



Revista Catarinense da Ciência Contábil

ISSN: 1808-3781

revista@crcsc.org.br

Conselho Regional de Contabilidade de
Santa Catarina
Brasil

Moreira, Ricardo; do Nascimento, Sabrina; Vieira de Souza, Juliane; Borges, Loreci João
Qualidade da Prestação de Serviços Contábeis sob a Ótica dos Clientes
Revista Catarinense da Ciência Contábil, vol. 8, núm. 23, abril-julio, 2009, pp. 23-41
Conselho Regional de Contabilidade de Santa Catarina
Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477549013003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Qualidade da Prestação de Serviços Contábeis sob a Ótica dos Clientes

Quality of the Countable Rendering of Services Under the Optics of the Customers

Ricardo Moreira

Sabrina do Nascimento

Instituto Superior da Grande Florianópolis (SC)

Juliane Vieira de Souza

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (SC)

Loreci João Borges

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (SC)

Resumo

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

PALAVRAS-CHAVE: Avaliação. Satisfação dos Clientes. Qualidade dos Serviços Contábeis.

Abstract

With the current competitiveness which organizations are exposed to, the major challenge for service providers is to meet the needs and expectations of their customers. Thus, it is necessary

*Artigo publicado no 2º Congresso UFSC de Controladoria & Finanças.

to provide a quality service where the satisfaction of the contractor becomes the main objective of the organization. Therefore, this article aims at investigating the perception of micro and small enterprises of Florianópolis, on the quality of services provided by accountants.

Thus, this descriptive study was carried out by a study of multiples, with a qualitative data approach. The source of data collection is a primary, with the application of a questionnaire containing closed questions on the subject, applied in 100 (one hundred) companies based in the city of Florianópolis, chosen because of their accessibility. The results are also divided into four segments (branch of activity, number of employees, turnover and average monthly amount paid for the provision of accounting services). Finally, it is concluded that the objectives outlined were achieved, where it was found that despite the accounting offices were not fully satisfying their customers, it is clear the interest shown by the accountants to improve the quality of their services.

KEY WORDS: Assessment. Customer Satisfaction. Quality of Accounting services of accounting Services.

1 INTRODUÇÃO

Todas as empresas que almejam o sucesso necessitam de informações confiáveis para tomada de decisão. Estas informações devem proporcionar um alicerce seguro para o planejamento e controle das organizações e, assim, auxiliar o empresário no momento da tomada de decisões. As organizações devem acompanhar as novas tendências para atuarem neste mercado competitivo e globalizado, onde surgem questões como a qualidade das informações contábeis e a satisfação de seus usuários, a fim de auxiliá-las em sua sobrevivência organizacional.

Conforme o cenário apresentado, o contabilista vem buscando alternativas e recursos para prestar um serviço de qualidade, ajudando seus usuários a conhecer a situação das empresas e a tomar decisões em relação ao seu futuro. Assim, considera-se que a contabilidade não deve apenas restringir-se ao atendimento das exigências governamentais, mas em dar ênfase especial à avaliação econômica e financeira da organização, realizando inferências sobre as tendências futuras.

Em consonância com as informações con-

tábeis deve estar a satisfação de seus usuários, pois a qualidade é o principal reflexo desta satisfação, uma vez que se torne uma arma competitiva também aos contabilistas, que pretendem angariar clientes, fidelizá-los e principalmente prestar informações relevantes e confiáveis a seus usuários. Percebe-se uma preocupação geral por parte das empresas de todo mundo na implementação de melhorias na qualidade de seus serviços, produtos e programas de satisfação, em um esforço para reduzir custos, reter os clientes, aumentar a participação no mercado e, consequentemente, aumentar seus lucros.

Diante do exposto, surge a seguinte indagação incentivadora desta pesquisa: Como os micro e pequenos empresários de Florianópolis avaliam a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas? Na busca de resposta ao problema central de pesquisa, tem-se como objetivo principal a investigação da percepção das micro e pequenas empresas da capital de SC sobre a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas.

Para a consecução do objetivo proposto, tem-se como objetivos específicos: (i) conhe-

cer a percepção dos clientes quanto às atividades desempenhadas pelos escritórios de contabilidade; (ii) verificar se as empresas utilizam os demonstrativos contábeis; (iii) identificar quais informações contábeis são consideradas relevantes pelos usuários; (iv) analisar o interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados e (v) avaliar os contabilistas segundo a percepção dos clientes.

A relevância da pesquisa evidencia-se à medida que demonstra a percepção dos micro e pequenos empresários que utilizam as informações contábeis fornecidas pelos escritórios de contabilidade. Ressalta a pesquisa a importância da qualidade destas informações que são repassadas à tomada de decisão dos usuários.

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

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

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

2.1 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A gestão de qualidade e a valorização do cliente representam alternativas de sucesso para as empresas, sejam elas de comércio ou de serviço. Uma das principais referências para qualquer organização, que tenha o objetivo de

proporcionar qualidade em seus serviços, encontra-se no trabalho de Deming (1990): “Qualidade - a revolução da administração”. O autor baseava seu estudo no uso de técnicas estatísticas, em que o principal objetivo era reduzir custos e aumentar a produtividade e qualidade. Philip B. Crosby, considerado o pai da filosofia “Defeito Zero”, defende a teoria de que a qualidade é assegurada quando todos se empenham em desempenhar seu trabalho da melhor maneira possível. Ao mencionar a importância da qualidade em todo o processo de uma organização, Mirshawka (1993, p.35) afirma que:

Qualidade significa qualidade de trabalho, qualidade de serviço, qualidade de informação, qualidade do processo, qualidade da divisão, qualidade de pessoas, incluindo os trabalhadores, os engenheiros, gerentes executivos, qualidade da companhia, qualidade de objetivos.

Nota-se que a qualidade é um atributo muito importante nas organizações e que influencia o ambiente de trabalho, uma vez que todos os setores da empresa têm ligação com os produtos ou com as prestações de serviços realizados com maior qualidade possível.

Ressalta-se a importância de enfatizar a qualidade em serviços e qualidade no atendimento, visando descobrir alternativas para melhorar os serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

Observa-se que existem profissionais que não se preocupam com a qualidade dos serviços prestados, por não estarem estimulados no trabalho, e só pensarão em melhorá-los quando as falhas forem percebidas. Os escritórios de contabilidade precisam ter consciência de sua capacidade de absorção de serviços, para poder exercê-los com dedicação, competência e diferenciação. Para isto, a equipe envolvida deve estar preparada para exercer o serviço da melhor maneira possível, es-

tando treinada e motivada.

Victorino (1999, p. 56) apresenta um qua-

dro com fatores importantes dos fundamentos da qualidade em serviços contábeis:

Como avaliar a qualidade dos serviços?	Como avaliar a satisfação do cliente?	Como identificar se o cliente avalia bem o serviço prestado?	Como melhorar o serviço prestado ao cliente?
<ul style="list-style-type: none"> · Pesquisas periódicas · Pontualidade no pagamento dos honorários · Quantidade de reclamações · Baixo índice de retrabalho · Cliente feliz = cliente satisfeito · Retorno do cliente (Feedback) 	<ul style="list-style-type: none"> · Pesquisas periódicas · Mantendo-se próximo ao cliente · Contato direto com o cliente · Nível de cancelamento de serviços · Questionamento dos honorários 	<ul style="list-style-type: none"> · Pesquisas periódicas · Se ele o considera seu aliado · Se ele o considera seu parceiro · Pela sua fidelidade · Pela indicação de novos clientes · Pelo uso e busca de informações contábeis 	<ul style="list-style-type: none"> · 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

Quadro 1 - Indicadores de qualidade

Fonte: adaptado de Victorino (1999)

Verifica-se que há várias formas de saber se o cliente está satisfeito com a qualidade dos serviços prestados e que depende do interesse do prestador de serviço investigar, avaliar, analisar e executar as mudanças necessárias para uma melhor satisfação do usuário.

2.2 INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

As organizações estão em constantes modificações e cada vez mais precisam de controles e de informações sobre seu negócio, para adequar sua empresa às novas situações. De acordo com Iudicibus (1987), durante anos a contabilidade serviu apenas como um sistema de informações tributárias e, atualmente, ela passa a ser vista também como um instrumento gerencial, fornecendo informações necessárias para tomadas de decisões e para o processo de gestão: planejamento, execução e

controle.

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

De acordo com Marion (1989), para que isso não aconteça, o empresário pode seguir algumas orientações básicas, tais como: confrontar os livros de entradas com as de saídas; verificar se não há excesso de estoque; solicitar ao seu contador a formação do preço de venda; montar pelo menos uma planilha simples de fluxo de caixa; planejar as saídas (pagamentos já compromissados e a previsão de gastos); certificar-se mensalmente se os livros fiscais foram escriturados e os impostos calculados e recolhidos; solicitar men-

salmente um balancete contábil, ou uma previsão mais perto da realidade (vendas, menos impostos, menos custo das mercadorias vendidas, menos despesas), o que dará uma previsão do lucro do mês. Por meio destas informações, poderá ser analisado se as vendas foram suficientes para cobrir os gastos do mês ou se há necessidade de incrementá-las, se a empresa não está vendendo somente produtos de baixa lucratividade. Talvez necessite forçar a venda de produtos mais rentáveis, se o custo dos produtos vendidos continua o mesmo, ou se os gastos gerais de fabricação se alteraram, além de rever outros aspectos administrativos.

A contabilidade pode fornecer ainda mais informações necessárias, como, por exemplo, uma previsão orçamentária anual (lucros e perdas), tornando-se uma fonte de informações para tomada de decisões seguras e coerentes.

3 MÉTODO E PROCEDIMENTO DA PESQUISA

Nesta seção, serão apresentados os dados referentes ao universo e à amostra da pesquisa, o instrumento de coleta de dados e o enquadramento metodológico utilizado.

3.1 UNIVERSO, AMOSTRA DA PESQUISA E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A partir da definição do problema da pesquisa, é possível identificar seu universo. Marconi e Lakatos (2006, p. 225) definem população como “o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. Desta maneira, o universo da pesquisa é composto pelas micro e pequenas empresas, sediadas no município de Florianópolis. A classificação de micro e pequenas empresas utilizada na pesquisa é oriunda da classificação adotada pelo SEBRAE (2008), em função do número de funcionários da organização, resultando num somatório de

2.500 empresas.

A amostra da pesquisa foi composta por 100 (cem) empresas, distribuídas por ramo de atividade, selecionadas de maneira intencional, em virtude da acessibilidade dos respondentes. Não se fez inferências sobre a escolha de microempresas ou de pequenas empresas, uma vez que tal informação não influenciaria a coleta de informações, cujo objetivo principal era avaliar a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas de Florianópolis sob a ótica dos clientes.

Após a escolha da amostra, buscou-se identificar quais eram estas 100 (cem) empresas. Com o auxílio do Instituto Pesquisa Mapa, foi adquirida uma listagem com nome, endereço e telefone das empresas investigadas. Em seguida, procedeu-se às ligações telefônicas, ocorridas durante o mês de outubro de 2007, e a aplicação de um questionário composto por 16 (dezesesseis) perguntas fechadas, tendo como respondentes mais indicados os integrantes da área financeira das empresas, por uma ligação direta com os serviços prestados pelos contabilistas. Declinou-se revelar as denominações sociais das empresas investigadas, por motivo de sigilo e em decorrência de preservação da imagem das mesmas.

O procedimento adotado no levantamento dos dados caracteriza-se pela natureza primária, por meio da aplicação de um questionário, contendo perguntas fechadas. Oliveira (2003, p.71) define a aplicação de um questionário como “uma série ordenada de perguntas relacionadas a um tema central, que são respondidas sem a presença do entrevistador”. A pesquisa possui esta característica quando vai ao encontro direto dos respondentes, por meio das ligações telefônicas, com a utilização de uma ficha padronizada “questionário”, composto por 16 (dezesesseis) perguntas fechadas e previamente estruturadas.

3.2 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

A metodologia utilizada na pesquisa é descritiva. Gil (1999, p. 70) relata que “a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis”. Desta forma, a pesquisa busca descrever as características e percepções dos respondentes, por meio de estudo de múltiplos casos (múltiplas empresas), com abordagem qualitativa.

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

A pesquisa tem natureza qualitativa, uma vez que explora um determinado fenômeno sem o emprego de métodos quantitativos. Richardson (1999, p. 79) destaca que “a abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social”.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esta seção está dividida em seis subseções: na primeira apresenta-se o perfil das empresas pesquisadas; na segunda, busca-se conhecer a percepção dos clientes quanto às atividades desempenhadas pelos escritórios de contabilidade; na sequência, verifica-se se as empresas utilizam os demonstrativos contá-

beis; identifica-se quais informações contábeis são consideradas relevantes pelos usuários; analisa-se o interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados e, por último, avalia-se os contabilistas, segundo a percepção dos clientes.

4.1 PERFIL DAS EMPRESAS PESQUISADAS

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

Tabela 1 – Ramo de atividade das empresas pesquisadas

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

A Tabela 1 apresenta um predomínio de empresas dos setores de comércio e serviço, compostas por 48% e 47%, respectivamente, e outras 20% de indústrias. O somatório da tabela apresentada é superior a 100%, em virtude de algumas empresas atuarem em mais de um ramo de atividade.

Por meio do número de funcionários das empresas, busca-se classificá-las por porte. Desta maneira, pretende-se evitar possíveis discrepâncias nas avaliações, em relação ao tamanho das organizações pesquisadas.

Segundo o critério de classificação de porte das empresas do SEBRAE-SC, na indústria, as microempresas podem ter no máximo 19 (dezenove) funcionários e as pequenas empresas entre 20 e 99 empregados. Já nos setores de comércio e serviço,

as microempresas caracterizam-se por empregarem no máximo 9 (nove) funcionários e as pequenas empresas entre 10 e 49 empregados. A pesquisa abrangeu apenas as

micro e pequenas empresas fora dos limites (acima de 99 empregados na indústria e acima de 49 no comércio e serviço), conforme consta da Tabela 2.

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

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

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

croempresas (até 9 funcionários) e pouco mais de um terço (36%) são pequenas (entre 10 e 49 funcionários).

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

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

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

Conforme análise da Tabela 3, percebe-se que um quarto das empresas pesquisadas (24%) fatura mensalmente no máximo 10 mil reais, assim como outra parte representativa

da amostra (27%) possui faturamento mensal entre 10 e 20 mil reais. Uma a cada dez empresas encaixa-se nos demais cortes de faturamento médio mensal, sendo 9% entre 20 e

50 mil, 10% entre 50 e 100 mil e 10% acima de 100 mil reais. Ainda houve 20% de respondentes que não souberam ou se negaram a dizer o faturamento médio da empresa.

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

4.2 PERCEPÇÃO DOS CLIENTES QUANTO ÀS ATIVIDADES DESEMPENHADAS PELOS ESCRITÓRIOS DE CONTABILIDADE

Para investigação da percepção dos clientes quanto às atividades desempenhadas pelos escritórios de contabilidade apresenta-se

as subdivisões a seguir: o valor dos honorários pagos aos escritórios de contabilidade; o tempo de permanência da empresa no escritório de contabilidade; o fornecimento de documentos fiscais para contabilização; a disponibilidade do livro caixa por parte das empresas aos prestadores de serviços contábeis e, por último, as principais funções desempenhadas pelos escritórios contábeis.

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

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

Valor pago pela prestação dos serviços contábeis	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Nº de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Até R\$ 190,00 (até meio salário mínimo)	29	15	31	28	58	19	3
Mais de R\$ 190,00 a R\$ 380,00 (mais de meio a um salário mínimo)	42	45	50	38	33	59	39
Mais de R\$ 380,00 a R\$ 760,00 (mais de um a dois salários mínimos)	23	25	17	30	10	22	39
Mais de R\$ 760,00 (mais de dois salários mínimos)	6	15	2	4	-	-	18
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

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

A maioria das empresas com no máximo

quatro funcionários (58%) paga como limite maior meio salário mínimo; empresas com quadro funcional entre 5 e 9 empregados pagam entre um e dois salários e empresas com dez ou mais funcionários se dividem entre meio e dois salários.

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

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

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

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

Assim, infere-se que quanto maior o número de funcionários das empresas, maior é a fidelização com a prestação dos serviços contábeis, visto que apenas as empresas com no máximo quatro funcionários trabalham com os atuais escritórios de contabilidade há cerca de um ano. Já um terço das empresas com dez ou mais funcionários (33%) tem ligação com seus contadores

há mais de dez anos. Além da relação com o número de funcionários, já mencionada, a tabela 9 mostra que o tempo de exercício da função do prestador de serviços contábeis não tem diferenças significativas quanto ao ramo de atividade.

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

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

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

Segundo a Tabela 6, 85% das empresas pesquisadas fornecem os documentos fiscais aos escritórios contábeis, para realizem a escrituração e os registros necessários. Apenas 11% da amostra não entregam tais documentos e outros 4% dizem não saber se estes documentos são repassados à con-

tabilidade. A tabela também mostra que à medida que aumenta o número de funcionários das empresas, é maior a proporção das que fornecem os documentos fiscais. Ressalta-se que os documentos fiscais mencionados na pesquisa foram: notas fiscais de compra e venda de mercadorias, faturas

e boletos bancários pagos, extratos bancários, entre outros.

Assim como no item anterior, também se fez necessário saber se as empresas fornecem o livro caixa aos prestadores de servi-

ços contábeis, para que estes tenham as condições necessárias para realizar uma escrituração contábil de qualidade. O resultado destas informações são apresentados na Tabela 7.

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

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

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

vistados não souberam responder se a empresa faz.

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

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

Funções de um escritório de contabilidade	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Fazer guias para pagamento	55	75	54	53	58	44	61
Fazer os registros fiscais	55	70	50	60	40	52	76
Fazer folha de pagamento	52	35	50	57	50	41	64
Confeccionar os demonstrativos contábeis	24	20	31	23	13	19	42
Prestar assessoria para administrar a empresa	22	15	29	23	15	19	33
Abertura e fechamento de empresa	19	15	19	19	23	15	18
Fazer os livros fiscais	17	15	21	17	18	22	12
Fazer auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	10	15	15	13	13	7	9
Outras funções	11	15	13	4	5	19	12
Não sabe	4	-	4	4	5	7	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

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

Numa proporção menor de respostas, são vistas como funções do contabilista: confeccionar demonstrativos fiscais (24%), prestar assessoria para administrar a empresa (22%), fazer abertura e fechamento de empresa (19%), fazer os livros fiscais (17%), auditoria (10%), além de outras funções (11%). Apenas

4% não souberam dizer de forma espontânea as funções de um contador.

4.3 AS EMPRESAS UTILIZAM OS DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS

Com o intuito de verificar se as empresas fazem uso dos demonstrativos contábeis, pretende-se conhecer o grau de importância que as mesmas dão a estes documentos, se os solicitam aos escritórios de contabilidade periodicamente. O resultado consta da Tabela 9.

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

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

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

Em relação ao ramo de atividade das empresas (Tabela 9), não existe diferença significativa no resultado geral quanto à solicitação dos demonstrativos contábeis. Entretanto, quando solicitados, as empresas comerciais são as que aparecem como as que menos os utilizam para alguma tomada de decisão. Percebe-se ainda que a solicitação de demonstrativos contábeis tem relação com o porte da

empresa, visto que o índice de solicitação destes documentos aumenta à medida que as empresas são maiores.

4.4 QUAIS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS SÃO CONSIDERADAS RELEVANTES PELOS USUÁRIOS

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

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

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

Serviços contábeis	Grau de importância dos serviços (%)			
	Sem importância	Pouco importante	Importante	Muito importante
Fazer folha de pagamento	-	33	100	98
Fazer guias para pagamento	100	-	100	94
Fazer os registros fiscais	-	67	85	98
Confeccionar os demonstrativos	-	6	71	100
Fazer os livros fiscais	-	8	66	96
Abertura e fechamento de empresa	14	14	78	85
Prestar assessoria	-	-	46	42
Fazer auditoria	13	5	32	42

A Tabela 10 apresenta o grau de importância dado pelos entrevistados para cada um dos principais serviços executados pelos escritórios de contabilidade. Fazer a folha e as guias de pagamento é considerado muito importante por 53% dos respondentes; os registros fiscais representam 47%; prestar assessoria e confeccionar os demonstrativos contábeis é considerado importante por cerca de um terço dos pesquisados; a abertura e o fechamento da empresa e fazer os livros fiscais é primordial para cerca de um quarto e, por último, apenas 19% consideram muito importante fazer auditoria. De acordo com a proporção dos serviços realizados em cada grau de avaliação, praticamente todas as empresas os consideram muito importante: fazer a folha de pagamento, as guias para pagamento, os

registros fiscais, confeccionar demonstrativos contábeis e fazer os livros fiscais. Recebem estes serviços de seus contadores.

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

Oferecer informações gerenciais às empresas é considerado um importante papel desempenhado pelos escritórios contábeis. Por isso, foi investigado se os prestadores de serviço fornecem algum tipo de informação que auxilia na administração das organizações e as informações apresentadas constam da Tabela 11.

Tabela 11 – Fornecimento de informações gerenciais

Recebimento de informações gerenciais	Total (%)	Faturamento médio mensal (%)			Valor pago pela prestação dos serviços contábeis (%)		
		Até 10 mil reais	De 10 a 50 mil reais	Mais de 50 mil reais	Até 190 reais	De 191 a 380 reais	Mais de 380 reais
Sim	41	25	33	60	21	40	62
Utiliza	98	100	100	92	100	100	94
Não Utiliza	2	-	-	8	-	-	6
Não	59	75	67	40	79	60	38
Gostaria de ter	63	33	87	75	48	68	82
Não gostaria de ter	37	67	13	25	52	32	18
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

De acordo com a Tabela 11, quatro em cada dez empresas (41%) recebem algum tipo de informações gerenciais, das quais a grande maioria (98%) as utiliza. Por outro lado, seis em cada dez empresas (59%) não ganham estes tipos de assessoria. Praticamente duas a cada três dessas empresas (63%) gostariam de tê-los.

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

médio mensal e o valor dos honorários contábeis, maior é o índice de recebimento de informações gerenciais.

4.5 INTERESSE DEMONSTRADO PELOS CONTADORES EM MELHORAR A QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS NA VISÃO DOS EMPRESÁRIOS

Com o objetivo de verificar o interesse demonstrado pelos contadores em melhorar a qualidade dos serviços prestados, na visão dos empresários, observou-se que para se obter a satisfação do cliente, é necessário que os contadores demonstrem tal interesse, conforme informações apresentadas na Tabela 12.

Tabela 12 - Interesse do contador em melhorar o serviço prestado por faturamento mensal e valor dos honorários.

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

A Tabela 12 demonstra que para 31% das empresas pesquisadas, seus contadores confirmam ter muito interesse em melhorar os serviços prestados; para 25%, o interesse de melhorar é médio; para 22%, os contadores demonstram pouco interesse e para outros 22% não há qualquer interesse no aperfeiçoamento dos serviços prestados.

Dessa maneira, infere-se que exista uma relação entre o interesse do contador na melhoria de seus serviços e o tamanho das empresas. As empresas menores, com até quatro funcionários, com faturamento mensal de até R\$ 10.000,00 (dez mil reais) e que pagam no máximo meio salário mínimo de honorários a

seus contadores, são as que não demonstram interesse algum na melhoria da prestação dos serviços. Já as empresas maiores, com dez ou mais empregados, com faturamento acima de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), e que pagam a seus contadores mais de um salário mínimo, atestam que os prestadores de serviços contábeis mostram muito ou médio interesse na melhoria dos serviços.

4.6 A AVALIAÇÃO DOS CONTABILISTAS SEGUNDO A PERCEPÇÃO DOS CLIENTES

Para da descrição avaliação dos contabilistas, segundo a percepção de seus clientes, apresenta-se a seguir: trabalhos realiza-

dos pelo contador da empresa; avaliação do contador segundo atributos específicos e, por último, a relação custo x benefício.

Os respondentes foram questionados sobre os trabalhos realizados pelo contador da

empresa, a fim de melhor avaliá-los. Os principais afazeres foram citados pelo entrevistador, para que se verificasse a pertinência de tais atribuições ao profissional contabilista.

Tabela 13 - Trabalhos realizados pelo contador da empresa por faturamento médio mensal e valor dos honorários

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

A Tabela 13 mostra que praticamente todos os contadores (96%) fazem a folha e as guias de pagamento das empresas. Também é elevado o índice de prestadores de serviço que fazem os registros fiscais (89%). Num patamar inferior, verifica-se a confecção de demonstrativos contábeis e de livros fiscais, indicados por 70% e 66%, respectivamente, dos respondentes da amostra. São listados ainda: abertura e fechamento de empresa (53%); assessoria para administrar a empresa (35%) e auditoria (25%).

Constata-se pelas Tabelas 12 e 13 que mesmo as empresas com dez ou mais funcionários, como também as com faturamento mensal superior a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) e

com honorários contábeis acima de um salário mínimo não costumam receber assessoria para melhor administrá-las. Praticamente, metade destas instituições não obtém este tipo de informação gerencial.

As empresas participantes da amostra pesquisada puderam ainda avaliar seus contadores em sete atributos específicos: cordialidade, pontualidade, conhecimento técnico, qualidade dos serviços, agilidade na solução de problemas, valor dos honorários, fornecimento de informações, além de uma avaliação geral do prestador de serviço. As Tabelas 14 e 15 apresentam as notas médias aplicadas a cada atributo pesquisado, em que cada nota foi atribuída pelo respondente numa escala de 0 a 10.

Tabela 14 - Atributos avaliados por faturamento médio mensal e valor dos honorários

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

Tabela 15 - Avaliação de cada atributo específico

Atributos avaliados	Total (Média)	Avaliação (%)										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cordialidade	8,4	-	2	2	-	-	4	-	16	24	13	39
Pontualidade no envio de guias e pagamentos	8,3	-	-	-	-	2	7	3	22	14	13	39
Conhecimento técnico	8,2	-	-	-	-	-	6	6	25	23	10	30
Qualidade dos serviços	7,6	-	-	-	-	2	9	13	24	23	11	18
Agilidade na solução de problemas	7,6	-	-	-	-	2	10	12	25	22	9	20
Valor dos honorários	7,1	1	-	-	4	1	28	3	16	20	11	16
Fornecimento de informações importantes para a administração da empresa	6,0	11	5	2	1	7	16	2	15	20	6	15
Avaliação geral	7,4	-	-	2	-	2	10	14	22	23	14	13

Conforme mostra a Tabela 14, em três atributos os contadores receberam nota média superior a oito: cordialidade (8,4), pontualidade (8,3) e conhecimento técnico (8,2). Em outros três atributos os prestadores de serviços contábeis obtiveram média entre sete e oito: qualidade dos serviços (7,6), agilidade na solução de problemas (7,6) e valor dos honorários (7,1). Apenas em relação ao fornecimento de informações gerenciais os contadores foram avali-

ados de forma regular, obtendo nota média 6,0. Numa avaliação geral, os contadores receberam como nota média 7,4.

As Tabelas 14 e 15 apresentam as notas médias dentro de cada segmento pesquisado, em que a cordialidade obteve média superior a nove entre as empresas com dez ou mais empregados e entre as que faturam mensalmente acima de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais). Por outro lado, o for-

necimento de informações importantes para a administração da empresa alcançou nota inferior a cinco entre as empresas industriais, entre as que possuem no máximo quatro funcionários, entre as que faturam até R\$ 10.000,00 (dez mil reais) e as que pagam no máximo meio salário mínimo de honorários aos contadores.

Na Tabela 15, pode-se visualizar o percentual de cada nota dentro de cada atributo ava-

liado, sendo que um quarto dos entrevistados (26%) avaliou seu contador em relação ao fornecimento de informações gerenciais com notas entre zero e quatro.

Apesar dos respondentes avaliarem alguns aspectos de seus contadores positivamente e outros de forma negativa, neste item da pesquisa buscou-se fazer a relação custo x benefício da prestação dos serviços contábeis. O resultado consta da Tabela 16.

Tabela 16 - Relação custo x benefício por faturamento médio e valor dos honorários

Relação custo x benefício	Total (%)	Faturamento médio mensal (%)			Valor pago pela prestação dos serviços contábeis (%)		
		Até 10 mil reais	De 10 a 50 mil reais	Mais de 50 mil reais	Até 190 reais	De 191 a 380 reais	Mais de 380 reais
Muito caro	10	29	6	5	10	10	10
Um pouco caro	29	38	36	20	31	31	24
Adequado	48	33	47	40	48	55	38
Um pouco barato	8	-	11	20	7	5	14
Muito barato	3	-	-	15	3	-	7
Não sabe	2	-	-	-	-	-	7
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Conforme apresenta a Tabela 16, 48% das micro e pequenas empresas consideram o valor dos honorários cobrados por seus contadores adequados numa relação custo x benefício. Apenas 11% avaliam como sendo barata esta relação e 39% consideram-na cara.

Diante do exposto, infere-se que, ao contrário do que se imagina, entre as empresas que pagam mais de um salário mínimo é maior a proporção de respondentes que considera o valor barato numa relação custo x benefício, mostrando que estas empresas obtêm informações e uma qualidade de serviço superior àquelas que pagam menos de um salário mínimo de honorários. Verifica-se que as empresas industriais têm a melhor relação custo x benefício entre os ramos de atividade. Quanto ao número de funcionários, quanto maior o número de empregados, maior é a satisfação

custo x benefício. Além da relação com o valor pago de honorários, já vista anteriormente, a relação com o faturamento médio das empresas, mostra que quanto mais a empresa fatura, maior é a satisfação com o trabalho desenvolvido por seus contadores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve por objetivo principal a investigação da percepção das micro e pequenas empresas da grande Florianópolis sobre a qualidade dos serviços prestados pelos contabilistas. A população alvo, segundo dados do SEBRAE (2008), é composta por 2.500 empresas de micro e pequeno porte, sediadas na cidade de Florianópolis. A amostra foi composta por 100 micro e pequenas empresas, escolhidas em virtude da acessibilidade dos respondentes. Procedeu-se à aplicação de um ques-

tionário, composto por perguntas fechadas, por meio de ligações telefônicas, ocorridas durante o mês de outubro de 2007. Declinou-se revelar as denominações sociais das empresas investigadas, por motivo de sigilo e em decorrência de preservação da imagem das mesmas.

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

Em resposta à indagação é possível constatar que:

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

informações importantes que auxiliem na administração das empresas é que sua avaliação é regular, reforçando a necessidade de oferecer às empresas algum tipo de informação gerencial.

Grande parcela das microempresas, com quadro funcional de até quatro funcionários, paga no máximo meio salário mínimo pelos serviços prestados e, numa relação custo x benefício, grande parte dessas organizações considera este valor caro, pois não possuem conhecimento dos benefícios que as informações contábeis fornecem.

Por fim, conclui-se que apesar dos escritórios de contabilidade não estarem satisfazendo totalmente a seus clientes, é notório observar por parte dos empresários que grande parte dos contadores está demonstrando interesse em melhorar os serviços prestados. Para tanto, entende-se que o profissional contábil precisa estar lado a lado com a empresa

nas tomadas de decisões, conhecendo suas necessidades atuais e futuras, buscando alternativas e assim resultando em benefícios para ambas as partes: maior rentabilidade ao cliente e maior satisfação dos serviços prestados.

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

REFERÊNCIAS

- DEMING, W. E. **Qualidade**: a revolução da administração. Rio de Janeiro: Saraiva, 1990.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1987.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARION, J. C. **Contabilidade básica**. 2. ed. São Paulo, 1989.
- MIRSHAWKA, V. **Criando valor para o cliente**: a vez do Brasil. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1993.
- OLIVEIRA, Antônio Benedito Silva (Coordenação). **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE. **Critérios e conceitos para a classificação de empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas>> Acesso em: 17 jul. 2008.

VICTORINO, Carlos Roberto. **Qualidade na organização e nos serviços contábeis: marketing em serviços**. Santa Catarina: Odorizzi, 1999.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. São Paulo: Bookman, 2003

Artigo recebido em: 27 de março de 2009

Artigo aprovado para publicação em: 25 de maio de 2009

ENDEREÇO DOS AUTORES

Ricardo Moreira

ricardo473@hotmail.com

Rua Joaquim Nabuco, 1100 – Bloco 25 – Apto. 004 – Capoeiras
88090-060 Florianópolis/SC

Sabrina do Nascimento

sabnascimento@gmail.com

Rua Caetana Maria dos Santos, 90 – Fazenda Santo Antônio
CEP: 88104-567 São José/SC

Juliane Vieira de Souza

juliane.vieiradesouza@gmail.com

Centro Sócio-Econômico – Campus Universitário – Trindade
88040-900 Florianópolis/SC - Cx. Postal 476

Loreci João Borges

lbj@connectnet.com.br

Centro Sócio-Econômico – Campus Universitário – Trindade –
88040-900 Florianópolis/SC – SC - Cx. Postal 476