

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

RICARDO MOREIRA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PELOS ESCRITÓRIOS
CONTÁBEIS NA CAPITAL CATARINENSE**

**FLORIANÓPOLIS
2007**

RICARDO MOREIRA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PELOS ESCRITÓRIOS
CONTÁBEIS NA CAPITAL CATARINENSE**

**Trabalho de Monografia apresentado ao
Curso de Ciências Contábeis da Universidade
Federal de Santa Catarina como requisito
parcial à obtenção do grau de bacharel em
Ciências Contábeis.**

**Orientador: Dr. Loreci João Borges
Co-Orientadora: Juliane Vieira de Souza**

**FLORIANÓPOLIS
2007**

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PELOS ESCRITÓRIOS CONTÁBEIS NA CAPITAL CATARINENSE

RICARDO MOREIRA

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de Ciências Contábeis na Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média de _____, atribuída pela banca examinadora integrada dos professores abaixo mencionados.

Florianópolis, 07 de dezembro de 2007.

Prof^ª. Elisete Dahmer Pfitscher, Dra.
Coordenadora de Monografias

Professores que compuseram a Banca Examinadora:

Prof. Loreci João Borges, Dr.
Orientador

Prof^ª. Juliane Vieira de Souza, Esp.
Co-Orientadora

Prof. Roque Brinckmann, Dr.
Membro

*Este trabalho é dedicado a todos
que, de alguma forma,
contribuíram para que esta etapa
de minha vida fosse superada.*

AGRADECIMENTOS

Foram muitos os que me ajudaram nesta caminhada.

Meus sinceros agradecimentos...

...aos meus pais, Waldir e Elizabeth, por me criarem no caminho do bem, fazendo tudo o possível para me oferecer oportunidades de crescimento e felicidade;

...à minha esposa Raquel, que torce pelo meu sucesso, por tolerar muitas vezes minha impaciência, mas principalmente pelo seu amor;

...à minha filha Isadora, por tantos momentos de ausência paterna;

...às minhas irmãs Denise e Christiani e ao meu irmão Luiz Fernando, por terem compartilhado comigo momentos de alegria e tristeza, e, assim como meus pais, por me ensinarem a ter dignidade, caráter e respeito;

...à minha sogra Cira, à minha cunhada Sybele e à minha sobrinha Maria Eduarda, por tantas vezes me substituírem, dando o suporte necessário à minha família;

...aos meus amigos de coração, que de alguma forma me ajudaram e incentivaram a superar as dificuldades encontradas;

...aos meus colegas de turma, que se transformaram em grandes amigos, por dividir comigo conquistas e alegrias na transposição das dificuldades encontradas;

...ao Sr. José Nazareno Vieira e a todos que compõe o Instituto MAPA, pelo incentivo, colaboração e compreensão, tantas vezes necessárias;

...aos meus professores, pelos ensinamentos, e em especial aos meus orientadores Loreci e Juliane, pelo acompanhamento no decorrer do desenvolvimento deste trabalho;

...a todos aqueles que aqui não foram citados, mas que de alguma forma estiveram presentes durante esta importante etapa da minha vida.

Adria, eu consegui!
(Rocky Balboa)

RESUMO

Com o atual mercado competitivo, 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. O tema proposto para o presente trabalho é saber como as micro e pequenas empresas de Florianópolis avaliam a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios contábeis, de modo a conhecer o nível de satisfação em relação aos contadores terceirizados. A pesquisa teve a finalidade de demonstrar se os contadores estão interessados em suprir as necessidades de seus clientes, levantando quais informações são consideradas indispensáveis aos empresários, se estas informações são fornecidas aos mesmos e se são utilizadas, sendo exatamente o que as empresas necessitam. Os resultados obtidos são divididos ainda em quatro segmentos (ramo de atividade, número de funcionários, faturamento médio mensal e valor pago pela prestação dos serviços contábeis). Por fim, concluiu-se que os objetivos traçados foram alcançados, obtendo-se uma real visão das necessidades compreendidas pelas empresas que terceirizam serviços contábeis.

Palavras-chave: Qualidade dos serviços contábeis. Informações gerenciais. Avaliação dos contadores terceirizados.

ABSTRACT

With the nowadays competitive market scenery, the biggest challenge to service providers is to fulfill the necessities and expectations of their clients. To be successful on that, it is necessary to provide a high quality service, being the client satisfaction the main purpose of the organization. The subject suggested in this work is to know how the small companies in Florianópolis evaluate the quality of the services delivered by accounting service providers and, in this way, knowing their satisfaction level. This survey had as objective to find out how much the accountants are interested in fulfill its client necessities, researching which information are considered essential to the entrepreneurs and if they are provided and utilized by the companies. The survey results are separated in four segments and can be analyzed by size, commercial activities, revenue and the amount paid to the accountants. It has been concluded that the purposes have been achieved, obtaining a clear vision of the company's demands which outsource accounting services.

Keywords: Accounting services quality. Management Information. Counters outsourced evaluation.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ramo de atividade das empresas.....	36
Gráfico 2. Número de funcionários das empresas.....	37
Gráfico 3. Faturamento médio mensal das empresas.....	38
Gráfico 4. Valor pago pela prestação dos serviços contábeis.....	39
Gráfico 5. Área de atuação das empresas.....	41
Gráfico 6. Tempo de serviço do contador.....	42
Gráfico 7. Fornecimento de documentos fiscais ao contador.....	44
Gráfico 8. Fornecimento do livro caixa ao contador.....	45
Gráfico 9. Funções de um contador.....	47
Gráfico 10. Fornecimento de informações gerenciais.....	49
Gráfico 11. Trabalhos realizados pelo contador da empresa.....	51
Gráfico 12. Grau de importância dos serviços contábeis.....	53
Gráfico 13. Solicitação de demonstrativos contábeis.....	54
Gráfico 14. Grau de interesse em melhorar os serviços prestados.....	56
Gráfico 15. Avaliação do contador conforme atributos específicos.....	58
Gráfico 16. Relação custo x benefício.....	60

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Indicadores de qualidade.....	25
Quadro 2. Visão geral das gerações contábeis	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Elementos básicos da contabilidade financeira e gerencial.....	33
Tabela 2. Ramo de atividade das empresas.....	35
Tabela 3. Número de funcionários das empresas por ramo de atividade	37
Tabela 4. Faturamento médio mensal das empresas por ramo de atividade e número de funcionários.....	39
Tabela 5. Valor pago pela prestação dos serviços contábeis por ramo de atividade e número de funcionários.....	40
Tabela 6. Valor pago pela prestação dos serviços contábeis por faturamento médio mensal	40
Tabela 7. Área de atuação da empresa por ramo de atividade e número de funcionários.....	41
Tabela 8. Área de atuação da empresa por faturamento médio mensal e valor dos honorários.....	41
Tabela 9. Tempo de serviço do contador por ramo de atividade e número de funcionários.....	43
Tabela 10. Tempo de serviço do contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários	43
Tabela 11. Fornecimento dos documentos fiscais ao contador por ramo de atividade e número de funcionários.....	44
Tabela 12. Fornecimento dos documentos fiscais ao contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários.....	44
Tabela 13. Fornecimento do livro caixa ao contador por ramo de atividade e número de funcionários.....	46
Tabela 14. Fornecimento do livro caixa ao contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários	46
Tabela 15. Funções de um contador por ramo de atividade e número de funcionários	48
Tabela 16. Funções de um contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários	48
Tabela 17. Fornecimento de informações gerenciais por ramo de atividade e número de funcionários.....	50
Tabela 18. Fornecimento de informações gerenciais por faturamento médio mensal e valor dos honorários	50
Tabela 19. Trabalhos realizados pelo contador da empresa por ramo de atividade e número de funcionários.....	51
Tabela 20. Trabalhos realizados pelo contador da empresa por faturamento médio mensal e valor dos honorários.....	52
Tabela 21. Grau de importância dos serviços contábeis por cada trabalho realizado pelo contador da empresa	53
Tabela 22. Solicitação dos demonstrativos contábeis por ramo de atividade e número de funcionários.....	55
Tabela 23. Solicitação dos demonstrativos contábeis por faturamento médio mensal e valor dos honorários	55
Tabela 24. Interesse do contador em melhorar o serviço prestado por ramo de atividade e número de funcionários.....	56
Tabela 25. Interesse do contador em melhorar o serviço prestado por faturamento médio mensal e valor dos honorários.....	57
Tabela 26. Atributos avaliados por ramo de atividade e número de funcionários	58
Tabela 27. Atributos avaliados por faturamento médio mensal e valor dos honorários	59
Tabela 28. Avaliação de cada atributo	59
Tabela 29. Relação custo x benefício por ramo de atividade e número de funcionários	61
Tabela 30. Relação custo x benefício por faturamento médio mensal e valor dos honorários	61

LISTA DE ABREVIATURAS

RBC – Revista Brasileira de Contabilidade

LALUR – Livro de Apuração do Lucro Real

ICMS – Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação

DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

DLPA – Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados

DOAR – Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos

DMPL – Demonstração do Patrimônio Líquido

CCL – Capital Circulante Líquido

SEBRAE-SC – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 TEMA E PROBLEMA	14
1.2 JUSTIFICATIVA.....	15
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	17
1.3.1 Objetivo Geral	17
1.3.2 Objetivos Específicos.....	17
1.4 METODOLOGIA	18
1.5 LIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	20
1.6 ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA.....	20
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	21
2.1 QUALIDADE	21
2.1.1 Qualidade em Serviços	23
2.1.2 Qualidade no Atendimento	23
2.1.3 Qualidade dos Serviços Contábeis	24
2.2 INFORMAÇÕES CONTÁBEIS	26
2.2.1 História da Contabilidade.....	26
2.2.2 Escrituração	28
2.2.3 Livros Contábeis.....	28
2.2.4 Demonstrações Contábeis	30
2.2.5 Ramificações da Contabilidade	32
2.2.6 Objetivo e Finalidade da Contabilidade Gerencial.....	33
3 RESULTADOS DA PESQUISA	35
3.1 NÚMERO DE FUNCIONÁRIO DAS EMPRESAS	36
3.2 FATURAMENTO MÉDIO MENSAL DAS EMPRESAS.....	38
3.3 VALOR PAGO PELA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS	39
3.4 ÁREA DE ATUAÇÃO DA EMPRESA	41
3.5 TEMPO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO ATUAL CONTADOR.....	42
3.6 FORNECIMENTO DOS DOCUMENTOS FISCAIS AO CONTADOR	43
3.7 FORNECIMENTO DO LIVRO CAIXA AO CONTADOR	45
3.8 FUNÇÕES DE UM CONTADOR.....	46
3.9 RECEBIMENTO DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS.....	49
3.10 TRABALHOS REALIZADOS PELO CONTADOR DA EMPRESA.....	50
3.11 GRAU DE IMPORTÂNCIA DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS	52
3.12 SOLICITAÇÃO DE DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS	54
3.13 INTERESSE DO CONTADOR EM MELHORAR O SERVIÇO PRESTADO.....	56
3.14 AVALIAÇÃO DO CONTADOR CONFORME ATRIBUTOS ESPECÍFICOS	57
3.15 RELAÇÃO CUSTO X BENEFÍCIO	60
4 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	64
ANEXO – Questionário Aplicado.....	66

1 INTRODUÇÃO

Todas as empresas que desejam ter sucesso necessitam de informação. Esta informação deve proporcionar um alicerce seguro para o planejamento e controle da empresa, e que auxiliará o empresário no momento da tomada de decisões.

As organizações devem acompanhar as novas tendências, muitas são as questões que estão sendo discutidas em relação ao atendimento ao cliente e a satisfação do mesmo. Desse modo, cabe às empresas e aos indivíduos tentarem encontrar alternativas diferenciadas para permanecer nesse mercado competitivo.

As empresas e os profissionais devem adequar-se nesse mercado o mais rapidamente possível, pois segundo Piazza (1999, p. 9.9):

A globalização econômica está decretando o fim do empirismo nos negócios e nas nossas ações pessoais. Para se integrar ao mundo é preciso criar diferenciais. Não importa mais o tamanho da empresa ou o ramo de atividade. Ter um empreendimento hoje ou buscar um lugar no mercado de trabalho exige conhecimento, domínio, sintonia com o moderno e capacidade de perceber erros. O período de amadorismo chegou ao fim, pois quem não tem Qualidade é aniquilado. É duro dizer isso, mas a verdade é que nós estamos vivendo a era da competência empresarial e pessoal.

Pode-se perceber, pela afirmação de Piazza, o quanto é importante a qualidade nos serviços prestados em uma organização.

Diante do cenário apresentado o contador vem, buscando alternativas e recursos para prestar um serviço com qualidade, pois a contabilidade proporciona às pessoas conhecer a situação das empresas e tomar decisões em relação ao seu futuro.

È importante ressaltar ainda a idéia de Marion (1985), de que a contabilidade é um instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa. Desde sua criação ela existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões. Também o governo, com o passar do tempo, começou a utilizá-la para arrecadar impostos, tornando-a obrigatória para as empresas.

Diante disso, pode-se considerar que, a contabilidade não deve ser feita visando basicamente atender às exigências do governo, sendo também muito importante, mas sim, que através dela pode-se fazer uma avaliação econômica e financeira, como também fazer inferências sobre tendências futuras.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Muitas são as questões que estão sendo discutidas em relação à qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade. Desse modo, é necessário um estudo da definição e dos objetivos da contabilidade e do papel do contador em relação às empresas.

Segundo Aaker (2001) o contato direto com os consumidores e o conhecimento sobre suas reações são ferramentas chaves para as empresas que pretendem manter-se no mercado. A literatura que aborda o tema Qualidade no atendimento classifica-a não apenas como uma opção, mas como um requisito para se obter sucesso na área pessoal e empresarial.

Há algum tempo, as empresas não precisavam preocupar-se demasiadamente com a competitividade, mas atualmente, seu desafio é manter e conquistar novos clientes.

Existe uma grande necessidade de ouvir o cliente para estar totalmente voltado para satisfazer todas as suas expectativas. É necessário focalizar o cliente, pois são tantas pressões, do ponto de vista capitalista e empresarial, e as empresas precisam abrir um canal de atendimento direto, trabalhar para ajustamento dos produtos e serviços às necessidades do cliente.

Nesse sentido, são notórias as mudanças que as empresas estão sujeitas a enfrentar. Será necessário buscar alternativas para adequação das mesmas, pois o mercado está totalmente competitivo, ficando cada vez mais difícil a sobrevivência. Para isso se faz necessário que as pessoas acordem para a realidade e aperfeiçoem sua qualidade pessoal, tomando iniciativas e buscando alternativas diferentes e desafiantes para alcançar o principal objetivo que é a satisfação do cliente interno e externo.

Uma das ferramentas mais utilizadas para se chegar à satisfação plena dos clientes é a pesquisa de mercado. Ela tem a função de fazer a ligação entre o consumidor, o cliente e o empresário, por meio de informações, que identificam oportunidades e ajudam a aperfeiçoar os serviços prestados.

Com base no exposto, surge a seguinte pergunta de pesquisa:

Como os micro e pequenos empresários de Florianópolis avaliam a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade?

1.2 JUSTIFICATIVA

A qualidade das informações contábeis é uma importante ferramenta para aperfeiçoar o gerenciamento das empresas. Para tanto, é necessário que os empresários tenham cada vez mais confiança e segurança nos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

Em contrapartida, os contadores têm o dever de estarem interados das necessidades de seus clientes para não confundi-los com informações desnecessárias e irrelevantes que possam ser fornecidas em momentos inoportunos, mas sim, possam oferecer-lhes informações, através de relatórios e demonstrativos, precisos, seguros e oportunos para a correta tomada de decisão.

Qualidade e satisfação do cliente tornaram-se armas competitivas importantes do novo século. Poucas empresas irão se desenvolver no ambiente de hoje sem um enfoque na qualidade, no melhoramento contínuo e na satisfação do cliente. Empresas de todo o mundo estão implementando melhorias na qualidade e programas de satisfação, em um esforço para reduzir custos, reter os clientes, aumentar a fatia de mercado e, conseqüentemente, aumentar os lucros.

Existe também uma importante ligação entre satisfação e lealdade do cliente. Relacionamentos de longo prazo não acontecem por acaso. A manutenção dos clientes gera bons resultados para as organizações, contrapondo-se com a queda dos custos, principalmente por se gastar menos dinheiro e energia tentando substituir os clientes inadimplentes. A habilidade para reter clientes está baseada na compreensão de suas necessidades. Esse conhecimento provém basicamente da pesquisa de marketing.

Segundo McDaniel e Gates (2006. p. 9): “Pesquisa de marketing é o planejamento, a coleta e a análise de dados relevantes para a tomada de decisões de marketing e para a comunicação dos resultados dessa análise à administração”.

Para se chegar a este resultado, considera-se necessário um estudo onde os empresários avaliarão os serviços prestados pelos contadores, como também a utilidade das informações fornecidas por estes.

A chave para fazer o retorno sobre a qualidade funcionar é a pesquisa de marketing. Ela é o mecanismo que permite às organizações determinar quais tipos e formas de qualidade são importantes para um determinado mercado.

De acordo com Mattar, (1998), a pesquisa de marketing desempenha dois importantes papéis neste sistema. Em primeiro lugar, faz parte do processo de “*feedback*” da inteligência de marketing. Ela estabelece os tomadores de decisões com dados sobre a eficiência do mix de marketing atual e fornece percepções para mudanças necessárias. Em segundo, a pesquisa de marketing é a principal ferramenta para explorar novas oportunidades no mercado.

Pode-se dizer que a pesquisa de marketing exerce três tipos de função: descritiva, diagnóstica e prognóstica. Sua função descritiva inclui a coleta e a apresentação dos fatos, como será realizada neste trabalho; a diagnóstica é onde os dados e as ações são explicados; e a prognóstica mostra como se pode tirar vantagem das oportunidades à medida que surgem no mercado.

Este trabalho tem o intuito de estimular estudos posteriores, pesquisas e obras científicas a respeito da qualidade dos serviços contábeis, fornecendo um estudo entre as empresas de Florianópolis que terceirizam os serviços contábeis, com a finalidade de oferecer subsídios para que estes serviços sejam realizados de acordo com as necessidades e expectativas dos clientes.

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

Para que este trabalho alcance os resultados desejados, é necessário que se atinja os objetivos previstos, conforme são apresentados a seguir.

1.3.1 Objetivo Geral

Este estudo tem como objetivo principal saber como os micro e pequenos empresários avaliam a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

1.3.2 Objetivos Específicos

Para se chegar ao objetivo principal deste trabalho, será necessário atingir outros objetivos:

- Conhecer a visão dos clientes a respeito dos contadores, contabilidade fiscal e gerencial;
- Verificar a qualidade do atendimento e do interesse demonstrado pelos contadores;
- Levantar quais informações são consideradas indispensáveis aos clientes;
- Constatar se os relatórios confeccionados pelos contadores condizem com que os empresários necessitam;
- Obter a avaliação dos contadores segundo seus clientes;
- Realizar uma pesquisa bibliográfica.

1.4 METODOLOGIA

A partir da definição do problema da pesquisa, é possível identificar seu universo. Entende-se como universo da pesquisa o conjunto de pessoas que possuem características comuns e detêm algum grau de informação sobre o tema a ser explorado. Após a identificação do universo, é preciso decidir se a pesquisa irá englobar a totalidade de seus componentes (censo) ou se irá englobar apenas parte deste universo, caracterizando-se como pesquisa por amostragem.

Segundo dados do SEBRAE-SC, existem cerca de 2.500 empresas de micro e pequeno porte na cidade de Florianópolis.

Para o estudo proposto será realizada uma pesquisa por amostragem selecionada de forma probabilística, onde todas as empresas que fazem parte do universo da pesquisa têm a mesma chance de ser selecionadas para participarem em igualdade de condições. Para representar o universo em estudo, foi aplicada uma amostra de 100 entrevistas finais completas, de modo a fornecer informações com índice de confiabilidade aceitável para o estudo.

A seleção probabilística de uma amostra de 100 casos resultaria, dentro de um índice de confiabilidade de 90%, numa margem de erro amostral máximo de 8,0%.

O método mais indicado para este tipo de estudo é o “*SURVEY*”, que consiste numa pesquisa que busca informação diretamente com um grupo de interesse a respeito dos dados que se deseja obter. Trata-se de um procedimento útil, especialmente em pesquisas exploratórias e descritivas. Em geral, este tipo de pesquisa serve para pesquisas descritivas que pretendem dizer quantas pessoas de uma população possuem determinado atributo, como também para explorar aspectos de uma situação e procurar explicação e fornecer dados para testar uma hipótese.

A técnica de pesquisa a ser utilizada neste projeto será a aplicação de questionário aos micro e pequenos empresários que utilizam serviços contábeis. Após a coleta de dados será feita a análise dos resultados obtidos, objetivando responder a pergunta inicial deste trabalho.

A coleta de dados deu-se através da aplicação de questionário estruturado, por meio de telefone, aos micro e pequenos empresários de Florianópolis, que utilizam serviços contábeis.

Ao escolher um determinado método de levantamento deve-se levar em consideração uma série de fatores. O pesquisador deve optar pelo método que ofereça os tipos, a qualidade e a quantidade de dados desejados ao menor custo possível. Por esses aspectos, decidiu-se pelo método de coleta através de entrevistas via telefone.

As vantagens desse tipo de entrevista são atraentes. Além de ser uma maneira relativamente barata de coletar dados, sendo que o tempo de locomoção e a quilometragem do entrevistador são eliminados. Outra vantagem da entrevista por telefone é que ela tem potencial para produzir uma amostra de alta qualidade, visto que a abordagem telefônica provavelmente produzirá uma amostra melhor do que qualquer outro procedimento de levantamento.

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa se caracteriza como quantitativa. Isto equivale dizer que os resultados obtidos serão analisados quantitativamente de modo a responder a pergunta inicial deste trabalho.

Entretanto, a abordagem de levantamento via telefone apresenta algumas desvantagens. A típica entrevista por telefone não se consegue mostrar nada aos entrevistados. Esse impedimento faz com que o levantamento não constitua uma alternativa em situações que requerem dos entrevistados um comentário acerca de conceito visual. Também, algumas evidências sugerem que as entrevistas por telefone devem ser mais curtas do que as entrevistas “in loco”. A paciência dos entrevistados se esgota mais facilmente pelo telefone, e certamente é mais fácil desligar o telefone do que empurrar o entrevistador para fora da empresa.

Como método quantitativo, a pesquisa de opinião possibilita a coleta de vasta quantidade de dados originados de grande número de entrevistados. Dentre seus aspectos positivos, podem-se destacar a possibilidade de que a investigação do problema ocorra em ambientes reais, sem a necessidade de se lançar mão de recursos de laboratório; a viabilidade de realização de análises estatísticas de variáveis como dados sociodemográficos, realização das entrevistas de baixo custo de aplicação ao se considerar a quantidade de informações recolhidas.

A partir da compilação dos dados das respostas obtidas, é possível gerar as tabelas para a realização da análise: as tabelas mais comuns trazem a distribuição das frequências de respostas assinaladas por questão, como também as tabelas com cruzamentos de dados, ou seja, quando duas ou mais questões são avaliadas em conjunto na mesma tabela.

1.5 LIMITAÇÃO DA PESQUISA

O desenvolvimento deste estudo está limitado a um grupo de micro e pequenos empresários de Florianópolis, dos setores de comércio, serviço e indústria, que utilizam serviços contábeis e tenham condições de avaliar os serviços prestados por estes profissionais.

Na seleção das variáveis e características foram selecionadas aquelas que de forma mais específica puderam configurar-se como indicadores válidos para conhecer o objeto em estudo.

Como o levantamento de dados será realizado através de ligações telefônicas e acreditando que a grande maioria dos micro e pequenos empresários de Florianópolis possuem telefone, o universo da pesquisa não será influenciado pela escolha deste método de coleta de dados.

1.6 ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA

A fim de facilitar o entendimento, o trabalho é dividido em capítulos que, seqüencialmente fornecerão subsídios para o completo entendimento do estudo.

O primeiro capítulo apresenta uma introdução de todo o assunto com exposição do tema e do problema que serve de delimitador e direcionador da pesquisa abordada.

O segundo capítulo aborda a fundamentação teórica do objeto pesquisado, sendo estudada a qualidade de serviços.

No terceiro capítulo os empresários fizeram uma avaliação geral dos contadores como prestadores de serviço e fornecedores de informações, realizando um paradoxo entre os relatórios confeccionados pelos contadores e as informações realmente necessárias aos empresários.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A revisão bibliográfica, estudando a qualidade dos serviços prestados e o atendimento e satisfação do cliente, é fundamental para a realização dos objetivos delineados para este trabalho. Os tópicos que a compõem, estão dispostos de forma a orientar a interpretação do trabalho como um todo.

2.1 QUALIDADE

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

Uma das principais referências de qualidade para qualquer organização que tenha o objetivo de proporcionar qualidade em seus serviços está no trabalho de Deming (1990): “Qualidade - a revolução da administração”. O autor baseava seu estudo no uso de técnicas estatísticas, em que o principal objetivo era reduzir custos e aumentar a produtividade e qualidade. Nesta obra, Deming praticamente definiu sua abordagem em busca da qualidade através de 14 pontos: criar uma constância com o propósito de melhorar produtos e serviços; adotar a nova filosofia, é momento de iniciar um movimento de mudanças; deixar de contar com a inspeção em massa, a qualidade não se origina de inspeção, mas do melhoramento do processo; acabar com o sistema de compras baseado apenas no preço; melhorar constantemente o sistema de produção e serviço; implantar métodos modernos de treinamento no trabalho; implantar métodos modernos de supervisão, instituir a liderança; expulsar o medo da organização; romper as barreiras entre as áreas e *staff*; eliminar slogans, exportações e metas para a mão-de-obra, sem, no entanto, oferecer meios para alcançá-los; excluir os padrões de trabalho e cotas numéricas; excluir as barreiras que privam o empregado de ter orgulho do seu trabalho; retreinamento contínuo; criar uma estrutura na alta administração que tenha como função implantar os 13 pontos anteriores.

Com esses 14 pontos, Deming procura nortear as empresas para o aperfeiçoamento de todas as etapas do processo, buscando também a satisfação dos funcionários.

Philip B. Crosby, considerado o pai da filosofia “Defeito Zero”, defende a teoria de que a qualidade é assegurada quando todos se esforçam em fazer seu trabalho corretamente.

Crosby (1994) para fundamentar sua abordagem, também definiu 14 pontos principais que constituem as etapas de implementação de seu estudo: dedicação da alta gerência e comprometimento através da elaboração de um documento com a política e os objetivos da empresa; constituição de equipes para melhorias coordenadas pelos gerentes; medição de resultados; avaliação dos custos da qualidade; comunicação dos resultados aos supervisores e operários; reunião para identificação dos problemas; estabelecimento de um comitê informal para a divulgação do programa; treinamento da gerência e supervisão; instauração do dia Zero Defeitos, onde os resultados anuais são divulgados e efetua-se o reconhecimento de todos os participantes do programa; estabelecimento dos objetivos a serem seguidos; consulta aos operários sobre a origem dos problemas; recompensar aqueles que atingiram os seus objetivos; formar os conselhos de qualidade; etapa final: faça tudo de novo.

Para que se alcancem os objetivos almejados através desta fundamentação, é necessário que todos os pontos sejam desempenhados, pois o não cumprimento de algum desses itens pode acarretar no fracasso de todo processo.

Muitos são os autores que escrevem sobre a importância da qualidade nas organizações. Entretanto, para que a qualidade desejada pelos clientes seja alcançada, é preciso ter uma visão correta do que é prestar um serviço de qualidade.

Seguir manuais muitas vezes ultrapassados não garante essa qualidade. A organização deve obter qualidade em tudo que faz.

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 todo o ambiente de trabalho, uma vez que todos os setores da empresa têm ligação com os produtos ou a prestação de serviço realizados com maior qualidade possível.

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

2.1.1 Qualidade em Serviços

Os economistas têm a definição de produtos como sendo bens e serviços, ou seja, a palavra produto é um termo genérico para tudo que se produza.

Fitzsimmons, Fitzsimmons (2000, p. 249) assegura que a qualidade em serviços é definida baseada nas expectativas esperadas pelo cliente quanto aos serviços prestados, quando afirma:

A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação de percepção do serviço prestado com a expectativa do serviço desejado. Quando se excede à expectativa, o serviço é percebido como de qualidade excepcional, e também como uma agradável surpresa. Quando, no entanto, não se atende às expectativas, a qualidade do serviço passa a ser inaceitável. Quando se confirmam às expectativas pela percepção do serviço, a qualidade é satisfatória.

Tendo como referência este conceito, pode-se afirmar que a qualidade de um produto ou serviço é algo subjetivo. Da mesma forma que um trabalho pode superar as expectativas de quem esperava pouco, este mesmo trabalho pode ser considerado ruim por quem tinha uma expectativa muito alta.

2.1.2 Qualidade no Atendimento

Dar ao cliente um lugar de destaque e trata-lo como se fosse único pode acrescentar valor ao seu produto, levando muitas vezes o cliente a optar por um produto ou serviço com preço mais elevado, mas que o atendimento diferenciado tenha feito a diferença.

Piazza (1999, p.5) enfatiza que atender com qualidade não é apenas uma opção, “é um requisito para se obter sucesso na área pessoal e empresarial, no âmbito da globalização, em um mundo que se moderniza a cada dia”.

Para obtenção de um excepcional atendimento ao cliente, Freemantle (1994, p.124) menciona que existem 14 testes-chave, que são bem básicos e aplicáveis a todos os tipos de empresas, sejam elas da indústria, do comércio ou de serviço. Para que as organizações consigam obter um atendimento com sucesso, elas terão que se preocupar: em cumprir toda e qualquer promessa de atendimento; o atendimento telefônico tem que ser em cinco segundos; as respostas devem ser documentadas em dois dias; o cliente pode esperar em um tempo máximo de espera de cinco minutos; todos os empregados têm que ter atitudes positivas; as

comunicações devem ser pró-ativas; toda a equipe de trabalho tem que manter a sinceridade e franqueza; a confiabilidade dos sistemas é essencial; toda reparação tem que ser efetuada o mais rápido possível; todos na empresa precisam estar por dentro dos objetivos, das metas, das mudanças e dos clientes; a equipe do atendimento da frente precisa concentrar-se em um grande domínio, pois o contato com o cliente é bem maior; prestar atenção em pequenos extras; estar atentos aos detalhes, que muitas vezes podem fazer a diferença; manter uma aparência imaculada, pois a aparência é fundamental e muitas vezes ganha-se grandes clientes.

Freemantle (1994), além dos 14 pontos chaves, aponta pequenas coisas que se pode fazer para melhorar o atendimento: trate os clientes pelo nome, circule e converse com seus clientes, telefone periodicamente para seus clientes, pergunte como estão se saindo, sorria, escute seus clientes, seja o primeiro a resolver o problema do cliente, incentive o seu pessoal a conversar com os clientes, torne a documentação do cliente, exigida pela empresa, mais simples e mais fácil de ser utilizada, teste as facilidades do cliente com mais freqüência, ao perceber uma reclamação, ligue imediatamente para o cliente ou vá vê-lo, diga sempre a verdade, sempre anote o que os clientes dizem e aja como prometido, faça com que seus clientes se envolvam na melhoria do atendimento, fique de antenas ligadas em relação aos clientes e tome todo dia uma nova iniciativa.

Esses cuidados podem fazer toda a diferença entre o sucesso e o fracasso da organização, pois um cliente bem atendido retornará quando for necessário e poderá trazer mais clientes para a empresa, visto que é inegável a eficácia da propaganda boca a boca.

2.1.3 Qualidade dos Serviços Contábeis

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

Fica entendido então que a qualidade é simplesmente a satisfação do cliente, e para que isto ocorra é necessária à participação de todos os envolvidos no processo para atingir os objetivos traçados.

Fazer o trabalho com satisfação leva o profissional a se preocupar com a qualidade dos serviços prestados por sua empresa, pois:

Essa preocupação, em minha opinião, é fruto do prazer que o empresário contábil tem em trabalhar na sua profissão. Ele gosta do que faz, por isso faz bem feito. Na outra ponta, temos o empresário que não se preocupa com a boa qualidade do serviço, porque se preocupa tão somente com que o cliente não perceba os defeitos. Com certeza, é porque não gosta do que faz (THOMÉ, 2001, p. 79).

Diante do exposto, observa-se que existem profissionais que não se preocupam com a qualidade de seus serviços prestados por não estarem estimulados no trabalho, e só pensarão em melhorá-los quando as falhas forem percebidas.

Os escritórios de contabilidade precisam ter consciência de sua capacidade de absorção de serviços, para poder exercê-los com dedicação, competência e diferenciação. Para isto, a equipe envolvida deve estar preparada para exercer o serviço da melhor maneira possível, estando treinada e motivada.

Victorino (1999, p. 56) apresenta um quadro 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

Fonte: adaptado de Victorino (1999)

Quadro 1. Indicadores de qualidade

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 cliente.

2.2 INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

Para um melhor entendimento do estudo proposto, é necessário antes obter algumas informações sobre a história da contabilidade, seus objetivos e finalidades, suas ramificações e as formas de demonstrar os resultados encontrados.

2.2.1 História da Contabilidade

A história da contabilidade segue a evolução das civilizações, assumindo papéis diferentes no decorrer dos anos, de acordo com as necessidades a satisfazer.

De acordo com Iudícibus (1997), a contabilidade surgiu há aproximadamente 4000 anos a.C. juntamente com os primeiros sinais do homem civilizado. A idéia de patrimônio já havia sido formada pelo homem primitivo, que detinha rebanhos e instrumentos de caça e pesca como única riqueza, passando a fazer registros em pedras nas cavernas para conhecer a maneira que esta se movimentava.

Mais tarde, com a evolução das atividades econômicas, houve um aperfeiçoamento nos registros. Lopes de Sá (1995) destaca a evolução de alguns povos, entre eles os sumero-babilônicos, que realizavam seus lançamentos em pequenas tábuas de argila. Em seguida, passaram a lançar a movimentação de todo o dia numa tábua maior, surgindo o Diário. As tábuas com os mesmos fatos eram amarradas com uma corda, surgindo o Razão.

O principal objetivo da contabilidade na idade antiga era o controle patrimonial, com destaque para a contabilidade aplicada aos negócios públicos.

Na idade moderna já havia atingido um outro patamar:

Na idade moderna, em torno dos séculos XIV e XVI, principalmente no Renascimento, diversos acontecimentos no mundo das artes, na economia, nas nações proporcionaram um impulso espetacular das Ciências Contábeis, sobretudo na Itália (IUDÍCIBUS e MARION, 1999, p. 34).

Diante do exposto, em 1494 a contabilidade foi enriquecida com a obra de Frei Luca Pacioli, *Summa de Aritmetica Geometria Proportioni et Proporgionalitá* (1494), tendo início o método das partidas dobradas, com foco no controle do patrimônio.

Surge em seguida a Escola Italiana de Contabilidade, que domina o cenário mundial até o início do século XX.

De acordo com Marion (1995), a fase de predominância dos Estados Unidos na contabilidade inicia-se após a depressão de 1929. O crescimento econômico americano ao lado do crescimento do mercado de capitais, contribuiu para a formação da Escola Americana de Contabilidade, que domina o cenário contábil atual.

Na Escola Americana, prevalece a preocupação com o usuário da informação contábil, surgindo a necessidade da padronização da atividade contábil, por meio de leis, normas, regras e princípios, a fim de homogeneizar a confecção das demonstrações.

O quadro a seguir, de autoria de José Paulo Conceza, apresenta uma visão geral das gerações contábeis, conforme artigo publicado na Revista Brasileira de Contabilidade (RBC).

Etapa / Período	Características
Empirismo 30.000 a. C. até 1202 d.C.	Baseia-se na intuição, no bom senso e na criatividade, decorrentes de dons inatos. Objetivo principal é responder ao conceito de propriedade. Controle patrimonial. Ênfase nos inventários físicos. Ábacos e escolas de formação profissional. A qualidade é determinada, especialmente, pelo controle quantitativo do patrimônio.
Cientificismo 1202-1950	Baseia-se na busca desenfreada da melhoria dos métodos, técnicas e processos. Responde às necessidades empresariais. Controle da eficiência e da produtividade. Ênfase nos meios. Teorias e manuais de contabilidade. A qualidade é determinada, especialmente, pelo alcance do maior nível de produtividade.
Racionalismo 1951-1970	Baseia-se na busca de procedimentos voltados para a melhoria da forma de evidenciação dos fatos patrimoniais. Responde à necessidade de informações úteis. Controle da eficácia e o objetivo. Ênfase nos fins. Demonstrações e relatórios contábeis. A qualidade é determinada, especialmente, pela capacidade de evidenciar a informação contábil e produtividade.
Contingencialismo Desde 1971	Baseia-se na satisfação das demandas presentes e futuras do empreendimento. Responde às necessidades estratégicas. Controle da efetividade e da adequabilidade. Ênfase na estratégia competitiva. Sistema de gestão e capacitação tecnológica. A qualidade é determinada, especialmente, pela competitividade do empreendimento.

Fonte: Conceza (2001, p. 53)

Quadro 2. Visão geral das gerações contábeis

As quatro etapas apresentadas pelo autor demonstram diferentes abordagens da contabilidade, mostrando sua evolução através dos anos a fim de satisfazer as necessidades dos usuários de cada época.

2.2.2 Escrituração

Conforme apresenta Marion (1989), a Escrituração consiste numa técnica contábil utilizando o registro em livros, dos fatos administrativos de uma organização. Esses fatos devem ser registrados por seus aspectos qualitativos e quantitativos, com o objetivo de controlar o patrimônio e o resultado do exercício, assim como prestar informações aos usuários das informações contábeis.

O registro destes fatos contábeis é chamado de lançamento contábil, sendo efetuado nos livros contábeis próprios.

2.2.3 Livros Contábeis

Existe uma variedade de tipos de Livros Contábeis que podem ser utilizados pela entidade em suas operações, sendo que estes livros variam de empresa para empresa em função do ramo de atividade, do porte, etc.

Quanto a sua utilidade, segundo Marion (1989), os livros são divididos em principais e auxiliares. Os principais, como por exemplo, o Livro Diário e o Livro Razão, são os livros usados para registrar todos os fatos contábeis que ocorrem na empresa. Os auxiliares são aqueles utilizados para registrar fatos específicos, podendo citar entre outros, o Livro Caixa e os Livros Fiscais.

Ainda de acordo com Marion (1989), quanto a sua finalidade, são classificados como obrigatórios, sendo aqueles exigidos por Lei, e os facultativos, que são os livros que as organizações utilizam, mesmo não havendo exigência legal.

Os livros obrigatórios são divididos em:

a) Exigidos por Leis Comerciais:

- Livro Diário (Código Civil)
- Registro de Duplicatas (Lei 5.474/68)

b) Exigidos por Leis Federais:

- Livro de Apuração do Lucro Real (LALUR)
- Livro Razão *
- Livro Caixa *

* Para empresas tributadas pelo sistema de Lucro Presumido, e para empresas tributadas pelo Simples, que não fazem escrita contábil.

c) Exigidos por Leis Estaduais:

- Cada Estado determina seus livros específicos, como por exemplo: Livro Registro de Entradas, Registro de Saídas e Registro de Apuração do ICMS.

d) Exigidos por Leis Municipais:

- Cada Município pode fazer exigências quanto aos livros de escrituração, como por exemplo: Livro Registro de Notas Fiscais e Livro Fatura de Serviços.

e) Exigidos por Leis Societárias:

- A Lei das S.A. (Lei 6.404/76) determina o emprego de diversos livros relacionados às atividades societárias, como por exemplo: Registro de Ações, Transferência de Ações, Registro de Partes Beneficiárias, etc.

Os Livros Facultativos são utilizados pelas empresas conforme acharem necessários. Como exemplo de livros facultativos, pode-se citar: Livro Contas Correntes, Controle de Contas a Receber, etc. As empresas que não são obrigadas a escriturar o Livro Caixa podem usá-lo como livro facultativo.

Os livros ainda podem ser classificados como cronológicos ou sistemáticos. O primeiro é o caso dos livros onde os registros são realizados obedecendo à ordem cronológica de dia, mês e ano, independentemente da natureza da operação registrada. O segundo registra apenas operações específicas, de mesma natureza.

Do ponto de vista legal e fiscal, o Livro Diário é o mais importante, por registrar todos os acontecimentos que acontecem no dia a dia das empresas. Já do ponto de vista contábil, o mais importante é o Livro Razão, por registrar individualmente a movimentação de cada conta da organização.

Ressalta-se ainda que algumas formalidades devem ser tomadas na escrituração do Livro Diário, devendo ser padronizadas conforme a legislação brasileira.

2.2.4 Demonstrações Contábeis

Marion (1989) relata que as demonstrações tidas como obrigatórias no Brasil são: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados (DLPA), Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos (DOAR). Além de destas demonstrações, ressalta-se a importância e necessidade da elaboração das notas explicativas como forma de complemento das demonstrações contábeis.

A) BALANÇO PATRIMONIAL

Segundo o Conselho Federal de Contabilidade, o balanço patrimonial é a demonstração contábil destinada a evidenciar, quantitativa e qualitativamente, numa determinada data, a posição patrimonial e financeira da Entidade.

Ele apresenta os saldos de todas as contas da contabilidade de uma organização em uma determinada data, dispostos de forma relativamente padronizada, cumprindo a finalidade de permitir uma visualização rápida da posição econômico-financeira da empresa na data.

Segundo Marion (1989), a estrutura do Balanço Patrimonial é formada pelo Ativo (bens e direitos), Passivo (obrigações) e Patrimônio Líquido. Dentro desta estrutura as contas são classificadas por grupos, segundo os elementos do patrimônio que registrem, e agrupadas de modo a facilitar a análise da situação financeira da organização. No Brasil, a Lei nº 6.404 de 15 de dezembro de 1976 (Lei das Sociedades por Ações) padronizou o título de cada grupo do balanço.

B) DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO - DRE

A demonstração do resultado do exercício (DRE) fornece um resumo financeiro dos resultados das operações financeiras da organização (receitas e gastos) durante um período específico. A DRE geralmente cobre o período de um ano, encerrado de maneira geral em 31 de dezembro do ano calendário.

Martins, Gelbcke e Iudícibus (2003) afirmam que, basicamente, a DRE indica de forma dedutiva (no sentido vertical) o resultado do exercício (lucro ou prejuízo), subtraindo as despesas das receitas. Isto é, evidencia os componentes que provocam a alteração na situação líquida patrimonial em determinado período.

De acordo com Marion (1989), para a confecção do balanço patrimonial, as contas de resultado são encerradas debitando-se as contas de receitas e creditando-se as contas de custos e despesas, pelo valor de seus saldos, tendo como contrapartida uma conta transitória denominada “resultado do exercício”. Deste resultado são subtraídos ainda os valores referentes a impostos, debêntures e partes beneficiárias nos lucros, para em seguida transferir seu saldo para a conta lucros ou prejuízos acumulados.

C) DEMONSTRAÇÃO DOS LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS - DLPA

De acordo com o manual da FIPECAFI (1995, p. 556) “esta demonstração possibilita a evidenciação clara do lucro ou prejuízo do período, a sua distribuição e a movimentação no saldo da conta Lucros ou Prejuízos Acumulados”.

A elaboração desta demonstração fica dispensada quando a entidade elaborar a Demonstração do Patrimônio Líquido (DMPL), devido à conta de lucros ou prejuízos acumulados e suas movimentações já estarem nela incluídas.

Segundo Marion (1989) a DLPA contém as movimentações ocorridas com a conta lucros ou prejuízos acumulados, desde seu saldo inicial até o saldo final, apresentando sucintamente todas as operações realizadas no exercício.

Ainda segundo o autor, seu objetivo é evidenciar claramente o lucro do período, sua distribuição e a movimentação ocorrida no saldo da conta lucros ou prejuízos acumulados, tais como a constituição ou reversão de reservas de lucros e a distribuição de dividendos.

D) DEMONSTRAÇÃO DAS ORIGENS E APLICAÇÃO DOS RECURSOS - DOAR

Para Marion (1989), o objetivo da DOAR é evidenciar as informações de operações de financiamentos e investimento da empresa durante o exercício, como também comprovar as alterações pelas aplicações na posição financeira da empresa. Os financiamentos são representados pelas origens de recursos e os investimentos pelas aplicações de recursos.

O mesmo autor expõe que a DOAR explica a variação do CCL (Capital Circulante Líquido) de uma organização de um ano para o outro. O CCL, que é a diferença entre os valores do Ativo Circulante e o Passivo Circulante, representa os recursos financeiros disponíveis à entidade a serem utilizados no próximo período.

2.2.5 Ramificações da Contabilidade

Marion (1989) descreve a contabilidade como um instrumento utilizado para fornecer informações que auxiliarão na tomada de decisão das empresas. Desde seu surgimento ela existe com esta finalidade e com o passar do tempo passou a ser obrigatória para a maioria das empresas, principalmente devido ao governo utilizar-se dela para arrecadar impostos.

Um grande número de empresas se engana ao fazer sua contabilidade apenas para atender as exigências do governo, quando o mais importante seria utilizar as informações fornecidas para conhecer a situação da empresa e tomar decisões em relação ao futuro.

Pode-se dividir a contabilidade seguindo três enfoques distintos: contabilidade financeira, contabilidade de custos e contabilidade gerencial.

Para Martins (1992), a contabilidade financeira existiu quase que solitária até a Revolução Industrial, no século XVIII, por estar bem estruturada para suprir as necessidades das empresas comerciais. Para isso, apurava o resultado no final de cada período, fazendo o levantamento dos estoques em termos físicos e assim podendo calcular o valor dos custos das mercadorias vendidas.

O mesmo autor descreve que o surgimento das indústrias, a função do contador ficou mais complexa, pois o que antes era apenas calcular o valor dos estoques através do valor de compras nas empresas comerciais, agora deveria que ser calculado uma série de valores correspondentes à linha de produção, surgindo assim a contabilidade de custos.

A princípio, a contabilidade de custos não tinha a finalidade de ser um instrumento de administração, era apenas uma forma de resolver problemas de mensuração monetária dos estoques e do resultado. Com o crescimento das empresas, a contabilidade de custos passou a ter a missão de auxiliar o gerenciamento e nas tomadas de decisões das organizações, nascendo a contabilidade gerencial.

Atkinson (1995) diferencia as características principais da Contabilidade Financeira e da Contabilidade Gerencial da seguinte maneira:

Contabilidade Gerencial: Processo de produzir informações financeiras e operacionais para os empregados e gerentes das organizações. Tal processo deve ser dirigido pelas necessidades de informações de indivíduos internos à organização, e deve guiar suas decisões operacionais e de investimentos.

Contabilidade Financeira: Processo de produzir demonstrativos financeiros para entidades e usuários externos - como acionistas, credores e governo. Este processo é pesadamente restringido por padrões regulatórios oficiais e autoridades fiscais, e por requisitos de auditoria de instituições independentes de contadores.

Ainda segundo Atkinson (1995, p.6), a tabela a seguir apresenta uma comparação entre a contabilidade financeira e a gerencial:

	Contabilidade Financeira	Contabilidade Gerencial
Público-alvo	Externo: acionistas, credores, autoridades fiscais.	Interno: Funcionários, gerentes e executivos.
Objetivo	Reportar o desempenho passado com finalidades externas; contratos com proprietários e credores.	Informar para tomada de decisões internas feitas por empregados, gestores e executivos: <i>feedback</i> e controle do desempenho das operações
Temporalidade	Histórica; passada.	Corrente; orientada p/ o futuro
Restrições	Reguladas: regras direcionadas por princípios gerais aceitos pela contabilidade e por autoridades governamentais.	Sem regras estabelecidas: sistemas e informações determinadas por gerentes para encontro de necessidades estratégicas e operacionais
Tipo de informação	Medidas financeiras somente	Financeiras mais medidas operacionais e físicas sobre processos, tecnologias, fornecedores, clientes e competidores.
Natureza da informação	Objetiva, auditável, confiável, consistente, precisa.	Mais subjetiva e de juízos; válidas, relevantes, acuradas.
Escopo	Altamente agregado; relatórios sobre a organização inteira.	Desagregado, de informação à ações e decisões locais.

Fonte: Atkinson (1995, p. 6)

Tabela 1. Elementos básicos da contabilidade financeira e gerencial

A tabela sintetiza os elementos básicos da Contabilidade Financeira e da Contabilidade Gerencial, valendo ressaltar a flexibilidade existente para a segunda:

2.2.6 Objetivo e Finalidade da Contabilidade Gerencial

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 Iudícibus (1987), durante anos a contabilidade serviu apenas como um sistema de informações tributárias, e atualmente ela passa a ser vista também como um instrumento gerencial, fornecendo informações necessárias para tomadas de decisões e, para o processo de gestão: planejamento, execução e controle.

Segundo Padoveze (1994), grande parte das empresas de pequeno porte é administrada pelos próprios sócios, que tem noção de seu negócio, mas sem a formação administrativa de gestão, tais como administração, finanças, economia, marketing, etc. Segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE-SC, esta falta de conhecimento leva à falência um grande número de pequenas empresas nos seus primeiros anos de vida.

Ainda conforme o autor, a contabilidade gerencial precisa ser atualizada, conciliada e mantida com respeito às boas técnicas contábeis. Porém, na contramão deste preceito, há uma evasão fiscal, existem empresas brasileiras com controles financeiros á parte, visando ocultar o chamado “caixa dois”, que são os recursos advindos do faturamento “sem nota fiscal”, visando diminuir os custos tributários envolvidos na operação de um negócio.

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

Estudos realizados pelo SEBRAE-SC mostram que são poucas as micro e pequenas empresas que alcançam o 6º ano de vida, trazendo desemprego, perda do investimento do empresário, prejuízo a economia como um todo e a frustração pessoal. Isso acontece, entre outros motivos, pela falta de um planejamento prévio do negócio.

De acordo com Marion (1989), para que isso não aconteça, o empresário pode seguir algumas orientações básicas, tais como: confrontar os livros de entradas com de saídas; verificar se não está com excesso de estoque; solicitar ao seu contador a formação do preço de venda; montar pelo menos uma planilha simples de fluxo de caixa; planejar as saídas (pagamentos já compromissados e a previsão de gastos); certificar-se mensalmente se os livros fiscais foram escriturados e os impostos calculados e recolhidos; solicitar mensalmente um balancete contábil, ou uma previsão mais perto da realidade, (vendas, menos impostos, menos custo das mercadorias vendidas, menos despesas) o que dará uma previsão do lucro do mês. Através destas informações, poderá ser analisado se as vendas foram suficientes para cobrir os gastos do mês ou se há necessidade de incrementá-las, 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 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, entre outras.

3 RESULTADOS DA PESQUISA

O estudo abrangeu micro e pequenas empresas com serviço contábil terceirizado, sediadas no município de Florianópolis, cujo objetivo principal de avaliar a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade sob a ótica dos clientes.

A pesquisa foi realizada com profissionais da área financeira das empresas, por estes terem ligação direta com os serviços prestados pelos contadores e melhor poder avaliá-los.

Os resultados serão apresentados através de gráficos com os resultados totais (100 casos) e tabelas em que constarão resultados segmentados conforme os critérios: ramo de atividade, número de funcionários, faturamento médio mensal ou valor dos honorários dos contadores, e, para comparação e referência, também há a apresentação do total (presente no gráfico).

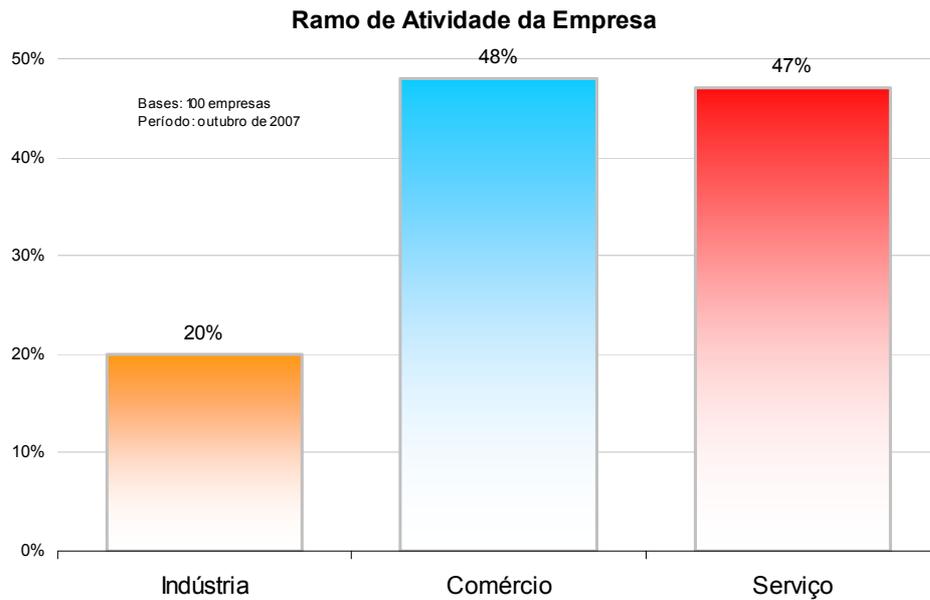
A amostra pesquisada foi composta por 100 empresas, distribuídas por ramo de atividade, conforme a tabela a seguir:

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

Fonte: O autor

Tabela 2. Ramo de atividade das empresas

As 14 empresas que trabalham com mais de um ramo de atividade foram computadas de acordo com suas respostas. Assim, os resultados segmentados por ramo de atividade terão a seguinte distribuição:



Fonte: O autor

Gráfico 1. Ramo de atividade das empresas

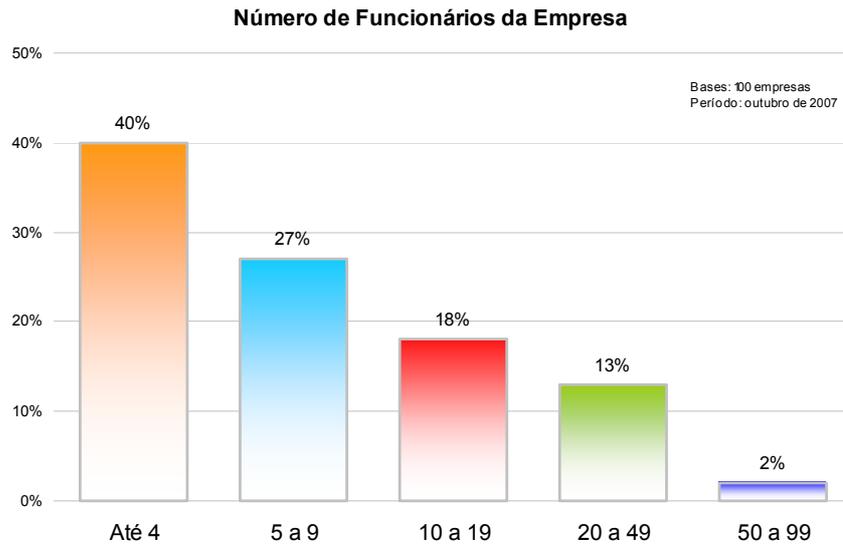
Podemos visualizar no gráfico 01 que existe na amostra pesquisada uma proporção maior de empresas nos setores de comércio e serviço, compostas por 48% e 47%, respectivamente, e outros 20% de indústrias. O somatório do gráfico apresentado é superior a 100% por algumas empresas se enquadrarem em mais de um ramo de atividade.

3.1 NÚMERO DE FUNCIONÁRIO DAS EMPRESAS

Através do número de funcionários das empresas, busca-se classificá-las por porte, visto que a pesquisa abrange apenas micro e pequenas empresas, tendo o objetivo de verificar possíveis divergências nas avaliações em relação ao tamanho da organização.

Segundo o critério de classificação de porte das empresas do SEBRAE-SC, na indústria as micro empresas podem ter no máximo 19 funcionários e as pequenas entre 20 e 99 empregados. Já nos setores de comércio e serviço, as micro empresas se caracterizam por empregarem no máximo 9 funcionários e as pequenas entre 10 e 49 empregados.

Sendo assim, o estudo não abrangeu empresas fora destes limites (acima de 99 empregados na indústria e acima de 49 no comércio e serviço), visto que o público objetivado na pesquisa era o de micro e pequenas empresas.



Fonte: O autor

Gráfico 2. Número de funcionários das empresas

Conforme apresenta o gráfico 2, quatro em cada dez empresas possuem no máximo quatro funcionários e cerca de um quarto (27%) possuem entre 5 e 9. Próximo de um terço da amostra (33%) é composta por organizações com número de colaboradores entre 10 e 99.

A tabela a seguir apresenta a distribuição das empresas por número de funcionários, segmentadas por ramo de atividade:

Qual o número de funcionários da empresa?
(Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

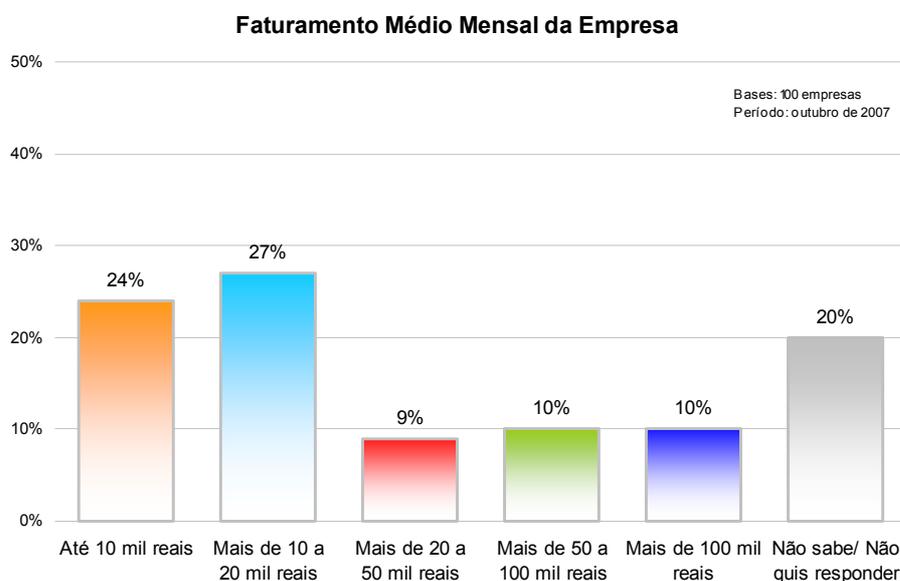
Tabela 3. Número de funcionários das empresas por ramo de atividade

No setor da indústria, 75% das empresas pesquisadas são classificadas como micro empresas (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 micro empresas, e um quarto (25%) com quadro funcional entre 10 e 49 empregados. Entre as empresas de prestação de serviço, aproximadamente dois terços (64%) são micro empresas (até 9 funcionários) e pouco mais de um terço (36%) são pequenas (entre 10 e 49 funcionários).

3.2 FATURAMENTO MÉDIO MENSAL DAS EMPRESAS

Mesmo com o conhecido temor das empresas em fornecer seu faturamento médio mensal, através deste questionamento buscou-se fazer uma relação entre o porte das empresas e seu rendimento.

O gráfico a seguir apresenta faixas de faturamento mensal, onde as empresas puderam ser encaixadas.



Fonte: O autor

Gráfico 3. Faturamento médio mensal das empresas

Praticamente um quarto das empresas pesquisadas (24%) fatura mensalmente no máximo 10 mil reais, assim como outra parte representativa da amostra (27%) que possui faturamento mensal entre 10 e 20 mil reais.

Uma a cada dez empresas encaixa-se nos demais cortes de faturamento médio mensal, sendo entre 20 e 50 mil (9%), entre 50 e 100 mil (10%) e acima de 100 mil reais (10%).

Ainda houve 20% de respondentes que não souberam ou negaram-se a dizer o faturamento médio da empresa.

Para encerrar, o(a) sr(a) poderia me informar em qual faixa está o faturamento médio mensal de sua empresa?
(Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

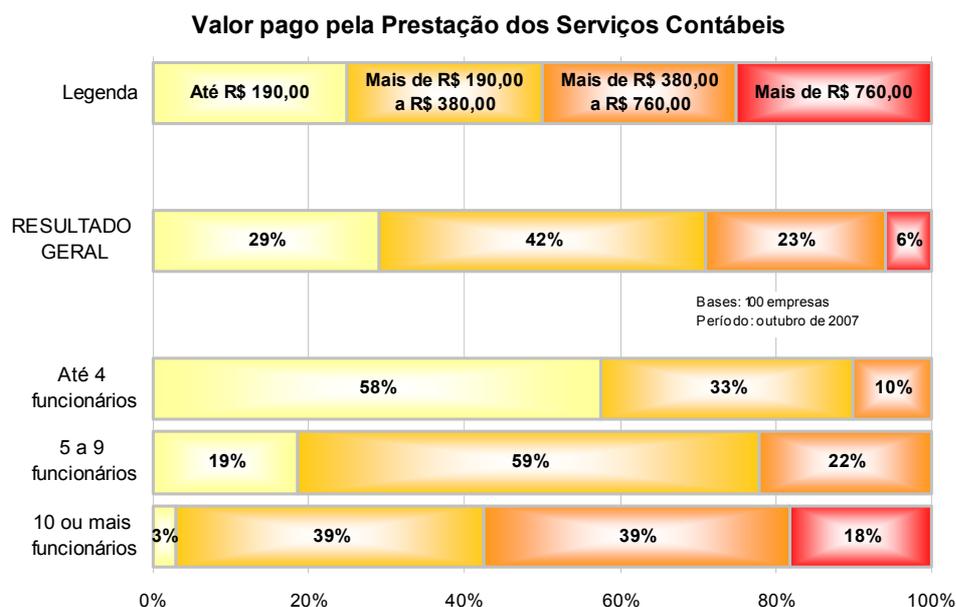
Tabela 4. Faturamento médio mensal das empresas por ramo de atividade e número de funcionários

As indústrias possuem um maior faturamento em relação a comércio e serviço. Quanto ao porte, o faturamento é maior conforme aumenta o número de funcionários.

3.3 VALOR PAGO PELA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS

O valor cobrado pelos prestadores de serviços contábeis muitas vezes é o diferencial entre um serviço de qualidade e outro apenas porque o governo exige.

O gráfico 4 apresenta quanto as empresas pesquisadas pagam de honorários pela prestação dos serviços contábeis.



Fonte: O autor

Gráfico 4. Valor pago pela prestação dos serviços contábeis

Aproximadamente três em cada dez empresas participantes na amostra (29%) paga no máximo meio salário mínimo (até 190 reais) pela prestação dos serviços contábeis.

A maior parcela das empresas (42%) assume honorários entre meio e um salário mínimo (mais de 190 a 380 reais); 23% paga entre um e dois salários mínimos (mais de 380 a 760 reais) e apenas 6% paga mais de dois salários mínimos (mais de 760 reais).

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

Qual o valor dos honorários cobrados pelo contador para prestar serviços a sua empresa?
(Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

Tabela 5. Valor pago pela prestação dos serviços contábeis por ramo de atividade e número de funcionários

Valor pago pela prestação dos serviços contábeis	Total (%)	Faturamento médio mensal (%)		
		Até 10 mil reais	De 10 a 50 mil reais	Mais de 50 mil reais
Até R\$ 190,00 (até meio salário mínimo)	40	54	33	5
Mais de R\$ 190,00 a R\$ 380,00 (mais de meio a um salário mínimo)	27	46	47	30
Mais de R\$ 380,00 a R\$ 760,00 (mais de um a dois salários mínimos)	18	-	19	50
Mais de R\$ 760,00 (mais de dois salários mínimos)	13	-	-	15
Bases: (amostra)	100	24	36	20

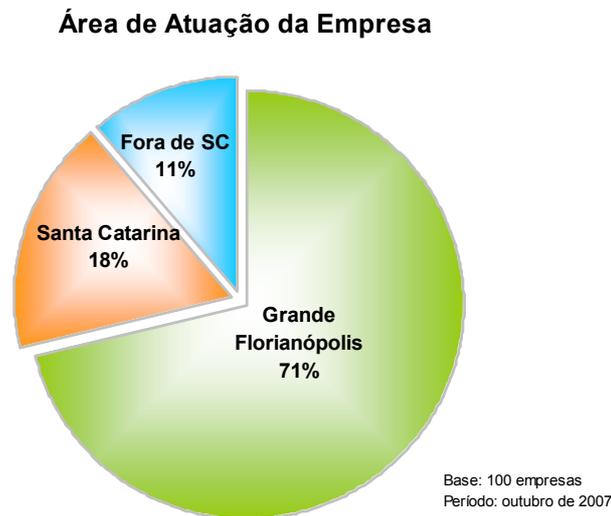
Fonte: O autor

Tabela 6. Valor pago pela prestação dos serviços contábeis por faturamento médio mensal

As empresas comerciais são as que pagam os menores valores de honorários aos escritórios de contabilidade; na seqüência estão as prestadoras de serviços e por último as indústrias. Quanto ao faturamento médio, como não poderia deixar de ser, empresas que faturam mais têm maior gasto com sua contabilidade.

3.4 ÁREA DE ATUAÇÃO DA EMPRESA

Procurou-se saber qual a área de abrangência das empresas para saber qual a proporção de micro e pequenas empresas que atuam fora da região da grande Florianópolis.



Fonte: O autor
Gráfico 5. Área de atuação das empresas

Conforme o gráfico 5, verifica-se que praticamente três a cada quatro micro e pequenas empresas (71%) atuam apenas na grande Florianópolis; 18% atuam em nível estadual; e 18% operam fora de Santa Catarina.

Qual a área de atuação da empresa? (Resposta estimulada)

Área de atuação da empresa	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Grande Florianópolis	71	55	88	68	80	85	48
Estado de Santa Catarina	18	35	10	15	15	7	30
Fora de Santa Catarina	11	10	2	17	5	7	21
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: O autor

Tabela 7. Área de atuação da empresa por ramo de atividade e número de funcionários

Área de atuação 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
Grande Florianópolis	71	92	72	65	79	79	52
Estado de Santa Catarina	18	8	17	25	21	14	17
Fora de Santa Catarina	11	-	11	10	-	7	31
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: O autor

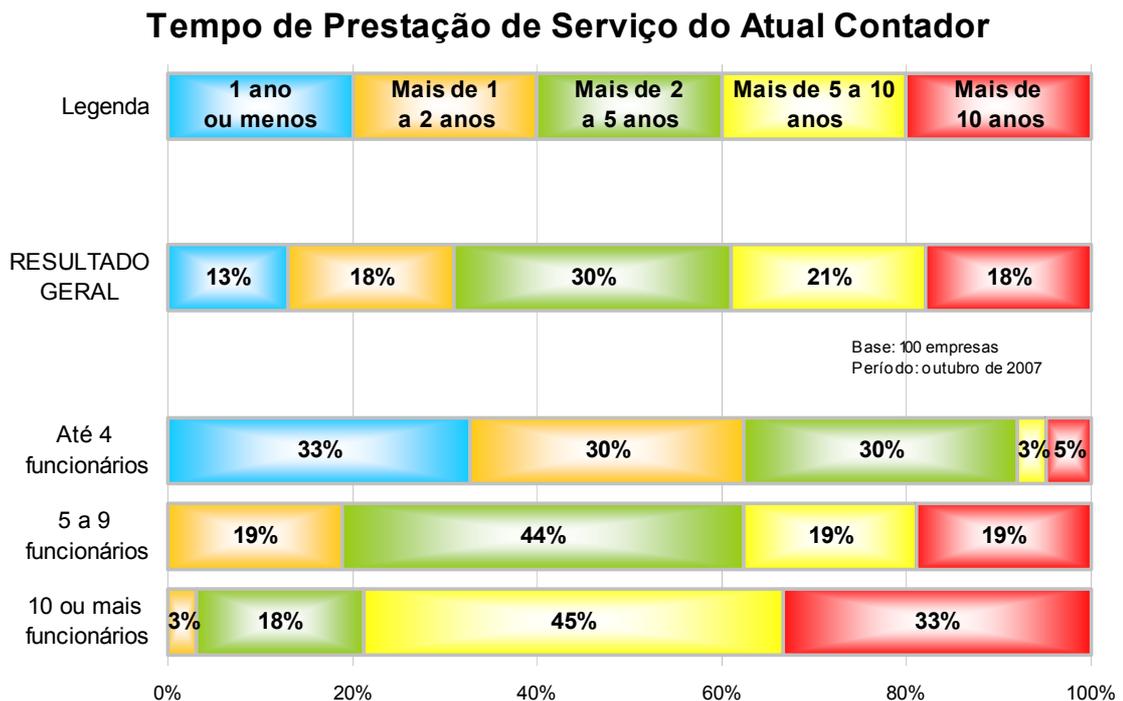
Tabela 8. Área de atuação da empresa por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Dentro da amostra pesquisada, as indústrias são as empresas respondentes que mais atuam fora da Grande Florianópolis.

Há uma relação direta entre a área de atuação das empresas com número de funcionários, faturamento médio mensal e valor dos honorários contábeis, visto que quanto maior estes aspectos, mais ampla é a área de abrangência das empresas.

3.5 TEMPO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO ATUAL CONTADOR

Através deste item, buscou-se conhecer o nível de fidelização das empresas com os prestadores de serviços contábeis. O resultado pode ser observado no gráfico 6, apresentado a seguir.



Fonte: O autor
Gráfico 6. Tempo de serviço do contador

O resultado geral mostra que 13% das empresas trabalham com o atual contador 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.

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 contadores há no máximo um ano. Já um terço das empresas com dez ou mais funcionários (33%) tem ligação com seus contadores há mais de dez anos.

Há quanto tempo seu contador atual presta serviço à empresa?
(Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

Tabela 9. Tempo de serviço do contador por ramo de atividade e número de funcionários

Tempo de serviço do contador	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
1 ano ou menos	13	38	8	-	28	7	7
Mais de 1 a 2 anos	18	29	22	-	34	19	-
Mais de 2 a 5 anos	30	21	42	15	31	38	17
Mais de 5 a 10 anos	21	13	14	55	7	31	21
Mais de 10 anos	18	-	14	30	-	5	55
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: O autor

Tabela 10. Tempo de serviço do contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários

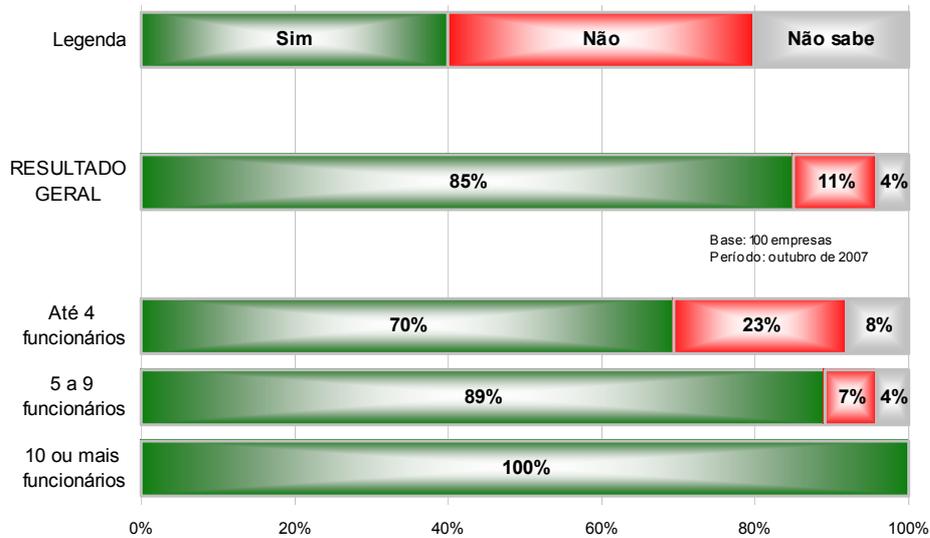
Além da relação com o número de funcionários já mencionada, a tabela 9 mostra ainda que o tempo de serviço do prestador de serviços contábeis não tem diferenças significativas quanto ao ramo de atividade.

Já a tabela 10 apresenta que quanto maior o faturamento médio mensal e o valor dos honorários contábeis, maior é o vínculo com o atual prestador de serviço.

3.6 FORNECIMENTO DOS DOCUMENTOS FISCAIS AO CONTADOR

Para se poder avaliar os serviços prestados pelos escritórios contábeis, é necessário saber se as empresas fornecem condições necessárias para os contadores oferecerem os serviços da melhor maneira possível. Para tanto, este item tem o intuito de saber se as empresas fornecem os documentos fiscais ao contador.

Fornecimento de Documentos Fiscais ao Contador



Fonte: O autor

Gráfico 7. Fornecimento de documentos fiscais ao contador

Segundo o gráfico acima, 85% das empresas pesquisadas fornecem os documentos fiscais ao contador para que este faça os registros necessários. Por outro lado, apenas 11% da amostra não entregam tais documentos e outros 4% dizem não saber se estes documentos são repassados ao contador.

O gráfico também mostra que à medida que aumenta o número de funcionários das empresas, é maior a proporção das que fornecem os documentos fiscais.

A empresa fornece os documentos fiscais periodicamente ao contador? (Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

Tabela 11. Fornecimento dos documentos fiscais ao contador por ramo de atividade e número de funcionários

Fornecimento dos documentos fiscais ao contador	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	85	58	89	100	62	90	100
Não	11	33	8	-	31	5	-
Não sabe	4	8	3	-	7	5	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

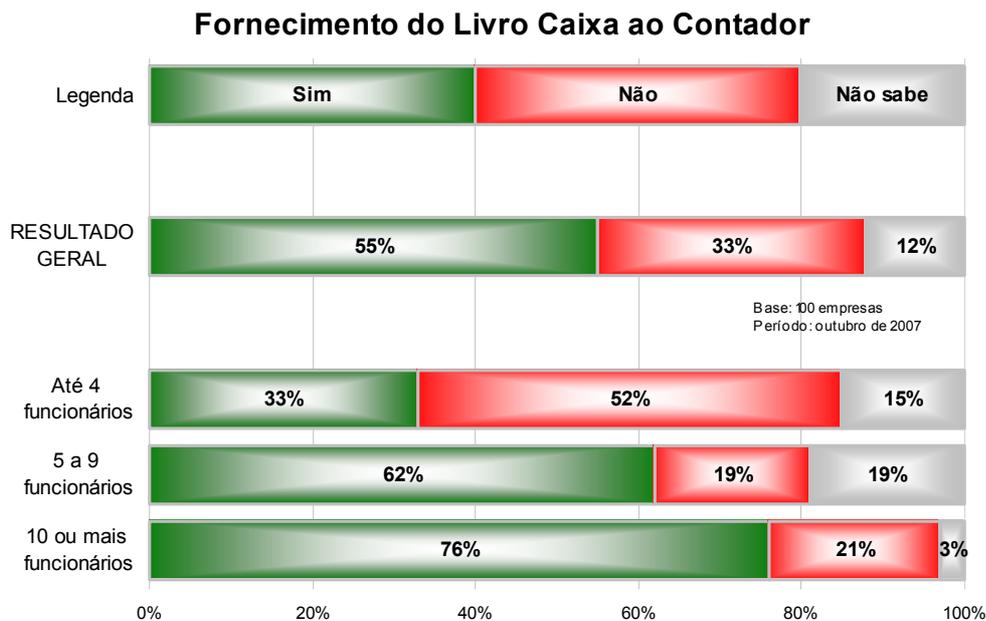
Fonte: O autor

Tabela 12. Fornecimento dos documentos fiscais ao contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Nas tabelas anteriores verifica-se que entre as indústrias é maior a proporção de empresas que não fornecem os documentos fiscais aos contadores. Também constata-se que o fornecimento desses documentos tem relação direta com o número de funcionários, faturamento médio mensal e valor dos honorários, aumentando seu fornecimento à medida que cresce estes aspectos.

3.7 FORNECIMENTO DO LIVRO CAIXA AO CONTADOR

Assim como no item anterior, também se fez necessário saber se as empresas fornecem o livro caixa ao contador, para que este tenha condições necessárias para oferecer seus serviços da melhor maneira possível.



Fonte: O autor
Gráfico 8. Fornecimento do livro caixa ao contador

O gráfico 8 mostra que pouco mais das empresas pesquisadas (55%) fornece o livro caixa ao contador, que é um número baixo se comparado à proporção de empresas que fornecem os documentos fiscais (85%).

Um terço das organizações entrevistadas (33%) não fornece o livro caixa ao contador e outros 12% não sabem se isso ocorre na empresa.

O gráfico expõem ainda que a entrega do livro fiscal ao contador é maior à medida que aumenta o número de funcionários das empresas.

E o livro caixa, fornece periodicamente?
(Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

Tabela 13. Fornecimento do livro caixa ao contador por ramo de atividade e número de funcionários

Fornecimento do livro caixa ao contador	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	55	33	53	70	24	57	83
Não	33	54	36	30	59	26	17
Não sabe	12	13	11	-	17	17	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: O autor

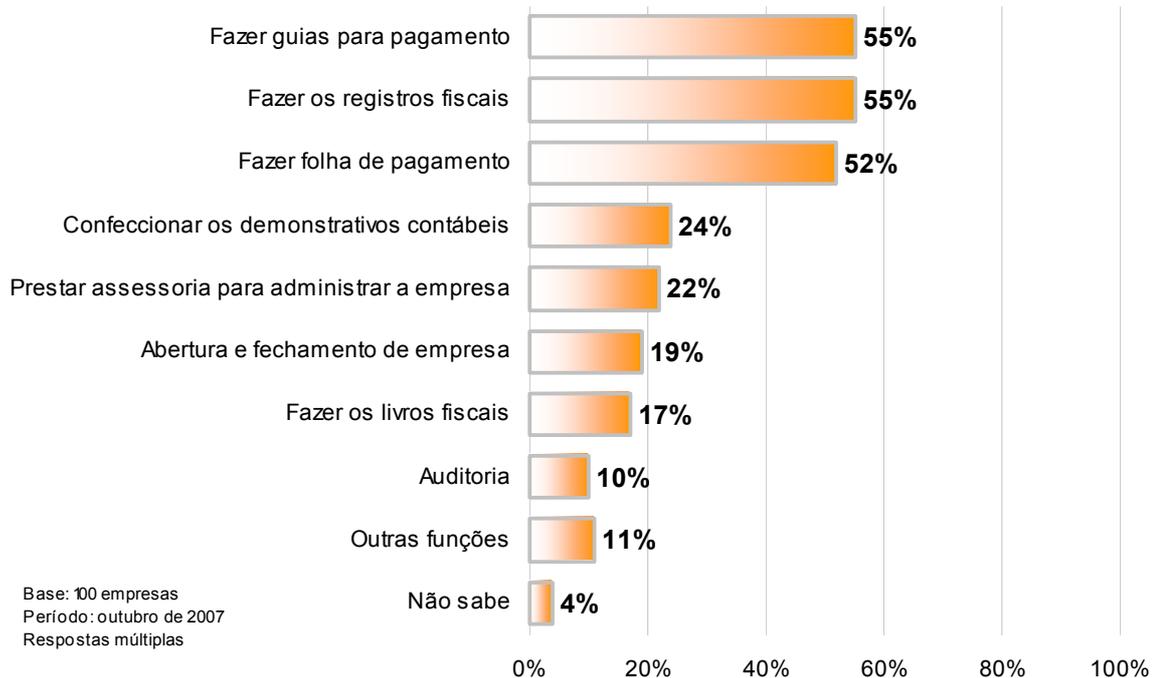
Tabela 14. Fornecimento do livro caixa ao contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Nas tabelas anteriores verifica-se que entre as indústrias é maior a proporção de empresas que não fornecem os documentos fiscais aos contadores. Também constata-se que o fornecimento desses documentos tem relação direta com o número de funcionários, faturamento médio mensal e valor dos honorários, aumentando seu fornecimento à medida que cresce estes aspectos.

3.8 FUNÇÕES DE UM CONTADOR

Os respondentes foram indagados sobre as funções dos contadores e de forma espontânea, sem o estímulo por parte do entrevistador, puderam colocar aquilo que de fato pensam sobre este assunto.

Funções de um Contador



Fonte: O autor
Gráfico 9. Funções de um contador

Pouco mais da metade dos entrevistados entende que a função de um contador é fazer guias para pagamentos, fazer registros fiscais e fazer a folha de pagamento dos funcionários da empresa.

Numa proporção menor de respostas, são vistos como função do contador: 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.

Na sua opinião, quais seriam as funções de um contador?
(Resposta múltipla, espontânea)

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

Fonte: O autor

Tabela 15. Funções de um contador por ramo de atividade e número de funcionários

Funções de um contador	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 guias para pagamento	55	75	50	65	66	62	34
Fazer os registros fiscais	55	38	56	90	31	64	66
Fazer folha de pagamento	52	63	56	55	59	62	31
Confeccionar os demonstrativos contábeis	24	25	19	25	7	40	17
Prestar assessoria para administrar a empresa	22	8	17	30	14	21	31
Abertura e fechamento de empresa	19	38	11	20	17	17	24
Fazer os livros fiscais	17	17	14	20	3	29	14
Fazer auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	10	8	8	25	3	10	17
Outras funções	11	-	8	20	-	12	21
Não sabe	4	-	11	-	14	-	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: O autor

Tabela 16. Funções de um contador por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Conforme a tabela 15 apresenta, verifica-se que na indústria é maior a proporção de respostas para confecção de guias para pagamento e registros fiscais. Nas empresas de comércio e serviço não existe diferenças significativas em relação aos números gerais.

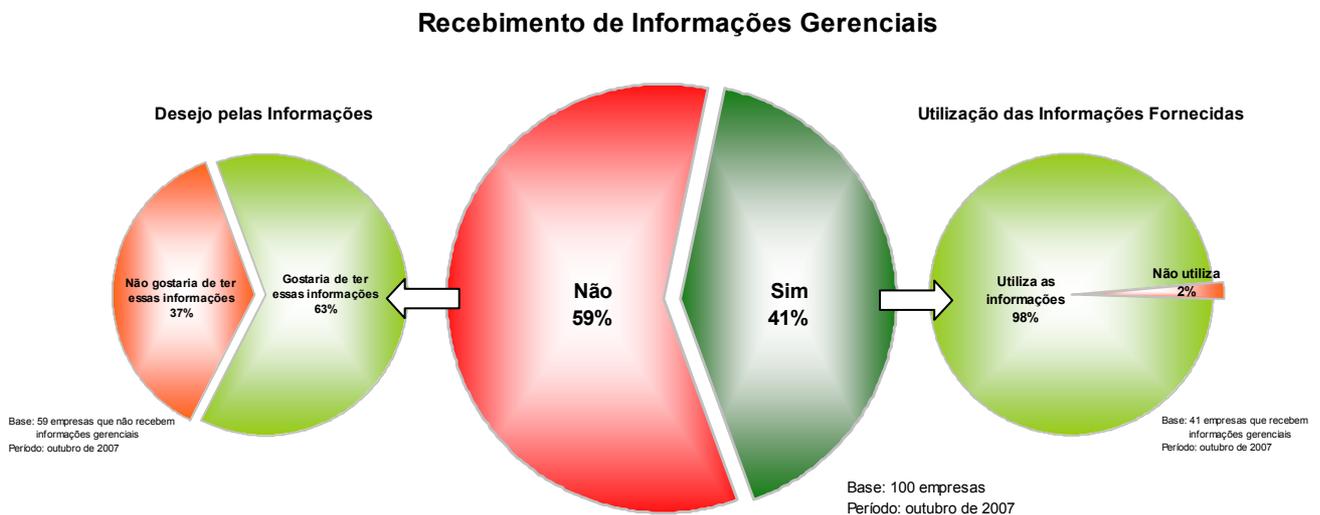
Quanto ao número de funcionários, destacam-se as empresas com dez ou mais empregados que vêem como função de um contador confeccionar os demonstrativos fiscais e prestar assessoria para administrar a empresa.

Na tabela 16 visualiza-se que a maior parcela das empresas com menor faturamento e com menor valor de honorários contábeis acha que um contador tem como função fazer guias

para e folha de pagamento. Já entre as empresas que faturam mais e que gastam mais com prestação de serviços contábeis o maior índice de respostas é para a função de fazer registros fiscais.

3.9 RECEBIMENTO DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS

Oferecer informações gerenciais às empresas atualmente é visto como um importante papel desempenhado pelos escritórios contábeis. Por isso, foi investigado se os prestadores de serviço fornecem algum tipo de informação que auxilia na administração das empresas.



Fonte: O autor

Gráfico 10. Fornecimento de informações gerenciais

De acordo com o gráfico 10, quatro em cada dez empresas (41%) recebem algum tipo de informações gerenciais, das quais a grande maioria (98%) utiliza estas informações. Por outro lado, seis em cada dez empresas (59%) que não ganham estes tipos de assessoria, sendo que praticamente duas a cada três dessas empresas (63%) gostaria de tê-las.

Além de fazer registros fiscais, seu contador lhe fornece
alguma informação que auxilia na administração de sua empresa?
(Resposta estimulada)

Recebimento de informações gerenciais	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Sim	41	35	48	40	25	41	61
<i>Utiliza</i>	98	100	96	100	100	100	95
<i>Não Utiliza</i>	2	-	4	-	-	-	5
Não	59	65	52	60	75	59	39
<i>Gostaria de ter</i>	63	62	60	61	40	87	85
<i>Não gostaria de ter</i>	37	38	40	39	60	13	15
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: O autor

Tabela 17. Fornecimento de informações gerenciais por ramo de atividade e número de funcionários

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
<i>Utiliza</i>	98	100	100	92	100	100	94
<i>Não Utiliza</i>	2	-	-	8	-	-	6
Não	59	75	67	40	79	60	38
<i>Gostaria de ter</i>	63	33	87	75	48	68	82
<i>Não gostaria de ter</i>	37	67	13	25	52	32	18
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: O autor

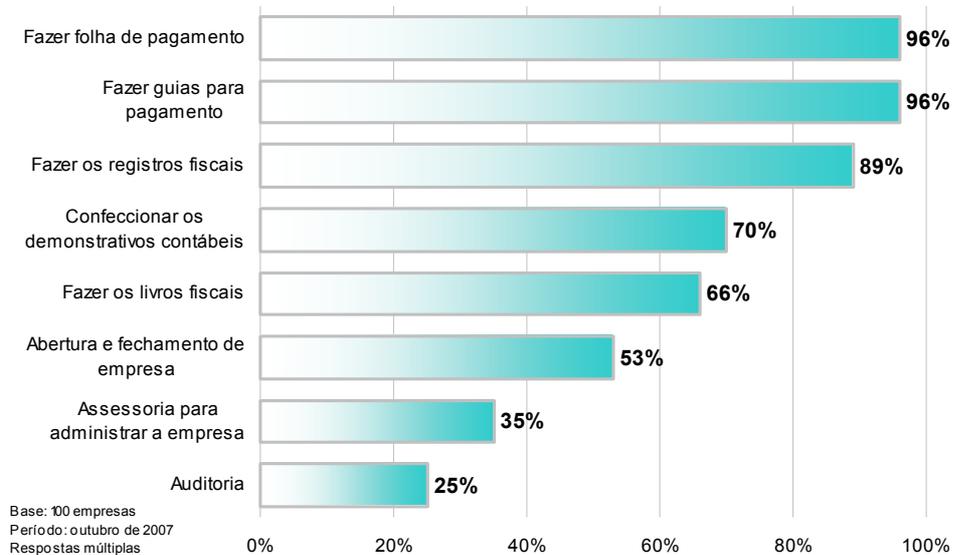
Tabela 18. Fornecimento de informações gerenciais por faturamento médio mensal e valor dos honorários

As empresas comerciais são as que mais afirmam receber informações gerenciais de seus contadores (48%). Entre os outros segmentos apresentados nas tabelas 17 e 18, observa-se uma relação entre o tamanho das empresas com o recebimento deste tipo de assessoria, visto que conforme aumenta o número de funcionários, faturamento médio mensal e valor dos honorários contábeis, maior é o índice de recebimento de informações gerenciais.

3.10 TRABALHOS REALIZADOS PELO CONTADOR DA EMPRESA

Os respondentes foram perguntados sobre os trabalhos realizados pelo contador da empresa, a fim de melhor poder avaliá-los. Os principais afazeres foram citados pelo entrevistador para que fosse confirmado se é uma das atribuições de seu contador ou não.

Trabalhos Realizados pelo Contador da Empresa



Fonte: O autor

Gráfico 11. Trabalhos realizados pelo contador da empresa

O gráfico 11 mostra que praticamente todos os contadores (96%) fazem a folha e as guias de pagamento das empresas. Também é alto o índice de prestadores de serviço que fazem os registros fiscais (89%).

Num patamar mais abaixo, verifica-se a confecção de demonstrativos contábeis e de livros fiscais, indicados por 70% e 66%, respectivamente.

São listados ainda: abertura e fechamento de empresa (53%), assessoria para administrar a empresa (35%) e auditoria (25%).

Quais os trabalhos realizados pelo contador da empresa?

(Resposta múltipla, estimulada)

Trabalhos realizados pelo contador da empresa	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Fazer folha de pagamento	96	90	94	98	90	100	100
Fazer guias para pagamento	96	100	98	94	95	93	100
Fazer os registros fiscais	89	85	88	94	75	96	100
Confeccionar os demonstrativos contábeis	70	65	67	79	43	78	97
Fazer os livros fiscais	66	55	67	70	43	81	82
Abertura e fechamento de empresa	53	40	58	53	63	56	39
Assessoria para administrar a empresa	35	35	42	34	25	33	48
Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	25	15	23	36	20	30	27
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: O autor

Tabela 19. Trabalhos realizados pelo contador da empresa por ramo de atividade e número de funcionários

Quais os trabalhos realizados pelo contador da empresa?
(Resposta múltipla, estimulada)

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

Fonte: O autor

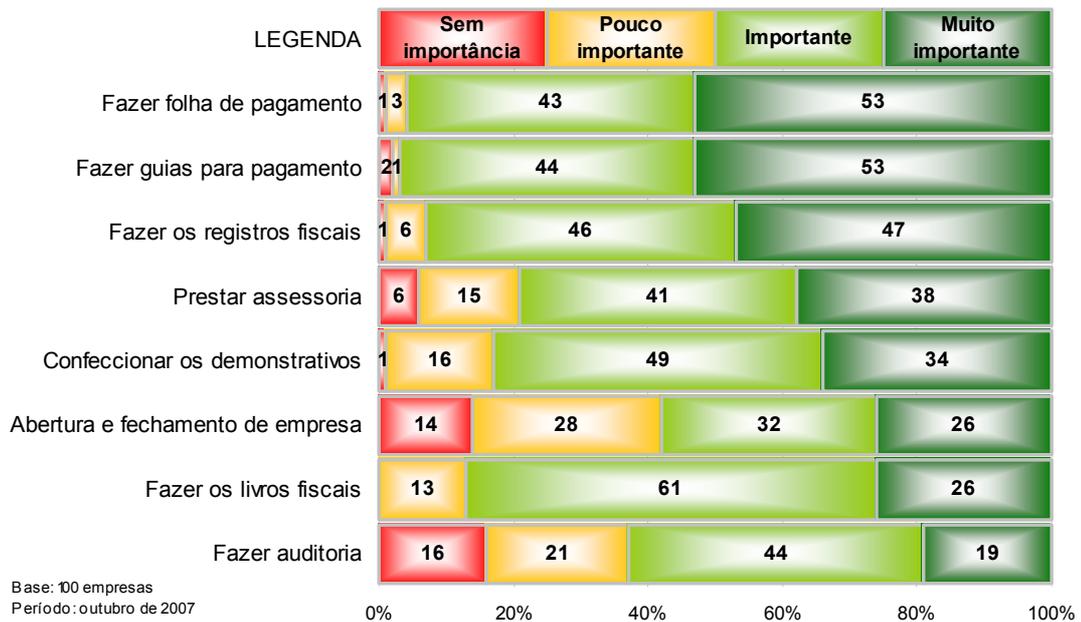
Tabela 20. Trabalhos realizados pelo contador da empresa por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Constata-se pelas tabelas anteriores que nem mesmo as empresas com dez ou mais funcionários, como também as com faturamento mensal superior a 50 mil reais e com honorários contábeis acima de um salário mínimo não costumam receber assessoria para melhor administrar a empresa, visto que praticamente metade destas instituições obtém este tipo de informação gerencial.

3.11 GRAU DE IMPORTÂNCIA DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS

Os entrevistados puderam classificar cada serviço atribuído ao contador terceirizado por seu grau de importância, a fim de compará-los aos serviços praticados por seus contadores.

Grau de Importância dos Serviços Contábeis



Fonte: O autor

Gráfico 12. Grau de importância dos serviços contábeis

O gráfico 12 mostra o grau de importância dado pelos entrevistados para cada um dos principais serviços executados pelos escritórios de contabilidade, onde fazer a folha e as guias de pagamento são considerados muito importante por pouco mais da metade dos respondentes (53%); os registros fiscais por pouco menos da metade (47%); prestar assessoria e confeccionar os demonstrativos contábeis por cerca de um terço dos pesquisados; abertura e fechamento de empresa e fazer os livros fiscais por cerca de um quarto; e por último, apenas 19% consideram muito importante fazer auditoria.

Na sua opinião, qual o grau de importância de cada um desses serviços?

(Resposta estimulada)

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

Bases: empresas que consideram o grau de importância de cada serviço

Fonte: O autor

Tabela 21. Grau de importância dos serviços contábeis por cada trabalho realizado pelo contador da empresa

A tabela 21 mostra a proporção dos serviços realizados em cada grau de avaliação. Praticamente todas as empresas que consideram muito importante fazer folha de pagamento, guias para pagamento, registros fiscais, confeccionar demonstrativos contábeis e fazer os livros fiscais recebem estes serviços de seus contadores. Com relação à abertura e fechamento de empresa, 85% das empresas têm este serviço de seus contadores.

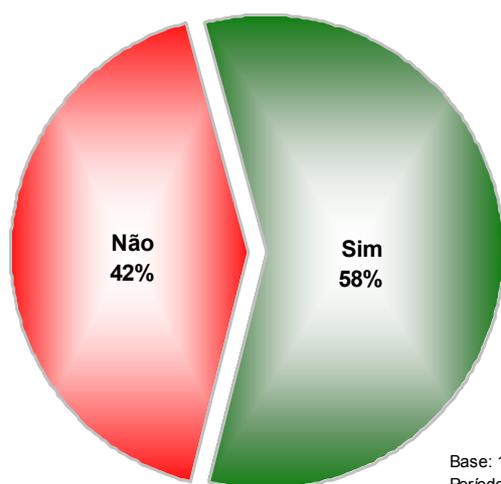
Entretanto, das empresas que consideram muito importante os prestadores de serviços contábeis oferecerem assessoria para melhor administrar a empresa e fazer auditoria, apenas 42% recebem estes tipos de serviços.

Para estes dois serviços, quando são considerados importantes pelas empresas, 46% recebem assessoria e 32% auditoria.

3.12 SOLICITAÇÃO DE DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS

Apesar de conhecer o grau de importância que as empresas dão para os demonstrativos contábeis, é necessário saber se as empresas solicitam de seus contadores tais documentos periodicamente.

Solicitação de Demonstrativos Contábeis



Base: 100 empresas
Período: outubro de 2007

Utilização dos Demonstrativos Contábeis



Base: 58 empresas que solicitam demonstrativos contábeis
Período: outubro de 2007

Fonte: O autor
Gráfico 13. Solicitação de demonstrativos contábeis

Praticamente seis em cada dez empresas (58%) solicitam os demonstrativos contábeis aos contadores, dos quais 40% utilizam estes documentos para alguma tomada de decisão e 60% apenas os arquivam para posteriores consultas necessárias. Quatro em cada dez empresas não requerem de seus contadores estes demonstrativos.

A empresa solicita do contador algum tipo de demonstrativo contábil periodicamente?
 (SE SIM) O que normalmente é feito com esses demonstrativos contábeis?
 (Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

Tabela 22. Solicitação dos demonstrativos contábeis por ramo de atividade e número de funcionários

Solicitação de demonstrativos contábeis	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	58	25	50	90	34	60	79
<i>São utilizados para alguma tomada de decisão</i>	40	33	28	50	10	32	61
<i>São arquivados para consultas posteriores se necessário</i>	60	67	72	50	90	68	39
Não	42	75	50	10	66	40	21
Bases: (amostra)	100	20	48	47	29	42	29

Fonte: O autor

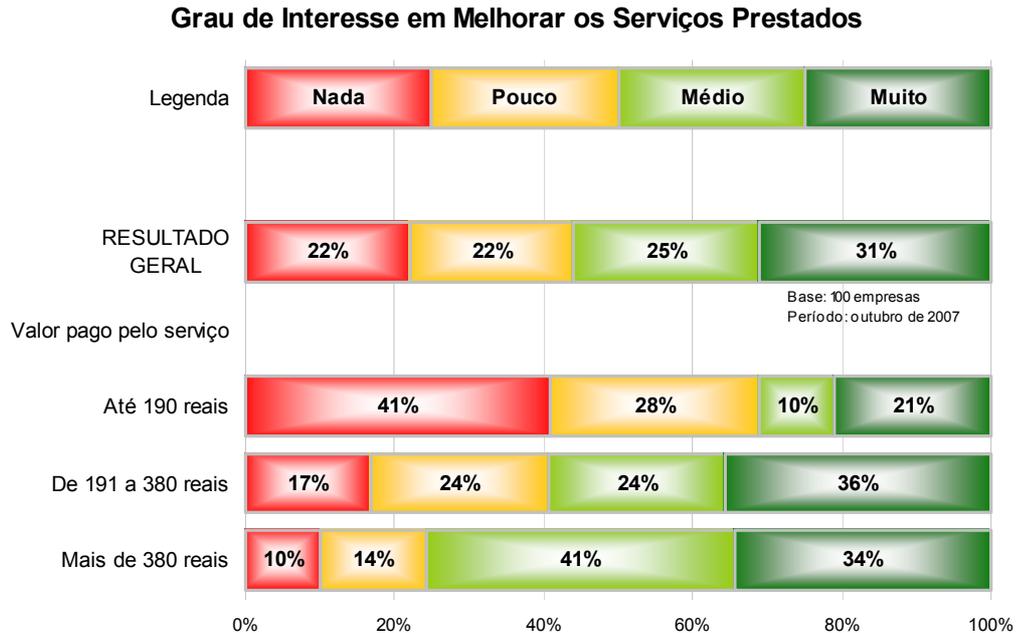
Tabela 23. Solicitação dos demonstrativos contábeis por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Em relação ao ramo de atividade das empresas (tabela 22), não existe diferença significativa em relação ao resultado geral quanto à solicitação dos demonstrativos contábeis, entretanto, quando solicitados, as empresas comerciais são as que menos os utilizam para alguma tomada de decisão.

Ainda conforme as tabelas 22 e 23, a solicitação de demonstrativos contábeis tem relação com o porte da empresa, faturamento médio e valor dos honorários, visto que o índice de solicitação destes documentos aumenta à medida que as empresas são maiores.

3.13 INTERESSE DO CONTADOR EM MELHORAR O SERVIÇO PRESTADO

Para se obter a satisfação do cliente, é necessário que os contadores demonstrem interesse em melhorar os serviços prestados. Para isso, foi avaliado o grau de interesse dos contadores em melhorá-los para melhor satisfazerem as empresas.



Fonte: O autor

Gráfico 14. Grau de interesse em melhorar os serviços prestados

Quanto ao resultado geral, o gráfico 14 mostra que para 31% das empresas pesquisadas, seus contadores demonstram muito interesse em melhorar os serviços prestados; para 25%, o interesse de melhora é médio; para 22%, os contadores demonstram pouco interesse; e para outros 22%, não há nenhum interesse no aperfeiçoamento dos serviços.

O quanto seu contador demonstra interesse em melhorar o serviço prestado?
(Resposta estimulada)

Interesse do contador em melhorar o serviço prestado	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Muito	31	20	44	30	25	37	33
Médio	25	25	19	30	15	22	39
Pouco	22	25	23	17	20	22	24
Nada	22	30	15	23	40	19	3
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: O autor

Tabela 24. Interesse do contador em melhorar o serviço prestado por ramo de atividade e número de funcionários

O quanto seu contador demonstra interesse em melhorar o serviço prestado?
(Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

Tabela 25. Interesse do contador em melhorar o serviço prestado por faturamento médio mensal e valor dos honorários

A tabela 24 exibe que as empresas industriais são as que constataam o menor nível de interesse em seus contadores de melhora nos serviços prestados.

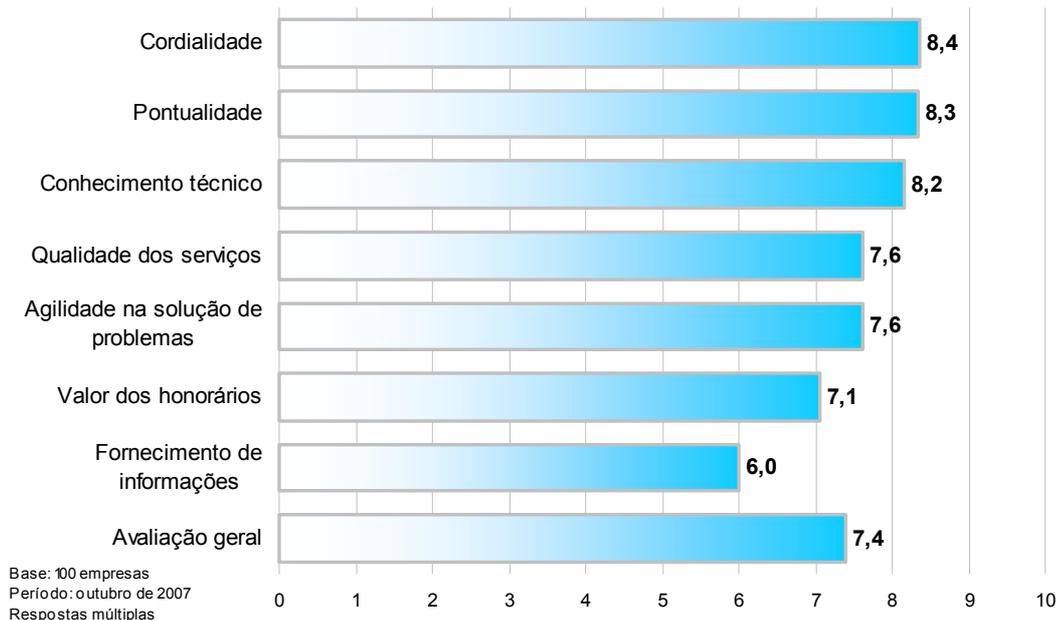
Assim como a tabela 24, a tabela 25 também ajuda a mostrar a relação existente entre o interesse do contador na melhoria de seus serviços e o tamanho das empresas. As empresas menores, com até quatro funcionários, com faturamento mensal até 10 mil reais e que pagam no máximo meio salário mínimo de honorário a seus contadores, são as que não percebem interesse algum na melhoria da prestação dos serviços. Já as empresas maiores, com dez ou mais empregados, com faturamento acima de 50 mil reais e que pagam a seus contadores mais de um salário mínimo, constataam que os prestadores de serviços contábeis demonstram muito ou médio interesse na melhoria dos serviços.

3.14 AVALIAÇÃO DO CONTADOR CONFORME ATRIBUTOS ESPECÍFICOS

As empresas participantes na amostra pesquisada puderam ainda avaliar seus contadores em sete atributos específicos, além de fazer uma avaliação geral do prestador de serviço.

O gráfico a seguir apresenta as notas médias aplicadas à cada atributo pesquisado.

Avaliação do Contador Conforme Atributos Específicos



Fonte: O autor

Gráfico 15. Avaliação do contador conforme atributos específicos

Conforme mostra o gráfico 15, em três atributos os contadores receberam nota média superior a oito: cordialidade (8,4), pontualidade (8,3) e conhecimento técnico (8,2). Em outros três atributos os prestadores de serviços contábeis obtiveram média entre sete e oito: qualidade dos serviços (7,6), agilidade na solução de problemas (7,6) e valor dos honorários (7,1). Apenas em relação ao fornecimento de informações gerenciais os contadores foram avaliados de forma regular, obtendo nota média 6,0. Numa avaliação geral, os contadores receberam nota média 7,4, o que lhes classifica dentro de um conceito “bom”.

Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para seu contador, em relação a:
(Resposta estimulada)

Atributos avaliados	Total (Média)	Ramo de atividade (Média)			Número de funcionários (Média)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Cordialidade	8,4	8,2	8,5	8,6	7,8	8,3	9,1
Pontualidade no envio de guias e pagamentos	8,3	8,2	8,8	8,3	7,9	8,4	8,8
Conhecimento técnico	8,2	7,8	8,4	8,2	7,5	8,4	8,7
Qualidade dos serviços	7,6	7,8	7,8	7,6	7,2	7,7	8,1
Agilidade na solução de problemas	7,6	7,3	8,0	7,5	6,9	8,0	8,2
Valor dos honorários	7,1	6,7	7,3	6,9	6,1	7,3	8,0
Fornecimento de informações importantes para a administração da empresa	6,0	4,9	6,3	6,2	4,7	6,4	7,4
Avaliação geral	7,4	7,3	7,5	7,5	6,7	7,6	8,1
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: O autor

Tabela 26. Atributos avaliados por ramo de atividade e número de funcionários

Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para seu contador, em relação a:
(Resposta estimulada)

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

Fonte: O autor

Tabela 27. Atributos avaliados por faturamento médio mensal e valor dos honorários

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

Base: amostra (100 empresas)

Fonte: O autor

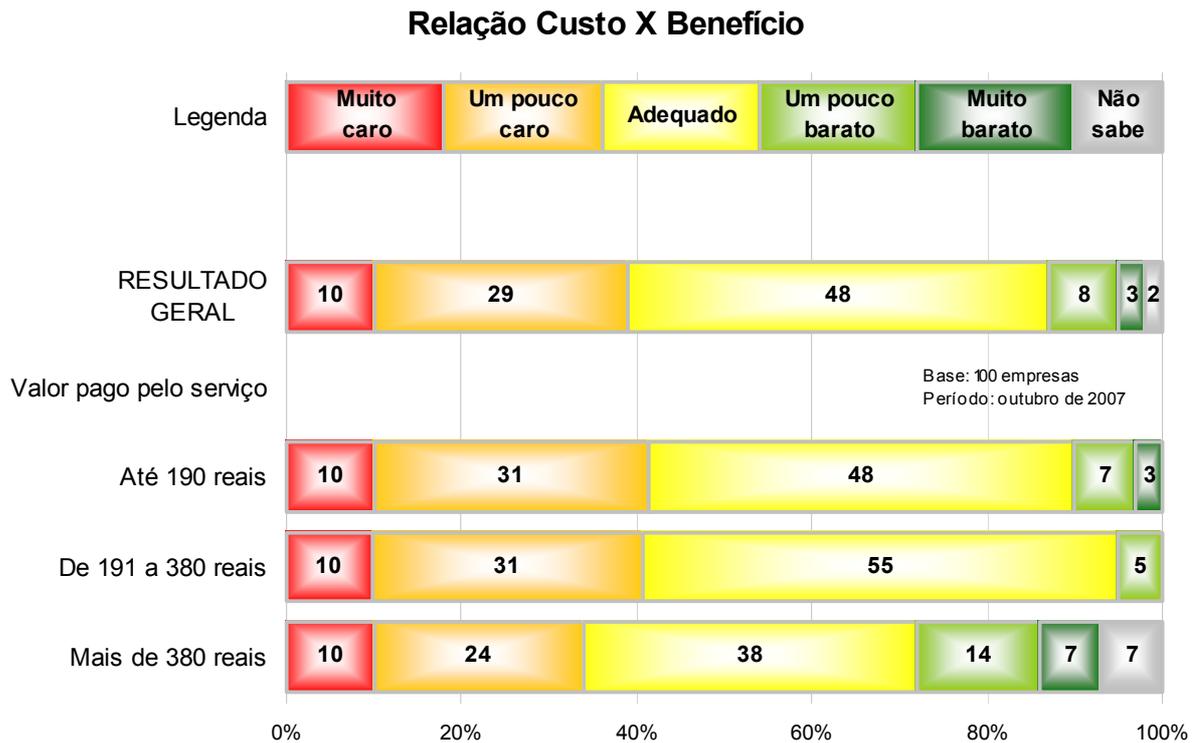
Tabela 28. Avaliação de cada atributo

As tabelas 26 e 27 apresentam as notas médias dentro de cada segmento pesquisado, onde a cordialidade obteve média superior a nove entre as empresas com dez ou mais empregados e entre as que faturam mensalmente acima de 50 mil reais. Por outro lado, o fornecimento de informações importantes para a administração da empresa alcançou nota inferior a cinco entre as empresas industriais, entre as que possuem no máximo quatro funcionários, entre as que faturam até 10 mil reais e as que pagam no máximo meio salário mínimo de honorários aos contadores.

Na tabela 28 pode-se visualizar o percentual que cada nota obteve dentro de cada atributo avaliado, sendo que um quarto dos entrevistados (26%) avaliou seu contador em relação ao fornecimento de informações gerenciais com notas entre zero e quatro.

3.15 RELAÇÃO CUSTO X BENEFÍCIO

Apesar dos respondentes avaliarem alguns aspectos de seus contadores positivamente e outros de forma negativa, neste item do trabalho buscou-se fazer a relação custo x benefício da prestação dos serviços contábeis.



Fonte: O autor
Gráfico 16. Relação custo x benefício

Conforme apresenta o gráfico 16, praticamente metade das micro e pequenas empresas (48%) considera o valor dos honorários cobrados por seus contadores adequados numa relação custo x benéfico. Entretanto, enquanto apenas 11% avaliam como sendo barata esta relação, 39% consideram-na cara.

O gráfico expõe ainda que, ao contrário do que se pode imaginar, entre as empresas que pagam mais de um salário mínimo é maior a proporção de quem 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.

Em relação ao custo x benefício,
como você classifica o valor dos honorários cobrados por seu contador?
 (Resposta estimulada)

Relação custo x benefício	Total (%)	Ramo de atividade (%)			Número de funcionários (%)		
		Indústria	Comércio	Serviço	Até 4	5 a 9	10 ou mais
Muito caro	10	10	13	6	13	15	3
Um pouco caro	29	40	27	32	40	19	24
Adequado	48	35	50	51	48	44	52
Um pouco barato	8	5	8	6	-	15	12
Muito barato	3	10	2	-	-	-	9
Não sabe	2	-	-	4	-	7	-
Bases: (amostra)	100	20	48	47	40	27	33

Fonte: O autor

Tabela 29. Relação custo x benefício por ramo de atividade e número de funcionários

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

Fonte: O autor

Tabela 30. Relação custo x benefício por faturamento médio mensal e valor dos honorários

Na tabela 29 verifica-se que as empresas industriais têm a melhor relação custo x benefício entre os ramos de atividade das empresas. Quanto ao número de funcionários, quanto maior no número de empregados, maior é a satisfação custo x benefício.

A tabela 30 apresenta, além da relação com o valor pago de honorários, já visto anteriormente, a relação com o faturamento médio das empresas, o qual mostra que quanto mais a empresa fatura, maior é a satisfação com o trabalho desenvolvido por seus contadores.

4 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A contabilidade tem como objetivo satisfazer as necessidades de informações para melhor controlar e gerenciar o patrimônio das instituições. Sua finalidade hoje em dia também passou a ser a de oferecer informações confiáveis e de qualidade para que as empresas tomem suas decisões, mesmo que algumas empresas utilizem os serviços contábeis apenas por imposição do governo.

Este trabalho procurou levantar qual a avaliação que os micro e pequenos empresários, com serviço contábil terceirizado, fazem da qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade, sendo que esta qualidade pode ser medida não só pelo que os contadores fazem atualmente, mas também pelo que eles têm a capacidade de fazer.

Com base nos resultados fornecidos pela pesquisa realizada, pode-se constatar que a maior 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.

Esta informação revela que não adianta apenas diminuir os honorários cobrados a fim de conquistar o empresário, sem oferecer um serviço que o satisfaça, é necessário procurar satisfazer as expectativas dos clientes, buscando oferecer serviços de qualidade, gerando informações úteis e concisas que sirvam de apoio para a tomada de decisão.

Em contrapartida, para que o contador possa oferecer este tipo de serviço, é indispensável que ele também exija de seus clientes o fornecimento de informações necessárias, como documentos fiscais e o livro caixa. Quanto aos documentos fiscais, a maioria das empresas fornece, mas com relação ao livro caixa existe uma maior dificuldade na sua obtenção.

Para as micro e pequenas empresas de Florianópolis, o contador tem três funções principais: fazer guias para pagamento, fazer os registros fiscais e fazer a folha de pagamento. O fornecimento de informações gerenciais, que deveria ser outra de suas atribuições fundamentais, não é reconhecido pela maior parte dos respondentes. Porém, apesar de poucos obterem este tipo de informações, ela é utilizada por praticamente todos que as recebem; e entre os que não têm este tipo de assessoria, a maior parte gostaria de tê-la.

Nem mesmo a confecção dos demonstrativos contábeis tem grande importância para os empresários, visto que pouco mais da metade das empresas pesquisadas solicitam estes documentos a seus contadores, e destes, menos da metade utiliza para alguma tomada de decisão.

As atribuições do contador, vistas pelos empreendedores como de menor grau de importância são relacionadas à abertura e fechamento de empresa e a fazer auditoria.

Apesar dos escritórios de contabilidade não estarem satisfazendo totalmente seus clientes, é notório por parte dos empresários que grande parte dos contadores está demonstrando interesse em melhorar os serviços prestados.

Por fim, os contadores são bem avaliados por seus clientes, a ponto de receber nota média acima de 7,0 em 7 dos 8 aspectos analisados, com nota geral 7,4. Apenas em relação ao fornecimento de informações importantes que auxiliem na administração das empresas é que sua avaliação é regular, reforçando a necessidade de oferecer às empresas algum tipo de informação gerencial.

Para tanto, entende-se que o profissional contábil precisa estar lado a lado com a empresa nas tomadas de decisões, conhecendo suas necessidades atuais e futuras, buscando alternativas, e assim resultando em benefícios para ambas às partes: maior rentabilidade ao cliente e maior satisfação dos serviços prestados.

Sugere-se para trabalhos futuros que se façam pesquisas abrangendo também médias e grandes empresas, se possível num cenário estadual ou até mesmo nacional, a fim de conhecer o panorama contábil na atualidade junto a empresas de todos os portes.

Sugere-se ainda para os escritórios de contabilidade, manter uma relação com seus clientes além do estabelecido em contrato, estimulando o interesse pela contabilidade gerencial. Demonstrações, simulações e apresentações de “cases” utilizando a contabilidade gerencial podem despertar a necessidade por esses serviços. Além disso a tendência é haver um fortalecimento da relação entre cliente e fornecedor, promovendo mais um fator estimulador da ampliação do contrato de trabalho, tanto em termos de serviços prestados, quanto em termos de honorários cobrados.

REFERÊNCIAS

- AAKER, D.; KUMAR, V; DAY, G. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.
- ATKINSON, A . A.; BANKER, R. D.; KAPLAN, R. S.; YOUNG, S. M. **Management Accounting**. New Jersey: Prentice Hall Inc. 1995.
- BEUREN, Ilse Maria; RAUPP, Fabiano Maury; SOUZA, Marco Antônio Batista de; COLAUTO, Romualdo Douglas; PORTON, Rosimere Alves de Nona. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2003.
- CONSENZA, José Paulo. Perspectiva para a profissão contábil num mundo globalizado – “um estudo a partir da experiência brasileira”. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, n. 130, p. 43-63, jul./ago. 2001.
- DEMING, W. E. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Marques-Saraiva, 1990.
- FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. **Administração de serviços: operações estratégicas e tecnologia de informação**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1987.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- IUDÍCIBUS, S; MARION, J.C. **Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação**. São Paulo: Atlas, 1999.
- LOPES DE SÁ, Antônio. **A história milenar da contabilidade**. IOB – Informação Objetivas. São Paulo, ano XXIX, n.16, p.148-150. abr. 1995.
- MARION, J. C. **Contabilidade básica**. 2. ed. São Paulo, 1989.
- MARION, J. C. **Efeitos do ensino da contabilidade na formação profissional**. Revista Brasileira de Contabilidade. Rio de Janeiro, nº 52, 1985.
- MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens; IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- MATTAR, E. N. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1988. v. 1 e 2.
- MCDANIEL, C.; GATES, R. **Pesquisa de marketing**. São Paulo. Thomson, 2006.
- MIRSHAWKA, V. **Criando valor para o cliente: a vez do Brasil**. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1993.

PADOVEZE, Clóvis Luiz. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil.** São Paulo: Atlas, 1994.

PIAZZA, A. **Qualidade no atendimento: a chave para o seu sucesso pessoal e empresarial.** São Paulo: Nobel, 1999.

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

ANEXO – Questionário Aplicado

Bom dia/ boa tarde. Meu nome é ... e estou fazendo uma pesquisa para um trabalho acadêmico do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina. Trata-se de uma pesquisa com profissionais responsáveis pela área financeira da empresa. Para poder concluir, preciso da colaboração de profissionais como o(a) sr(a), respondendo algumas perguntas. Posso contar com sua ajuda? Podemos fazer agora? Dura no máximo 5 minutos.

A) Ramo de atividade da empresa?

- [1] Comércio
 [2] Serviço
 [3] Indústria
-

B) Qual a área de atuação da empresa?

- [1] Grande Florianópolis
 [2] Estado de Santa Catarina
 [3] No país
-

C) Qual o número de funcionários da empresa?

- [1] Até 4 [4] 20 a 49
 [2] 5 a 9 [5] 50 a 99
 [3] 10 a 19 [6] 100 ou mais (AGRADEÇA E ENCERRE)
-

D) Quem realiza os trabalhos contábeis da sua empresa?

- [1] Contador próprio (AGRADEÇA E ENCERRE)
 [2] Contador terceirizado/ Escritório de Contabilidade
 [3] Ambos
-

E) Há quanto tempo seu contador atual presta serviço à empresa?

- [1] Um ano ou menos
 [2] Mais de um a dois anos
 [3] Mais de dois a cinco anos
 [4] Mais de cinco a dez anos
 [5] Mais de dez anos
-

1- A empresa fornece os documentos fiscais periodicamente ao contador? (estimulada, RU)

- [1] Sim
 [2] Não
 [3] Não sabe (*não citar*)
-

2- E o livro caixa, fornece periodicamente? (estimulada, RU)

- [1] Sim
 [2] Não
 [3] Não sabe (*não citar*)
-

3- Na sua opinião, quais seriam as funções de um contador? (espontânea para enquadrar, RM)

- | | |
|--|--|
| [1] Abertura e fechamento de empresa | [5] Confeccionar os demonstrativos contábeis |
| [2] Fazer folha de pagamento | [6] Fazer os registros fiscais |
| [3] Fazer guias para pagamento | [7] Assessoria para administrar a empresa |
| [4] Fazer os livros fiscais fraudes) | [8] Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes) |

[9] Outras funções: _____

- [10] Não sabe (*não citar*)
-

4- Além de fazer registros fiscais, seu contador lhe fornece alguma informação que auxilia na administração de sua empresa? (estimulada, RU)

[1] Sim	[2] Não
4A- Se SIM, Você utiliza essas informações? [1] Sim [2] Não → Porque? _____ _____	4B- Se NÃO, Você gostaria de ter essas informações? [1] Sim → Que tipo de informações? [1] Assessoria para administrar a empresa [2] Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes) [3] Confeccionar os demonstrativos contábeis [4] Fazer os registros fiscais [5] Outras informações: _____ [2] Não

5- Quais os trabalhos realizados pelo contador da empresa? (Citar) // 5.A- Na sua opinião, qual o grau de importância de cada um desses serviços? (estimulada)

	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Sem Importância
[1] Abertura e fechamento de empresa	1	2	3	4
[2] Fazer folha de pagamento	1	2	3	4
[3] Fazer guias para pagamento	1	2	3	4
[4] Fazer os livros fiscais	1	2	3	4
[5] Confeccionar os demonstrativos contábeis	1	2	3	4
[6] Fazer os registros fiscais	1	2	3	4
[7] Assessoria para administrar a empresa	1	2	3	4
[8] Auditoria (verificação de possíveis erros)	1	2	3	4

6- A empresa solicita do contador algum tipo de demonstrativo contábil periodicamente? (estimulada, RU)

- [1] Sim → **6.1- O que normalmente é feito com esses demonstrativos contábeis?** (estimulada)
- [1] São utilizados para alguma tomada de decisão
- [2] São arquivados para consultas posteriores se necessário
- [2] Não

7- O quanto seu contador demonstra interesse em melhorar o serviço prestado? (estimulada, RU)

- [1] Muito [2] Médio [3] Pouco [4] Nada

8- Numa escala de 0 a 10, que nota você daria para seu contador, em relação a: (estimulada, RU)

- A - [] Qualidade dos serviços
- B - [] Pontualidade no envio de guias e pagamentos
- C - [] Cordialidade
- D - [] Conhecimento técnico
- E - [] Agilidade na solução de problemas
- F - [] Fornecimento de informações importantes para a administração da empresa
- G - [] Valor dos honorários
- H - [] Avaliação geral

9- Qual o valor dos honorários cobrados pelo contador para prestar serviços a sua empresa? (estimulada)

- [1] Até R\$ 190,00 (até meio salário mínimo)
- [2] Mais de R\$ 190,00 a R\$ 380,00 (mais de meio a um salário mínimo)
- [2] Mais de R\$ 380,00 a R\$ 760,00 (mais de um a dois salários mínimos)
- [2] Mais de R\$ 760,00 (mais de dois salários mínimos)

10- Em relação ao custo x benefício, como você classifica o valor dos honorários cobrados por seu contador? (estimulada, RU)

- [1] Muito caro
- [2] Um pouco caro
- [3] Adequado
- [4] Um pouco barato
- [5] Muito barato
- [6] Não sabe (*não citar*)

11- Para encerrar, o(a) sr(a) poderia me informar em qual faixa está o faturamento médio mensal de sua empresa? (estimulada, RU)

- [1] Até 10 mil reais
- [2] Mais de 10 a 20 mil reais
- [3] Mais de 20 a 50 mil reais
- [4] Mais de 50 a 100 mil reais
- [5] Mais de 100 mil reais
- [6] Não sabe/ Não quis responder (*não citar*)

Entrevistador: [] - /11/2002	Nome do respondente:
Nome da Empresa	Fone .:

Muito obrigado por sua gentileza e colaboração. Tenha um bom dia/ boa tarde!