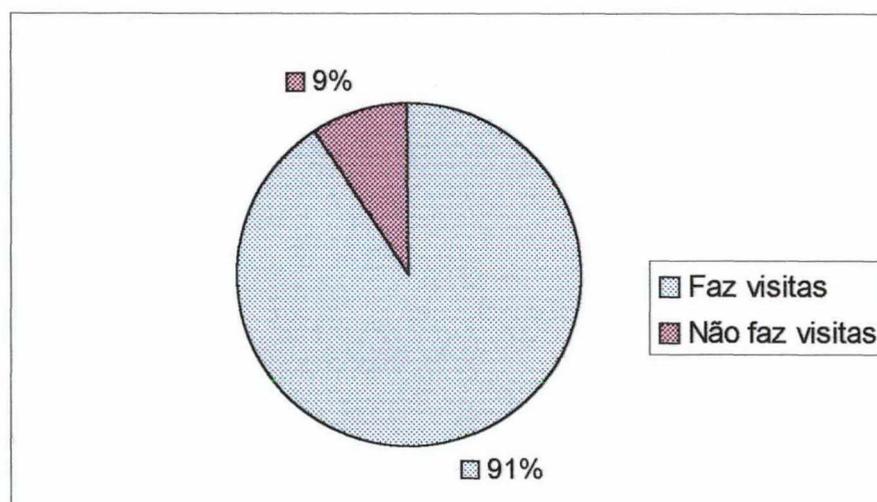
“sempre que o assunto interessa”

Gráfico 3.3.3 a – Participação em Cursos de Atualização



Conforme o gráfico 3.3.3 b, 91% dos profissionais visitam seus clientes. As visitas são anuais, mensais, quinzenais e até mesmo diariamente, quando há necessidade, ou se o cliente solicitar. Pelo exposto, percebe-se que a maioria dos contadores faz visitas periódicas aos seus clientes, porém, aqui não foi especificado se isso acontece com todos os clientes.

Gráfico 3.3.3 b – Visitas Periódicas aos Clientes



Quanto ao fato de fazer consulta sobre a satisfação dos clientes e a frequência, constata-se o seguinte: apenas 30% dos entrevistados fazem pesquisa sobre a satisfação dos

seus clientes, sendo que 2 (dois) fazem-na trimestralmente e 2 (dois) anualmente. Quanto aos demais, fazem pesquisas esporadicamente, periodicamente, diariamente, não com muita frequência e 2 (dois) não mencionaram a frequência.

Quanto aos que não fazem pesquisas sobre a satisfação dos seus clientes, as respostas são variadas:

“Não. São poucos os escritórios que fazem, pois quando o cliente não está satisfeito ele reclama”

“Não. Quando o cliente não está satisfeito ele procura outro profissional, geralmente a insatisfação é com relação a preço, honorários, nunca em virtude do serviço não satisfeito”

“Não. Porque estamos frequentemente em contato por telefone com eles”

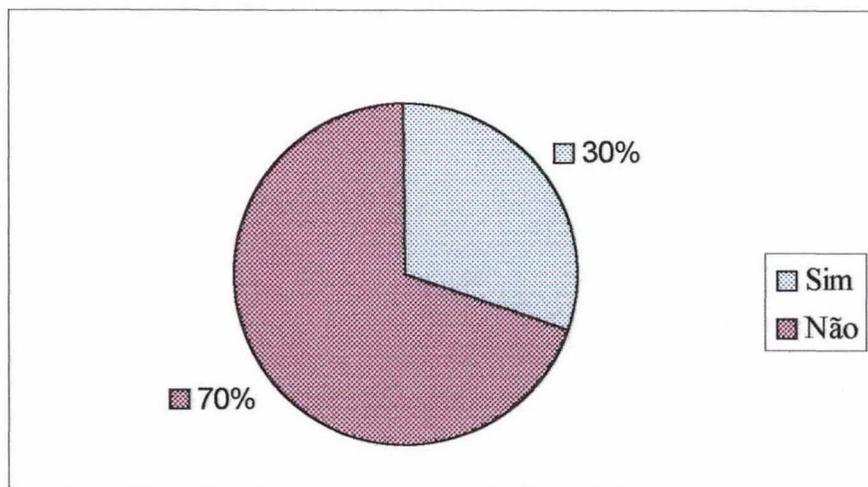
“Por escrita não, na visita o empresário já se manifesta”

“Não de forma direta, mas com frequência e indiretamente perguntamos se estão satisfeitos com os nossos serviços prestados”

“Ainda não, mas estão sendo feitos planos para sua implantação”

“Não. Porque mantemos um relacionamento profissional mas participativo o que propicia um confronto constante em busca da satisfação do cliente”

Gráfico 3.3.3 c – Faz Pesquisa sobre a Satisfação dos Clientes



É importante que os escritórios façam pesquisa sobre a qualidade dos seus serviços e sobre a satisfação de seus clientes. A pesquisa é necessária para que o escritório saiba qual a opinião do cliente com relação aos seus serviços e saber o que pode ser melhorado para que o cliente se sinta satisfeito. Ter qualidade nos serviços prestados não se refere a atender somente as exigências da legislação fiscal em virtude do próprio empresário, mas em prestar-lhes

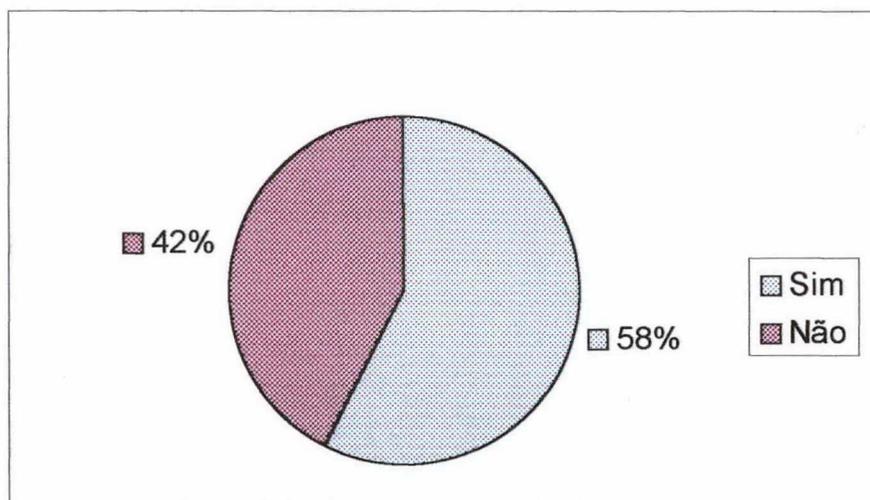
informações precisas para auxiliar a tomada de decisão, pois este é o objetivo maior da Contabilidade.

A maioria dos profissionais (58%) tem oferecido novos produtos aos seus clientes como informatização, consultoria, advocacia, automação, auditoria, projeções de contrato de financiamentos e investimentos, atualização em legislação, planejamento tributário, treinamento de pessoal na área administrativa, relatórios gerenciais, artes gráficas, assistência total na abertura da empresa, consultoria em Recursos Humanos, revisão de processos de parcelamento, perícia contábil e cálculos processuais. Dentre os que não oferecem novos produtos, as repostas foram as seguinte:

“O cliente alega não ter tempo. Sua maior preocupação é pagar pouco imposto, ganhar seu dinheiro através da empresa”

“O nosso pequeno empresário se preocupa mais é não ser multado pelos órgão, na maioria não valorizam as informações, deixam para o contador resolver”

Gráfico 3.3.3 d – Oferta de Novos Produtos aos Clientes



De acordo com estes dados, praticamente metade dos profissionais não está oferecendo nenhum tipo de novos produtos aos seus clientes e ainda salientam que a “culpa” é do cliente por alegar não tempo, ou que o pequeno empresário se preocupa apenas em não ser multado pelos órgãos e não valorizam as informações.

Cabe ao profissional de Contabilidade “alertar” o empresário, seja ele micro ou pequeno para a importância da contabilidade, que a Contabilidade não existe apenas para cumprir a legislação fiscal e deixar a empresa em dia com os órgãos competentes, e sim para

atender as necessidades do usuário no sentido de auxiliá-los na tomada de decisões para que a empresa alcance os seus objetivos.

### 3.4 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS – CLIENTES (EMPRESÁRIOS)

#### 3.4.1 Informações Sociais

Tabela 3.4.1 – Informações Sociais

IDADE			
Discriminação	Frequência	Frequência %	Frequência Acumulada
de 25 até 30 anos	4	19	19
de 30 até 40 anos	10	48	67
de 40 até 50 anos	5	24	91
Acima de 50 anos	2	9	100
Total	21	100	

SEXO			
Discriminação	Frequência	Frequência %	Frequência Acumulada
Feminino	8	38	38
Masculino	13	62	100
Total	21	100	

NÍVEL DE ESCOLARIDADE			
Discriminação	Frequência	Frequência %	Frequência Acumulada
2º Grau	10	48	48
3º Grau	11	52	100
Total	21	100	

Conforme os dados da tabela 3.4.1, a maioria dos respondentes (clientes) tem de 30 a 40 anos, e são do sexo masculino. Quanto ao nível de escolaridade, 10 possuem o 2º Grau Completo e 11 possuem o 3º Grau completo ou incompleto.

Dentre os empresários pesquisados, 08 (oito) possuem micro empresas, 3 (três) empresas de pequeno porte e 10 (dez) empresas de médio porte e atuam no ramo de comércio e prestação de serviços.

### 3.4.2 Percepção e Necessidade da Contabilidade

Quanto aos objetivos da Contabilidade, para os empresários, foram obtidas as seguintes respostas:

“Registro das operações da empresa e acompanhamento dos negócios para saber como está a situação da empresa e apurar os impostos”

“A Contabilidade é uma fonte de informações, e o seu objetivo é facilitar a vida de seus usuários”

“Prestar informações contábeis para a tomada de decisões”

“Ajudar os proprietários a tomarem decisões”

“Informar sobre a situação da empresa”

“Controle”

“É muito importante, pois apura os impostos entrega declarações junto a Receita Federal e todos os outros órgãos. O objetivo é o de acompanhar o crescimento da empresa e de como está sua saúde financeira”

“Manter minha empresa em ordem com os órgãos da qual se enquadra”

“É manter a sua empresa organizada”

“Objetivo da Contabilidade é me dar informações sobre os lucros ou prejuízos e manter a minha firma de acordo com a legislação atual”

“Calcular guias/Fazer folha de pagamento”

“Através de balanços informar sobre lucros ou prejuízos e atender as exigências do fisco”

“É essencial para tudo, inclusive na administração”

“Serve para gerenciar”

“Controlar, escriturar as entradas e saídas de valores da minha empresa”

“Fornecer informações sobre a empresa, sobre assuntos fiscais e trabalhistas”

“Fornecer informações econômicas, fiscais e patrimoniais, bem como, orientar a empresa na sentido de tomar decisões corretas tendo como base os registros contábeis”

“Dentro das normas estabelecidas por lei: Registrar, anotar, lançar operações comerciais, fiscais e tributárias Realizando assim o seu objetivo que é de manter em dia toda documentação legal de uma empresa”

“Registrar os documentos da empresa e dar informações sobre o que devemos fazer com relação ao recolhimento dos impostos e como controlar as receitas com as despesas”

“Prestar informações sobre a empresa e ver qual a melhor forma de pagar os impostos de maneira que se pague sempre menos”

“Para mim, o objetivo da Contabilidade é informar os usuários sobre a situação financeira e econômica da empresa auxiliando na tomada de decisões”

Constata-se que a maioria dos empresários entrevistados vêem a contabilidade como prestadora de informações para auxiliar a tomada de decisão. Porém há alguns que pensam que o objetivo da Contabilidade é manter a empresa em dia com os órgãos fiscais, manter a empresa organizada, dar informações sobre lucros ou prejuízos e atender as exigências da legislação fiscal, calcular guias, fazer folha de pagamento, controlar as entradas e saídas de valores da empresa, ver qual a melhor forma de se pagar impostos, ou seja, para alguns destes empresários o objetivo da contabilidade é apurar os impostos e deixar a empresa em dia com o governo e com os órgãos da qual se enquadra. Isto confirma o que alguns profissionais de contabilidade disseram a respeito do micro e pequeno empresário, que ele só quer saber de atender as exigências da legislação fiscal.

Quanto a importância da contabilidade para a empresa, a maioria dos dirigentes justifica em função da apuração de impostos, porque faz a folha de pagamento, resolve as burocracias, deixa a empresa em dia com suas obrigações, faz o controle e pagamento do “Simples”, faz entrega de declarações de Imposto de Renda, alvará em dia e impostos calculados, deixa a empresa em dia com os impostos, mantêm a papelada organizada, enfim, a maioria relacionou a importância da contabilidade para sua empresa com o cálculo dos impostos fiscais e trabalhistas e com aspectos burocráticos da empresa. Aqueles que não relacionaram a importância da empresa com aspectos fiscais deram as seguintes respostas:

“A contabilidade deve representar um papel fundamental dentro da empresa, pois deve espelhar a situação econômica da empresa” Este empresário não recebe relatórios”

“Se o escritório fosse mais ativo ele poderia ser peça chave para a tomada de decisão na minha empresa”

“Muito grande”

“A contabilidade não só é importante como é necessária para se saber com precisão a situação da empresa”

“Infelizmente a contribuição é mínima (do escritório) para a grandeza e importância da contabilidade”

“É de suma importância porque além de registrar fatos ela nos dá um raio X da empresa através de seu relatórios, de como está a saúde da empresa e que decisões podemos tomar nas diferentes áreas da empresa”

Alguns empresários comentam que se o escritório fosse mais participativo eles seriam peças-chaves na tomada de decisões. Isto sugere insatisfação mediante os serviços prestados pelo escritório de contabilidade.

Um dirigente afirmou que a importância da contabilidade para a sua empresa é muito grande, porém, este empresário não recebe nenhum tipo de relatório a não ser guias de impostos para efetuar pagamentos.

Quanto aos tipos de relatórios que recebem do escritório de contabilidade, 7 (sete) informaram não receber nenhum tipo de relatório e 15 (quinze) recebem em sua grande maioria balanços, balancetes e demonstração de resultado, alguns recebem outros tipos de relatórios como fluxo de caixa, guias, média das despesas, livros de serviços e livro caixa.

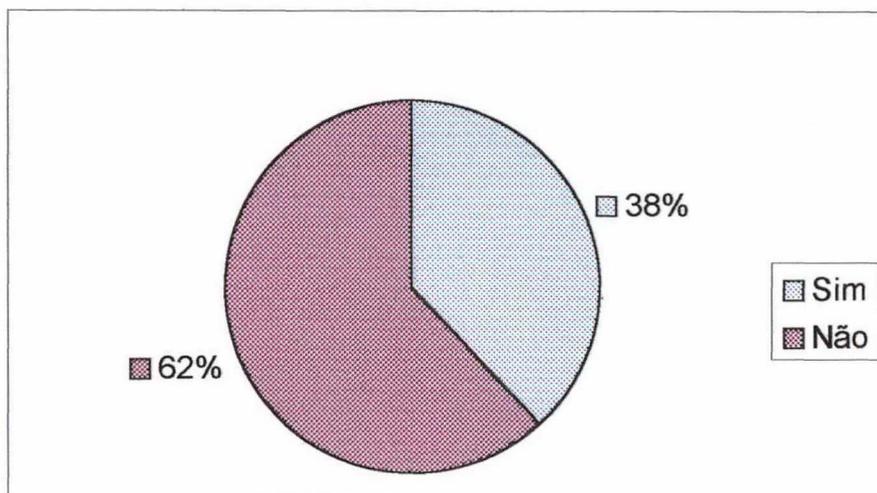
Dentre os que recebem relatórios, 06 (seis) empresários não tomam nenhum tipo de decisão a partir destes e 09 (nove) tomam decisões do tipo: “verificar as receitas de acordo com as despesas e ver se está de acordo com os impostos a pagar no mês seguinte”, “através desses balancetes tenho a posição exata dos lucros ou prejuízos”, “diminuição de despesas”, renegociação de contratos”, “somente decisões mais específicas” e “qual o imposto adotar em virtude do faturamento”. Um empresário faz os cálculos para ver se estão corretos e outro efetua pagamentos (das guias que recebe, que julgou como relatório emitido pelo escritório).

Conforme o teor das decisões declaradas pelos empresários, percebe-se que estas são no sentido de pagar menos impostos e não no sentido de gerenciamento da situação da empresa. Por outro lado, apesar de receberem relatórios dos escritórios, alguns empresários não tomam nenhum tipo de decisão a partir deles.

### **3.4.3 Medição da Satisfação**

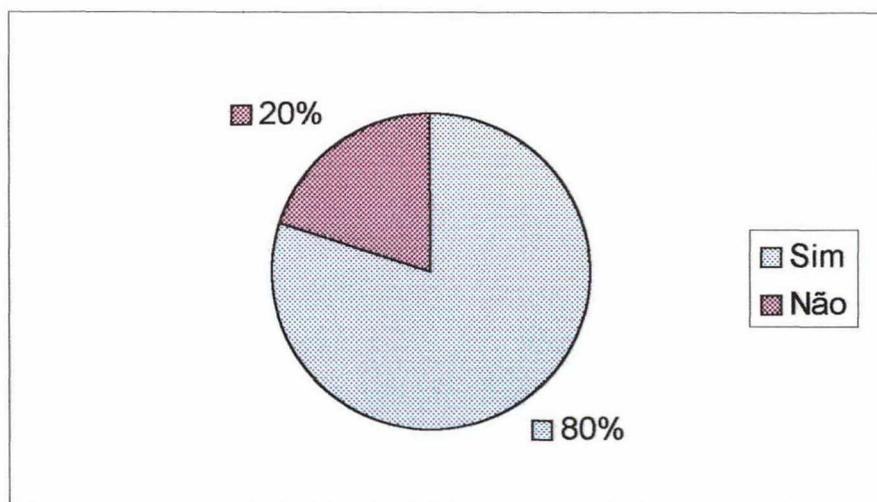
Conforme o gráfico 3.4.3 a, 62% dos empresários não recebem visitas periódicas do seu profissional de contabilidade. Dos que recebem, alguns responderam que as visitas acontecem raras vezes, esporadicamente e sempre que as solicita.

Gráfico 3.4.3 a – Recebimento de Visitas Periódicas do Contador



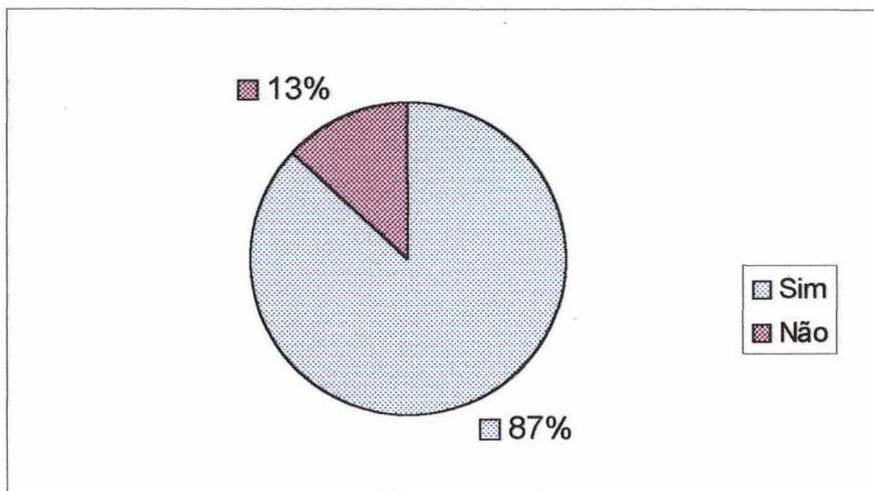
Conforme o gráfico 3.4.3 b, 80% dos empresários que recebem os relatórios contábeis, os recebem nos prazos acordados e apenas 20% recebem fora dos prazos.

Gráfico 3.4.3 b – Recebimento dos Relatórios Contábeis nos Prazos Acordados



Quanto à satisfação com os relatórios contábeis que recebem, 87% dos empresários se dizem satisfeitos e apenas 13% insatisfeitos. Alguns empresários apesar de não tomarem nenhuma decisão com os relatórios que recebem, dizem estar satisfeitos com os mesmos.

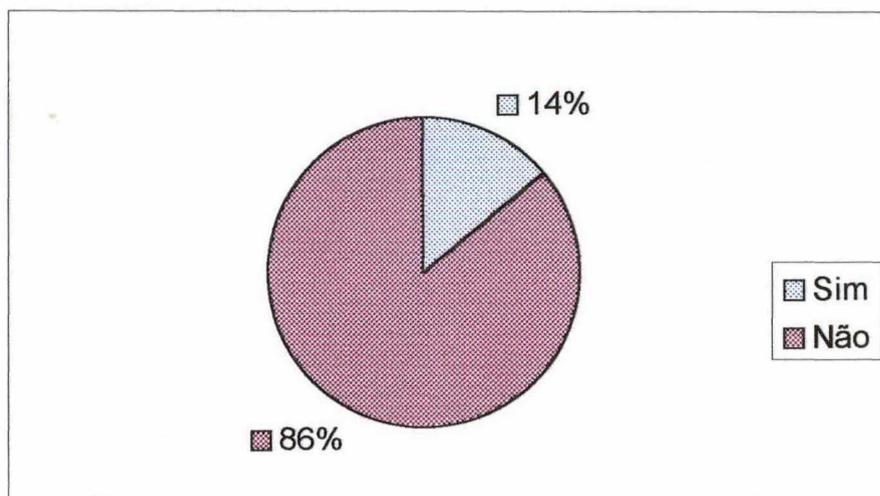
Gráfico 3.4.3 c – Satisfação com os Relatórios Contábeis que Recebe



Um dos empresários que se declarou insatisfeito disse que “os relatórios poderiam ser mais completos e com muitas outras informações”. Outro que diz estar satisfeito, acha que o escritório deixa um pouco a desejar sobre informações contábeis que poderiam ser úteis para a empresa.

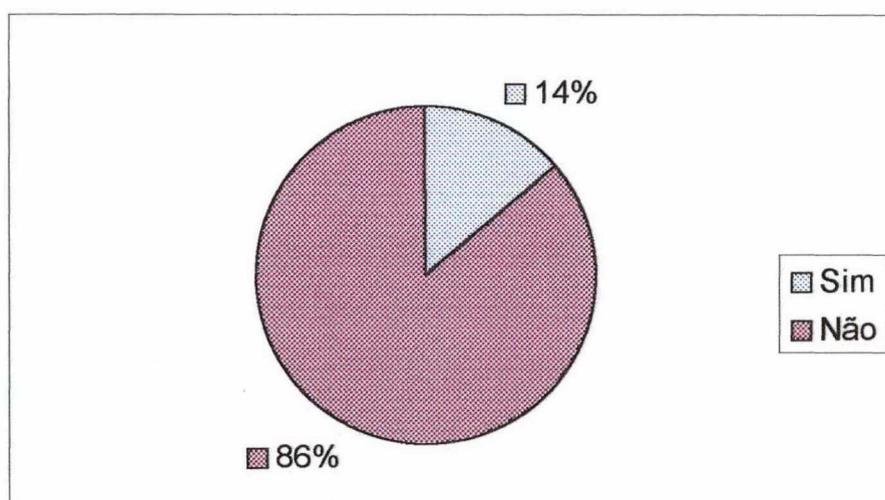
A respeito da consulta sobre a satisfação dos clientes, 86% dos empresários responderam que os escritórios não fazem pesquisa. Um dos empresários disse que não há necessidade porque está sempre em contato com o escritório e outro disse que qualquer dúvida ou problema se resolve em contato direto.

Gráfico 3.4.3 d – O Escritório faz Pesquisa sobre sua Satisfação



Quanto à oferta de outros produtos pelo escritório de contabilidade, 86% dos empresários não recebem. Quanto ao tipo, apenas a consultoria foi citada.

Gráfico 3.4.3 e – Oferecimento de Novos Produtos pelo Escritório de Contabilidade



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se revelou muito importante enquanto instrumento de análise da qualidade dos serviços contábeis prestados pelos escritórios de contabilidade às pequenas e médias empresas de Florianópolis/SC, na medida que revelou percepções dos empresários e práticas gerenciais dos escritórios de contabilidade, chegando-se a seguinte conclusão:

A grande maioria dos contabilistas que atuam em escritórios de contabilidade e dos empresários pesquisados mostraram conhecer os objetivos da contabilidade. Porém, parece que a maioria dos empresários desconhece a utilidade dos relatórios como instrumentos de apoio para a tomada de decisões.

A maioria dos profissionais de contabilidade relevou que a emissão e a frequência dos relatórios contábeis depende do porte das empresas. Com relação às pequenas e micro empresas, os relatórios emitidos não retratam a realidade das operações da empresa, porém, ainda assim, aconselham os empresários a tomarem decisões a partir destes relatórios. Percebe-se que as únicas decisões que os empresários tomam a partir dos relatórios é no sentido de pagarem menos impostos. É possível que este comportamento dos empresários seja motivado pela elevada carga tributária vigente no país.

Percebe-se também, que a contabilidade executada para as micro, pequenas e médias empresas, é apenas a escrituração de parte das operações das empresas, pois conforme depoimento dos próprios profissionais de contabilidade, os micro e pequenos empresários informam à contabilidade muito pouco.

Fica evidente que a escrituração feita para este porte de empresas é direcionada para atender às exigências legais e fiscais, quando deveria ser elaborada para atuar como instrumento de auxílio na tomada de decisão. Isto é preocupante pois a escrituração dos registros da empresa deveria ser feita fundamentada em toda a documentação hábil e idônea de todas as operações da empresa, para que possa expressar a sua real situação econômica e financeira, seja ela micro, pequena, média ou de grande porte.

A escrituração deve ser a base para a elaboração das demonstrações contábeis, que só terão credibilidade se oriundas de uma contabilidade correta, propiciando aos seus usuários bases seguras para a tomada de decisão e possibilitando também o acompanhamento de sua empresa ao longo do tempo. Se a escrituração das operações da empresa não retratam a realidade, a informação contida nas demonstrações contábeis estarão distorcidas, não propiciarão revelação suficiente sobre a entidade, nem estarão revestidas dos atributos indispensáveis: confiabilidade, tempestividade, compreensibilidade e comparabilidade, atributos estes, definidos pela Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC – N.º 785.

No que tange às micro, pequenas e médias empresas, verifica-se que a contabilidade efetuada pelos escritórios de contabilidade não está atuando como um instrumento que auxilia os seus usuários na tomada de decisões, portanto não está atingindo o seu maior objetivo que é o de fornecer informações úteis aos usuários para que estes possam tomar decisões, conseqüentemente não está sendo útil, pois ela só terá utilidade quando trouxer benefícios aos seus usuários. Desse modo a contabilidade efetuada para as micro, pequenas e médias empresas não tem razão de existir, a não ser para atender as exigências legais.

Por outro lado, os empresários não relacionam com muita clareza o gerenciamento de receitas, custos e despesas de sua empresa com a metodologia contábil. Eles acham que a contabilidade se resume aos serviços prestados pelo escritório de contabilidade.

A pesquisa revelou que a maioria dos profissionais de contabilidade não fazem pesquisa quanto à qualidade dos seus serviços prestados, o que mostra que não estão avaliando metodicamente a qualidade dos seus serviços. Conforme já apresentado, para uma empresa atingir o seu objetivo, que é a plena satisfação de clientes e proprietários, ela deverá medir os seus resultados bem como a qualidade dos seu serviço, dentre outra coisas.

De acordo com os resultados obtidos com esta pesquisa, verifica-se que, no que tange às micro, pequenas e médias empresas, os serviços contábeis prestados pelos escritórios de contabilidade ainda estão distantes das práticas em prol da qualidade. As informações contidas nas demonstrações contábeis elaboradas por estes escritórios pouco auxiliam na tomada de decisão e dessa forma não contribuem plenamente para a contabilidade alcançar seus objetivos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRANTES, José Serafin. O Papel da Informação Contábil Num Mundo Globalizado. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, v. 27, n.º 110, p. 6-7, mar./abr.1998.

CAMPOS, Vicente Falconi. **Controle de Qualidade Total (No estilo Japonês)**. 3ª edição, Belo Horizonte: Bloch Editores (Rio de Janeiro), 1992.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, **Resolução n.º 774, de 16 de dez de 1994**. Aprova o Apêndice à Resolução Sobre os Princípios Fundamentais da Contabilidade (P.F.C.).

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, **Resolução n.º 785, de 28 de jul. de 1995**. Aprova a NBC T 1 – Das Características da Informação Contábil.

FERRARI, Afonso Trujillo. **Metodologia da Ciência**. 3ª edição, Rio de Janeiro: Kennedy, 1974.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade Geral**. 21ª edição, São Paulo: Atlas, 1983.

\_\_\_\_\_. Formação Cultural e Profissão Contábil. **Revista Brasileira de Contabilidade**. São Paulo, n.º 76, p. 27, 1991.

FREITAS, Anibal de. O Código de Ética e as Empresas de Serviços Contábeis. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul**. Rio Grande do Sul, v. 18, n.º 59, p. 17-19, dez. 1989.

GARCIA, Solange. Ciência e Contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**. São Paulo, ano I, n.º 3, p. 26-31, dez. 1997.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3ª edição, São Paulo: Atlas, 1991.

GOUVEIA, Nelson. **Contabilidade**. 2ª edição, São Paulo, Atlas, 1991.

GRAY, Jack C., JOHNSTON, Kenneth S. **Contabilidade e Administração**. Tradução por Antônio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1977. Tradução de: Accounting and Management Action.

- HORNGREN, Charles T. **Contabilidade de Custos: Um Enfoque Administrativo.** Tradução por Danilo A. Nogueira. v. 1, 1ª edição, São Paulo: Atlas, 1978. Tradução de: Cost Accounting: A Managerial Emphasis.
- IBRACON – INSTITUTO BRASILEIRO DE CONTADORES. **Princípios Contábeis.** 2ª edição, São Paulo: Atlas, 1992.
- IBRACON – INSTITUTO BRASILEIRO DE CONTADORES. **Princípios Contábeis, Normas e Procedimentos de Auditoria.** 1ª edição, São Paulo: Atlas, 1988.
- LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de Pesquisa.** 1ª edição, São Paulo: Atlas, 1985.
- LEONE, George Guerra. A Contabilidade Entendida Através das Demonstrações Contábeis (1a parte). **Revista de Contabilidade Vista e Revista.** Minas Gerais, v. 2, n.º 1, p. 12-16, dez. 1990.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial.** 5ª edição, São Paulo: Atlas, 1993.
- \_\_\_\_\_. Preparando-se para a Profissão do Futuro. **Revista de Contabilidade Vista e Revista.** Belo Horizonte, v. 9, n.º 1, p. 14-21, mar. 1998.
- MUSSOLINI, Luiz Fernando. A Função Social da Contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade.** São Paulo, ano XXIII, n.º 89, p. 72-80, nov. 1994.
- NASI, Antônio Carlos. A Terceirização dos Serviços Contábeis – Aspectos Éticos e Mercadológicos. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul.** Porto Alegre, v. 24, n.º 83, p. 13-15, out./dez. 1995.
- RIPAMONTI, Alexandre. Empresas de Serviços Contábeis no Ano 2000. In XIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 1992, Salvador. Anais do ... Salvador, 1992, 4 vol.
- SÁ, Antônio Lopes de. Cultura, Responsabilidade e Posições Profissionais na Contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade.** Rio de Janeiro, n.º 71, p. 12, 1989.
- SALOMON, Délcio Vieira. **Como Fazer uma Monografia.** 2ª edição rev. e atual., São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- SELLTZ, Claire et al. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais.** edição revista, São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1967.
- SPINELLI, Enory Luiz. Valorização da Prestação de Serviços Contábeis. **Revista Brasileira de Contabilidade.** São Paulo, ano XXVIII, n.º 115, p. 26-27, jan./fev., 1999.
- VICTORINO, Carlos Roberto. **Qualidade na Organização e nos Serviços Contábeis: Marketing em Serviços.** 1ª edição, Santa Catarina: Odorizzi, 1999.