

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO  
CURSO DE MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Dayana Silva Barreto de Almeida

PROPOSTA DE MODELO PARA AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DAS  
EMPRESAS COM OS SERVIÇOS CONTÁBEIS: ABORDAGEM  
MULTIMÉTODOS

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ  
Fevereiro de 2015

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO  
CURSO DE MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Dayana Silva Barreto de Almeida

PROPOSTA DE MODELO PARA AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DAS  
EMPRESAS COM OS SERVIÇOS CONTÁBEIS: ABORDAGEM  
MULTIMÉTODOS

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em  
Engenharia de Produção da Universidade Candido Mendes –  
Campos/RJ, para obtenção do grau de MESTRE EM  
ENGENHARIA DE PRODUÇÃO.

Orientador: Prof. Eduardo Shimoda, D.Sc.

Coorientador: Prof. Aldo Shimoya, D.Sc.

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ  
Fevereiro de 2015

A498p Almeida, Dayane da Silva Barreto de.

Proposta de modelo de avaliação da satisfação das empresas com serviços contábeis: uma abordagem multimétodos./ Dayane da Silva Barreto de Almeida. – 2015.

141f. ; il.

Orientador: Eduino Shimoda.

Coorientador: Aldo Shimoya

Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção – Universidade Candido Mendes – Campos. Campos dos Goytacazes, RJ, 2015.

Bibliografia: f. 45 – 49, 73-77, 112-117, 122-133.

1. Satisfação (cliente) – serviços contábeis. 2. Avaliação – serviços contábeis 3. Contabilidade empresarial – prestação de serviços I. Universidade Candido Mendes – Campos. II. Título.

CDU – 658.8:657.4(1-21)(815.3S)

DAYANA SILVA BARRETO DE ALMEIDA

PROPOSTA DE MODELO PARA AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DAS  
EMPRESAS COM OS SERVIÇOS CONTÁBEIS: ABORDAGEM  
MULTIMÉTODOS

Dissertação apresentada ao Programa de  
Mestrado em Engenharia de Produção da  
Universidade Candido Mendes – Campos/RJ, para  
obtenção do grau de MESTRE EM ENGENHARIA  
DE PRODUÇÃO.

Aprovada em \_\_\_\_ de fevereiro de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Eduardo Shimoda, D.Sc. – Orientador  
Universidade Candido Mendes

---

Prof. Aldo Shimoya, D.Sc. – Coorientador  
Universidade Candido Mendes

---

Prof.<sup>a</sup> Marcella Costa Radael, D.Sc.  
Universidade Candido Mendes

---

Prof. Helder Gomes Costa, D.Sc.  
Universidade Candido Mendes

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ  
2015

Dedico este trabalho a Deus, ao meu esposo, aos meus pais e ao meu irmão pelo apoio, incentivo e compreensão.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, por me permitir cursar o mestrado e por me dar forças e sabedoria nessa jornada.

A minha mãe Elizabete, ao meu pai Custódio e a meu irmão Dalton, pelo amor, apoio, motivação e confiança.

Ao meu esposo, Dihone, pelo apoio, incentivo, companheirismo e paciência.

Ao orientador Prof. D.Sc. Eduardo Shimoda, pela dedicação, paciência e perfeita orientação em todas as etapas deste trabalho.

Ao Instituto Federal Fluminense (IFF) pelo incentivo.

A Universidade Candido Mendes de Campos dos Goytacazes (UCAM) e a todos os professores do Mestrado, em especial o Prof. D.Sc. Aldo Shimoya e o Prof. D.Sc. Helder Gomes Costa pela colaboração.

Aos meus amigos, em especial a Juliana, a Fabrícia e a Carolina pelo companheirismo e por sempre me ajudarem, incentivarem e apoiarem no decorrer dos estudos.

A menos que modifiquemos a nossa maneira de pensar, não seremos capazes de resolver os problemas causados pela forma como nos acostumamos a ver o mundo.

Albert Einstein

## RESUMO

### PROPOSTA DE MODELO PARA AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DAS EMPRESAS COM OS SERVIÇOS CONTÁBEIS: ABORDAGEM MULTIMÉTODOS

O presente trabalho tem como objetivo principal identificar como avaliar o nível de satisfação das empresas com os serviços contábeis. Além do objetivo principal busca-se realizar um mapeamento da produção científica sobre os serviços contábeis; determinar os itens válidos para aplicação de questionário; aplicar um questionário contemplando os principais serviços contábeis para serem avaliados pelos clientes e aplicar métodos estatísticos que permitam analisar as percepções das empresas em relação ao grau de satisfação e importância dos serviços contábeis. Para realização do mapeamento da produção científica foram consultadas as bases científicas Scopus e ISI (Web of Knowledge). O mapeamento contemplou a análise de 25 artigos relacionados ao tema. Constatou-se que 2012 foi o ano em que houve o pico de publicações (7 artigos) e o país que mais publicou foi a Austrália (27% das publicações analisadas). Para determinar os itens válidos para aplicação no questionário foi utilizado o método de Lawshe. Foram aplicados em forma de questionário 51 itens para que os clientes averiguassem a importância de cada item. A partir das respostas dos clientes e da utilização do método de Lawshe houve uma redução de 39% nos itens, sendo considerados válidos para aplicação na pesquisa final 31 itens. Os atributos que mais se destacaram foram “Informação Trabalhista e Fiscal”; “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”, pois foram considerados essenciais por todos os respondentes da pesquisa. Já o item “Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário” foi considerado válido, entretanto, foi o que apresentou menor percentual de respondentes que o consideram essencial (63,6%). Com base nos itens válidos de acordo com o método de Lawshe foi aplicado o questionário com 31 itens a 103 empresas do município de São João da Barra/RJ para mensurar o grau de satisfação com os serviços contábeis e a importância dos referidos serviços. Os resultados foram analisados por meio da utilização dos métodos de satisfação simples, análise de GAP, importância versus satisfação e insatisfação ponderada. Os resultados obtidos revelam que as empresas do município de São João da Barra encontram-se satisfeitas com os serviços contábeis oferecidos, no entanto, dentre os itens abordados, os atributos que mais apresentam necessidade de melhorias prioritárias são: “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão



do negócio” e “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos”. Já os itens “Confiança nas informações elaboradas” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” representam pontos positivos para os prestadores de serviços contábeis, pois além de serem itens considerados de importância alta para os clientes, o grau de satisfação também é elevado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mapeamento da produção científica; Determinação de itens; Método de Lawshe; Questionário; Serviços contábeis; Satisfação; Importância.

## **ABSTRACT**

### **MODEL PROPOSED FOR EVALUATION OF SATISFACTION OF COMPANIES WITH FINANCIAL SERVICES: APPROACH MULTIMETHOD**

This paper aims to identify how to assess the level of satisfaction of the companies with the accounting services. Besides the main goal, we intend to carry out a mapping of scientific literature on accounting services; determine the valid items for applying the questionnaire; use a questionnaire covering the main financial services to be evaluated by customers and apply statistical methods for enabling the analyzes on the perceptions of companies regarding the level of satisfaction and importance of accounting services. To perform the mapping of scientific literature, scientific bases Scopus and ISI (Web of Knowledge) were consulted. The mapping included the analysis of 25 articles related to this topic. It was found that 2012 was the year that got the peak of publications (7 items) and the country that published most, was Australia (27% of refereed publications). To determine the valid items for application in the questionnaire, it was used Lawshe's method. Were applied, in the form of questionnaire, 51 items for customers verifying the importance of each item. From the responses of customers and the use of the Lawshe's method on, there was a reduction of 39% on items being considered valid for application in the final 31 items research. The attributes that stood out were "Labour Information and Audit"; "Quality of services / Interest in improving the quality of services" and "Qualification of professional accounting/Racing/Professional Ethics/Update on tax and accounting legislation and issues related to accounting", because they were considered essential by all survey respondents. On the other hand, the item "Accessibility and availability of professional as needed" was considered worthy, however, it showed the lowest percentage of respondents who consider that essential (63.6%). Based on valid items according to the Lawshe's method, it was applied the questionnaire containing 31 items to 103 companies in the city of São João da Barra / RJ to measure the degree of satisfaction with the financial services and the importance of such ones. The results were analyzed through the use of simple methods satisfaction, GAP analysis, importance versus satisfaction and weighted dissatisfaction. The results show that companies in the city of São João da Barra are satisfied with the financial services, however, among its items, the attributes that have more need of priority improvements are: "Management reports delivery/ Reports to help in running the business" and "customer information when the service is completed / information on the progress of work". Otherwise, The items "Trusting in the elaborated information" and "Qualification of professional accounting / Racing / Professional Ethics / Update

on tax and accounting legislation and issues related to accounting" represent positive points for accounting service providers, because besides being considered items with a great importance to customers, the level of satisfaction is great as well.

**KEYWORDS:** Mapping of scientific production; Determining items; Lawshe's method; Questionnaire; Accounting services; Satisfaction; Importance.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b>	1º termo de pesquisa para mapeamento da produção científica	25
<b>Figura 2:</b>	2º termo de pesquisa para mapeamento da produção científica	26
<b>Figura 3:</b>	Análise por Ano de Publicação	28
<b>Figura 4:</b>	Análise de publicação por País	30
<b>Figura 5:</b>	Modelo de Importância versus satisfação	88
<b>Figura 6:</b>	Médias de importância dos serviços contábeis em ordem decrescente	90
<b>Figura 7:</b>	Médias de satisfação com os serviços contábeis em ordem decrescente	95
<b>Figura 8:</b>	Análise de GAP dos itens em ordem decrescente.	100
<b>Figura 9:</b>	Médias de satisfação e de importância plotadas no gráfico de importância versus satisfação.	102
<b>Figura 10:</b>	Ampliação do quadrante “manter” do gráfico de importância versus satisfação.	103
<b>Figura 11:</b>	Insatisfação ponderada dos itens em ordem decrescente.	105

## LISTA DE QUADROS E TABELAS

<b>Quadro 1:</b>	Quantidade de publicações por autor	29
<b>Quadro 2:</b>	Itens referentes aos serviços contábeis obtidos na literatura e nas entrevistas realizadas	58
<b>Quadro 3:</b>	Itens obtidos na literatura e nas entrevistas realizadas e o método de Lawshe.	68
<b>Tabela 1:</b>	Análise por Fonte de Publicação	28
<b>Tabela 2:</b>	Itens válidos de acordo com o método de Lawshe	62
<b>Tabela 3:</b>	Itens descartados conforme o método de Lawshe	64
<b>Tabela 4:</b>	Empresas de São João da Barra por setor econômico	86
<b>Tabela 5:</b>	Médias da importância e da satisfação com os serviços contábeis e os valores da análise de GAP	99
<b>Tabela 6:</b>	Valores utilizados para cálculo da insatisfação ponderada	104
<b>Tabela 7:</b>	Comparação entre os métodos de satisfação simples, análise de GAP, importância versus satisfação e insatisfação ponderada.	107

## **LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS**

- AIS – Accounting Information Systems (Sistemas de Informações Contábeis)
- BLS – Business Longitudinal Survey (Pesquisa Longitudinal de Negócios)
- CFC – Conselho Federal de Contabilidade
- CRC – Conselho Regional de Contabilidade
- CVR – Content Validity Ratio (Razão da Validade de Conteúdo)
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IFRS – International Financial Reporting Standards (Normas e Padrões Internacionais de Contabilidade)
- MEC – Ministério da Educação
- PME – Pequenas e Médias Empresas
- RBV – Resource-Based View (Visão Baseada em Recursos)
- SAEG – Sistema para Análises Estatísticas e Genéticas
- SMEs – Small to medium enterprise (Pequenas e médias empresas)

## SUMÁRIO

<b>1:</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	18
1.1:	CONTEXTUALIZAÇÃO	18
1.2:	OBJETIVOS DA PESQUISA.	20
<b>1.2.1:</b>	<b>Objetivo Geral</b>	20
<b>1.2.2:</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	20
1.3:	ESTRUTURAÇÃO DO TRABALHO.	21
<b>2:</b>	<b>REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA RELACIONADA AO TEMA “SERVIÇOS CONTÁBEIS” NAS BASES SCOPUS E ISI WEB OF KNOWLEDGE</b>	23
2.1:	RESUMO.	23
2.2:	INTRODUÇÃO.	23
2.3:	METODOLOGIA.	24
2.4:	RESULTADOS E DISCUSSÃO.	27
<b>2.4.1:</b>	<b>Estatísticas dos artigos pesquisados</b>	27
<b>2.4.2:</b>	<b>Análises dos artigos por ano de publicação</b>	30
2.4.2.1:	Artigo Publicado em 1994	30
2.4.2.2:	Artigo Publicado em 1997	31
2.4.2.3:	Artigo Publicado em 2000	31
2.4.2.4:	Artigo Publicado em 2003	32
2.4.2.5:	Artigo Publicado em 2004	33
2.4.2.6:	Artigo Publicado em 2006	34
2.4.2.7:	Artigo Publicado em 2007	35
2.4.2.8:	Artigo Publicado em 2009	36

2.4.2.9:	Artigo Publicado em 2011	36
2.4.2.10:	Artigo Publicado em 2012	38
2.4.2.11:	Artigo Publicado em 2012	38
2.5:	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
2.6:	REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	45
<b>3:</b>	<b>MÉTODO PARA VALIDAÇÃO DE ITENS DO QUESTIONÁRIO SOBRE OS SERVIÇOS CONTÁBEIS CONFORME A ÓTICA DAS EMPRESAS.</b>	<b>50</b>
3.1:	RESUMO	51
3.2:	INTRODUÇÃO	52
3.3:	REVISÃO DE LITERATURA	52
<b>3.3.1:</b>	<b>Conceito da contabilidade e informação contábil</b>	<b>52</b>
<b>3.3.2:</b>	<b>Qualidade dos Serviços Contábeis</b>	<b>53</b>
<b>3.3.3:</b>	<b>Método de Lawshe</b>	<b>54</b>
3.4:	METODOLOGIA	55
3.5:	RESULTADOS E DISCUSSÃO	57
3.6:	CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
3.6:	REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	73
<b>4:</b>	<b>ABORDAGEM MULTIMÉTODOS PARA AVALIAR A PERCEPÇÃO DAS EMPRESAS SOBRE A IMPORTÂNCIA E A SATISFAÇÃO COM OS SERVIÇOS CONTÁBEIS.</b>	<b>78</b>
4.1:	RESUMO	78
4.2:	INTRODUÇÃO	79
4.3:	REVISÃO DE LITERATURA	80
<b>4.3.1:</b>	<b>Profissão contábil</b>	<b>80</b>
<b>4.3.2:</b>	<b>Importância do profissional contábil para as empresas</b>	<b>82</b>
<b>4.3.3:</b>	<b>Satisfação com os serviços prestados</b>	<b>84</b>
4.4:	METODOLOGIA	85
4.5:	RESULTADOS E DISCUSSÃO	89
<b>4.5.1:</b>	<b>Métodos de Satisfação</b>	<b>94</b>
4.5.1.1:	Resultados pelo método de satisfação simples	94
4.5.1.2:	Análise de GAP	98
4.5.1.3:	Importância versus satisfação	102
4.5.1.4:	Insatisfação Ponderada	104



4.5.1.5:	Comparação dos métodos de satisfação	106
4.6:	CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
4.7:	REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	112
<b>5:</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.</b>	118
5.1:	CONCLUSÕES	118
5.2:	TRABALHOS FUTUROS	120
<b>6:</b>	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	122
	<b>APÊNDICE A: ANÁLISE DE INCIDENTES CRÍTICOS: CLIENTES</b>	134
	<b>APÊNDICE B: ANÁLISE DE INCIDENTES CRÍTICOS: FUNCIONÁRIOS</b>	135
	<b>APÊNDICE C: GRAU DE SATISFAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS DO COMÉRCIO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DA BARRA – RJ.</b>	136
	<b>APÊNDICE D: GRAU DE SATISFAÇÃO E INSATISFAÇÃO DOS CLIENTES DO COMÉRCIO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DA BARRA – RJ.</b>	139

# 1: INTRODUÇÃO

## 1.1: CONTEXTUALIZAÇÃO

A tecnologia avançada, grande concorrência, comunicação facilitada, globalização, modificações culturais e sociais e também clientes exigentes e conscientes tornaram-se imprescindíveis para compreender os processos econômicos e o comportamento do mercado (VELOSO, 2004).

Segundo Aguiar (2001) a capacidade de disponibilizar produtos e serviços sob medida para os clientes e a capacidade de se adaptar rapidamente às novas necessidades e tendências que surgem é o que distingue uma organização das demais. Ainda de acordo com o autor, essa distinção é necessária em virtude da existência da grande quantidade de ofertas pelas quais os clientes podem optar atualmente, e também em função dos clientes estarem mais exigentes e conscientes de seu poder de negociação.

De acordo com Veloso (2004) para que as organizações possam adaptar-se a tantas mudanças não são suficientes apenas os resultados fundamentados em ativos tangíveis. É preciso também observar os ativos intangíveis, como por exemplo, colaboradores motivados, clientes satisfeitos, participação no mercado e potencial de inovação.

Assis (2013) afirma que já foi identificada pelas empresas a necessidade do foco da visão ser direcionado ao atendimento das necessidades dos clientes. Para o referido autor, identificar com precisão quais são as expectativas dos clientes é fundamental para uma prestação de serviços com qualidade. Vergueiro (2002) declara que é preciso considerar as especificidades do cliente e atendê-lo em seus

desejos e necessidades ou pelo menos demonstrar-lhe que está se empenhando ao máximo por um preço razoável.

Segundo Barcellos (1997) a importância da satisfação do cliente está aumentando em virtude do mesmo ser um recurso cada vez mais escasso no mercado e haver uma grande quantidade de prestadores de serviços dispostos a atendê-lo. Outro fator determinante para a crescente importância da satisfação do cliente é que serviços de qualidade que agradem o cliente constitui relevante fonte de vantagem competitiva, pois reduz a elasticidade do preço e mantém os clientes atuais (BARCELLOS, 1997).

A satisfação do cliente está ligada às suas percepções e expectativas (ECKERT et al., 2010). Aguiar (2001) afirma que o processo de satisfação dos clientes ocorre por meio da comparação entre o que o cliente espera receber e o que realmente recebe.

Para melhorar o desempenho dos prestadores de serviços é necessário conhecer quais os aspectos da prestação de serviços que satisfazem os clientes, e quais são as suas expectativas (VELOSO, 2004).

Em relação à prestação de serviços às empresas, a informação contribui para que a organização atinja seus objetivos, e permite ao empresário posicionar-se diante das situações e realizar o processo de tomada de decisão (FIDELIS; CÂNDIDO, 2006).

Com base em Carvalho e Nakagawa (2004), Stroeher (2005) afirma que em meio às várias fontes de informação existentes, a contabilidade se sobressai. A contabilidade é uma das ciências mais antigas e é de grande importância para as empresas, pois produz informações relevantes para o processo decisório (MORENO; CACEFFO, 2010). Essas informações representam ferramentas de gestão e devem estar inseridas na rotina empresarial (MORENO; CACEFFO, 2010). Além disso, Lyra (2003) destaca que um dos motivos básicos pelo qual a contabilidade é de extrema importância para a empresa é que existem diversas pessoas ou agentes que possuem interesse em conhecer a organização, produção, operacionalização e desenvolvimento das atividades empresariais.

A contabilidade é uma ciência social, estuda o patrimônio das entidades, analisa, interpreta e registra os acontecimentos ocorridos no patrimônio e apresenta as modificações aos usuários (MORENO; CACEFFO, 2010).

Segundo o Conselho Federal de Contabilidade (CFC, 2011) as demonstrações contábeis visam gerar informações úteis no processo de tomada de decisões econômicas e nas avaliações dos usuários.

O contabilista é o profissional que possui acesso aos relatórios contábeis e é capaz de analisá-los, auxiliando os empresários nas tomadas de decisões operacionais e estratégicas (ECKERT et al., 2010).

Para Queiroz, Cavalcante e Duarte (2003) o profissional contábil da atualidade é aquele que detém características dinâmicas, ou seja, que possui conhecimento técnico, está constantemente atualizado, aberto a mudanças, conhece sobre tecnologia de informação, tem formação multidisciplinar, responsabilidade social, ecológica e é ético em suas atitudes.

Diante desse contexto de relevância da contabilidade para as organizações surge a seguinte questão: como avaliar o nível de satisfação das empresas com os serviços contábeis?

A importância da prestação de serviços de contabilidade com qualidade, buscando atender as necessidades dos clientes e auxiliar no desenvolvimento da empresa; a falta de conhecimento dos prestadores de serviços contábeis sobre quais são os itens mais importantes para os clientes e qual o nível de satisfação deles com os serviços oferecidos e a relevância dos contabilistas possuírem esses conhecimentos para que possam melhorar seus serviços são as grandes motivações para este trabalho.

## 1.2: OBJETIVOS DA PESQUISA

### 1.2.1: Objetivo geral

Identificar como avaliar o grau de satisfação das empresas com a prestação de serviços contábeis.

### 1.2.2: Objetivos específicos

- Realizar uma pesquisa da produção científica sobre os serviços contábeis prestados, incluindo o papel da contabilidade na área gerencial, as expectativas dos

clientes com os serviços contábeis e a satisfação dos mesmos com os serviços oferecidos;

- Determinar os itens para aplicação de questionário às empresas localizadas no município de São João da Barra/RJ;
- Aplicar um questionário que contemple os principais itens a serem avaliados pelos clientes dos serviços contábeis;
- 
- Analisar o grau de importância dos serviços contábeis segundo a ótica das empresas;
- Aplicar métodos estatísticos que permitam analisar as percepções das empresas, identificando os itens considerados mais importantes por elas, os pontos a serem melhorados pelos prestadores de serviços contábeis e os aspectos mais bem avaliados pelos clientes de serviços de contabilidade.

### 1.3: ESTRUTURAÇÃO DO TRABALHO

O trabalho está estruturado em 5 capítulos. Os capítulos 2, 3 e 4 constam no formato de artigo.

O presente capítulo, Introdução, apresenta a contextualização do tema, a importância do estudo, a justificativa, e os objetivos da pesquisa.

O capítulo 2, Revisão sistemática da Literatura relacionada ao tema “serviços contábeis” nas bases Scopus e ISI Web of Knowledge, apresenta o mapeamento da produção científica sobre os serviços contábeis.

O capítulo 3, Método para validação de itens do questionário sobre os serviços contábeis conforme a ótica das empresas, descreve o método utilizado para determinar os itens válidos para aplicação no questionário sobre a visão das organizações em relação aos serviços contábeis. O referido capítulo também apresenta os resultados obtidos por meio da aplicação do método.

O capítulo 4, Abordagem multimétodos para avaliar a percepção das empresas sobre a importância e a satisfação com os serviços contábeis, apresenta

os métodos utilizados e os resultados obtidos relativos à pesquisa realizada com as empresas do município de São João da Barra/RJ para aferir o nível de satisfação e importância das mesmas com os serviços contábeis.

O capítulo 5, Considerações finais, apresenta as conclusões e a proposta para trabalhos futuros.

## **2: REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA RELACIONADA AO TEMA “SERVIÇOS CONTÁBEIS” NAS BASES SCOPUS E ISI WEB OF KNOWLEDGE**

### **2.1: RESUMO**

Este artigo teve como objetivo realizar uma pesquisa da produção científica divulgada na base Scopus e na base ISI (Web of Knowledge), acessadas por meio do portal de periódicos Capes sobre o tema serviços contábeis, incluindo as expectativas dos clientes em relação aos serviços prestados, o papel da contabilidade na área gerencial e a satisfação dos clientes com os serviços contábeis. O mapeamento contemplou a análise de 25 artigos relacionados ao tema da pesquisa. Os resultados permitiram indicar os periódicos que mais publicam nesse contexto, os autores que abordaram o tema, a cronologia dos artigos publicados, o ano com maior frequência de publicação e também os países com maior volume de artigos publicados nesse contexto.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise bibliométrica; Mapeamento da produção científica; Serviços contábeis; Informação gerencial; Necessidade dos clientes.

### **2.2: INTRODUÇÃO**

Atualmente, com a globalização, constantes mudanças e concorrência acirrada, as empresas têm a necessidade de buscar estratégias que lhes propiciem vantagens competitivas e permitam atender as necessidades dos clientes (ASSIS, 2013).

Acompanhando as organizações, a contabilidade, a qual é estreitamente ligada às práticas de negócios, vêm seguindo as mudanças ocorridas em virtude de novas realidades sociais (VELOSO, 2004).

Conforme mencionado em Moreira et al. (2013), em um ambiente competitivo, em que os gestores têm a necessidade de tomar decisões a todo momento, a informação pode ser utilizada como um instrumento para lidar com os problemas relacionados à administração de empreendimentos. Assim, de acordo com os referidos autores, para que os gestores possam decidir corretamente é necessário obter informações concretas que supram a carência informacional e administrativa dos mesmos.

Com a finalidade de orientar as decisões tomadas pelos gestores, os profissionais contábeis, além de realizar os procedimentos de escrituração e elaboração de relatórios contábeis passaram também a fornecer informações econômicas e financeiras (VELOSO, 2004).

Nesse contexto, de preocupação com a satisfação dos clientes e a necessidade de informação para auxílio no processo de tomada de decisão, surgem às seguintes questões: qual a visão das empresas sobre os serviços contábeis oferecidos? Quais as informações que os gestores necessitam?

Pretende-se, por meio desta pesquisa, contribuir para a consolidação do conhecimento sobre a contabilidade e auxiliar pesquisadores e profissionais contábeis sobre a percepção dos clientes sobre os serviços de contabilidade oferecidos. Em relação ao porte das empresas, esta pesquisa aborda principalmente as pequenas e médias empresas, tendo em vista, que as mesmas são as que mais demandam, quantitativamente, os serviços contábeis, no Brasil e em outros países (CANECA et al., 2009).

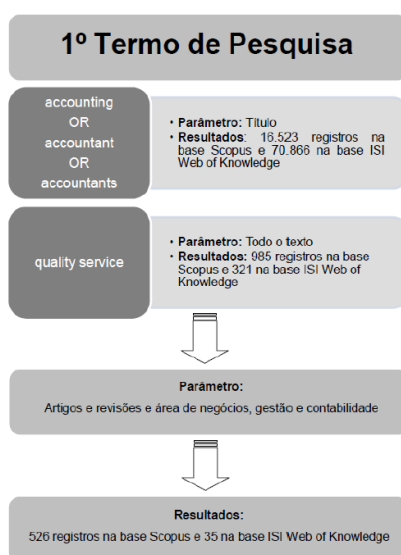
O presente trabalho teve por objetivo realizar um mapeamento da produção científica publicada na base Scopus e ISI (Web of Knowledge) referente aos serviços contábeis oferecidos às empresas, incluindo as expectativas dos clientes em relação aos serviços prestados, o papel da contabilidade na área gerencial e a satisfação dos clientes com os serviços contábeis.

### 2.3: METODOLOGIA



As descrições metodológicas da pesquisa foram inspiradas nos trabalhos de Neves, Pereira e Costa (2012) e Rodriguez, Costa e Carmo (2013). A pesquisa foi realizada de dezembro de 2013 a janeiro de 2014 e utilizou as bases científicas Scopus e ISI (Web of Knowledge), acessadas por meio do portal de periódicos Capes.

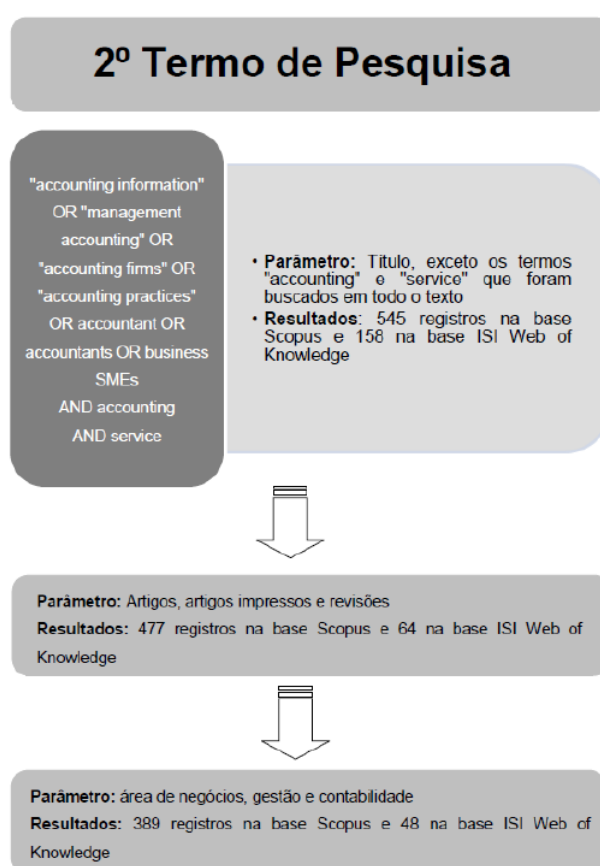
O processo de busca nas bases científicas utilizou termos relacionados à contabilidade, às informações gerenciais e às pequenas e médias empresas. Foram utilizados dois termos de pesquisa. Conforme constante na Figura 1, o primeiro termo de pesquisa utilizou a seguinte frase: (accounting OR accountant OR accountants), buscando apenas no "Article Title". Foram encontrados 16.523 registros na base Scopus e 70.866 na base ISI (Web of Knowledge). Esses resultados foram filtrados por meio da frase (quality service) e retornaram 985 e 321 registros, respectivamente, na base Scopus e na base ISI (Web of Knowledge). Após selecionar apenas os "Article" e "Review" e selecionar a área de "Business, Management and Accounting" foram encontrados 526 artigos na base Scopus e 35 na base ISI (Web of Knowledge).



**Figura 1:** 1º termo de pesquisa para mapeamento da produção científica  
Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

Encontra-se na Figura 2 a segunda expressão utilizada na pesquisa, a qual foi a seguinte: ("accounting information" OR "management accounting" OR "accounting firms" OR "accounting practices" OR accountant OR accountants OR business SMEs

AND accounting AND service). A busca foi realizada utilizando o parâmetro “Article Title”, exceto os termos “accounting” e “service”, os quais foram buscados em todo o texto. Essa pesquisa retornou 545 registros na base Scopus e 158 na base ISI (Web of Knowledge). Selecionando apenas os “Article”, “Article in Press” e “Review” os resultados reduziram para 477 registros na base Scopus e 64 na base ISI (Web of Knowledge). O último filtro aplicado refere-se à seleção da área de conhecimento de “Business, Management and Accounting”, a qual apresentou 389 artigos na base Scopus e 48 na base ISI (Web of Knowledge).



**Figura 2:** 2º termo de pesquisa para mapeamento da produção científica  
Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

Foram utilizados dois termos para realização da pesquisa com o objetivo de abranger uma maior diversidade de expressões utilizadas nos artigos constantes nas bases científicas.

Ao final da pesquisa foram selecionados 25 artigos para análise, sendo 25 da base Scopus e 7 da base ISI Web of Knowledge (7 eram comuns às duas bases). Os demais artigos foram excluídos por não tratarem do assunto em questão, não

estarem ligados diretamente ao tema ou não o fazerem com relevância, apresentando apenas comentários superficiais.

A seguir são apresentados os resultados da revisão sistemática realizada e também um resumo de cada um dos artigos analisados.

## 2.4: RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção, são apresentadas as estatísticas dos artigos analisados, classificando os por fonte de publicação, ano, autores e os países que se destacaram na publicação dos artigos relacionados ao tema pesquisado. É apresentada também a síntese dos artigos pesquisados.

### 2.4.1: Estatísticas dos artigos pesquisados

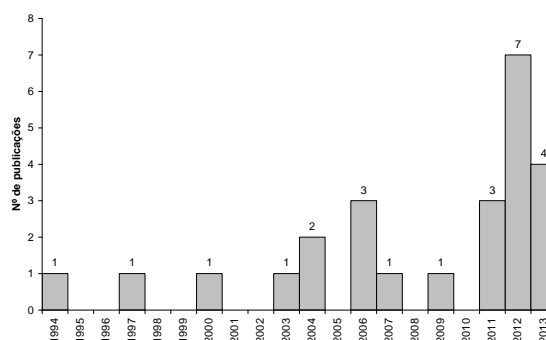
Conforme demonstrado na Tabela 1 os periódicos que mais publicaram foram Business Strategy Series, International Small Business Journal e Journal of Business Research. Cada um desses periódicos apresentou dois artigos sobre o tema, às demais fontes de publicação apresentaram apenas um artigo. A análise dos periódicos com maior volume de publicação é importante, pois auxilia os pesquisadores a identificar as fontes de publicação que apresentam com maior frequência o tema de interesse.

**Tabela 1:** Análise por Fonte de Publicação

Periódico	Nº artigos
Journal of Business Research	2
International Small Business Journal	2
Business Strategy Series	2
South African Journal of Business Management	1
Service Industries Journal	1
Revista Brasileira de Gestão de Negócios	1
Qualitative Research in Accounting and Management	1
Marketing Intelligence and Planning	1
Management Accounting Research	1
Journal of Small Business and Enterprise Development	1
Journal of Services Marketing	1
International Journal of Digital Accounting Research	1
International Journal of Applied Business and Economic Research	1
International Journal of Accounting	1
Family Business Review	1
British Accounting Review	1
Australian Accounting Review	1
Accounting, Auditing and Accountability Journal	1
Accounting Research Journal	1
Accounting in Europe	1
Accounting Forum	1
Accounting Education	1

Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

Em relação à análise dos anos de publicação do tema em questão, verifica-se por meio da Figura 3, que a primeira publicação ocorreu no ano de 1994. Em 2004 houve duas publicações e em 2006, três. Constata-se também que a partir de 2011 cresce a frequência da produção científica por ano, sendo três artigos no ano de 2011, sete em 2012 e quatro artigos publicados em 2013. Observa-se que em 2012 houve um ápice de artigos publicados no âmbito da pesquisa.

**Figura 3:** Análise por Ano de Publicação

Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

Esta pesquisa identificou que Gerard William Stone foi o autor que mais publicou artigos sobre o tema abordado neste estudo. Conforme consta no Quadro 1, Stone foi autor de quatro produções científicas. Os demais autores apresentaram apenas uma publicação. É importante ressaltar que a quantidade de autores que abordaram o tema foi significativa, porém apenas um autor teve publicações acima de um artigo.

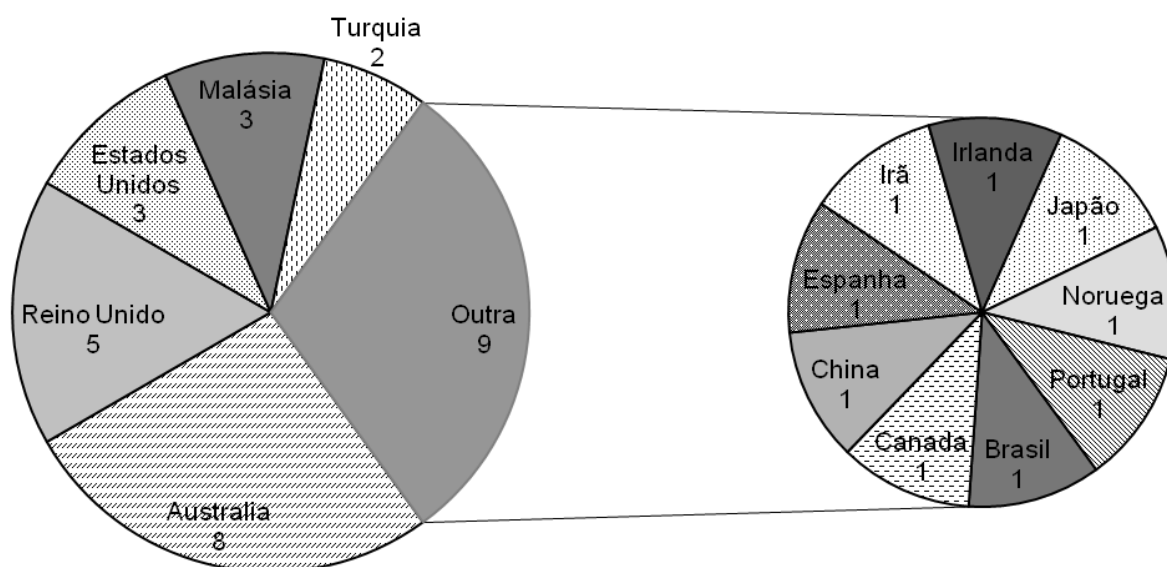
Nº	Autor	Public
01	Stone, G.W.	04
02	Ali, N.N.K.	01
03	Al-Mawali, H.H.	01
04	Aman, A.	01
05	Amiruddin, R.	01
06	Auzair, S.M.	01
07	Barbera, F.	01
08	Barr, T.F.	01
09	Berry, A.J.	01
10	Burritt, R.L.	01
11	Carr, R.A.	01
12	Carter, A.J.	01
13	Celik, O.	01
14	Chowdhury, A.	01
15	Colomina, C.M.	01
16	Cooper, B.J.	01
17	Dart, J.	01
18	Devi, S.S.	01
19	Døving, E.	01

Nº	Autor	Public
20	Estébanez, R.P.	01
21	Ferguson, C.B.	01
22	Freeman, K.	01
23	Gooderham, P.N.	01
24	Goto, J.	01
25	Grande, E.U.	01
26	Hamzah, N.	01
27	Hasso, T.	01
28	Hellier, P.K.	01
29	Isidro, H.	01
30	Jackling, B.F.	01
31	Jarvis, R.	01
32	Johnson, S.	01
33	Kamyabi, Y.	01
34	King, S.H.	01
35	Kirby, D.A.	01
36	Koçak, A.	01
37	Lightbody, M.G.	01
38	Lin, Z.	01

Nº	Autor	Public
39	Lins, A.	01
40	Maelah, R.	01
41	Marriott, N.	01
42	Marriott, P.	01
43	McNeilly, K.M.	01
44	Metwally, M.M.	01
45	Neves Júnior, I.J.	01
46	Nordhaug, O.	01
47	O'Dea, T.	01
48	Özer, A.	01
49	Pierce, B.J.	01
50	Pisaniello, J.D.	01
51	Raonic, I.	01
52	Rigby, M.	01
53	Sweeting, R.C.	01
54	Tobiassen, A.E.	01
55	Wines, G.L.	01
56	Yalcin, S.	01
57	Zainuddin, Y.	01

**Quadro 1:** Quantidade de publicações por autor  
Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

A Figura 4 demonstra a análise dos artigos de acordo com o país. Verifica-se que 27% dos artigos analisados são da Austrália, 17% do Reino Unido, 10% dos Estados Unidos, 10% da Malásia e 7% da Turquia. Os demais países constantes na figura, dentre eles, o Brasil possuíram apenas um artigo publicado. Pode-se constatar que o país que apresentou uma maior quantidade de artigos publicados foi a Austrália.



**Figura 4:** Análise de publicação por País  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

## 2.4.2: Análises dos artigos por ano de publicação

Este tópico apresenta a síntese das produções científicas analisadas e encontra-se em ordem cronológica, visando mostrar a evolução dos estudos sobre o tema pesquisado.

### 2.4.2.1: Artigo publicado em 1994

Dart e Freeman (1994) propuseram investigar a dinâmica de comportamento dos clientes de empresas de contabilidade insatisfeitos. Foi utilizado, neste estudo, o método de aplicação de questionários aos empresários e executivos que eram susceptíveis de ter uma interação regular com o contador externo da empresa. Foram distribuídos 550 questionários a uma amostra de membros de uma Câmara do ramo de comércio localizada em uma província canadense ocidental. Os questionários utilizáveis totalizaram 224. Com base nos resultados deste estudo, verifica-se que os usuários dos serviços profissionais contábeis podem ser agrupados em quatro tipos, de acordo com os seus estilos de resposta a

insatisfação. De acordo com a pesquisa, 5% dos clientes não costumam demonstrar a sua insatisfação a empresa de contabilidade, mas são muito propensos a manifestá-la aos colegas de trabalho. O segundo grupo identificado na pesquisa, geralmente encaminha reclamações a empresa contábil e o terceiro, apresenta um nível mais elevado de reclamações, incluindo enviá-las a um terceiro, como por exemplo, um Instituto relacionado à área. Esses dois últimos grupos citados representam juntos, cerca de 55% dos clientes. Segundo o artigo, a estratégia para lidar com qualquer categoria, é incentivar o comportamento de falar como a opção preferida de queixa, o qual é conseguido através da manutenção do contato regular com o cliente. Além disso, de acordo com os autores, a análise sistemática de reclamações pode ajudar a identificar deficiências na estratégia organizacional, ou, pelo menos, na execução de seus esforços de *marketing*. A última categoria, 42% da amostra, são aqueles que demonstram uma tendência a evitar todos os tipos de comportamento de queixa. Esse grupo representa talvez uma volta a uma época em que as atividades do contador, e os honorários cobrados, eram aceitos sem questionamento.

#### 2.4.2.2: Artigo publicado em 1997

Kirby e King (1997) buscam analisar a relação entre as pequenas empresas e os profissionais de contabilidade, no nordeste da Inglaterra. A pesquisa foi realizada com 31 pequenas empresas e 33 profissionais de contabilidade. Os resultados revelam um descompasso das expectativas dos dois grupos e argumenta que, se a profissão contábil é cumprir o seu potencial em ajudar as pequenas empresas a desenvolver e melhorar a sua capacidade de gestão é necessário as mudanças na forma como os serviços de contabilidade são comercializados e prestados.

#### 2.4.2.3: Artigo publicado em 2000

No trabalho de Marriott e Marriott (2000) o objetivo foi determinar a necessidade dos proprietários-gerentes de gestão da informação, o tipo e a frequência da informação e a capacidade dos profissionais de contabilidade de contribuir com essas necessidades. Foi utilizado o método de pesquisa qualitativa e

15 proprietários-gerentes de pequenas empresas da região de Gales do Sul do Reino Unido participaram de entrevistas semiestruturadas. Nos resultados obtidos verificou-se que as empresas utilizam os computadores para elaboração de informações contábeis gerenciais, mas geralmente não o utilizam em seu pleno potencial. A consciência financeira dos proprietários-gerentes variaram consideravelmente, pois apesar de todos os entrevistados serem capazes de inserir dados em seus programas de computador, apenas quatro afirmaram que compreendem totalmente as contas que foram produzidas. A pesquisa também identificou que há um alto grau de fidelidade dos clientes aos contabilistas. Outro resultado obtido foi em relação a uma resposta favorável, principalmente pelos empresários que possuem menor conhecimento financeiro, à apresentação da informação por meio de índices e gráficos acompanhada de uma explicação do contabilista. No entanto, uma barreira para essa situação é que eles acreditam que essas informações adicionais podem resultar em aumento de custos. Uma possibilidade abordada no artigo para o desenvolvimento da gestão da contabilidade é aumentar a consciência financeira dos pequenos empresários, pois esta elevação na perspicácia financeira permite que os proprietários-gerentes percebam a importância da informação e se disponham a pagar pelo serviço.

#### 2.4.2.4: Artigo publicado em 2003

Pierce e O'Dea (2003) buscam identificar a percepção dos gestores em relação às suas próprias necessidades de informação e as suas percepções sobre a eficácia dos contabilistas gerenciais em atender a esses requisitos. A coleta dos dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas a contabilistas gerenciais e aos gestores de 11 empresas. Os resultados destacam o conhecimento e as habilidades exigidas dos contabilistas gerenciais em três áreas principais. Em primeiro lugar, verifica-se que um conhecimento técnico completo é essencial, a fim de ser capaz de adaptar a informação para as necessidades de uma dada situação, e alcançar um equilíbrio entre a validade técnica e organizacional. Em segundo lugar, é necessário um bom conhecimento de outras funções dos negócios, tais como Tecnologia de Informação, produção e comercialização. Em terceiro lugar, constata-se que é preciso também um desenvolvido conjunto de habilidades sociais



e interpessoais. Dessa forma, é possível que os contadores gerenciais equilibrem com sucesso as funções de controle e de apoio e atendam às necessidades de informação de uma ampla gama de gestores. Foi identificado também neste artigo que existem diferenças entre as percepções dos gestores e as dos contadores gerenciais sobre a utilidade de tipos específicos de informações e indícios consistentes de gestores sobre o desejo da função a ser exercida no futuro pelos contadores gerenciais. Segundo o texto, a melhoria das informações contábeis gerenciais pode somente ser obtida por meio de uma convergência das percepções de contadores gerenciais e gestores sobre a natureza, tempo e formato da informação requerida, aumentando assim a sua utilidade ou validade organizacional.

#### 2.4.2.5: Artigos publicados em 2004

O principal objetivo do trabalho de Gooderham et al. (2004) é ampliar o conhecimento sobre as características das pequenas empresas que usam serviços de consultoria empresarial decorrentes de contabilistas e contribuir para a compreensão dos determinantes das variações na utilização de contadores como consultores empresariais. A pesquisa foi realizada por meio de um questionário estruturado, aplicado por telefone, em maio de 1998 a uma amostra de 320 pequenas empresas da Noruega. Dessa amostra 305 empresas responderam a pesquisa. O estudo revela que a qualidade, em vez da longevidade, da relação entre a empresa e o contabilista é um antecedente importante do grau em que as pequenas empresas usam contadores como consultores de negócios. Outro item relevante é que para utilizar os serviços de consultoria, as pequenas empresas devem ter a ambição de crescer ou se desenvolver no sentido de serem receptivas aos serviços de consultoria a serem oferecidos. O artigo indica que a competência na orientação de empresas também funciona como um determinante importante.

De acordo com Lin e Johnson (2004), o estudo pretende investigar a percepção dos gerentes de negócios e contabilistas chineses sobre a importância da gestão da qualidade, o papel da contabilidade no controle e gestão da qualidade, bem como a demanda para a adoção de relatório de Custo da Qualidade e outras medidas orientadas para a qualidade que tem sido sucesso experimentado na América do Norte e em outros países ocidentais. Foram aplicados aos gerentes de

negócios e contabilistas chineses 300 questionários utilizando a escala de Likert. Em virtude da não devolução de alguns questionários respondidos e de alguns que foram respondidos parcialmente, a quantidade final de questionários utilizados no estudo foi de 126. A pesquisa identificou que os gerentes de negócios e contabilistas chineses têm geralmente reconhecido a importância da gestão da qualidade para a sobrevivência e o crescimento das empresas. Há um apoio geral para a aplicação da informação contábil orientada para a qualidade para auxiliar o controle e a gestão da qualidade. No entanto, as medidas não financeiras tradicionais de desempenho de qualidade são atualmente preferidas pela maioria dos entrevistados, enquanto que o relatório Custo da Qualidade ainda não recebeu apoio suficiente na prática no país.

#### 2.4.2.6: Artigos publicados em 2006

O estudo de Özer, Koçak e Çelik (2006) pretendeu desenvolver e validar uma relevante escala de orientação para o mercado para as empresas de contabilidade. A metodologia deste artigo foi composta de um quadro conceitual, construído a partir de uma revisão da literatura, e de um questionário de pesquisa. Foram coletados 1.042 questionários utilizáveis preenchidos por gestores de empresas de contabilidade na Turquia. A orientação para o cliente, a orientação para o concorrente e o ambiente de mercado foram identificados como as três principais dimensões de orientação para o mercado. Os resultados sugerem que as empresas turcas de contabilidade acreditam que a construção da orientação para o cliente é a mais importante dentro da orientação para o mercado. O ambiente de mercado também é considerado importante, mas não há um forte apoio para orientação competitiva, principalmente por causa das características únicas da profissão.

Berry, Sweeting e Goto (2006) buscam neste artigo analisar a relação entre o desempenho do negócio (crescimento) e a natureza e o grau de uma ampla gama de consultoria de negócios. O estudo foi realizado com 140 proprietários/gestores de pequenas e médias empresas na cidade de Manchester do Reino Unido. Os dados foram coletados por meio de um questionário, aplicado pessoalmente aos respondentes. Os resultados permitem identificar que o grau de utilização de uma gama de assessoria externa foi relacionado positivamente com a taxa de crescimento das pequenas e médias empresas. Verificou-se que as assessorias

mais procuradas foram os contadores e as redes de contatos. A assessoria acadêmica foi procurada muito raramente. Este estudo examinou a natureza da assessoria fornecida por contadores externos, procurada para incluir apoio aos negócios, as situações emergenciais e à gestão financeira, além de aconselhamento legal. O grau de disposição desta assistência adicional foi associado a um maior crescimento.

McNeilly e Barr (2006) buscam identificar as expectativas comuns dos clientes de profissionais de contabilidade, as oportunidades dos profissionais desta área de exceder as expectativas dos clientes e o potencial de superar as expectativas e satisfazer os clientes. Neste artigo foram utilizadas duas amostras de clientes das empresas de contabilidade. Na primeira amostra foram entrevistados 50 clientes de empresas do Centro-Oeste (EUA) e na segunda, seis meses depois, foram entrevistados 58. A segunda amostra foi entrevistada um tempo depois com a finalidade de determinar se os resultados eram estáveis e compatíveis ou não com as do primeiro grupo. As entrevistas foram realizadas via telefone, e-mail, e pessoalmente. A primeira amostra de clientes entrevistados identificou oito atividades comuns que, se presente nos serviços prestados de contabilidade, excedem as suas expectativas normais. Os entrevistados na segunda amostra foram convidados a avaliar seus prestadores de serviços de contabilidade em cada uma das oito atividades identificadas anteriormente e, em seguida, determinar a extensão em que a empresa de contabilidade excedeu as expectativas de seus clientes.

Este estudo identificou que são geradas fortes expectativas envolvendo o cumprimento dos prazos, bom relacionamento com os funcionários do cliente, estar disponível ao cliente, e ser bem informado sobre os assuntos relacionados a empresa do cliente. Foi verificado também que a competência e experiência foram áreas que superaram as expectativas dos clientes.

#### 2.4.2.7: Artigo publicado em 2007

O objetivo principal do artigo de Neves Júnior e Lins (2007) é verificar as percepções das Entidades de Interesse Social, chamadas de Terceiro Setor, em relação aos serviços contábeis e a confrontação desses com a opinião dos contabilistas. O método utilizado foi uma pesquisa de campo realizada no Distrito

Federal, aplicando-se questionários as empresas do Terceiro Setor do Distrito Federal e aos profissionais contábeis que atuam na referida região. Os resultados obtidos demonstram o baixo nível de atendimento, por parte dos profissionais contábeis, das necessidades de informações das empresas do Terceiro Setor; o desconhecimento por parte dos profissionais de contabilidade do que é este setor, em especial, das empresas que o integram; e a existência de um campo de trabalho a ser explorado pelo profissional contábil.

#### 2.4.2.8: Artigo publicado em 2009

Chowdhury e Metwally (2009) buscam verificar as diferenças nas características de contabilistas da Austrália que distinguem entre as pequenas empresas que utilizam os serviços de contadores externos e as pequenas empresas que não o fazem. O estudo abrange uma amostra de 139 empresas de pequeno porte e utiliza características de dez contabilistas. Os resultados da análise indicam que as pequenas empresas que utilizam os serviços dos contabilistas externos atribuem grande importância à formação acadêmica; localização acadêmica, acadêmicos dispostos a comunicar-se; melhoria de negócios, serviço de alerta; respostas rápidas e conexão no serviço, enquanto as pequenas empresas que não fazem a utilização dos serviços dos contabilistas externos atribuem grande importância às despesas com encargos; pagamentos de impostos e conexão no serviço.

#### 2.4.2.9: Artigo publicado em 2011

Segundo Grande, Estébanez e Colomina (2011) o objetivo do trabalho foi medir a relação entre o uso dos Sistemas de Informações Contábeis (AIS) pelas Pequenas e Médias Empresas (PME) na Espanha, e melhoria dos indicadores de desempenho e da produtividade das empresas. Esta pesquisa foi realizada entre as empresas de pequeno e médio porte para determinar a extensão em que o desenvolvimento e a implementação de sistemas de informação de contabilidade tivesse ocorrido, e, posteriormente, foi feita uma análise para verificar se a utilização dos referidos sistemas impactaram na melhoria de indicadores de resultados e

produtividade. Os resultados obtidos demonstram que existe uma relação positiva entre as pequenas e médias empresas que usam AIS para a gestão fiscal e bancária e melhores medidas de desempenho.

Stone (2011b) busca neste artigo explorar a legibilidade de uma nova e não-corporativa área de relação, as comunicações dos contabilistas com as pequenas empresas. Foi utilizado um método quantitativo para analisar a legibilidade de uma amostra de 92 documentos preparados por profissionais contábeis para os seus clientes gerentes de empresas de pequeno porte. Os resultados obtidos sugerem que a maioria dos gerentes de pequenas empresas pode encontrar grande dificuldade de ler a análise das divulgações e as notas das demonstrações financeiras. Já os boletins informativos apresentam uma facilidade de leitura maior e os documentos de apoio a decisão, embora sejam tipicamente de natureza complexa, foram utilizadas técnicas gramaticais e estilísticas para facilitar a compreensão do leitor em relação ao conteúdo dos documentos, e dessa forma, a maioria dos leitores foram capazes de analisar o documento. Identifica-se neste artigo, a existência de um desafio para os contabilistas no que diz respeito a comunicar informações para os gerentes das empresas de pequeno porte que seja de interesse para eles, de forma que eles possam entender. Outro resultado obtido foi que as pontuações de legibilidade dos documentos entregues aos gerentes de pequenos negócios foram consideravelmente maiores quando os contabilistas forneceram documentos que não estavam de acordo com as exigências legais e regras da contabilidade convencional. A utilização de frases curtas nos documentos é um outro recurso que facilita a análise dos mesmos. A pesquisa permite também identificar que a cobertura de tópicos não financeiros no texto analisado e a reflexão de motivações não financeiras dos gerentes de pequenas empresas é susceptível de aumentar o interesse dos mesmos nos documentos. Por sua vez, essa ação pode aumentar ainda mais a legibilidade do texto analisado. Os resultados indicaram que a alta legibilidade estereotipada e conteúdo não financeiro dos documentos analisados podem satisfazer os interesses de comunicação dos gerentes de pequenos negócios. Ao colocar os interesses individuais dos gerentes de pequenas empresas à frente de uma entidade com fins lucrativos, os documentos de suporte à decisão e boletins informativos analisados neste estudo são um exemplo da capacidade da contabilidade para fornecer aos seus usuários informações que cumpre seus objetivos não financeiros mais amplos.

Stone (2011a) relata o impacto dos objetivos dos gestores de pequenos negócios e os métodos de comunicação preferidos por eles, considerando a consultoria dos contadores. O trabalho procura contribuir para a compreensão da capacidade da contabilidade de satisfazer as necessidades de seus usuários no aspecto comunicação. O estudo utiliza uma metodologia mista, composta por um questionário para acessar as evidências de gerentes de pequenos negócios e entrevistas semiestruturadas com contadores, a qual fornece uma perspectiva complementar para a comunicação entre contador e empresa de pequeno porte. Os resultados obtidos foram que os gestores de pequenas empresas preferem formas diretas de contato com seus contadores e as riquezas das comunicações verbais. Relatórios emitidos pelos contadores têm sido postos em plano secundário, como uma função de reforço suplementar nas comunicações do profissional com gerentes de pequenos negócios. Foi verificado também que os objetivos dos gerentes de pequenas empresas influenciam seu interesse na utilização da informação contábil e na aproximação de comunicação que seu contador implementa. Os resultados indicam que os contabilistas adotam aproximações nas comunicações com os gerentes de pequenas empresas e satisfazem as necessidades de comunicação dos empresários.

#### 2.4.2.10: Artigo publicado em 2012

Jarvis e Rigby (2012) buscam examinar o tipo de apoio prestado e os recursos utilizados por aqueles contadores, cuja maioria dos clientes são pequenas e médias empresas, e a relação desse papel de apoio junto as competências centrais dos mesmos. Foram realizadas nas regiões inglesas, 19 entrevistas com contadores, cuja maioria dos clientes são pequenas e médias empresas. O estudo encontrou uma ênfase sobre os procedimentos de trabalho e acordos no apoio dado. O apoio oferecido e os recursos utilizados foram relacionados ao tamanho do estabelecimento profissional do contabilista. A confiança estabelecida durante a prestação de serviços tradicionais de contabilidade foi a principal razão que as pequenas e médias empresas se aproximaram de seus contadores em busca de apoio nas questões de recursos humanos e de emprego.

O trabalho de Kamyabi e Devi (2012) teve como objetivo identificar os fatores que afetam as decisões dos proprietários e gestores de pequenas e médias empresas do setor de fabricação iraniana para utilizar serviços de consultoria dos profissionais contabilistas e examinar o impacto desses serviços de consultoria sobre o desempenho das pequenas e médias empresas através da Visão Baseada em Recursos (RBV - Resource-Based View) da empresa. O método de pesquisa utilizado foi a aplicação de questionário a 658 pequenas e médias empresas iranianas, do segmento de fabricação. Os resultados obtidos revelam uma relação positiva entre a utilização de serviços de consultoria dos contabilistas profissionais e três variáveis independentes, as quais são: o conhecimento do proprietário/gerente, intensidade competitiva e complexidade das decisões de *marketing*. Foi constatado também que o uso de serviços de consultoria é significativo e positivamente associado com o desempenho das pequenas e médias empresas e que a utilização desses serviços interpõe parcialmente a relação entre o conhecimento do proprietário/gerente, a intensidade competitiva e a complexidade das decisões de *marketing* e o desempenho da empresa.

Yalcin (2012) busca determinar as práticas contábeis gerenciais utilizadas por empresas industriais na Turquia e por que essas práticas são usadas. Os dados foram coletados por meio da aplicação de um questionário. Este estudo sugere possíveis razões para a utilização dessas práticas e intenções de usá-las no futuro, na Turquia. Os resultados indicam que o grau de adoção de práticas de contabilidade gerencial tradicionais são superiores as das técnicas recentemente desenvolvidas. O grau de adoção dessas práticas obtido na Turquia é visto como sendo mais elevado do que os obtidos a partir de seis estudos anteriores.

Stone (2012) propôs neste trabalho avaliar a eficácia das práticas de contabilidade mais utilizadas nas relações técnicas com os clientes. Ao avaliar a eficácia dos boletins informativos que os contadores fornecem para gestores de pequenas empresas, o artigo avalia criticamente o seu papel na contribuição para a estratégia global dos contadores para o desenvolvimento de relações com os gestores de pequenas empresas. O método adotado foi de entrevistas semiestruturadas realizadas com dez contadores que tenham entregue boletins informativos para os gestores de pequenas empresas. As entrevistas foram motivadas pelos resultados de um questionário aplicado a uma amostra de gestores de pequenas empresas. Os resultados da entrevista oferecem informações valiosas

sobre a justificativa dos contadores para o fornecimento de boletins informativos para seus clientes de pequenas empresas e a avaliação dos contabilistas da eficácia dos boletins nas relações técnicas com o cliente. Os resultados deste artigo indicam que, apesar de sua aparente popularidade entre os profissionais das empresas de contabilidade, os boletins informativos são um método ineficaz para o desenvolvimento de relações com os gerentes de pequenos negócios. A eficácia dos boletins dos contadores é reduzida pela natureza impessoal, genérica do conteúdo informativo que os gestores das pequenas empresas não são capazes de relacionar a suas circunstâncias próprias e pelo conteúdo contábil e fiscal técnico dos boletins que os gestores empresariais têm dificuldade de entender.

O estudo de Al-Mawali, Zainuddin e Ali (2012) pretende contribuir para o avanço das pesquisas de contabilidade gerencial estratégica especificamente contabilidade dos clientes pesquisando se o nível de utilização da contabilidade pelos clientes pode ser traduzido em melhor desempenho organizacional. Particularmente, com base na teoria da contingência é proposto e testado um modelo de links para itens de informação contábil dos clientes e as suas consequências sobre o desempenho organizacional. Foram aplicados questionários a todas as 192 empresas de serviços enumeradas no centro de Negociações de Valores Mobiliários de Amã (Amman Stock Exchange) em 2009. Foram desenvolvidos 20 itens para medir a disponibilidade e o nível de uso da informação contábil dos clientes, sendo a organização a unidade de análise e os entrevistados o Diretor da contabilidade ou Diretor de *marketing*. Para avaliar o desempenho organizacional cada entrevistado foi convidado a avaliar o nível de desempenho de sua empresa, comparando-a com o maior concorrente em sete indicadores de desempenho financeiros e não financeiros. Os resultados da pesquisa demonstram que a informação contábil dos clientes mais utilizada pelas empresas da Jordânia é a Análise da rentabilidade dos clientes seguida pela Análise do tempo de vida da rentabilidade dos clientes. Já a informação menos utilizada refere-se à Avaliação dos ativos dos clientes. Foi verificado também que Análise da rentabilidade dos clientes teve um impacto significativo sobre o desempenho organizacional, significando que a utilização mais elevada da Análise da rentabilidade dos clientes melhora o desempenho organizacional.

Stone e Lightbody (2012) buscam analisar como as habilidades de escuta são utilizadas na prática contábil e utilizam os resultados das entrevistas com



contabilistas australianos sobre a natureza de suas comunicações com os seus clientes proprietários-gerentes de pequenas empresas. O objetivo é fornecer importantes percepções sobre o significado da capacidade de escuta dos contabilistas, as maneiras pelas quais diferentes habilidades de escuta são usadas pelos profissionais, e como ouvir é incorporado nas práticas de comunicação em geral que os contadores adotam com seus clientes. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 10 contabilistas. Os resultados indicam que ouvir é um aspecto significativo da comunicação dos contabilistas com os seus clientes. A importância de ouvir é ampliada pela preferência dos gerentes de empresas de pequeno porte se comunicar por meio de reuniões pessoais e discussões por telefone, métodos esses que fornecem aos gestores um contato direto com seus contadores e o retorno imediato. Todos os entrevistados indicaram os encontros pessoais e discussões por telefone como os métodos preferidos de comunicação dos proprietários-gerentes de pequenas empresas com seus contadores. Houve também um acordo unânime entre os entrevistados que o encontro pessoal é o melhor método para aumentar a compreensão dos gerentes de pequenas empresas das técnicas contábeis e das questões fiscais e de consultoria empresarial.

O objetivo do trabalho de Isidro e Raonic (2012) é investigar como os incentivos a relatórios empresariais e os fatores institucionais afetam a qualidade da contabilidade em empresas de 26 países. A amostra da pesquisa é composta por empresas não financeiras de 26 países que adotaram o IFRS (Normas e Padrões Internacionais de Contabilidade) até 2005. Foram utilizados os dados dos anos fiscais de 2006 e 2007 para um máximo de 7.854 observações de empresas – ano. Para medir a qualidade dos números contábeis foram utilizadas duas medidas. A primeira, captura a relevância da informação de ganhos para os investidores do mercado de ações, e a segunda, reflete como os ganhos são afetados pelas escolhas dos gestores. Este artigo demonstra que a qualidade dos relatórios financeiros é melhorada com a presença de fortes mecanismos de monitoramento por meio de concentração de domínio, análise minuciosa, auditoria eficaz, necessidade de financiamento externo, e influência. Já a instabilidade das operações de negócios, a existência de perdas, e a falta de divulgação transparente afetam negativamente a qualidade da informação contábil. Os resultados apoiam a visão de que a adoção global de um único conjunto de normas contábeis de forma isolada não é suscetível de conduzir a demonstrações financeiras mais comparáveis

e transparentes, a menos que as condições institucionais e os incentivos de relatórios específicos das empresas também mudem.

#### 2.4.2.11: Artigo publicado em 2013

O trabalho de Wines et al. (2013) teve como objetivo apresentar as práticas contábeis dos profissionais das empresas de contabilidade localizadas nas áreas rurais e regionais da Austrália. Busca também identificar os fatores que causam preocupações e tensões e quantificar o seu alcance e importância. O estudo envolveu uma pesquisa em larga escala com os profissionais de contabilidade localizados nas zonas rurais e regionais da Austrália. Foi realizada uma extensa revisão da literatura seguida das entrevistas semiestruturadas com os profissionais e proprietários de pequenas e médias empresas de contabilidade localizadas em áreas rurais e regionais. Foram aplicados também 1.729 questionários utilizando o banco de dados de profissionais contábeis da Austrália. Deste total, 546 contabilistas responderam a pesquisa. O artigo identificou um alto padrão de prestação de serviços por profissionais contábeis rurais e regionais, mas com tensões consideráveis, que irão apresentar dificuldades crescentes nos anos futuros. Essas tensões surgem principalmente a partir das dificuldades dos profissionais, tecnologia de comunicações e desenvolvimentos regulatórios, e afetará toda a gama de serviços prestados por empresas de contabilidade rurais e regionais.

Carter, Burritt e Pisaniello (2013) buscam explorar o papel dos contadores, como parte da infraestrutura necessária no desenvolvimento da comunidade rural do sul da Austrália, proporcionando conhecimentos e habilidades especializadas para donos de empresas que podem não ter o conhecimento necessário para garantir as operações de negócios bem-sucedidas. Esta pesquisa representa um estudo qualitativo interpretativo. O método de coleta de dados foi a realização de entrevistas semiestruturadas com os agentes de desenvolvimento rural, incluindo membros dos Conselhos de Desenvolvimento Regional e com dois governos do sul da Austrália. Os resultados encontrados neste artigo desafiam a noção de que o uso de tecnologia de comunicação moderna, que permite a contadores ser localizados em qualquer parte do mundo, é suficiente para cumprir o seu papel nas comunidades rurais. Em vez disso, um duplo papel crítico para os contabilistas é identificado, que

inclui uma função de desenvolvimento da comunidade. A pesquisa revela que a sustentabilidade das comunidades rurais requer, entre outros fatores, o fortalecimento do local, da economia, e da presença de empresas de contabilidade locais, em vez de visitantes de cidades maiores.

O estudo de Barbera e Hasso (2013) teve como objetivo explorar a relação entre a utilização de um contador externo e o crescimento das vendas e a sobrevivência de empresas familiares. Os dados foram obtidos da Pesquisa Longitudinal de Negócios (BLS - Business Longitudinal Survey), a qual fornece informações de pequenas e médias empresas. A partir desses dados, foi utilizado o serviço de estatística para testar empiricamente as hipóteses dos autores. O total da amostra foi de 2.004 pequenas e médias empresas familiares. Os resultados permitem verificar que os contadores externos têm um impacto positivo no crescimento das vendas e sobrevivência da empresa. Foi identificado também que o grau em que o contador está familiarizado com a família e as necessidades da empresa, interfere nos resultados positivos. Outro resultado obtido mostra que os processos de planejamento estratégico adequado são necessários para maximizar o crescimento de vendas, no entanto, esses processos não são necessários para a sobrevivência da empresa.

O artigo de Auzair et al. (2013) busca fornecer evidências de práticas de terceirização de contabilidade na Malásia e as estratégias de controle gerencial assumidos por essas empresas para atenuar os riscos inerentes. Foi empregada neste texto a metodologia de pesquisa com questionários estruturados, aplicados a 51 empresas, e realização de estudos de caso com duas empresas, por meio de entrevistas. Os dados da pesquisa revelam que receber serviços de contabilidade de qualidade com os especialistas é a principal razão para terceirizar os serviços contábeis. Em relação às estratégias de controle gerencial, verifica-se que os entrevistados enfatizaram a importância do comportamento, os serviços realizados e as regulamentações sociais. Já os estudos de caso envolvendo um fornecedor e empresas clientes revelam que os mecanismos de controle foram indicados no contrato de terceirização, mencionando inclusive as penalidades no caso de descumprimento do compromisso assumido.

## 2.5: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresentou um mapeamento da produção científica sobre os serviços contábeis oferecidos para as empresas, principalmente as pequenas e médias. Os artigos analisados referem-se, por exemplo, a informação contábil para auxílio no processo de tomada de decisão, as informações que os clientes julgam ser importantes, a satisfação dos clientes com os serviços oferecidos e o que pode ser buscado pelos profissionais contábeis para melhorar a qualidade de seus serviços.

A análise contemplou 25 artigos indexados na base Scopus ou na base ISI (Web of Knowledge), acessadas por meio do portal de periódicos Capes. Foram selecionados apenas os artigos, artigos impressos e de revisão que constavam na área de conhecimento de negócios, gestão e contabilidade.

Os artigos foram classificados quanto à fonte de publicação, ano, autores e os países que apresentaram publicações relacionadas ao tema da pesquisa. Foi verificado que 22 periódicos publicaram artigos relacionados ao contexto deste estudo, porém apenas os periódicos Business Strategy Series, International Small Business Journal e Journal of Business Research apresentaram, cada um deles, dois artigos sobre o tema, os demais possuíram apenas uma publicação. A análise cronológica dos artigos pesquisados demonstrou que o primeiro artigo publicado sobre o tema foi no ano de 1994. A partir de 2011 ocorreu um crescimento dos artigos publicados, com um pico de publicação no ano de 2012, o qual apresentou um quantitativo de sete artigos. Outro dado obtido no estudo foi que o autor Gerard William Stone foi o que apresentou um maior número de artigos publicados referente ao assunto em questão. Ele foi autor de quatro artigos. Já o país que obteve mais publicações relacionadas ao tema foi a Austrália com 27% dos artigos analisados, seguida do Reino Unido com 17%.

As limitações desta pesquisa referem-se à utilização de apenas duas bases científicas: Scopus e ISI (Web of Knowledge), disponíveis no portal de periódicos Capes. Outro fator de limitação refere-se à utilização de expressões booleanas para a seleção dos artigos. Embora tenha-se buscado abranger uma diversidade significativa de expressões, é possível que nem todas as expressões tenham sido consideradas na pesquisa, o que possibilita haver textos não incluídos na análise.

Para trabalhos futuros, sugere-se a abordagem do seguinte tema: avaliação do nível de satisfação das empresas com os serviços contábeis. Sugere-se também

a utilização de bases científicas brasileiras, como por exemplo, Scielo e Spell e a inclusão na pesquisa de dissertações de mestrados e teses de doutorados.

## 2.7: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AL-MAWALI, H.; ZAINUDDIN, Y.; ALI, N. N. K. Customer accounting information usage and organizational performance. **Business Strategy Series**, Inglaterra, v. 13, n. 5, p. 215-223, 2012. Disponível em: < <http://journal-archieves36.webs.com/392-403.pdf> >. Acesso em: 12 nov 2014.

ASSIS, A. W. **O papel da qualidade percebida na lealdade dos clientes de serviços de consultoria e assessoria prestados por empresas contábeis**. 2013. 76 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

AUZAIR, S. M. et al. Management control in accounting outsourcing services. **Business Strategy Series**, Inglaterra, v. 14, n. 2-3, p. 43-49, 2013. Disponível em: <<https://getinfo.de/en/search/id/emerald%3Adoi~10.1108%252F17515631311325097/Management-control-in-accounting-outsourcing-services/>>. Acesso em: 12 nov 2014

BARBERA, F.; HASSO, T. Do we need to use an accountant? the sales growth and survival benefits to family SMEs. **Family Business Review**, New York, v. 26, n. 3, p. 271-292, 2013. Disponível em: <<http://fbr.sagepub.com/content/early/2013/05/22/0894486513487198.abstract>>. Acesso em: 12 nov 2014.

BERRY, A. J.; SWEETING, R.; GOTO, J. The effect of business advisers on the performance of SMEs. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Inglaterra, v. 13, n. 1, p. 33-47, 2006. Disponível em: <[http://ac.els-cdn.com/S1877042814019636/1-s2.0-S1877042814019636-main.pdf?\\_tid=1c968aba-8988-11e5-953b-00000aacb360&acdnat=1447365519\\_8f3c17b195c4ab9f4f7f62e5f8a644f3](http://ac.els-cdn.com/S1877042814019636/1-s2.0-S1877042814019636-main.pdf?_tid=1c968aba-8988-11e5-953b-00000aacb360&acdnat=1447365519_8f3c17b195c4ab9f4f7f62e5f8a644f3)>. Acesso em: 12 nov 2014

CANECA, R. L. et al. A influência da oferta de contabilidade gerencial na percepção da qualidade dos serviços contábeis prestados aos gestores de micro, pequenas e médias empresas. **Revista Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 43, p.35-44, 2009. Disponível em: < <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/pensarcontabil/article/view/84> >. Acesso em: 21 nov 2014.

CARTER, A. J.; BURRITT, R. L.; PISANIELLO, J. D. The dual roles for accountants in sustaining rural communities. **Accounting Research Journal**, Inglaterra, v. 26, n. 2, p. 130-153, 2013. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/ARJ-12-2012-0093>>. Acesso em: 12 nov 2014

CHOWDHURY, A.; METWALLY, M. M. Impact of characteristics of small Australian accountants used by small businesses. **International Journal of Applied Business and Economic Research**, Nova Deli - Índia, v. 7, n. 1, p. 65-75, 2009. Disponível em: <<http://ro.uow.edu.au/buspapers/9/>>. Acesso em: 12 nov 2014.

DART, J.; FREEMAN, K. Dissatisfaction response styles among clients of professional accounting firms. **Journal of Business Research**, New York, v. 29, n. 1, p. 75-81, 1994. Disponível em: <[http://www.researchgate.net/publication/222291973\\_Dissatisfaction\\_response\\_styles\\_among\\_clients\\_of\\_professional\\_accounting\\_firms](http://www.researchgate.net/publication/222291973_Dissatisfaction_response_styles_among_clients_of_professional_accounting_firms)>. Acesso em: 12 nov 2014.

GOODERHAM, P. N. et al. Accountants as sources of business advice for small firms. **International Small Business Journal**, Inglaterra, v. 22, n. 1, p. 5-22, 2004. Disponível em: <<http://isb.sagepub.com/content/22/1/5.abstract>>. Acesso em: 12 nov 2014.

GRANDE, E. U.; ESTÉBANEZ, R. P.; COLOMINA, C. M. The impact of accounting information systems (AIS) on performance measures: Empirical evidence in Spanish SMEs. **International Journal of Digital Accounting Research**, New York, v. 11, n. 2, p. 25-43, 2011. Disponível em: <[http://www.uhu.es/ijdar/10.4192/1577-8517-v11\\_2.pdf](http://www.uhu.es/ijdar/10.4192/1577-8517-v11_2.pdf)>. Acesso em: 12 nov 2014.

ISIDRO, H.; RAONIC, I. Firm incentives, institutional complexity and the quality of "harmonized" accounting numbers. **International Journal of Accounting**, Amsterdã-Holanda, v. 47, n. 4, p. 407-436, 2012. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0020706312001227>>. Acesso em: 12 nov 2014.

JARVIS, R.; RIGBY, M. The provision of human resources and employment advice to small and medium-sized enterprises: The role of small and medium-sized practices of accountants. **International Small Business Journal**, Inglaterra, v. 30, n. 8, p. 944-956, 2012. Disponível em: <<http://isb.sagepub.com/content/early/2012/05/20/0266242612445403?patientinform-links=yes&legid=spisb;0266242612445403v1>>. Acesso em: 12 nov 2014.

KAMYABI, Y.; DEVI, S. The impact of advisory services on Iranian SME performance: An empirical investigation of the role of professional accountants.

**South African Journal of Business Management**, Pretória - África do Sul, v. 43, n. 2, p. 61-72, 2012. Disponível em:  
<<http://connection.ebscohost.com/c/articles/76474251/impact-advisory-services-iranian-sme-performance-empirical-investigation-role-professional-accountants>>.  
Acesso em: 12 nov 2014.

KIRBY, D. A.; KING, S. H. Accountants and small firm development: filling the expectation GAP. **Service Industries Journal**, Inglaterra, v. 17, n. 2, p. 294-304, 1997. Disponível em:  
<<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02642069700000017?journalCode=fsij20>>. Acesso em: 12 nov 2014

LIN, Z. J.; JOHNSON, S. An exploratory study on accounting for quality management in China. **Journal of Business Research**, New York, v. 57, n. 6, p. 620-632, 2004. Disponível em:  
<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296302004241> >. Acesso em: 12 nov 2014

MARRIOTT, N.; MARRIOTT, P. Professional accountants and the development of a management accounting service for the small firm: barriers and possibilities. **Management Accounting Research**, New York, v. 11, n. 4, p. 475-492, 2000. Disponível em:  
<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1044500500901422> >. Acesso em: 12 nov 2014

MCNEILLY, K. M.; BARR, T. F. I love my accountants: they're wonderful: understanding customer delight in the professional services arena. **Journal of Services Marketing**, Inglaterra, v. 20, n. 3, p.152-159, 2006. Disponível em:  
<<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/08876040610665607> >. Acesso em: 12 nov 2014

MOREIRA, R. L. et al. A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p.119-140, jan-abr. 2013. Disponível em:  
< <https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2013v10n19p119> >. Acesso em: 12 nov 2014

NEVES JÚNIOR, I. J.; LINS, A. The accountant's contribution to the management of enterprises in the third sector: a field survey in the federal district. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 9, n. 23, p. 28-41, 2007

NEVES, R. B.; PEREIRA, V.; COSTA, H. G. Auxílio multicritério à decisão aplicado ao planejamento e gestão na indústria de petróleo e gás. **Produção**, São Paulo,

2013. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65132015000100043&script=sci\\_abstract&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65132015000100043&script=sci_abstract&lng=pt) >. Acesso em: 12 nov 2014

ÖZER, A.; KOÇAK, A.; ÇELİK, O. Determinants of market orientation in accounting firms. **Marketing Intelligence and Planning**, Inglaterra, v. 24, n. 6, p. 591-607, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02634500610701672> >. Acesso em: 12 nov 2014

PIERCE, B.; O'DEA, T. Management accounting information and the needs of managers: perceptions of managers and accountants compared. **British Accounting Review**, New York, v. 35, n. 3, p. 257-290, 2003. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0890838903000295> >. Acesso em: 12 nov 2014

RODRIGUEZ, D. S. S.; COSTA, H. G.; CARMO, L. F. R. S. Métodos de auxílio multicritério à decisão aplicados a problemas de PCP: mapeamento da produção em periódicos publicados no Brasil. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 20, n. 1, p. 134-146, 2013. Disponível em: <<http://vufind.uniovi.es/Record/oai:doaj.org/article:00138020323a47d4ac781d0e0d073fe3> >. Acesso em: 12 nov 2014

STONE, G. W. Let's talk: Adapting accountants' communications to small business managers' objectives and preferences. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Reino Unido, v. 24, n. 6, p. 781-809, 2011a. Disponível em: <[http://apira2010.econ.usyd.edu.au/conference\\_proceedings/APIRA-2010-258-Stone-Adapting-accountants-communications-to-small-business-managers.pdf](http://apira2010.econ.usyd.edu.au/conference_proceedings/APIRA-2010-258-Stone-Adapting-accountants-communications-to-small-business-managers.pdf) >. Acesso em: 12 nov 2014

\_\_\_\_\_. Readability of accountants' communications with small business-Some Australian evidence. **Accounting Forum**, Amsterdã-Holanda, v. 35, n. 4, p. 247-261, 2011b. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0155998210000505> >. Acesso em: 12 nov 2014

\_\_\_\_\_. The effectiveness of newsletters in accountants' client relations with small business managers: An Australian qualitative study. **Qualitative Research in Accounting and Management**, Inglaterra, v. 9, n. 1, p. 21-43, 2012. Disponível em: < <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/11766091211216097> >. Acesso em: 12 nov 2014

STONE, G.W.; LIGHTBODY, M. The Nature and Significance of Listening Skills in Accounting Practice. **Accounting Education**, Reino Unido, v. 21, n. 4, p. 363-384,



2012. Disponível em: < [http://ura.unisa.edu.au/R/?func=dbin-jump-full&object\\_id=78029](http://ura.unisa.edu.au/R/?func=dbin-jump-full&object_id=78029) >. Acesso em: 12 nov 2014

VELOSO, L. F. **Satisfação de clientes:** definindo uma proposta para a excelência nos serviços contábeis. 2004. 107 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

WINES, G. L. et al. Rural and regional Australian public accounting firm services: Service provision, concerns and tensions. **Australian Accounting Review**, Inglaterra, v. 23, n. 2, p. 163-176, 2013. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1835-2561.2012.00185.x/abstract> >. Acesso em: 12 nov 2014

YALCIN, S. Adoption and benefits of management accounting practices: An inter-country comparison. **Accounting in Europe**, Inglaterra, v. 9, n. 1, p. 95-110, Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17449480.2012.664394>>. Acesso em: 12 nov 2014  
2012.

### **3: MÉTODO PARA VALIDAÇÃO DE ITENS DO QUESTIONÁRIO SOBRE OS SERVIÇOS CONTÁBEIS CONFORME A ÓTICA DAS EMPRESAS**

#### **3.1: RESUMO**

Este artigo tem como objetivo identificar a validade dos itens relacionados aos serviços contábeis para aplicação de questionário às empresas do município de São João da Barra/RJ. Para validação dos itens foi utilizado o método de Lawshe. Foi realizada uma consulta à literatura sobre o tema em questão e, posteriormente, as empresas do município de São João da Barra e os proprietários e/ou funcionários dos estabelecimentos contábeis foram questionados sobre os pontos positivos, negativos e os mais importantes relacionados aos serviços contábeis. Assim, foram definidos 51 itens os quais foram aplicados em forma de questionário a 22 clientes de serviços contábeis para averiguação quanto à importância de cada item. Os resultados obtidos permitem identificar que houve uma redução de 39% nos itens, sendo considerados válidos 31 itens. Os itens “Informação Trabalhista e Fiscal”; “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” destacaram-se, pois foram considerados essenciais por todos os respondentes da pesquisa. Já o item “Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário” foi considerado válido, entretanto, dentre os 31 itens classificados para constarem no questionário final foi o que apresentou menor percentual de respondentes que o consideraram essencial (63,6%). Este trabalho contribui para que estejam presentes no questionário apenas os itens considerados

mais importantes pelos clientes, diminuindo assim o tempo necessário para aplicação dos questionários, pois pesquisas longas tendem a reduzir a quantidade de respondentes, em virtude da disponibilidade dos mesmos para respondê-las.

**PALAVRAS-CHAVE:** Serviços contábeis; Empresas; Avaliação dos itens; Questionário; Método de Lawshe; CVR.

### 3.2: INTRODUÇÃO

Em virtude do crescimento dos processos produtivos e, principalmente, da globalização, as empresas precisaram definir novas estratégias para garantir a continuidade de seus negócios. Surgiram, assim, novas preocupações em que os gestores necessitam direcionar esforços com o intuito de aperfeiçoar a utilização de recursos e conseqüentemente maximizar os lucros (NÓBREGA et al., 2010).

Nesse contexto, foi necessário que os profissionais contábeis desenvolvessem um novo perfil, unindo seu conhecimento técnico ao conhecimento gerencial (ZONATTO; ZONATTO; BARTZ, 2012). De acordo com o CFC (2014) o profissional contábil auxilia os gestores das empresas nas questões burocráticas e presta serviços também na área de assessoria e consultoria em gestão, ajudando à empresa a crescer em seus negócios.

Entretanto, segundo Stroeher (2005) a incompreensão da lógica contábil, faz com que, muitas vezes, os relatórios financeiros emitidos pelo profissional contábil sejam apenas um cumprimento da obrigação legal, ao invés de suprir a necessidade de informação dos gestores para o processo de tomada de decisão.

De acordo com Carvalho e Tomaz (2010) os prestadores de serviços contábeis devem buscar uma gestão adequada, oferecer serviços de qualidade e satisfazer as necessidades de seus clientes. É preciso também que estejam constantemente em formação, à procura de novos conhecimentos para aumentar a oferta de serviços e promover a melhoria na qualidade dos serviços prestados (CARVALHO; TOMAZ, 2010).

Diante do exposto, o presente trabalho tem por objetivo determinar os itens válidos para realização de uma pesquisa junto às empresas de São João da Barra/RJ em relação aos serviços de contabilidade.

### 3.3: REVISÃO DE LITERATURA

#### 3.3.1: Conceito da contabilidade e informação contábil

De acordo com Marques (2010) a contabilidade é a ciência que estuda e controla o patrimônio das organizações. O patrimônio, segundo o autor, é o conjunto de bens, direitos e obrigações das entidades.

Gomes (2011) afirma que a contabilidade é uma ciência social, em que é constantemente modificada pela ação humana. Possui como objeto o patrimônio e tem como objetivo gerar informações sobre o mesmo (GOMES, 2011). Ainda de acordo com a mesma autora, atualmente o contabilista não atende apenas as exigências fiscais, ele é um gestor da informação e auxilia no processo de tomada de decisões da empresa.

A contabilidade reúne os dados econômicos, registra-os e sintetiza-os em relatórios ou comunicados, contribuindo assim, para o processo decisório das organizações (STROEHER, 2005). Com base em Atkinson et al. (2000) Zonatto, Zonatto e Bartz (2012) afirmam que a informação gerencial contábil, trata-se da primeira fonte de informação para auxílio nas decisões da empresa, contribuindo também para o controle da mesma, pois oferece assessoria nas tomadas de decisões e utilização dos recursos, cooperando para o aperfeiçoamento do desempenho da organização. No entanto, caso a informação não esteja acompanhada de atributos que realmente a tornem útil ao processo decisório, ela não será capaz de satisfazer às expectativas de seus usuários (REGINATO; NASCIMENTO, 2007). Esses atributos são acurácia da informação, tempestividade e comunicação adequada àqueles que dela necessitam para o cumprimento de suas atividades (REGINATO; NASCIMENTO, 2007).

Segundo Stroeher e Freitas (2006), a maioria dos empresários não possui os conhecimentos contábeis suficientes e dessa forma, não conseguem avaliar a sua importância. Conforme os referidos autores, caberia ao profissional contábil participar, conhecer melhor a vida empresarial de seus clientes e demonstrar a importância da contabilidade para uma gestão empresarial eficiente.

De acordo com Barbulho (2001 apud GOMES, 2011), conquistar a confiança, fidelidade e parceria do cliente é muito importante, pois o cliente está cada vez mais

exigente e, assim, os prestadores de serviços precisam oferecer serviços de qualidade com os menores custos possíveis para poderem competir no mercado.

### **3.3.2: Qualidade dos serviços contábeis**

De acordo com Nóbrega et al. (2010) a qualidade pode ser sintetizada no atendimento de maneira satisfatória das necessidades implícitas e explícitas dos usuários dos produtos ou serviços. Ainda segundo os autores, as necessidades implícitas referem-se aquilo que o cliente espera e as necessidades explícitas estão relacionadas ao que consta expresso formalmente.

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) afirmam que a avaliação da qualidade em serviços surge ao longo da prestação do serviço. Segundo os autores, pode-se verificar a satisfação do cliente com a qualidade do serviço por meio da comparação da percepção dos serviços prestados com as expectativas dos clientes. O serviço é considerado de qualidade excepcional quando as expectativas dos clientes são excedidas, já quando não se atende às expectativas dos mesmos, a qualidade é tida como inaceitável e nas situações em que as expectativas são confirmadas pela percepção dos serviços, a qualidade é satisfatória.

Segundo Silva (2005) produtos ou serviços de qualidade são aqueles que possuem requisitos que atendam da melhor forma as expectativas dos clientes no que diz respeito as suas necessidades e desejos. O referido autor afirma também que existe a qualidade interna e a externa. A primeira está relacionada à otimização da empresa na execução de seu trabalho, e a segunda refere-se à percepção do cliente sobre o produto ou serviço oferecido (SILVA, 2005). Silva (2005) afirma que para construir e manter a qualidade externa é necessário possuir a qualidade interna.

Com base em Lovelock e Wright (2001), Costa e Costa (2003) afirmam que a qualidade do serviço é fundamental para o crescimento da fidelidade dos clientes e para promover a diferenciação do produto. Ainda de acordo com Costa e Costa (2003) a qualidade dos serviços se relaciona fortemente com a percepção dos clientes que utilizam os serviços.

Para Thomé (2001) os fatores que contribuem para melhorar a qualidade dos serviços contábeis podem ser divididos em três grupos: estrutura; atendimento; e produtos e relatórios.

Segundo o referido autor, a estrutura é composta pelo ambiente no qual as pessoas, sistemas e equipamentos estão inseridos; pelas pessoas que trabalham na unidade contábil e pela organização interna que faz com que todo o grupo trabalhe com eficiência. Para Thomé (2001) além de haver um ambiente com condições agradáveis, como por exemplo, iluminação, limpeza e temperatura controlada, é importante também um bom ambiente social com um relacionamento harmônico entre as pessoas, pois se o ambiente for agradável, a qualidade aumenta e se o ambiente for desagradável, a qualidade diminui. Outro item relevante segundo o autor é a mão-de-obra, pois a qualidade dos serviços varia conforme a aptidão e capacidade de cada profissional.

Em relação ao atendimento, Thomé (2001) acredita que a atenção com que se trata o cliente é um fator importante na satisfação e manutenção do mesmo. Para o autor o atendimento deve ser ágil e eficiente.

Sobre o grupo produtos e relatórios Thomé (2001) explica que este grupo está relacionado ao que a organização contábil elabora e entrega ao cliente ou aos órgãos do governo. Thomé (2001) afirma que pelo motivo dos produtos e relatórios serem o resultado final de um trabalho realizado, a qualidade dos mesmos é muito importante para a qualidade dos serviços prestados, pois para o cliente o serviço contábil é tão bom quanto o relatório ou produto que possui.

Para Eckert et al. (2010) um serviço contábil de qualidade é aquele que se ajusta as necessidades dos clientes. De acordo com os referidos autores é necessário também que o cliente confie no profissional contábil, pois a confiança é imprescindível para a relação entre o empresário e o contabilista.

Segundo Özer, Koçak e Çelik (2006) a qualidade do serviço é considerada como um dos principais fatores de satisfação e as reclamações dos clientes são uma ferramenta eficaz para a manutenção da qualidade e melhoria dos serviços prestados. Kotler e Keller (2006) afirmam que a qualidade é o ponto prioritário para criação de valor e satisfação do cliente.

### **3.3.3: Método de Lawshe**

Lawshe (1975) apresentou em seu artigo o conceito de validade do conteúdo e expôs uma abordagem para quantificá-la.

A legislação de direitos civis, as ações assistenciais de entidades filantrópicas e alguns casos de processos judiciais forneceram o impulso para a ampliação da aplicação de validade de conteúdo a partir de testes acadêmicos realizados para serem utilizados nos negócios e na indústria (LAWSHE, 1975).

A validação de conteúdo demonstra que os itens do teste são uma amostra significativa de todos os itens referentes ao conteúdo de interesse (ANASTASI; URBINA, 1997; KERLINGER, 1986 apud WILSON; PAN; SCHUMSKY, 2012).

Lawshe (1975) afirma que por meio da apresentação de que os itens no teste são condizentes com o domínio do conteúdo, estabelece-se a validade de conteúdo.

De acordo com Ayre e Scally (2014) a validade de conteúdo pode ser alcançada por meio de um conjunto de especialistas no assunto em questão e que considerem a relevância dos itens individuais dentro do tema de interesse. As pessoas que possuem conhecimento sobre o conteúdo de análise podem classificar os itens em uma das três categorias seguintes: “essencial”; “importante, mas não essencial” ou “não importante” (LAWSHE, 1975).

Segundo Wilson, Pan e Schumsky (2012) verifica-se que o método de Lawshe é de fácil utilização e exige cálculos simples. Além disso, é fornecida uma tabela contendo o valor crítico para corte e os itens que obtiverem um CVR (Content Validity Ratio) abaixo do valor crítico podem ser desconsiderados da pesquisa final (AYRE; SCALLY, 2014).

O método de Lawshe tem sido utilizado em diversas áreas, tais como, saúde, ciências da educação, gestão organizacional, pesquisa de mercado, segurança na internet e psicologia (WILSON; PAN; SCHUMSKY, 2012).

Para Wilson, Pan e Schumsky (2012) a estatística de Lawshe satisfaz uma necessidade e tornou-se um método reconhecido internacionalmente no que se refere à definição de validade do conteúdo.

### 3.4: METODOLOGIA

Para selecionar os itens para avaliação dos serviços de contabilidade, primeiramente foi realizada uma consulta a literatura. Nessa pesquisa, foram

localizados 11 artigos e 03 dissertações que abrangiam itens relacionados ao assunto em questão. Após esse procedimento, foram aplicadas questões abertas a 15 empresários e a 14 profissionais de contabilidade, incluindo os proprietários e/ou funcionários dos escritórios contábeis do município de São João da Barra/RJ durante o mês de novembro de 2013. Foram selecionados empresários e profissionais contábeis, pois eles possuem conhecimento sobre o assunto em questão e assim, puderam contribuir informando itens importantes no contexto da prestação de serviços contábeis. Os clientes foram entrevistados sobre os pontos positivos e negativos que destacam no estabelecimento de contabilidade e os fatores mais importantes considerados na escolha do mesmo. Já os proprietários ou funcionários do estabelecimento de contabilidade foram questionados sobre os pontos positivos e negativos que poderiam, respectivamente, atrair ou afastar os clientes e os fatores mais importantes que acreditam ser considerados pelo cliente no momento de escolher um local que preste serviços contábeis. De acordo com os itens consultados na literatura e com as respostas dos clientes, proprietários e/ou funcionários dos estabelecimentos de contabilidade, foi elaborado um questionário contendo 51 itens. Esse questionário foi aplicado a 22 clientes de contabilidade no mês de janeiro de 2014, contendo as seguintes opções de resposta para cada item: (1) não importante; (2) importante, mas não essencial; (3) essencial e (N) não sei/prefiro não opinar. Em seguida, foram identificados a quantidade de respondentes que assinalaram a opção (3) essencial para cada item e a quantidade de participantes da pesquisa, excluindo-se aqueles que responderam (N) não sei/prefiro não opinar. Após esse procedimento, foi calculado para cada item do questionário o CVR (Content Validity Ratio) proposto por Lawshe (1975), conforme fórmula a seguir:

$$CVR = \frac{n_e - (N/2)}{N/2}$$

Em que CVR indica a razão de validade do conteúdo, "ne" é a quantidade de participantes que indicam o item como essencial e "N" refere-se a quantidade total de participantes (AYRE; SCALLY, 2014).



Os valores CVR variam entre -1 e +1, em que -1 representa discordância total e +1 representa concordância total (AYRE; SCALLY, 2014). Quando o CVR é positivo indica que mais da metade dos participantes responderam que o item em questão é essencial (LAWSHE, 1975). Quando o CVR é negativo, significa que menos da metade dos respondentes informaram o item como essencial (LAWSHE, 1975). Já no caso do CVR ser igual a zero indica que a metade dos participantes responderam essencial e a outra metade não (LAWSHE, 1975).

Para realizar a verificação dos itens que irão compor a pesquisa final, Lawshe (1975) menciona valores críticos de CVR, os quais foram calculados por Lowell Schipper. Dessa forma, os itens que obtiverem um CVR abaixo do valor crítico podem ser desconsiderados da pesquisa final (AYRE; SCALLY, 2014).

### 3.5: RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Quadro 2 apresenta a consolidação dos itens com base na consulta à literatura e nas entrevistas realizadas. Os autores citados foram os seguintes: A1 = (CARVALHO; TOMAZ, 2010); A2 = (NÓBREGA et al., 2010); A3 = (SOUZA; MOREIRA; NASCIMENTO, 2008); A4 = (CANECA et al., 2009); A5 = (ANJOS; MIRANDA; SILVA, 2011); A6 = (MARRIOTT; MARRIOTT, 2000); A7 = (STONE, 2012); A8 = (MCNEILLY; BARR, 2006); A9 = (STONE, 2011); A10 = (MOREIRA et al., 2013); A11 = (ZONATTO; ZONATTO; BARTZ, 2012); D1 = (VELOSO, 2004); D2 = (ASSIS, 2013) e D3 = (UMBELINO, 2008).

Nº	Itens	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	D1	D2	D3	Entr
1	Atendimento personalizado ao cliente	X	X									X	X	X		1/29
2	Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação	X	X	X								X	X	X		20/29
3	Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros		X									X	X	X		4/29
4	Compreensão de dificuldades	X	X									X				0/29
5	Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações						X		X							3/29
6	Atendimento das necessidades e expectativas do cliente	X	X				X		X			X	X	X		13/29
7	Confeção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confeção dos livros fiscais	X		X		X	X	X		X	X					1/29
8	Informação Trabalhista e Fiscal									X	X					2/29
9	Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos		X									X		X		0/29
10	Conclusão do trabalho sem interrupção de suas operações								X							0/29
11	Elaboração das guias para pagamento			X		X										0/29
12	Elaboração da folha de pagamento			X		X										0/29
13	Abertura de empresa			X												0/29
14	Apresentação dos documentos solicitados pelo cliente												X			2/29
15	Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)			X		X										0/29
16	Controladoria					X										0/29
17	Informações produzidas pelo profissional de contabilidade que atendam mais as necessidades de terceiros do que as do proprietário-gerente						X									0/29
18	Satisfação com os serviços contábeis oferecidos	X	X	X			X					X	X	X		1/29
19	Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados			X		X									X	4/29
20	Agilidade na execução dos serviços, cumprimento dos prazos	X	X	X	X	X			X			X	X	X	X	13/29
21	Antecedência/pontualidade no encaminhamento de guias			X									X			3/29
22	Pontualidade nos compromissos assumidos															3/29
23	Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade	X		X	X	X							X	X	X	25/29
24	Experiência do profissional contábil					X							X		X	2/29
25	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do custo dos produtos				X	X									X	0/29
26	Conhecimento do profissional contábil para auxílio na definição dos preços				X	X									X	0/29

**Quadro 2**– Itens referentes aos serviços contábeis obtidos na literatura e nas entrevistas realizadas (continua).

Nº	Itens	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	D1	D2	D3	Entr
27	Conhecimento do profissional contábil sobre transações bancárias e cálculo de juros para financiamentos				X										X	0/29
28	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do caixa do mês				X										X	0/29
29	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do lucro do mês				X										X	0/29
30	Conhecimento do proprietário gerente se as contas foram auditadas ou não						X									0/29
31	Conhecimento do profissional sobre a empresa e o negócio do cliente								X							0/29
32	Relacionamento pessoal com o profissional contábil				X				X						X	1/29
33	Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário								X				X			3/29
34	Horário de Expediente													X		0/29
35	Confiança nas informações elaboradas	X												X		1/29
36	Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio				X	X		X							X	0/29
37	Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis						X	X								0/29
38	Estratégias para a empresa / Assessoria na área de gerenciamento	X		X		X							X			0/29
39	Comunicação, informações claras e precisas												X			2/29
40	Utilização pelo profissional contábil do método de documentos e formulários escritos para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios									X						0/29
41	Utilização pelo profissional contábil do método de conversas por telefone para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios									X						0/29
42	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda e declarações de atividades do negócio								X							0/29
43	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para assuntos relacionados a TI (por exemplo, assessoria em sistemas computacionais, hardware, software e questões associadas)								X							0/29
44	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para razões não-comerciais (por exemplo, razões sociais)									X						0/29
45	Confiança nos funcionários do estabelecimento de contabilidade e comprometimento dos mesmos com o desempenho de suas funções	X	X									X				3/29
46	Apresentação/aparência dos funcionários e do profissional contábil do estabelecimento de contabilidade		X									X		X		0/29
47	Qualificação dos funcionários															4/29
48	Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências		X			X						X		X	X	9/29
49	Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas		X									X	X	X		2/29
50	Nível de tecnologia do estabelecimento de contabilidade					X								X	X	1/29
51	Honorários contábeis compatíveis como serviço oferecido	X	X	X		X	X						X	X	X	3/29

**Quadro 2 (conclusão) – Itens referentes aos serviços contábeis obtidos na literatura e nas entrevistas realizadas.**

De acordo com o Quadro 2 é possível observar que 71% dos textos pesquisados abordam o item “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento dos prazos”, o que permite identificar que se trata de um item muito importante na execução dos serviços contábeis, em virtude principalmente da maioria das obrigações fiscais e trabalhistas apresentarem multa, caso não sejam entregues no prazo correto. Outros itens mencionados em grande parte dos artigos e dissertações pesquisados foram: “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” (50%); “Honorários contábeis compatíveis com o serviço oferecido” (50%); “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” (50%); “Confecção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confecção dos livros fiscais” (50%); “Satisfação com os serviços contábeis oferecidos” (43%) e “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” (43%).

Em relação às entrevistas com os clientes e com os profissionais e funcionários de contabilidade pôde-se constatar que o item mais mencionado por eles foi a “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”, sendo o mesmo mencionado por 86% dos respondentes. Também foram considerados importantes os seguintes atributos: “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” (69%); “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” (45%) e “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento dos prazos” (45%). A partir desses resultados é possível identificar que a qualificação do profissional, a sua competência, ética e atualização sobre as questões contábeis é um item que se destaca quando os profissionais contábeis e empresários do município de São João da Barra são questionados abertamente sobre os serviços de contabilidade. Os dados obtidos também permitem constatar que mais da metade dos respondentes entendem que a simpatia no atendimento é um atributo muito importante.

Os itens “Pontualidade nos compromissos assumidos” e “Qualificação dos funcionários” não estiveram presentes em nenhum dos artigos e dissertações pesquisados, porém, respectivamente, 10% e 14% dos respondentes os mencionaram quando questionados sobre os serviços contábeis.

A Tabela 2 apresenta os itens considerados válidos, em conformidade com o cálculo do CVR. Dentre os 51 itens constantes no questionário, 31 itens foram classificados como válidos para aplicação do questionário na pesquisa final.

**Tabela 2:** Itens válidos de acordo com o método de Lawshe

Nº	Item	Ne	N	%Ne	CVRcalc	CVRcrít
<b>Atendimento</b>						
1	Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação	20	22	90,9%	0,818	0,273
<b>Serviços oferecidos</b>						
2	Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros	21	22	95,5%	0,909	0,273
3	Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações	21	22	95,5%	0,909	0,273
4	Atendimento das necessidades e expectativas do cliente	21	22	95,5%	0,909	0,273
5	Confecção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confecção dos livros fiscais	20	22	90,9%	0,818	0,273
6	Informação Trabalhista e Fiscal	22	22	100,0%	1,000	0,273
7	Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos	16	22	72,7%	0,455	0,273
8	Elaboração das guias para pagamento	19	22	86,4%	0,727	0,273
9	Elaboração da folha de pagamento	21	22	95,5%	0,909	0,273
10	Abertura de empresa	20	21	95,2%	0,905	0,279
11	Apresentação dos documentos solicitados pelo cliente	21	22	95,5%	0,909	0,273
12	Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	13	20	65,0%	0,300	0,286
<b>Satisfação com os serviços prestados</b>						
13	Satisfação com os serviços contábeis oferecidos	21	22	95,5%	0,909	0,273
14	Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados	22	22	100,0%	1,000	0,273
<b>Agilidade e Cumprimento de Prazos</b>						
15	Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos	21	22	95,5%	0,909	0,273
16	Antecedência/pontualidade no encaminhamento de guias	19	22	86,4%	0,727	0,273
17	Pontualidade nos compromissos assumidos	20	22	90,9%	0,818	0,273
<b>Competência, Atualização e Experiência</b>						
18	Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade	22	22	100,0%	1,000	0,273
19	Experiência do profissional contábil	20	22	90,9%	0,818	0,273
<b>Disponibilidade do profissional contábil</b>						
20	Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário	14	22	63,6%	0,273	0,273
<b>Confiança</b>						
21	Confiança nas informações elaboradas	20	22	90,9%	0,818	0,273
<b>Informações gerenciais</b>						
22	Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio	15	22	68,2%	0,364	0,273
23	Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis	20	22	90,9%	0,818	0,273
<b>Comunicação</b>						
24	Comunicação, informações claras e precisas	19	22	86,4%	0,727	0,273
25	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda e declarações de atividades do negócio	15	22	68,2%	0,364	0,273
<b>Funcionários do Estabelecimento de Contabilidade</b>						
26	Confiança nos funcionários do estabelecimento de contabilidade e comprometimento dos mesmos com o desempenho de suas funções	19	22	86,4%	0,727	0,273
27	Qualificação dos funcionários	20	22	90,9%	0,818	0,273
<b>Imagem e Instalações físicas do Estabelecimento de Contabilidade</b>						
28	Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências	20	22	90,9%	0,818	0,273
29	Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas	19	22	86,4%	0,727	0,273
<b>Tecnologia</b>						
30	Nível de tecnologia do estabelecimento de contabilidade	21	22	95,5%	0,909	0,273
<b>Honorários contábeis</b>						
31	Honorários contábeis compatíveis com o serviço oferecido	20	22	90,9%	0,818	0,273

Fonte: Elaborado pelo Autor (2014)

Verifica-se por meio da Tabela 2 que os itens “Informação Trabalhista e Fiscal”; “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” foram classificados como essenciais pelos 22 clientes entrevistados. Esse resultado permite constatar que os clientes estão preocupados principalmente com as informações relacionadas às questões trabalhistas e fiscais fornecidas pelo profissional contábil; com a qualidade de seus serviços; com o conhecimento técnico, a competência e a ética do profissional e também com a atualização referente às legislações. O conhecimento das mudanças na legislação se faz necessário para que o profissional contábil possa se adequar e atender às exigências legais.

Já os atributos que foram classificados como válidos conforme o Método de Lawshe, mas apresentaram os menores percentuais de clientes que os consideram essenciais foram: “Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário” (63,6%); “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” (65,0%); “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” (68,2%); “Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda e declarações de atividades do negócio” (68,2%) e “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” (72,7%).

Em relação aos itens descartados conforme o cálculo do CVR, os mesmos são apresentados na Tabela 3. Dentre os 51 itens constantes no questionário 20 foram excluídos.

**Tabela 3:** Itens descartados conforme o método de Lawshe

Nº	Item	Ne	N	%Ne	CVRcalc	CVRcrit
<b>Atendimento</b>						
1	Atendimento personalizado ao cliente	12	22	54,5%	0,091	0,273
<b>Serviços oferecidos</b>						
2	Compreensão de dificuldades	12	19	63,2%	0,263	0,294
3	Conclusão do trabalho sem interrupção de suas operações	12	21	57,1%	0,143	0,279
4	Controladoria	8	19	42,1%	-0,158	0,294
5	Informações produzidas pelo profissional de contabilidade que atendam mais as necessidades de terceiros do que as do proprietário-gerente	3	17	17,6%	-0,647	0,310
<b>Competência, Atualização e Experiência</b>						
6	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do custo dos produtos	10	22	45,5%	-0,091	0,273
7	Conhecimento do profissional contábil para auxílio na definição dos preços	6	22	27,3%	-0,455	0,273
8	Conhecimento do profissional contábil sobre transações bancárias e cálculo de juros para financiamentos	9	22	40,9%	-0,182	0,273
9	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do caixa do mês	7	22	31,8%	-0,364	0,273
10	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do lucro do mês	6	22	27,3%	-0,455	0,273
11	Conhecimento do proprietário gerente se as contas foram auditadas ou não	10	19	52,6%	0,053	0,294
12	Conhecimento do profissional sobre a empresa e o negócio do cliente	12	22	54,5%	0,091	0,273
<b>Disponibilidade do profissional contábil</b>						
13	Relacionamento pessoal com o profissional contábil	13	22	59,1%	0,182	0,273
14	Horário de Expediente	11	22	50,0%	0,000	0,273
<b>Informações gerenciais</b>						
15	Estratégias para a empresa / Assessoria na área de gerenciamento	6	21	28,6%	-0,429	0,279
<b>Comunicação</b>						
16	Utilização pelo profissional contábil do método de documentos e formulários escritos para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios	8	22	36,4%	-0,273	0,273
17	Utilização pelo profissional contábil do método de conversas por telefone para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios	10	22	45,5%	-0,091	0,273
18	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para assuntos relacionados a TI (por exemplo, assessoria em sistemas computacionais, hardware, software e questões associadas)	10	22	45,5%	-0,091	0,273
19	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para razões não-comerciais (por exemplo, razões sociais)	4	22	18,2%	-0,636	0,273
<b>Funcionários do Estabelecimento de Contabilidade</b>						
20	Apresentação/aparência dos funcionários e do profissional contábil do estabelecimento de contabilidade	10	22	45,5%	-0,091	0,273

Fonte: Elaborado pelo Autor (2014)

A comparação da Tabela 2 com a Tabela 3 revela que na dimensão atendimento o item “Atendimento personalizado ao cliente” foi descartado, pois o CVR calculado desse item foi menor que o CVR crítico. Já o item “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” foi mantido, demonstrando assim a importância dos prestadores de serviços contábeis serem simpáticos e tratarem bem seus clientes.



Na dimensão Serviços oferecidos, foram mantidos quase todos os itens, exceto os seguintes: “Compreensão de dificuldades”; “Conclusão do trabalho sem interrupção de suas operações”; “Controladoria” e “Informações produzidas pelo profissional de contabilidade que atendam mais as necessidades de terceiros do que as do proprietário-gerente”.

Os itens “Satisfação com os serviços contábeis oferecidos” e “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados”, constantes na dimensão Satisfação com os serviços prestados, foram considerados essenciais pelos clientes, possuindo CVR calculado acima do CRV crítico.

Os itens inseridos na dimensão Agilidade e Cumprimento de Prazos também foram classificados como válidos para serem aplicados na pesquisa final. São eles: “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento dos prazos”; “Antecedência/pontualidade no encaminhamento de guias” e “Pontualidade nos compromissos assumidos”. Verifica-se que os clientes desejam um serviço de qualidade, mas que também seja ágil, pois uma empresa está sujeita, por exemplo, ao surgimento de problemas e ela necessita, assim, de um profissional preparado para resolvê-los com rapidez. Em meio a compromissos, os empresários necessitam que o contabilista seja pontual nos compromissos assumidos e encaminhe com antecedência as guias para pagamento, para que a empresa possa se planejar para os pagamentos. Outro fator importante que demanda agilidade dos profissionais contábeis é a incidência de multas para a empresa caso determinadas obrigações fiscais e trabalhistas não sejam entregues no prazo correto.

Na dimensão Competência, Atualização e Experiência os seguintes itens foram descartados: “Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do custo dos produtos”; “Conhecimento do profissional contábil para auxílio na definição dos preços”; “Conhecimento do profissional contábil sobre transações bancárias e cálculo de juros para financiamentos”; “Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do caixa do mês”; “Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do lucro do mês”; “Conhecimento do proprietário gerente se as contas foram auditadas ou não” e “Conhecimento do profissional sobre a empresa e o negócio do cliente”. Por meio da aplicação dos questionários pôde-se identificar que os referidos itens não são significativamente essenciais.

A dimensão confiança possui apenas o item “Confiança nas informações elaboradas”. Esse item foi mantido e apresentou percentual de 90,9% de clientes que o consideraram essencial.

Os itens “Relacionamento pessoal com o profissional contábil” e “Horário de Expediente”, presentes na dimensão Disponibilidade do profissional contábil, não foram mantidos, revelando assim, que não são significativamente essenciais para os clientes. Já o item “Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário” foi mantido, entretanto, dentre os itens classificados foi o que apresentou o menor percentual de respondentes que o consideraram essencial (63,6%).

Dos três itens constantes na dimensão Informações gerenciais apenas o item “Estratégias para a empresa / Assessoria na área de gerenciamento” foi excluído. Percebe-se que a maioria dos clientes acredita que receber estratégias para suas empresas e assessoria na área de gerenciamento não é uma função essencial a ser exercida pelo contabilista.

Constata-se na dimensão Comunicação que informações claras e precisas e comunicação com o profissional contábil para tratar sobre assuntos relacionados à declaração de imposto de renda são significativamente essenciais. Já os itens: “Utilização pelo profissional contábil do método de documentos e formulários escritos para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios”; “Utilização pelo profissional contábil do método de conversas por telefone para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios”; “Comunicação com o profissional contábil durante o ano para assuntos relacionados a TI (por exemplo, assessoria em sistemas computacionais, hardware, software e questões associadas)” e “Comunicação com o profissional contábil durante o ano para razões não-comerciais (por exemplo, razões sociais)” foram descartados, apresentando CVR calculado menor que o CVR crítico.

Na dimensão Funcionários do Estabelecimento de Contabilidade foram considerados válidos os itens: “Confiança nos funcionários do estabelecimento de contabilidade e comprometimento dos mesmos com o desempenho de suas funções” e “Qualificação dos funcionários”. O item “Apresentação/aparência dos funcionários e do profissional contábil do estabelecimento de contabilidade” foi excluído, o que demonstra a preocupação dos clientes com a qualificação e

desempenho dos funcionários do estabelecimento de contabilidade, não se importando com a aparência dos mesmos.

Observa-se por meio da dimensão Imagem e Instalações físicas do Estabelecimento de Contabilidade que os clientes apreciam um estabelecimento de contabilidade organizado e com boas instalações físicas. É importante ressaltar também que é considerável a importância fornecida ao item “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências”. Dos respondentes, 90,9% consideraram esse item essencial.

Na dimensão sobre Tecnologia constata-se que o item “Nível de tecnologia do estabelecimento de contabilidade” é significativamente essencial.

Na última dimensão, Honorários contábeis, foi possível identificar que parte significativa dos clientes considera essencial que o valor cobrado seja compatível com o serviço oferecido.

Por meio da Tabela 3 foi possível identificar que dentre os 20 itens descartados segundo o método de Lawshe, o item “Compreensão de dificuldades” foi o atributo que obteve maior percentual de respondentes que o consideraram essencial (63,2%). Já os atributos “Informações produzidas pelo profissional de contabilidade que atendam mais as necessidades de terceiros do que as do proprietário-gerente” e “Comunicação com o profissional contábil durante o ano para razões não-comerciais (por exemplo, razões sociais)” foram os itens que obtiveram os menores percentuais de clientes que os consideraram essenciais, respectivamente, 17,6% e 18,2%.

O Quadro 3 apresenta a consolidação das informações presentes no quadro 2 e nas Tabelas 2 e 3.

Item	Publ	%	Item	Entf.	%	Item	Lawshé
Agilidade	10	71	Qualificação, competência e ética	25	86	Qualificação, competência e ética	100,0%
Necessidades e expectativas	7	50	Cordialidade	20	69	Qualidade	100,0%
Demonstrativos contábeis	7	50	Necessidades e expectativas	13	45	Informação Trabalhista e Fiscal	100,0%
Qualificação, competência e ética	7	50	Agilidade	13	45	Necessidades e expectativas	95,5%
Honorários contábeis	7	43	Reputação do estabelecimento contábil	9	31	Agilidade	95,5%
Cordialidade	6	43	Realização correta dos serviços	4	14	Realização correta dos serviços	95,5%
Satisfação	6	43	Qualidade	4	14	Explicações	95,5%
Reputação do estabelecimento contábil	5	39	Qualificação dos funcionários	4	14	Apresentação de documentos	95,5%
Relacionamento pessoal	4	26	Explicações	3	10	Satisfação	95,5%
Entrega de relatórios gerenciais	4	29	Antecedência na entrega de guias	3	10	Nível de tecnologia	95,5%
Assessoria na área de gerenciamento	4	29	Pontualidade	3	10	Folha de pagamento	95,5%
Organização / Instalações físicas	4	29	Disponibilidade	3	10	Abertura de empresa	95,2%
Atendimento personalizado ao cliente	3	21	Confiança nos funcionários	3	10	Reputação do estabelecimento contábil	90,9%
Realização correta dos serviços	3	21	Honorários contábeis	3	10	Qualificação dos funcionários	90,9%
Compreensão de dificuldades	3	21	Informação Trabalhista e Fiscal	2	7	Pontualidade	90,9%
Informação andamento dos serviços	3	21	Apresentação de documentos	2	7	Honorários contábeis	90,9%
Qualidade	3	21	Experiência	2	7	Experiência	90,9%
Experiência	3	21	Comunicação	2	7	Demonstrativos contábeis	90,9%
Conhecimento para auxílio no custo dos produtos	3	21	Organização / Instalações físicas	2	7	Confiança	90,9%
Disponibilidade	3	21	Atendimento personalizado ao cliente	1	3	Entendimento dos relatórios	90,9%
Confiança nos funcionários	3	21	Demonstrativos contábeis	1	3	Cordialidade	90,0%
Aparência dos contabilistas	3	21	Satisfação	1	3	Antecedência na entrega de guias	86,4%
Nível de tecnologia	3	21	Relacionamento pessoal	1	3	Confiança nos funcionários	86,4%
Explicações	2	14	Confiança	1	3	Comunicação	86,4%
Informação Trabalhista e Fiscal	2	14	Nível de tecnologia	1	3	Organização / Instalações físicas	86,4%
Guias para pagamento	2	14	Compreensão de dificuldades	0	0	Guias para pagamento	86,4%
Folha de pagamento	2	14	Informação andamento dos serviços	0	0	Informação andamento dos serviços	72,7%
Auditoria	2	14	Conclusão do trabalho sem interrupção	0	0	Entrega de relatórios gerenciais	68,2%
Antecedência na entrega de guias	2	14	Guias para pagamento	0	0	Comunicação sobre declarações	68,2%
Conhecimento para auxílio na definição dos preços	2	14	Folha de pagamento	0	0	Auditoria	65,0%
Conhecimento sobre transações bancárias	2	14	Abertura de empresa	0	0	Disponibilidade	63,6%
Conhecimento para auxílio no caixa do mês	2	14	Auditoria	0	0	Compreensão de dificuldades	63,2%
Conhecimento para auxílio no lucro do mês	2	14	Controladoria	0	0	Relacionamento pessoal	59,1%
Confiança	2	14	Informações que atendam mais a terceiros	0	0	Conclusão do trabalho sem interrupção	57,1%
Entendimento dos relatórios	2	14	Conhecimento para auxílio no custo dos produtos	0	0	Atendimento personalizado ao cliente	54,5%
Conclusão do trabalho sem interrupção	1	7	Conhecimento para auxílio na definição dos preços	0	0	Conhecimento do profissional sobre a empresa do cliente	54,5%
Abertura de empresa	1	7	Conhecimento sobre transações bancárias	0	0	Conhecimento do gestor se as contas foram auditadas	52,6%
Apresentação de documentos	1	7	Conhecimento para auxílio no caixa do mês	0	0	Horário de Expediente	50,0%
Controladoria	1	7	Conhecimento para auxílio no lucro do mês	0	0	Conhecimento para auxílio no custo dos produtos	45,5%
Informações que atendam mais a terceiros	1	7	Conhecimento do gestor se as contas foram auditadas	0	0	Conversas por telefone para se comunicar	45,5%
Conhecimento do gestor se as contas foram auditadas	1	7	Conhecimento do profissional sobre a empresa do cliente	0	0	Comunicação sobre assuntos relacionados a TI	45,5%
Conhecimento do profissional sobre a empresa do cliente	1	7	Horário de Expediente	0	0	Aparência dos contabilistas	45,5%
Horário de Expediente	1	7	Entrega de relatórios gerenciais	0	0	Controladoria	42,1%
Comunicação	1	7	Entendimento dos relatórios	0	0	Conhecimento sobre transações bancárias	40,9%
Documentos e formulários escritos para se comunicar	1	7	Assessoria na área de gerenciamento	0	0	Documentos e formulários escritos para se comunicar	36,4%
Conversas por telefone para se comunicar	1	7	Documentos e formulários escritos para se comunicar	0	0	Conhecimento para auxílio no caixa do mês	31,8%
Comunicação sobre declarações	1	7	Conversas por telefone para se comunicar	0	0	Assessoria na área de gerenciamento	28,6%
Comunicação sobre assuntos relacionados a TI	1	7	Comunicação sobre declarações	0	0	Conhecimento para auxílio na definição dos preços	27,3%
Comunicação sobre razões não-comerciais	0	0	Comunicação sobre assuntos relacionados a TI	0	0	Conhecimento para auxílio no lucro do mês	27,3%
Pontualidade	0	0	Comunicação sobre razões não-comerciais	0	0	Comunicação sobre assuntos não-comerciais	18,2%
Qualificação dos funcionários	0	0	Aparência dos contabilistas	0	0	Informações que atendam mais a terceiros	17,6%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2014)

Quadro 3 Itens obtidos na literatura e nas entrevistas realizadas e o método de Lawshé.

Constata-se por meio do Quadro 3 que os itens “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos”; “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” e “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” foram os atributos que mais se destacaram em relação às publicações consultadas, aos entrevistados e ao percentual de clientes que assinalaram os itens como essenciais. A realização de serviços ágeis, cumprindo os prazos foi o serviço que apresentou maior percentual de presença nas publicações consultadas (71%). O referido item foi mencionado por 45% dos entrevistados e 95,5% dos respondentes consideraram esse atributo como essencial. O item “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” foi mencionado por 86% dos entrevistados, esteve presente em 50% dos artigos e dissertações consultados e todos os respondentes da pesquisa marcaram esse atributo como essencial. Já o atributo “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” foi mencionado em 50% das publicações consultadas, 45% dos entrevistados fizeram menção a esse atributo e 95,5% dos respondentes consideraram esse item como essencial.

Em relação ao item “Confecção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confecção dos livros fiscais”, o mesmo esteve presente em metade dos artigos e dissertações consultados, 90,9% dos participantes da pesquisa assinalaram esse item como essencial, mas apenas um entrevistado (3%) mencionou o referido atributo durante as entrevistas.

O atributo “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” foi o segundo item que obteve um maior quantitativo de entrevistados que o mencionaram (69%), esteve presente em 43% das publicações consultadas e foi considerado essencial por 90,0% dos respondentes. É importante destacar que embora o percentual de clientes que assinalaram o item como essencial seja alto, houve outros atributos que foram mencionados por uma quantidade menor de entrevistados e apresentaram um percentual de clientes que os consideraram essenciais maior que o item relativo à simpatia no atendimento. Diferentemente do atributo “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação”, o item “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a

contabilidade” foi o item mais mencionado durante as entrevistas (86%) e foi considerado essencial por todos os respondentes da pesquisa.

Já os itens “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” e “Informação Trabalhista e Fiscal” foram mencionados por todos os respondentes como itens essenciais, mas, no entanto, estiveram presentes respectivamente, em apenas 21% e 14% das publicações consultadas e o percentual dos respondentes que relataram esses serviços durante as entrevistas foi abaixo de 15%.

É importante destacar também que o item “Qualificação dos funcionários” não foi abordado por nenhum dos artigos e dissertações consultados e apenas 14% dos entrevistados mencionaram o mesmo como importante durante a aplicação das questões abertas. Entretanto, na aplicação do questionário 90,9% dos respondentes consideraram esse item como essencial. Essa considerável percentagem provavelmente é em virtude de muitos estabelecimentos de contabilidade possuírem funcionários que executam os serviços e dessa forma, precisam ser qualificados para que possam realizar corretamente as atividades.

Assim como o atributo “Qualificação dos funcionários” o item “Pontualidade nos compromissos assumidos” não esteve presente em nenhuma das publicações consultadas e somente 10% dos entrevistados mencionaram o referido item, mas durante a aplicação do questionário foi considerado essencial por 90,9% dos respondentes.

Situação semelhante ocorreu com os itens “Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis”; “Elaboração das guias para pagamento” e “Elaboração da folha de pagamento” que não foram mencionados por nenhum dos entrevistados nas questões abertas e nas publicações consultadas, apenas 14% mencionaram os referidos atributos. No entanto, na aplicação dos questionários esses itens obtiveram um percentual acima de 80% de respondentes que os consideraram essenciais.

Em relação ao item “Honorários contábeis compatíveis com o serviço oferecido” foi mencionado por apenas 10% dos respondentes da entrevista, esteve presente em 50% dos artigos e dissertações consultados, mas durante a aplicação do questionário 90,9% consideraram esse item como essencial. Com esse resultado, é possível constatar que embora o valor do honorário seja um item essencial para grande parte dos clientes, existem outros itens que os clientes consideram de maior

relevância. Esses dados revelam também que o cliente que obtiver do estabelecimento de contabilidade o atendimento de suas necessidades e expectativas, possivelmente estará disposto a pagar o honorário proposto pelo profissional, em conformidade com os serviços oferecidos.

Já os itens “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)”; “Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário”; “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e “Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda e declarações de atividades do negócio” foram classificados de acordo com o método de Lawshe, pois apresentaram um CVR acima do CRV crítico. Entretanto, não foram citados por nenhum dos respondentes nas entrevistas compostas por questões abertas, foram mencionados por menos de 30% das publicações pesquisadas e na aplicação dos questionários o percentual de clientes que os consideraram essenciais foi abaixo de 70%.

Outra análise que pode ser feita é a partir da comparação do Quadro 3 com a Tabela 3 que permite evidenciar que os itens com percentual igual ou abaixo de 63,2% de clientes que consideram os serviços essenciais foram excluídos de acordo com o método de Lawshe. Esses itens desconsiderados para a pesquisa final estiveram presentes em até 21% das publicações consultadas e não foram mencionados por nenhum dos entrevistados, exceto os seguintes itens: “Estratégias para a empresa / Assessoria na área de gerenciamento” que esteve presente em 29% dos artigos e dissertações consultados e não foi mencionado por nenhum entrevistado; “Atendimento personalizado ao cliente” que esteve presente em 21% das publicações consultadas e foi mencionado por um dos entrevistados (3%) e “Relacionamento pessoal com o profissional contábil” que foi mencionado em 29% dos textos consultados e em 3% das entrevistas.

### 3.6: CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou identificar, por meio da utilização do método de Lawshe, os itens válidos para aplicação de questionário numa pesquisa referente aos serviços contábeis oferecidos aos clientes de contabilidade no município de São João da Barra/RJ.

A consulta à literatura permitiu identificar que o item mais mencionado pelos autores trata-se da “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento dos prazos”, apresentando um percentual de 71% de presença nos artigos e dissertações consultados. Esse fato reflete a importância das obrigações exigidas por lei serem apresentadas nos prazos determinados, tendo em vista que, o não envio das mesmas acarretam multas para as empresas na maioria das situações.

As entrevistas realizadas com os clientes e com os proprietários e funcionários de contabilidade foram compostas de questões abertas, o que permitiu constatar um item fundamental para a prestação de serviços contábeis: “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”. O referido item foi mencionado por 86% dos respondentes.

Após a consulta à literatura e às entrevistas realizadas compostas de questões abertas, foram definidos os itens, totalizando um quantitativo de 51 itens. A partir das respostas dos clientes de serviços contábeis foi calculado o CRV para cada um dos itens e desses 31 foram considerados válidos para aplicação no questionário final. A aplicação do método de Lawshe permitiu uma redução de 39% nos itens.

De acordo com a pesquisa realizada foi possível constatar que todos os respondentes consideram essenciais os seguintes itens: “Informação Trabalhista e Fiscal”; “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”.

Já os itens “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)”; “Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário”; “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e “Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda e declarações de atividades do negócio” foram considerados válidos de acordo com o cálculo do CVR, porém apresentaram um percentual abaixo de 70% dos clientes que os consideram essenciais. Dentre os 51 itens constantes no questionário aplicado às empresas, os itens “Informações produzidas pelo profissional de contabilidade que atendam mais as necessidades de terceiros do que as do proprietário-gerente” e “Comunicação com o profissional contábil durante o



ano para razões não-comerciais (por exemplo, razões sociais)” foram considerados essenciais por menos de 20% dos clientes participantes da pesquisa e, conseqüentemente, não foram validados para constarem no questionário final, conforme o método de Lawshe.

A importância do presente trabalho refere-se à otimização do tempo para a realização da pesquisa, permitindo que com a redução dos itens, os entrevistados possam respondê-la mais rapidamente. É relevante que o tempo necessário para responder a pesquisa não seja prolongado, pois diante dos compromissos dos empresários, possivelmente pode haver uma redução no retorno das respostas. Este artigo também contribui para que, de acordo com o questionário aplicado às empresas, apenas os itens relevantes permaneçam na pesquisa final, sendo descartados os itens considerados menos importantes por parte significativa dos respondentes.

Para trabalhos futuros sugere-se a aplicação de um questionário contendo os itens considerados válidos para identificar o nível de satisfação das empresas com os serviços contábeis.

### 3.7: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANJOS, L. C. M.; MIRANDA, L. C.; SILVA, D. J. C. Utilização de informações contábeis em cooperativas: são os contadores necessários? **Revista Ambiente Contábil**, Natal, v. 3, n. 1, p.89-105, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufrn.br/ambiente/article/view/1321> >. Acesso em: 12 nov 2013.

ASSIS, A. W. **O papel da qualidade percebida na lealdade dos clientes de serviços de consultoria e assessoria prestados por empresas contábeis**. 2013. 76 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

AYRE, C.; SCALLY, A. J. Critical values for Lawshe's content validity ratio: revisiting the original methods of calculation. **Measurement And Evaluation In Counseling And Development**, Estados Unidos da América, v. 47, n. 1, p.79-86, jan. 2014. Disponível em: < <http://mec.sagepub.com/content/47/1/79.abstract> >. Acesso em: 12 nov 2013.

CANECA, R. L. et al. A influência da oferta de contabilidade gerencial na percepção da qualidade dos serviços contábeis prestados aos gestores de micro, pequenas e médias empresas. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 43, p.35-44, 2009. Disponível em: < <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/pensarcontabil/article/view/84> >. Acesso em: 12 nov 2013.

CARVALHO, J. R. M.; TOMAZ, F. A. S. Qualidade em serviços contábeis: um estudo nas empresas do setor de comércio varejista de material de construção. **Revista Alcance**, Campina Grande, v. 18, n. 2, p.91-103, abr./jun. 2010. Disponível em: <<http://www6.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/778>> Acesso em: 12 nov 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Contabilidade no Brasil possui 490 mil profissionais**. Disponível em: <<http://portalcfc.org.br/noticia.php?new=13912>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

COSTA, R. C. F.; COSTA, H. G. Identificação de lacunas nos graus de importância associados a critérios de percepção da qualidade em instituição de ensino superior. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23., 2003, Ouro Preto. **Anais...** . Ouro Preto: ABEPRO, 2003. p. 1 - 8.

ECKERT, A. et al. Avaliação e satisfação dos serviços prestados por escritório contábil. **Contabilidade e Informação**, Ijuí, v. 13, n. 33, p.3-13, jul./dez. 2010. Disponível em: < <http://www.biasio.pro.br/artigos-cientificos/publicados-em-periodicos?download=47:publicados-em-periodicos.>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

GOMES, K. F. **A qualidade dos serviços contábeis como diferencial para seus clientes: um estudo em uma organização contábil de Criciúma - SC**. 2011. 82 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense , Criciúma, 2011.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAWSHE, C H. A quantitative approach to content validity. **Personnel Psychology**, Washington, v. 28, n. 4, p.563-575, 1975. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.460.9380&rep=rep1&type=pdf.>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

MARQUES, W. L. **Contabilidade geral I**: segundo a lei 11638/2007 das sociedades anônimas: passo a passo da contabilidade. Cianorte: Gráfica Vera Cruz, 2010.

MARRIOTT, N.; MARRIOTT, P. Professional accountants and the development of a management accounting service for the small firm: barriers and possibilities. **Management Accounting Research**, New York, v. 11, n. 4, p. 475-492, 2000. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1044500500901422> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

MCNEILLY, K. M.; BARR, T. F. I love my accountants: they're wonderful: understanding customer delight in the professional services arena. **Journal of Services Marketing**, Inglaterra, v. 20, n. 3, p.152-159, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/08876040610665607> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

MOREIRA, R. L. et al. A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p.119-140, jan./abr. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2013v10n19p119> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

NÓBREGA, D. M. et al. Percepção dos atributos de satisfação da qualidade em serviços contábeis: uma investigação no comércio varejista da cidade de Sousa-PB. **Pesquisa & Desenvolvimento em Engenharia de Produção**, Itajubá, v. 8, n. 3, p.129-143, 2010. Disponível em: <[http://api.ning.com/files/3Gs40plUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL\\*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf](http://api.ning.com/files/3Gs40plUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

ÖZER, A.; KOÇAK, A.; ÇELİK, O. Determinants of market orientation in accounting firms. **Marketing Intelligence And Planning**, Inglaterra, v. 24, n. 6, p.591-607, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02634500610701672>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

REGINATO, L.; NASCIMENTO, A. M. Um estudo de caso envolvendo Business Intelligence como instrumento de apoio à controladoria. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 18, n. spe, p.69-83, jun. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/34225> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

SILVA, S. F. **Marketing de serviços: fundamentos, análises e prática no setor de saúde.** Maceió: EDUFAL, 2005. 327 p.

SOUZA, J. V.; MOREIRA, R.; NASCIMENTO, S. Qualidade da prestação de serviços contábeis sob a ótica dos micros e pequenos empresários. In: CONGRESSO UFSC CONTROLADORIA E FINANÇAS & INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 2., 2008, Florianópolis. **Anais...** . Florianópolis: UFSC, 2008. p. 1 - 15.

STONE, G. W. Let's talk: Adapting accountants' communications to small business managers' objectives and preferences. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, Inglaterra, v. 24, n. 6, p. 781-809, 2011. Disponível em: <[http://apira2010.econ.usyd.edu.au/conference\\_proceedings/APIRA-2010-258-Stone-Adapting-accountants-communications-to-small-business-managers.pdf](http://apira2010.econ.usyd.edu.au/conference_proceedings/APIRA-2010-258-Stone-Adapting-accountants-communications-to-small-business-managers.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. The Effectiveness of Newsletters in Accountants' Client Relations with Small Business Managers: an Australian Qualitative Study. **Qualitative Research in Accounting and Management**, Inglaterra, v. 9, n. 1, p. 21-43, 2012. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/11766091211216097>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

STROEHER, A. M. **Identificação das características das informações contábeis e a sua utilização para tomada de decisão organizacional de pequenas empresas.** 2005. 159 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

\_\_\_\_\_. FREITAS, H. Identificação das necessidades de informações contábeis de pequenas empresas para tomada de decisão organizacional. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE GESTÃO DA TECNOLOGIA E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO - CONTECSI, 3., 2006, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: FEA/USP, 2006. p. 2526-2541.

THOMÉ, I. **Empresas de serviços contábeis: estrutura e funcionamento.** São Paulo: Atlas, 2001.

UMBELINO, W. S. **Avaliação qualitativa do desequilíbrio da oferta e demanda de serviços contábeis nas micro, pequenas e médias empresas da grande Recife.** 2008. 90 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

VELOSO, L. F. **Satisfação de clientes: definindo uma proposta para a excelência nos serviços contábeis.** 2004. 107 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de

Produção) - Curso de Engenharia - Modalidade Profissionalizante - ênfase Gerência de Serviços, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

WILSON, F. R.; PAN, W; SCHUMSKY, D. A. Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio. **Measurement And Evaluation In Counseling And Development**, New York, v. 45, n. 3, p.197-210, jul. 2012. Disponível em: <<http://mec.sagepub.com/content/45/3/197.abstract>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

ZONATTO, V. C. S.; ZONATTO, P. A. F.; BARTZ, D. Percepção dos atributos de satisfação da qualidade dos serviços contábeis: uma investigação empírica. **Revista de Contabilidade Dom Alberto**, Santa Cruz do Sul, v. 1, n. 1, p.61-78, jun. 2012. Disponível em: <[http://api.ning.com/files/3Gs40pIUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL\\*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf](http://api.ning.com/files/3Gs40pIUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

## **4: ABORDAGEM MULTIMÉTODOS PARA AVALIAR A PERCEPÇÃO DAS EMPRESAS SOBRE A IMPORTÂNCIA E A SATISFAÇÃO COM OS SERVIÇOS CONTÁBEIS**

### **4.1:RESUMO**

O objetivo do presente artigo é identificar como avaliar o nível de satisfação das empresas com os serviços contábeis e verificar também o nível de importância dos serviços de contabilidade para as organizações. A pesquisa foi realizada com as empresas localizadas no município de São João da Barra. O questionário contém 31 itens e foi elaborado a partir dos resultados obtidos por meio da aplicação do método Lawshe, sendo aplicado a 103 empresas. Para análise dos resultados foram utilizados os métodos de satisfação simples, análise de GAP, importância versus satisfação e insatisfação ponderada. Os resultados obtidos revelam que as organizações do município de São João da Barra encontram-se satisfeitas com os serviços contábeis oferecidos, no entanto, dentre os itens abordados, os serviços que mais apresentam necessidade de melhorias prioritárias são a “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e a “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos”. Já os itens relacionados à confiança nas informações elaboradas e à qualificação do profissional contábil, sua competência, ética e atualização referente à legislação representam pontos positivos para os prestadores de serviços contábeis, pois além de serem itens considerados de importância alta para os clientes, o grau de satisfação também é elevado. Essa pesquisa contribui para que os prestadores de serviços contábeis identifiquem os principais serviços que

precisam ser melhorados e assim aumentem a satisfação de seus clientes, os mantendo fiéis e atraindo novos clientes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Importância; Satisfação; Serviços contábeis; Empresas; Questionário.

#### 4.2: INTRODUÇÃO

Durante muitos anos, as entidades mantiveram seu foco nas mercadorias e no mercado, no entanto, a partir dos anos 1990 as organizações passaram a utilizar estratégias com foco no cliente (STEIL et al., 2013).

De acordo com Eckert et al. (2010) as organizações apresentam-se preocupadas em atender as necessidades e expectativas de seus clientes visando disponibilizar produtos ou serviços de qualidade distinta dos demais ofertantes. Ainda segundo os autores, para obter um aperfeiçoamento da qualidade dos serviços ou produtos, é preciso que as empresas ouçam seus clientes, buscando conhecer suas necessidades e expectativas e assim, estejam aptas a satisfazê-las.

Kotler e Keller (2006) afirmam que existem muitas organizações que aferem sistematicamente o nível de satisfação de seus clientes e os fatores que o influenciam. Os referidos autores destacam que a medição da satisfação dos clientes deve ser realizada regularmente, tendo em vista que o ponto central para mantê-los é satisfazer suas expectativas e necessidades. Um cliente muito satisfeito é fiel a organização por mais tempo, elogia a empresa, fornece pouca atenção a concorrentes, apresenta menor sensibilidade ao preço e realiza sugestões sobre os serviços (KOTLER; KELLER, 2006).

Para Eckert et al. (2010) deve-se analisar minuciosamente a idoneidade dos prestadores de serviços contábeis e a sua habilidade em atender as necessidades dos clientes, pois são crescentes as obrigações tributárias, fiscais, previdenciárias e trabalhistas e também a necessidade de dados gerenciais.

Rossi e Slongo (1998) afirmam que as organizações comprometidas com a qualidade de seus produtos ou serviços apresentam como uma de suas principais prioridades a informação sobre os níveis de satisfação de seus clientes.

Assim, o presente trabalho tem por objetivo identificar como avaliar o grau de satisfação das empresas com os serviços contábeis e também mensurar o nível de importância dos serviços de contabilidade para as organizações.

#### 4.3: REVISÃO DE LITERATURA

##### 4.3.1: Profissão contábil

A profissão contábil foi regimentada por meio do Decreto Lei 9.295/46, no qual constam a criação do Conselho Federal de Contabilidade e a criação dos Conselhos Regionais de Contabilidade (GOMES, 2011 apud BRASIL, 1946). O artigo 25 da referida legislação determina as atribuições dos contabilistas, as quais são:

a) organização e execução de serviços de contabilidade em geral; b) escrituração dos livros de contabilidade obrigatórios, bem como de todos os necessários no conjunto da organização contábil e levantamento dos respectivos balanços e demonstrações; c) perícias judiciais ou extrajudiciais, revisão de balanços e de contas em geral, verificação de haveres, revisão permanente ou periódica de escritas, regulações judiciais ou extrajudiciais de avarias grossas ou comuns, assistência aos Conselhos Fiscais das sociedades anônimas e quaisquer outras atribuições de natureza técnica conferidas por lei aos profissionais de contabilidade (GOMES, 2011; apud BRASIL, 1946).

Entretanto, cabe destacar que os serviços mencionados na alínea c do art. 25 do Decreto Lei 9.295/46 são privativos dos contadores, não podendo ser realizados por técnicos de contabilidade, à exceção daqueles relativos a direitos adquiridos (GOMES, 2011 apud BRASIL, 1946).

Figueiredo e Fabri (2000) afirmam que a principal atribuição do contabilista está relacionada à execução da contabilidade geral, financeira e gerencial, realizando serviços nas seguintes áreas: agrícola, bancária, comercial, hospitalar, imobiliária, industrial, pastoril, pública e de seguros. Os autores revelam ainda que a função do profissional contábil também está ligada a todas as demais atividades pertencentes à contabilidade, assim como, na geração de informações sobre a gestão econômica das empresas.



No entanto, durante um determinado tempo, o contabilista possuía como função principal escriturar os livros mercantis das empresas comerciais e, por este motivo era conhecido como “guarda-livros” (QUEIROZ; CAVALCANTE; DUARTE, 2003).

De acordo com Figueiredo e Fabri (2000) além dos conhecimentos técnicos, o contabilista necessita conhecer o ambiente interno e externo das empresas e possuir um comportamento consciente e responsável.

Thomé (2001) afirma que as empresas contábeis, em geral, atendem pessoas físicas e jurídicas atuantes em todos os setores da atividade econômica. Já Figueiredo e Fabri (2000) afirmam que o principal segmento que emprega os profissionais contábeis são as empresas privadas.

No ano de 2010 foi publicada a Lei 12.249 a qual altera alguns artigos do Decreto Lei 9.295/46 (BRASIL, 2010). De acordo com a referida lei publicada, será necessário além da conclusão do curso de Bacharelado em Ciências Contábeis devidamente reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC) e do registro no Conselho Regional de Contabilidade (CRC), a realização de exame de suficiência para que os profissionais possam exercer a profissão (BRASIL, 2010). Em relação aos técnicos de contabilidade, terão o seu direito de exercício da profissão garantidos aqueles que já estão registrados no CRC e aqueles que o façam até o dia 1º de junho de 2015 (BRASIL, 2010).

De acordo com Eckert et al. (2010) constata-se atualmente no mercado uma alta tendência na terceirização dos serviços contábeis. Segundo Thomé (2001), as empresas terceirizam os serviços contábeis por questões financeiras, tendo em vista que possuir funcionários para desempenhar tais atividades é mais oneroso que o pagamento dos honorários ao contabilista. Já os prestadores de serviços contábeis necessitam estar bem estruturados, possuindo equipamentos e instalações adequados e mão-de-obra especializada (THOMÉ, 2001). Para Eckert et al. (2010) é relevante a terceirização dos serviços de contabilidade, pois eles são bastante específicos, necessitando de qualidade e pessoal especializado para atuar nas distintas áreas que constituem os serviços contábeis. Além disso, Figueiredo e Fabri (2000) revelam que os clientes de serviços contábeis estão mais exigentes, demandando qualidade e eficácia nos serviços realizados. Figueiredo e Fabri (2000) também destacam que dentre os vários ramos para atuação dos profissionais

contábeis, o trabalho autônomo é um dos segmentos ocupados por grande parte dos contabilistas.

#### **4.3.2: Importância do profissional contábil para as empresas**

De acordo com Pitela (2000) desde a antiguidade eram realizados registros e controles contábeis para auxiliar nas decisões e na avaliação do desenvolvimento das empresas. Com a evolução da sociedade foram surgindo novas exigências quanto aos serviços contábeis e atualmente, a contabilidade é essencial como fonte geradora de informações (PITELA, 2000).

Para Darós (2013), a contabilidade apresenta relevância nas distintas etapas da gestão de uma organização. Ainda segundo o autor, a situação econômica, financeira e patrimonial da entidade é refletida por meio das informações produzidas e registradas pela contabilidade, contribuindo dessa forma, para planejamentos, controles e avaliações relativas à empresa.

Quando ocorre a decisão de possuir uma empresa é necessário que o interessado procure um profissional contábil para que o mesmo realize os trâmites legais para abertura da firma e cadastramento da empresa nos devidos órgãos (PASSONI et al., 2013). Segundo os autores, além de realizar as demais atribuições cabíveis ao profissional contábil, o contabilista também irá orientar o empresário quanto à forma de tributação mais adequada para a empresa. Ainda de acordo com Passoni et al. (2013), as informações e controles contábeis auxiliam no planejamento tributário, possibilitando a redução lícita dos tributos empresariais.

O Código Tributário Nacional define tributo como sendo todo pagamento obrigatório estabelecido por lei, que não se refere a punição por ato ilícito e sim ao valor arrecadado em razão de atividade administrativa inteiramente vinculada (BRASIL, 1966). Já a multa está relacionada à prática de um ato ilícito, isto é, contrário as normas legais, como por exemplo, o não pagamento de um tributo ou a não apresentação de uma declaração (HACK, 2008). De acordo com Longo (2010) o não cumprimento de uma exigência legal pode ocorrer em virtude de desconhecimento das exigências ou por vontade consciente de agir contrariamente às exigências.

O planejamento tributário refere-se ao conjunto de ações realizadas por profissionais que visam obter alternativas lícitas para redução ou postergação dos tributos empresariais (POHLMANN, 2012). Santos e Oliveira (2008) complementam o conceito, afirmando que o planejamento é a escolha entre duas ou mais opções lícitas aquela que permite que a organização obtenha melhores resultados. De acordo com Santos e Oliveira (2008) quando a empresa opta pelo regime tributário adequado os reflexos nos resultados podem ser muito significativos, permitindo assim, sua presença e continuidade no mercado. Em conformidade com Santos e Oliveira (2008), Longo (2010) afirma que o planejamento tributário não realizado corretamente pode pôr em risco a atividade econômica da empresa.

Pitela (2000) afirma que o administrador necessita de informações para acompanhar as atividades empresariais e analisar os resultados, determinando assim, metas para alcançar os objetivos. Ainda de acordo com o autor, é a informação contábil que permitirá a obtenção de uma visão geral da situação econômico-financeira da entidade. Eckert et al. (2010) afirmam que os relatórios contábeis são constituídos de informações que auxiliam nas tomadas de decisões financeiras, econômicas e de investimentos nas empresas e dessa forma, representam um papel relevante no desenvolvimento das organizações. Darós (2013) complementa afirmando que as informações geradas pela contabilidade são importantes também para investidores e credores de empréstimos e de fornecimento de recursos para a empresa. O referido autor relata que as informações contábeis facilitam as transações empresariais, pois a confiabilidade entre as organizações envolvidas torna-se maior, tendo em vista que é possível que o mercado externo avalie a empresa com base em suas demonstrações contábeis.

No entanto, embora os gestores identifiquem a necessidade de possuir informação, constata-se que as organizações não fazem uso dos dados que a contabilidade pode apresentar (DARÓS, 2013). Com base em Braga (1992), Pitela (2000) afirma que existe uma ideia de que a contabilidade é necessária apenas para atender as exigências legais. Tal afirmação também se encontra no artigo de Oliveira, Müller e Nakamura (2000), em que segundo os autores as demonstrações contábeis transformaram-se em documentos de difícil compreensão gerencial e são vistos como necessários somente para atendimento das exigências fiscais, ficando em segundo plano o apoio ao empresário no processo decisório. Já segundo Eckert et al. (2010) durante muito tempo os contabilistas foram vistos como profissionais

que atendiam muito mais aos órgãos públicos do que aos empresários, mas de acordo com os autores, a classe contábil conseguiu transformar essa ideia.

Miranda et al. (2008) revelam que empregar a intuição para as tomadas de decisões aumenta a taxa de mortalidade das organizações. Segundo os autores, muitos gestores obtiveram prejuízos e necessitaram encerrar suas atividades empresariais por motivo de decidirem com base nas suas percepções e não contratarem mão-de-obra especializada para auxiliá-los.

Oliveira, Müller e Nakamura (2000) afirmam que com relação às pequenas empresas há a realização de controles insuficientes e a falta de informações que as auxiliem nas decisões empresarias. Dessa forma, a contabilidade é o mecanismo que se utilizado adequadamente irá suprir as necessidades das organizações (OLIVEIRA; MÜLLER; NAKAMURA, 2000).

#### **4.3.3: Satisfação com os serviços prestados**

Em virtude da competitividade no mercado, a satisfação dos clientes tem sido um dos principais fatores para que as empresas aumentem o empenho em atender os interesses e desejos dos clientes (BRANDÃO JUNIOR; LIRA; GONÇALVES, 2004). Para Patterson et al. (1997) o cliente satisfeito é essencial para a criação de vantagem competitiva sustentável no mercado.

Oliver (2010) afirma que a satisfação refere-se a realização do cliente. Trata-se da opinião do consumidor sobre o produto ou serviço oferecido (OLIVER, 2010).

De acordo com Eckert et al. (2010) o profissional precisa demonstrar continuamente os aspectos positivos de seu trabalho, para que o cliente possa identificar qual é o seu serviço e a sua finalidade e assim, fique satisfeito com o resultado.

Pesquisas de satisfação abordam principalmente sobre a desconfirmação das expectativas, isto é, se o desempenho percebido supera as expectativas do cliente ocorre uma desconfirmação positiva e então, o cliente sente-se satisfeito, já se o desempenho percebido ficar abaixo de suas expectativas há uma desconfirmação negativa e o cliente fica insatisfeito (SPRENG; MACKENZIE; OLSHAVSKY, 1996).

Larán e Espinoza (2004) afirmam que as expectativas referem-se a pensamentos que geram para o consumidor um padrão de referência para o

juízo. Segundo os autores, a desconfirmação ocorre quando os resultados são diferentes do padrão de referência. A desconfirmação positiva ocorre quando o resultado é melhor do que esperava-se, e a desconfirmação negativa acontece quando o resultado é pior que o esperado, o que tende a gerar a insatisfação do consumidor (LARÁN; ESPINOZA, 2004).

O conceito de satisfação pode ser distinguido em duas formas: satisfação específica da transação e satisfação cumulativa (BOULDING et al., 1993). A satisfação específica pode fornecer informações exclusivas sobre um determinado produto ou serviço, já a satisfação cumulativa é um indicador fundamental referente ao desempenho passado, presente e futuro da empresa (ANDERSON; FORNELL; LEHMANN, 1994).

Segundo Matsukuma e Hernandez (2006), para estudar a satisfação dos clientes é importante analisar individualmente os atributos do objeto em questão, pois é por meio dessa análise que é possível compreender a formação da satisfação do cliente e, assim, decidir estrategicamente com maior confiança. Ainda de acordo com os autores, além de identificar a satisfação para cada um dos atributos é necessário obter a importância de cada um dos itens para a satisfação, pois os atributos mais importantes devem ser privilegiados em detrimento dos menos importantes.

Segundo Rossi e Slongo (1998) a pesquisa de satisfação dos clientes gera muitos benefícios para a empresa entre eles: percepção dos clientes mais positiva em relação à organização; informações específicas e atuais referente às necessidades dos clientes; relações de lealdade e confiança desenvolvida em virtude de maior proximidade com o cliente.

#### 4.4: METODOLOGIA

A partir dos resultados obtidos por meio da aplicação do método Lawshe, foi elaborado um questionário contendo 31 itens validados pelo cálculo do CVR (Content Validity Ratio) e aplicado a 103 empresas do município de São João da Barra.

Para realização desta pesquisa foi utilizada uma relação da Secretaria Municipal de Fazenda de São João da Barra/RJ na qual constam as seguintes

informações: Situação; Inscrição; Nome; CPF/CNPJ; Atividade e Endereço. A partir dessa listagem foi realizada uma contagem das empresas por setor, excluindo os cadastros com situação baixada; campo CPF/CNPJ constando CPF ou CNPJ inválido ou a palavra “null” e campo atividade apresentando a palavra “null”. As empresas constantes na relação foram agrupadas nos seguintes setores econômicos: agropecuária; indústria; construção civil; comércio e serviços, conforme classificação do IBGE (MTE, 2014). Segue abaixo a Tabela 4 na qual é possível observar a totalidade de empresas por setor, o percentual das mesmas em cada um dos segmentos, a amostra para realização da pesquisa e a quantidade que efetivamente foi realizada em cada setor.

**Tabela 4:** Empresas de São João da Barra por setor econômico

<b>Setor Econômico</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>	<b>Amostra</b>	<b>Realizado</b>
Agropecuária	02	0,2%	0	0
Indústria	111	11,7%	12	12
Construção civil	50	5,3%	5	7
Comércio	471	49,6%	50	52
Serviços	316	33,3%	33	36
<b>Total</b>	<b>950</b>	<b>100,1%</b>	<b>100</b>	<b>107</b>

FONTE: Elaborado pela autora com base nos dados da relação do ano de 2013 da Secretaria Municipal de Fazenda de São João da Barra/RJ

É importante ressaltar que a amostra é proporcional ao percentual de empresas em cada setor econômico e que o total de pesquisas realizadas constantes na tabela superam as 103 empresas pesquisadas, pois algumas organizações pertencem simultaneamente, a mais de um grupo econômico. A amostra foi selecionada por conveniência, não probabilística.

A aplicação do questionário às empresas do município de São João da Barra iniciou-se no dia 18/05/2014 e finalizou-se no dia 10/07/2014. Entretanto, antes da aplicação do questionário final foi realizado o pré-teste, aplicado a 08 empresas com o objetivo de identificar possíveis falhas no entendimento e descrição dos itens. Não foram necessárias alterações no questionário. O questionário é constituído de 31 itens relacionados à prestação de serviços contábeis e contém também perguntas

direcionadas a identificar o perfil do entrevistado e da empresa. As dimensões contempladas no questionário são: “Atendimento”; “Serviços oferecidos”; “Satisfação com os serviços prestados”; “Agilidade e Cumprimento de Prazos”; “Competência, Atualização e Experiência”; “Disponibilidade do profissional contábil”; “Confiança”; “Informações gerenciais”; “Comunicação”; “Funcionários do Estabelecimento de Contabilidade”; “Imagem e Instalações físicas do Estabelecimento de Contabilidade”; “Tecnologia” e “Honorários Contábeis”. Para cada um dos itens do questionário buscou-se avaliar a satisfação e a importância do mesmo, e para isso foi adotada a escala de Likert (1932). A importância e a satisfação foram medidas utilizando a seguinte escala: (1) - Muito baixa; (2) Baixa; (3) Média; (4) Alta; (5) Muita alta e (N) Não sei. Para calcular o tamanho da amostra foi utilizada a fórmula a seguir (GIL, 1988):

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

em que,

n = tamanho da amostra

$\sigma$  = nível de confiança escolhido, expresso em número de desvio-padrão

p = percentagem com a qual o fenômeno se verifica

q = percentagem complementar (100 – p)

N = tamanho da população

e = erro máximo permitido

Por meio da utilização da referida fórmula, a partir de um total de 950 organizações, obtém-se um resultado de 274 empresas, levando em consideração um erro de 5%. Entretanto, para a realização desta pesquisa adotou-se um erro de, aproximadamente 9,27% o que resulta numa amostra de 100 empresas, pois entrevistar 274 empresários demandaria muito tempo tendo em vista a restrita disponibilidade dos empresários.

Os dados obtidos por meio da aplicação do questionário foram tabulados utilizando o Microsoft Office Excel, versão 2007. Em seguida, foram calculadas as

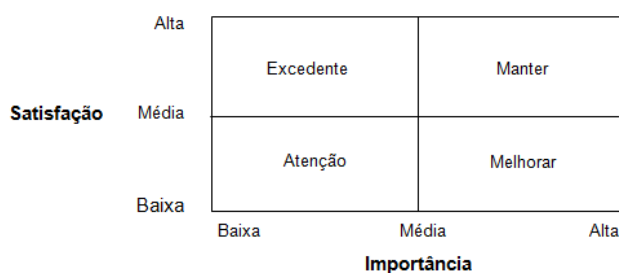
médias e os erros padrão relativos à importância e à satisfação de cada item. Posteriormente, as médias foram comparadas por meio do teste de Scott-Knott, a um nível de significância de 5%. As médias seguidas de mesma letra simbolizam que não existe diferença significativa entre elas. O programa computacional adotado para realizar a análise estatística foi o SAEG (Sistema para Análises Estatísticas e Genéticas), versão 9.1.

Após a tabulação dos dados e cálculo das médias e erros padrão foram utilizados os seguintes métodos para analisar os resultados: satisfação simples, análise de GAP, importância versus satisfação e insatisfação ponderada.

No método de satisfação simples é calculada a média de cada item e os atributos com menores médias de satisfação devem ser priorizados para melhorias (MATSUKUMA; HERNANDEZ, 2006).

Diferentemente do método de satisfação simples, a análise de GAP leva em consideração a importância, expressando a diferença entre a média da importância e a média da satisfação de cada item (FONTENOT; HENKE; CARSON, 2005). Os itens que apresentarem maior discrepância entre a média de importância e a média de satisfação devem ser focados para melhorias (FONTENOT; HENKE; CARSON, 2005).

A análise de GAP retrata a divergência entre a importância e a satisfação de cada atributo, já o método de importância versus satisfação consiste em analisar a relação entre eles (FONTENOT; HENKE; CARSON, 2005). Esse método busca identificar os itens a serem melhorados, por meio da comparação entre o nível de satisfação e a importância de cada um dos atributos, utilizando um gráfico com quadro quadrantes: excedente, atenção, manter e melhorar (FONTENOT; HENKE; CARSON, 2005).



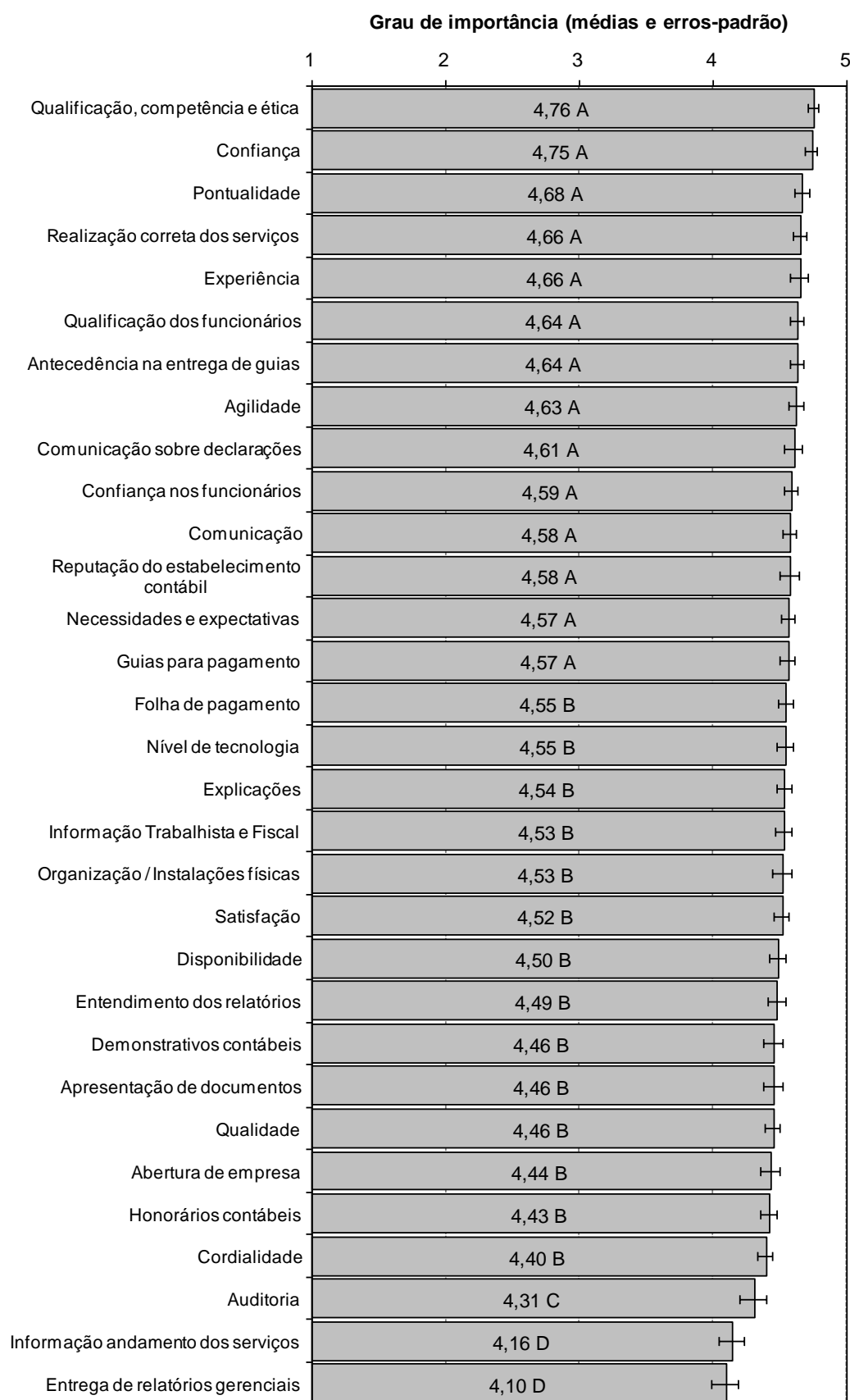
**Figura 5:** Modelo de Importância versus satisfação  
Fonte: adaptação de Fontenot; Henke; Carson, (2005).



Outro método de análise refere-se à insatisfação ponderada, a qual identifica os atributos mais críticos por meio do seguinte cálculo: a diferença entre o maior nível possível de satisfação (neste trabalho refere-se ao nível 5) e a média da satisfação de cada item, e em seguida multiplica-se a referida diferença pela média da importância de cada atributo (MARTINS et al., 2012). Ainda de acordo com os autores, os itens que possuem um valor acima de 10 na insatisfação ponderada são itens considerados críticos.

#### 4.5: RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Figura 6 apresenta as médias e erros padrão referentes à importância de cada item e mostra também a comparação das médias pelo teste de Scott-Knott. As médias que possuem letras iguais não apresentam diferença significativa entre si.



**Figura 6:** Médias de importância dos serviços contábeis em ordem decrescente  
 Fonte: Elaborado pelo Artor (2014)

De acordo com a análise da Figura 6 verifica-se que todos os itens avaliados apresentaram importância média acima de 4, demonstrando assim, que a relevância dos itens para os empresários, em média, é alta ou muito alta. O item “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” foi o atributo que apresentou a maior importância média (4,76), seguido do item “Confiança nas informações elaboradas” (4,75). Verifica-se que durante a aplicação do questionário para determinação dos itens válidos de acordo com o método de Lawshe, esses itens também apresentaram percentuais elevados de respondentes que os consideraram essenciais, sendo 100% dos respondentes que marcaram o item “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” como essencial e 90,9% dos respondentes assinalaram o item “Confiança nas informações elaboradas”. A pesquisa de Veloso (2004) também apresentou os atributos relacionados à confiança e à qualificação, competência e ética do profissional contábil como os mais essenciais na prestação de serviços contábeis.

Outros itens que se destacaram quanto à importância foram: “Pontualidade nos compromissos assumidos” (4,68); “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros” (4,66) e “Experiência do profissional contábil” (4,66). Esses resultados relacionam-se com os obtidos por Anjos, Miranda e Silva (2011), pois na pesquisa realizada por eles com gestores de cooperativas em Alagoas, a experiência do contador e seu conhecimento referente à legislação tributária foram os critérios avaliados como mais importantes para seleção do contabilista.

Já os atributos “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” (4,10); “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” (4,16); “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” (4,31); “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” (4,40) e “Honorários contábeis compatíveis com o serviço oferecido” (4,43), foram os itens que apresentaram menores índices de importância. Comparando esse resultado com o percentual de clientes que consideraram os referidos itens essenciais durante a aplicação do questionário para determinar os itens válidos, constata-se que os atributos “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio”; “Informação ao cliente de quando o

serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” e “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” estiveram, dentre os atributos classificados como válidos, entre os cinco itens com menor percentual de clientes que os consideraram essenciais. Já os itens “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” e “Honorários contábeis compatíveis com o serviço oferecido” apresentaram, respectivamente, um percentual de 90,0% e 90,9% de clientes que os assinalaram como serviços essenciais.

Como o item “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” foi o atributo que apresentou menor importância média, constata-se que os clientes não possuem grande preocupação com a entrega de relatórios que os ajudem na gestão da empresa. Essa informação leva a concluir que os clientes de serviços contábeis entendem não ser essa uma função primordial do profissional contábil, cabendo ao próprio empresário ou algum de seus funcionários gerenciar o negócio e produzir as informações necessárias para realizar essa atividade. O resultado mencionado anteriormente reflete o achado de Moreira et al. (2013) em que apenas 21,3% dos respondentes consideram as informações contábeis relevantes para a tomada de decisões e controle gerencial. Ainda de acordo com os referidos autores, os resultados indicam que os gestores desconhecem a real contribuição que a contabilidade gerencial pode oferecer para a empresa e 49,20% dos respondentes associam o administrador como o profissional mais apto para produzir informações que auxiliem no controle e avaliação do desempenho da empresa.

Resultado semelhante foi encontrado por Bernardes e Miranda (2011) em que se constatou que grande parte dos gestores de pequenas empresas não reconhece a relevância da informação econômico-financeira e o quanto ela auxilia na gestão financeira da empresa e na sua continuidade. Ainda de acordo com os autores, os empresários não associam o contabilista a um profissional que os ajude a administrar adequadamente a sua empresa, sendo o mesmo procurado apenas para realizar os procedimentos legais e fiscais. Bernardes e Miranda (2011) também afirmam que muitos profissionais contábeis limitam-se as questões legais e fiscais, não apresentando interesse em tratar de assuntos relacionados a outras áreas.

Diferentemente dos achados de Moreira et al. (2013) e Bernardes e Miranda (2011), o artigo de Anjos, Miranda e Silva (2011) mostra que para os gestores de

cooperativas de Alagoas o serviço mais importante é a assessoria à administração da cooperativa, seguido da confecção das demonstrações contábeis.

Analisando os atributos “Honorários contábeis compatíveis com o serviço oferecido” (4,43) e “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” (4,40) identifica-se que eles apresentam, respectivamente, a 5ª e 4ª menor média de importância. Esse resultado revela que o valor cobrado pelos serviços contábeis e o tratamento recebido embora sejam itens importantes, não são atributos de importância prioritária para os clientes, sendo para eles essenciais características ligadas à integridade pessoal, ética, qualificação e experiência profissional. É muito relevante também para os clientes que o profissional contábil produza informações confiáveis, exerça corretamente seu serviço e seja pontual nos compromissos assumidos. Esse resultado confirma o obtido por Anjos, Miranda e Silva (2011) em que o preço dos serviços é o critério considerado pelos gestores das cooperativas como o menos importante na escolha do profissional contábil.

Já a análise do trabalho de Souza, Moreira e Nascimento (2008) aponta que há uma relação entre a solicitação de demonstrativos contábeis e o porte da empresa, pois o nível de solicitação dos referidos documentos é mais elevado nas empresas de grande porte. Essa relação entre a solicitação de demonstrativos contábeis e o porte da entidade pode ser um possível motivo para que na presente pesquisa, realizada na maioria com micros e pequenas empresas, o item “Confecção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confecção dos livros fiscais”, esteja entre os 10 itens que apresentaram menor importância média. Cabe ressaltar que a importância média do referido atributo é de 4,46 (importância entre alta e muita alta), porém quando se compara com os demais itens, a confecção dos demonstrativos contábeis e livros fiscais apresenta-se entre os últimos atributos considerados relevantes. O artigo de Moreira et al. (2013), realizado com micros e pequenas empresas, também corrobora esses resultados, pois somente 8,9% dos respondentes recebem do contabilista o balanço patrimonial, os balancetes, a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) e o Fluxo de Caixa.

Quando se compara o presente artigo ao trabalho de Nóbrega et al. (2010) evidencia-se alguns resultados semelhantes entre eles. Verifica-se que os atributos mais importantes na prestação de serviços contábeis de acordo com a pesquisa de Nóbrega et al. (2010) são: confiança, imagem, pontualidade, agilidade, instalações

físicas, colaboradores do escritório e presteza no atendimento. Os atributos que correspondem a esses no presente trabalho também foram considerados muito importantes, tendo em vista que apresentaram importância média entre 4,76 e 4,53, exceto o item “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” que apresentou importância média de 4,40 e foi o 4º item com menor grau de importância.

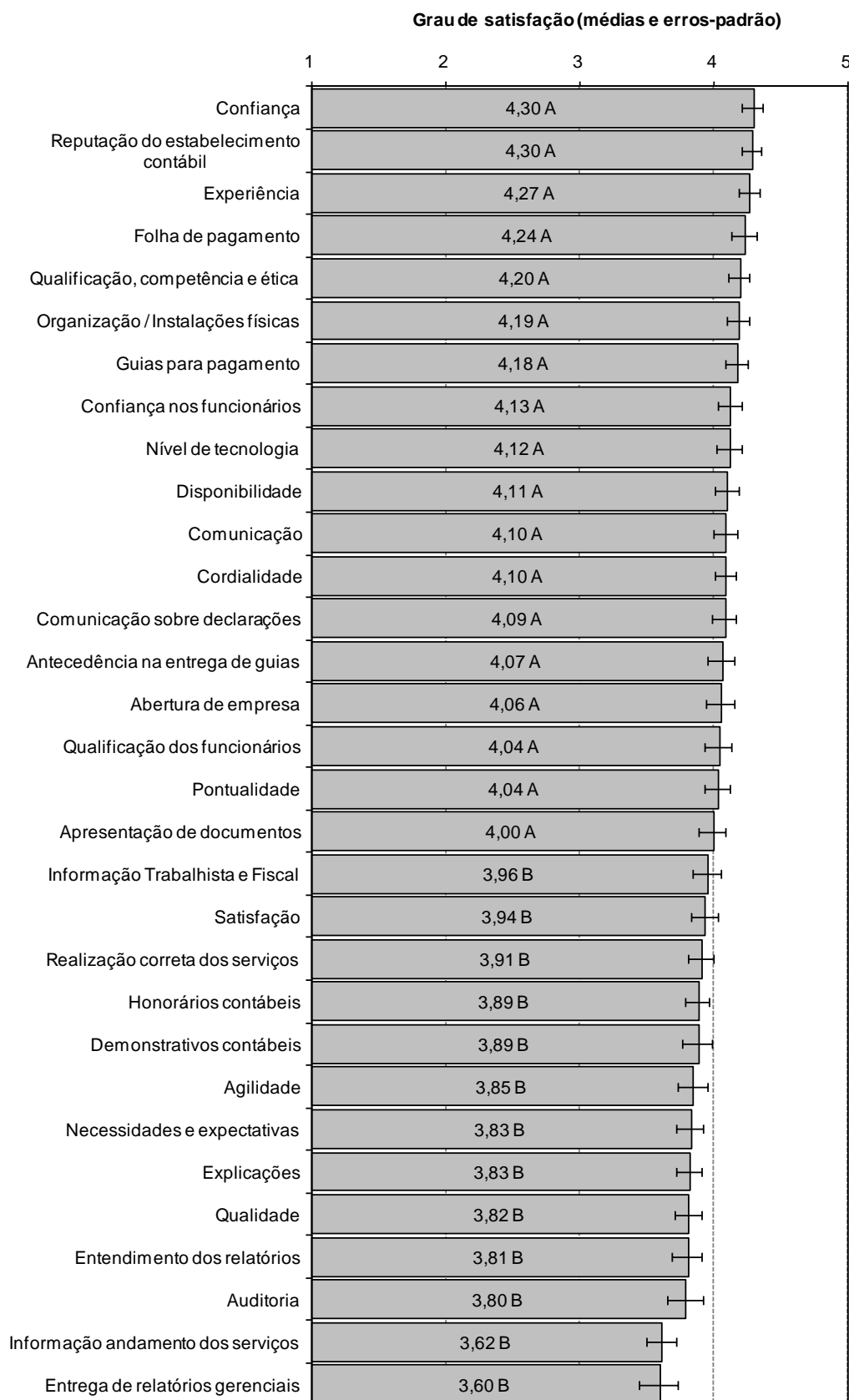
Outra informação importante que se pode destacar da Figura 6 é que do item “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” ao item “Elaboração das guias para pagamento” não há diferença significativa entre as médias. Entre os itens “Elaboração da folha de pagamento” e “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” também não existe diferença significativa entre as médias. O item “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” possui diferença significativa das médias dos demais itens e as médias dos itens “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” e “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” não diferem significativamente uma da outra.

#### **4.5.1: Métodos de Satisfação**

A seguir, são apresentados os resultados obtidos relativos ao grau de satisfação das empresas do município de São João da Barra/RJ com os serviços contábeis prestados. Os resultados foram analisados utilizando os métodos de satisfação simples, análise de GAP, importância versus satisfação e insatisfação ponderada. Posteriormente, os resultados obtidos por meio da aplicação dos métodos foram comparados.

##### **4.5.1.1: Resultados pelo método de satisfação simples**

Na Figura 7 constam as médias e erros padrão do grau de satisfação atribuído a cada item, assim como a comparação das médias pelo teste de Scott-Knott.



**Figura 7:** Médias de satisfação com os serviços contábeis em ordem decrescente  
 Fonte: Elaborado pelo Autor (2014)

Nota-se que de modo geral os clientes estão satisfeitos com os serviços contábeis, pois o menor nível de satisfação refere-se a uma média de 3,60 o que representa uma satisfação entre média e alta. Esse achado é semelhante ao obtido por Umbelino (2008) no qual 68% dos respondentes estão satisfeitos com os serviços contábeis recebidos. Zonatto, Zonatto e Bartz (2012) também obtiveram resultado similar, pois de acordo com sua pesquisa realizada em Soledade/RS não houve indicativo de insatisfação por parte dos gestores com os serviços contábeis prestados.

Por meio da Figura 7 identifica-se que os clientes estão mais satisfeitos com os seguintes itens: “Confiança nas informações elaboradas” (4,30); “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências” (4,30); “Experiência do profissional contábil” (4,27); “Elaboração da folha de pagamento” (4,24); “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” (4,20); “Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas” (4,19) e “Elaboração das guias para pagamento” (4,18).

Em relação aos atributos com menor grau de satisfação destacam-se os seguintes: “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” (3,60); “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” (3,62); “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” (3,80); “Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis” (3,81); “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” (3,82); “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações” (3,83) e “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” (3,83).

Realizando um comparativo com outros estudos que abordaram o assunto em questão verifica-se que no artigo de Caneca et al. (2009) os resultados obtidos indicam a necessidade de melhorar a entrega de relatórios que auxiliem na gestão da empresa. Esse resultado assemelha-se ao encontrado neste trabalho, pois o item “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” foi o item que apresentou o menor nível de satisfação (média = 3,60).

Em relação à pesquisa de Souza, Moreira e Nascimento (2008) identificou-se que na avaliação feita pelos clientes sobre os contabilistas, o atributo que obteve



menor média (6,0) foi o item “fornecimento de informações importantes para a administração da empresa”.

A pesquisa de Umbelino (2008) realizada na grande Recife também ratifica esse resultado, pois verificou-se uma demanda de informações gerenciais, sendo na média 66% dos dados processados sem o auxílio do profissional contábil e para 62% dos respondentes o item “Entregar relatórios diferentes dos atuais que possam ajudar na gestão dos negócios” precisa ser melhorado. Outro trabalho que apresentou resultado similar foi o de Moreira et al. (2013), em que apenas 22,6% dos gestores utilizam relatórios contábeis para tomada de decisão.

Comparando a Figura 6 com a Figura 7 percebe-se que alguns itens possuem semelhanças entre os níveis de importância e satisfação. Alguns desses atributos que se destacam são relatados a seguir. O item “Confiança nas informações elaboradas” apresenta maior nível de satisfação média (4,30) e apresenta importância de 4,75 (2º maior nível de importância entre os itens). O item “Experiência do profissional contábil” possui o 2º maior grau de satisfação dentre os itens (4,27) e apresenta a 4ª maior média de importância (4,66). E o atributo “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”, o qual apresenta maior importância média (4,76) possui nível de satisfação média de 4,20 (4º maior grau de satisfação). Ainda se destacam os itens: “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio”; “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” e “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)”. Esses itens chamam a atenção, pois apresentam os menores níveis de importância e também de satisfação. É possível constatar que os referidos serviços provavelmente não são realizados pelos contabilistas, são realizados com baixa frequência ou são desenvolvidos, porém não como o cliente gostaria que fosse. Embora os níveis de importância desses atributos tenham sido os menores é importante melhorá-los, pois o menor grau de importância média foi de 4,10 o que é considerado uma importância alta, já a satisfação dos clientes ficou próxima a uma satisfação média, não alcançando uma média alta.

É importante ressaltar que o atributo “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros” apresentou importância média de

4,66 (4ª maior média de importância dentre os itens), porém a satisfação média foi de 3,91, o que mostra que este item deve ser melhorado.

Outra análise que pode ser realizada a partir da Figura 7 é que do item “Confiança nas informações elaboradas” ao item “Apresentação dos documentos solicitados pelo cliente” não há diferença significativa entre as médias. O mesmo ocorre entre os itens “Informação Trabalhista e Fiscal” e “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio”.

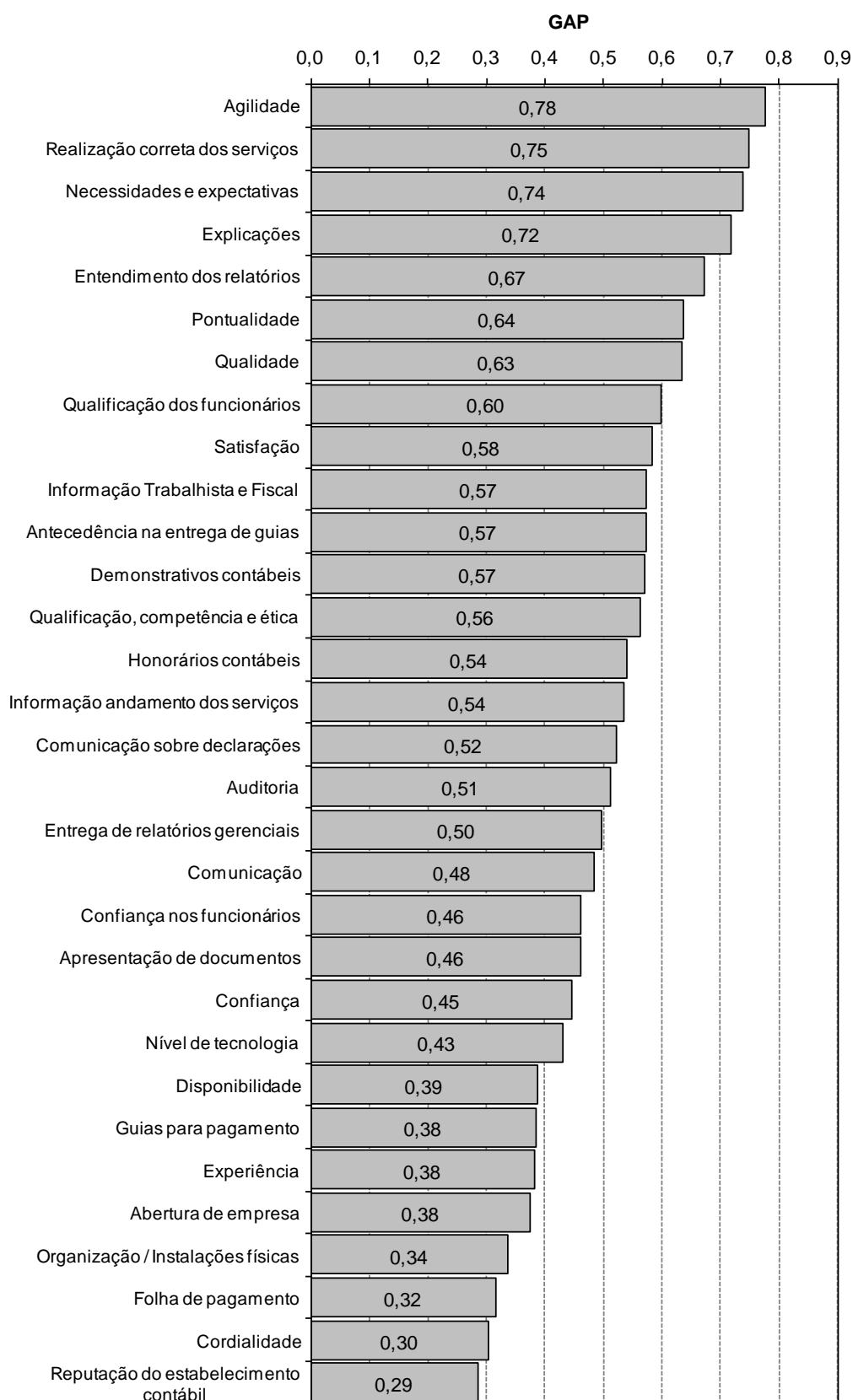
#### 4.5.1.2: Análise de GAP

A Tabela 5 e a Figura 8 apresentam a análise de GAP, na qual os resultados são obtidos por meio da subtração entre a média da importância e a média da satisfação (FONTENOT; HENKE; CARSON, 2005).

**Tabela 5:** Médias da importância e da satisfação com os serviços contábeis e os valores da análise de GAP

Dimensão	Item	Descrição	Import.	Satisf.	GAP
Atendimento	1	Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação	4,40	4,10	0,30
	2	Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros	4,66	3,91	0,75
Serviços oferecidos	3	Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações	4,54	3,83	0,72
	4	Atendimento das necessidades e expectativas do cliente	4,57	3,83	0,74
	5	Confecção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confecção dos livros fiscais	4,46	3,89	0,57
	6	Informação Trabalhista e Fiscal	4,53	3,96	0,57
	7	Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos	4,16	3,62	0,54
	8	Elaboração das guias para pagamento	4,57	4,18	0,38
	9	Elaboração da folha de pagamento	4,55	4,24	0,32
	10	Abertura de empresa	4,44	4,06	0,38
	11	Apresentação dos documentos solicitados pelo cliente	4,46	4,00	0,46
	12	Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	4,31	3,80	0,51
	Satisfação com os serviços prestados	13	Satisfação com os serviços contábeis oferecidos	4,52	3,94
14		Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados	4,46	3,82	0,63
Agilidade e Cumprimento de Prazos	15	Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos	4,63	3,85	0,78
	16	Antecedência/pontualidade no encaminhamento de guias	4,64	4,07	0,57
Competência, Atualização e Experiência	17	Pontualidade nos compromissos assumidos	4,68	4,04	0,64
	18	Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade	4,76	4,20	0,56
Disponibilidade do profissional contábil	19	Experiência do profissional contábil	4,66	4,27	0,38
	20	Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário	4,50	4,11	0,39
Confiança	21	Confiança nas informações elaboradas	4,75	4,30	0,45
Informações gerenciais	22	Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio	4,10	3,60	0,50
	23	Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis	4,49	3,81	0,67
Comunicação	24	Comunicação, informações claras e precisas	4,58	4,10	0,48
	25	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda e declarações de atividades do negócio	4,61	4,09	0,52
Funcionários do Estabelecimento de Contabilidade	26	Confiança nos funcionários do estabelecimento de contabilidade e comprometimento dos mesmos com o desempenho de suas funções	4,59	4,13	0,46
	27	Qualificação dos funcionários	4,64	4,04	0,60
Imagem e Instalações físicas do Estabelec. de Contabilidade	28	Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências	4,58	4,30	0,29
	29	Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas	4,53	4,19	0,34
Tecnologia	30	Nível de tecnologia do estabelecimento de contabilidade	4,55	4,12	0,43
Honorários contábeis	31	Honorários contábeis compatíveis com o serviço oferecido	4,43	3,89	0,54

Fonte: Elaborado pelo Autor (2014).



**Figura 8:** Análise de GAP dos itens em ordem decrescente  
 Fonte: Elaborado pelo Autor (2014)

Por meio da Tabela 5 verifica-se que o maior valor possível a obter-se por meio da análise de GAP seria 4 (diferença entre 5 – maior nível de importância e 1 – menor nível de satisfação). Entretanto, identifica-se neste trabalho que o maior valor na análise de GAP foi 0,78, mostrando assim que existem pontos a serem melhorados, porém não em situação de extrema discrepância entre a importância e a satisfação.

Analisando a Figura 8 é possível constatar que os itens que necessitam de melhorias prioritárias são: “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos”; “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros”; “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” e “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações”. Esses resultados sugerem que o empresário necessita de serviços contábeis realizados rapidamente para atender as suas demandas e que a execução das atividades seja realizada de forma correta, pois muitas vezes os erros cometidos pela contabilidade geram gastos adicionais para a empresa. Verifica-se também que é preciso haver maior preocupação por parte dos contabilistas em identificar e atender as necessidades e expectativas do cliente, além de orientá-lo quanto às mudanças na legislação e aos procedimentos a serem adotados, pois o empresário deseja ter conhecimento sobre como deve proceder e os resultados indicam que esta orientação do profissional contábil precisa ser melhor.

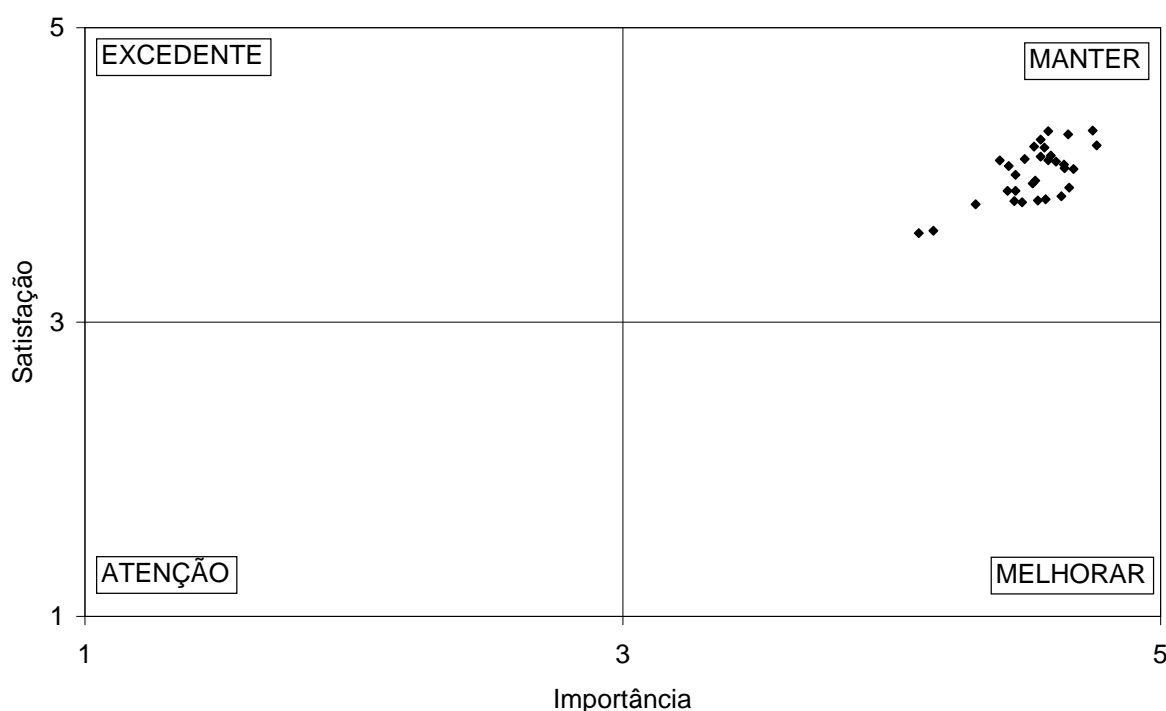
Ainda de acordo com a Figura 8 identifica-se que os itens “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências”; “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação”; “Elaboração da folha de pagamento” e “Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas” apresentaram os menores valores na análise de GAP. Portanto, esses itens seriam os últimos a serem melhorados.

Os dois itens prioritários para melhorias de acordo com a análise de GAP encontram-se em sintonia com os resultados obtidos na pesquisa de Assis (2013), pois segundo o referido trabalho os indicadores que apresentaram menores desempenhos na qualidade percebida foram entrega de serviços dentro do prazo e realização de serviços livres de erros. Outra informação constante na pesquisa de Assis (2013) é que uma das hipóteses testadas confirmou que há uma relação positiva entre a percepção da qualidade do serviço e o nível de satisfação dos clientes. Dessa forma, é importante que os prestadores de serviços contábeis

busquem melhorar a qualidade de seus serviços. Embora no presente trabalho o grau de satisfação dos clientes com o atributo “qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” seja de 3,82 (satisfação entre média e alta), este item refere-se ao 5º atributo com menor nível de satisfação e o 7º item na análise de GAP em ordem decrescente, necessitando assim, que sejam priorizados procedimentos visando a melhoria do referido atributo.

#### 4.5.1.3: Importância versus satisfação

Com o intuito de analisar a relação entre a importância e a satisfação foi elaborada a Figura 9, a qual apresenta um gráfico que contém quatro quadrantes: atenção, excedente, melhorar e manter. Por meio da análise dessa figura constata-se que todos os itens encontram-se no quadrante “manter”. Para melhor analisar o quadrante “manter” foi elaborada a Figura 10.



**Figura 9:** Médias de satisfação e de importância plotadas no gráfico de importância versus satisfação  
Fonte: Elaborado pelo Autor (2014).

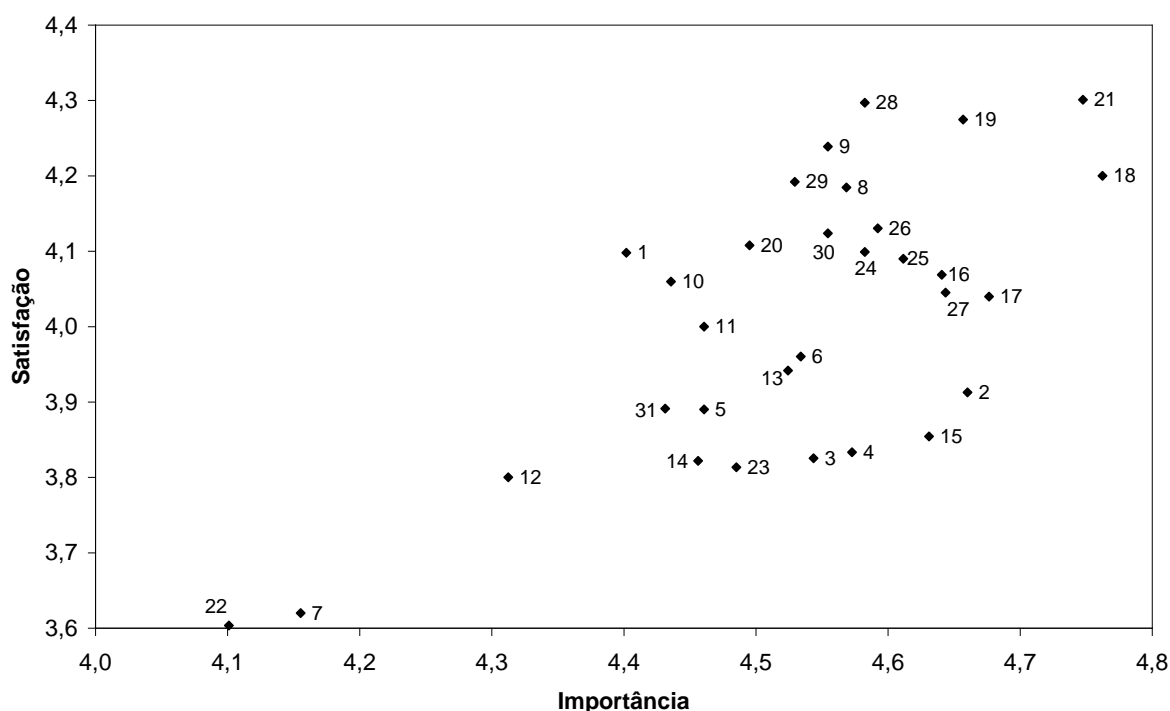


Figura 10: Ampliação do quadrante “manter” do gráfico de importância versus satisfação  
 Fonte: Elaborado pelo Autor (2014).

OBS: Legenda: **1** – Cordialidade, **2** – Realização correta dos serviços, **3** – Explicações, **4** – Necessidades e expectativas, **5** – Demonstrativos contábeis, **6** – Informação Trabalhista e Fiscal, **7** – Informação andamento dos serviços, **8** – Guias para pagamento, **9** – Folha de pagamento, **10** – Abertura de empresa, **11** – Apresentação de documentos, **12** – Auditoria, **13** – Satisfação, **14** – Qualidade, **15** – Agilidade, **16** – Antecedência na entrega de guias, **17** – Pontualidade, **18** – Qualificação, competência e ética, **19** – Experiência, **20** – Disponibilidade, **21** – Confiança, **22** – Entrega de relatórios gerenciais, **23** – Entendimento dos relatórios, **24** – Comunicação, **25** – Comunicação sobre declarações, **26** – Confiança nos funcionários, **27** – Qualificação dos funcionários, **28** – Reputação do estabelecimento Contábil, **29** – Organização / Instalações Físicas, **30** – Nível de tecnologia e **31** – Honorários contábeis.

Observando a Figura 10 percebe-se que o item 22 - “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e o item 7 - “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” são os itens que mais se aproximam do quadrante “melhorar”. Assim, essa análise sugere priorizá-los para melhoria.

Outra questão que se destaca na Figura 10 é que os itens 21 - “Confiança nas informações elaboradas” e 18 - “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” representam pontos positivos para os prestadores de serviços contábeis, pois além de serem itens considerados de importância alta para os clientes, o grau de satisfação também é elevado. Já no estudo de McNeilly e Barr

(2006) os atributos que superaram as expectativas dos clientes foram à competência e à experiência.

#### 4.5.1.4: Insatisfação Ponderada

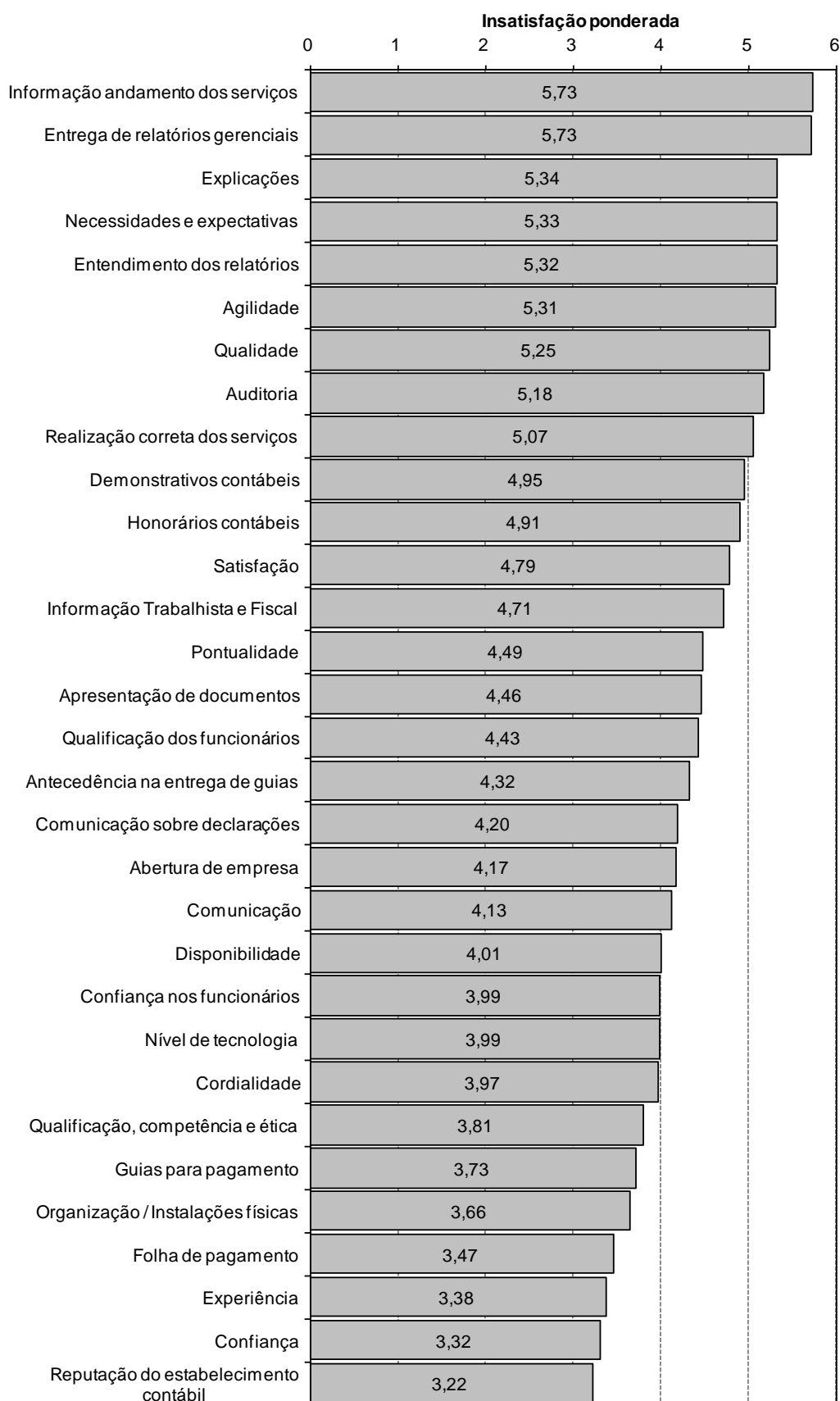
Para avaliar os pontos críticos na prestação de serviços contábeis, além dos métodos analisados anteriormente, foi utilizado o método de insatisfação ponderada. A Tabela 6 apresenta as etapas para realização do método de insatisfação ponderada e os valores obtidos pelo mesmo, e a Figura 11 mostra os referidos valores em ordem decrescente.

**Tabela 6:** Valores utilizados para cálculo da insatisfação ponderada

Item	Maior valor	Satisfação	Insatisfação	Importância	Insatisfação ponderada
Cordialidade	5	4,10	0,90	4,40	3,97
Realização correta dos serviços	5	3,91	1,09	4,66	5,07
Explicações	5	3,83	1,17	4,54	5,34
Necessidades e expectativas	5	3,83	1,17	4,57	5,33
Demonstrativos contábeis	5	3,89	1,11	4,46	4,95
Informação Trabalhista e Fiscal	5	3,96	1,04	4,53	4,71
Informação andamento dos serviços	5	3,62	1,38	4,16	5,73
Guias para pagamento	5	4,18	0,82	4,57	3,73
Folha de pagamento	5	4,24	0,76	4,55	3,47
Abertura de empresa	5	4,06	0,94	4,44	4,17
Apresentação de documentos	5	4,00	1,00	4,46	4,46
Auditoria	5	3,80	1,20	4,31	5,18
Satisfação	5	3,94	1,06	4,52	4,79
Qualidade	5	3,82	1,18	4,46	5,25
Agilidade	5	3,85	1,15	4,63	5,31
Antecedência na entrega de guias	5	4,07	0,93	4,64	4,32
Pontualidade	5	4,04	0,96	4,68	4,49
Qualificação, competência e ética	5	4,20	0,80	4,76	3,81
Experiência	5	4,27	0,73	4,66	3,38
Disponibilidade	5	4,11	0,89	4,50	4,01
Confiança	5	4,30	0,70	4,75	3,32
Entrega de relatórios gerenciais	5	3,60	1,40	4,10	5,73
Entendimento dos relatórios	5	3,81	1,19	4,49	5,32
Comunicação	5	4,10	0,90	4,58	4,13
Comunicação sobre declarações	5	4,09	0,91	4,61	4,20
Confiança nos funcionários	5	4,13	0,87	4,59	3,99
Qualificação dos funcionários	5	4,04	0,96	4,64	4,43
Reputação do estabelecimento contábil	5	4,30	0,70	4,58	3,22
Organização / Instalações físicas	5	4,19	0,81	4,53	3,66
Nível de tecnologia	5	4,12	0,88	4,55	3,99
Honorários contábeis	5	3,89	1,11	4,43	4,91

Fonte: Elaborado pelo Autor (2014).





**Figura 11:** Insatisfação ponderada dos itens em ordem decrescente  
 Fonte: Elaborado pelo Autor (2014).

A Figura 11 permite observar que os itens que apresentam índices de insatisfação ponderada acima de 5 são: “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” (5,73); “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” (5,73); “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações” (5,34); “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” (5,33); “Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis” (5,32); “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos” (5,31); “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” (5,25); “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” (5,18) e “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros” (5,07).

Martins et al. (2012) afirmam que são considerados itens críticos aqueles que possuem insatisfação ponderada acima de 10. Entretanto, é relevante que se inicie procedimentos de melhoria para os itens mencionados acima, evitando que se agravem os níveis de insatisfação, o que pode causar perda de clientes para os concorrentes.

Em relação aos itens: “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências” (3,22); “Confiança nas informações elaboradas” (3,32); “Experiência do profissional contábil” (3,38); “Elaboração da folha de pagamento” (3,47) e “Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas” (3,66), esses deveriam ser os últimos atributos a serem contemplados com melhorias, tendo em vista que possuem os menores índices de insatisfação ponderada.

#### 4.5.1.5: Comparação dos métodos de satisfação

Com o objetivo de comparar os resultados conforme o método utilizado foi elaborado a Tabela 7.

**Tabela 7:** Comparação entre os métodos de satisfação simples, análise de GAP, importância versus satisfação e insatisfação ponderada

Satisfação simples		Análise de GAP		Import. vs Satisf.		Insatisfação ponderada	
Item	Satisfação	Item	GAP	Item	Item	Insatisfação ponderada	
Entrega de relatórios gerenciais	3,603	Agilidade	0,777	Entrega de relatórios gerenciais*	Informação andamento dos serviços	5,734	
Informação andamento dos serviços	3,620	Realização correta dos serviços	0,748	Informação andamento dos serviços*	Entrega de relatórios gerenciais	5,727	
Auditoria	3,800	Necessidades e expectativas	0,739		Explicações	5,338	
Entendimento dos relatórios	3,813	Explicações	0,718		Necessidades e expectativas	5,335	
Qualidade	3,822	Entendimento dos relatórios	0,672		Entendimento dos relatórios	5,322	
Explicações	3,825	Pontualidade	0,637		Agilidade	5,305	
Necessidades e expectativas	3,833	Qualidade	0,635		Qualidade	5,251	
Agilidade	3,854	Qualificação dos funcionários	0,599		Auditoria	5,175	
Demonstrativos contábeis	3,890	Satisfação	0,583		Realização correta dos serviços	5,067	
Honorários contábeis	3,891	Informação Trabalhista e Fiscal	0,574		Demonstrativos contábeis	4,951	
Realização correta dos serviços	3,913	Antecedência na entrega de guias	0,572		Honorários contábeis	4,914	
Satisfação	3,942	Demonstrativos contábeis	0,571		Satisfação	4,788	
Informação Trabalhista e Fiscal	3,960	Qualificação, competência e ética	0,562		Informação Trabalhista e Fiscal	4,714	
Apresentação de documentos	4,000	Honorários contábeis	0,540		Pontualidade	4,491	
Pontualidade	4,040	Informação andamento dos serviços	0,535		Apresentação de documentos	4,461	
Qualificação dos funcionários	4,045	Comunicação sobre declarações	0,522		Qualificação dos funcionários	4,435	
Abertura de empresa	4,060	Auditoria	0,513		Antecedência na entrega de guias	4,322	
Antecedência na entrega de guias	4,069	Entrega de relatórios gerenciais	0,498		Comunicação sobre declarações	4,197	
Comunicação sobre declarações	4,090	Comunicação	0,484		Abertura de empresa	4,172	
Cordialidade	4,098	Confiança nos funcionários	0,462		Comunicação	4,129	
Comunicação	4,099	Apresentação de documentos	0,461		Disponibilidade	4,010	
Disponibilidade	4,108	Confiança	0,447		Confiança nos funcionários	3,993	
Nível de tecnologia	4,124	Nível de tecnologia	0,431		Nível de tecnologia	3,991	
Confiança nos funcionários	4,130	Disponibilidade	0,387		Cordialidade	3,970	
Guias para pagamento	4,184	Guias para pagamento	0,384		Qualificação, competência e ética	3,810	
Organização / Instalações físicas	4,192	Experiência	0,382		Guias para pagamento	3,726	
Qualificação, competência e ética	4,200	Abertura de empresa	0,376		Organização / Instalações físicas	3,660	
Folha de pagamento	4,239	Organização / Instalações físicas	0,337		Folha de pagamento	3,468	
Experiência	4,275	Folha de pagamento	0,316		Experiência	3,379	
Reputação do estabelecimento contábil	4,297	Cordialidade	0,304		Confiança	3,319	
Confiança	4,301	Reputação do estabelecimento contábil	0,285		Reputação do estabelecimento contábil	3,221	

Fonte: Elaborado pelo Autor (2014).

\*Itens constantes no quadrante “manter” de acordo com o método utilizado, porém se aproximaram do quadrante “melhorar”.

De acordo com a Tabela 7 verifica-se que os resultados obtidos por meio dos métodos adotados divergem uns dos outros, porém não apresentam total discrepância entre eles.

Os itens “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” são os itens que apresentam menor nível de satisfação média e são os primeiros no ranking de insatisfação ponderada. O método de importância versus satisfação, embora tenha mantido todos os itens no quadrante “manter” os itens que mais se aproximaram do quadrante “melhorar” foram os atributos citados anteriormente. Essa análise mostra que os itens prioritários para melhoria seriam “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos”, pois constam em todos os métodos como prioritários, exceto na análise de GAP. Verifica-se que na análise de GAP esses itens não constam como prioritários para melhorias, pois embora apresentem os menores níveis de satisfação, são os itens considerados menos importantes pelos clientes, assim quando se calcula a diferença entre as médias de importância e satisfação, obtém-se um valor menor que outros itens que possuem uma importância maior.

Outros itens que se destacam para possíveis melhorias são: “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” (3ª menor satisfação média, 8ª maior insatisfação ponderada e 17ª posição em ordem decrescente da análise de GAP); “Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis” (4ª menor satisfação média, 5ª posição em ordem decrescente da análise de GAP e 5ª maior insatisfação ponderada); “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos” (1ª colocação na análise de GAP em ordem decrescente, 6ª maior insatisfação ponderada e 8ª menor satisfação média); “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros” (2ª colocação na análise de GAP em ordem decrescente, 9ª maior insatisfação ponderada e 11ª menor satisfação média); “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” (3ª posição na análise de GAP em ordem decrescente, 4ª maior insatisfação ponderada e 7ª menor satisfação média) e “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações” (3ª posição na insatisfação ponderada, 4ª posição em ordem decrescente da análise de GAP e 6ª menor satisfação média).

A Tabela 7 permite identificar também que os quatro últimos atributos a necessitarem de melhorias, de acordo com o método de satisfação simples e insatisfação ponderada são: “Confiança nas informações elaboradas”; “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências”; “Experiência do profissional contábil” e “Elaboração da folha de pagamento”. Em relação ao método de análise GAP, permanecem os itens “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências” e “Elaboração da folha de pagamento” e surgem os itens “Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação” e “Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas”.

#### 4.6: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo visou analisar como identificar o nível de satisfação das empresas com os serviços contábeis e também verificar o grau de importância dos serviços prestados pelos contabilistas para as organizações. Para alcançar esse objetivo foi aplicado um questionário contendo 31 questões relacionadas aos serviços contábeis a 103 empresas do município de São João da Barra. Utilizou-se o teste de Scott-Knott para comparar as médias e os métodos aplicados para analisar os resultados foram satisfação simples, análise de GAP, importância versus satisfação e insatisfação ponderada.

Verificou-se por meio desse artigo que as empresas do município de São João da Barra consideram a importância dos serviços contábeis, em média, entre alta e muita alta, pois todos os itens da pesquisa apresentaram média acima de 4 (importância alta). Entretanto, cabe destacar que os itens que obtiveram um maior nível de importância foram: “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” (4,76) e “Confiança nas informações elaboradas” (4,75). Já os atributos “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” (4,10) e “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” (4,16) foram os que apresentaram menores níveis de relevância.

Em relação à satisfação, nota-se que em geral as empresas estão satisfeitas com os serviços contábeis, pois a menor satisfação média foi 3,60 o que representa

uma satisfação entre média e alta. Os três itens que apresentaram maiores níveis de satisfação foram: “Confiança nas informações elaboradas” (4,30); “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências” (4,30) e “Experiência do profissional contábil” (4,27). Em contrapartida, os atributos com menores níveis de satisfação foram: “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” (3,60); “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” (3,62) e “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” (3,80).

Outra análise realizada foi por meio da utilização da análise de GAP, a qual identificou que os itens que necessitam de melhorias prioritárias são: “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos”; “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros”; “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” e “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações”. É importante destacar, que embora os itens acima necessitem ser melhorados, eles não se encontram em situação de extrema discrepância entre a importância e a satisfação, tendo em vista que o maior valor possível a obter-se por meio da análise de GAP seria 4 (diferença entre 5 – maior nível de importância e 1 – menor nível de satisfação) e na presente pesquisa, o maior valor obtido por meio da análise de GAP foi 0,78.

Outro resultado obtido nesta pesquisa é que no gráfico de importância versus satisfação todos os 31 itens constam no quadrante “manter”, mostrando assim, que mesmos aqueles atributos que apresentaram níveis de satisfação mais baixos não estão em níveis de insatisfação críticos que necessitem melhorar com extrema urgência. No entanto, os itens que mais se aproximam do quadrante “melhorar” são: “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos”. Esse resultado está em sintonia com o encontrado no método de satisfação simples, em que os referidos itens foram os que apresentam níveis mais baixos de satisfação média. Assim, embora esses itens estejam no quadrante “manter” é válido iniciar procedimentos de melhorias, pois se aproximam do quadrante “melhorar”. Já os atributos “Confiança nas informações elaboradas” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”

apresentam níveis de importância e satisfação elevados, representando assim, pontos positivos para os prestadores de serviços contábeis.

No último método analisado, insatisfação ponderada, os atributos que apresentaram níveis mais elevados de insatisfação ponderada foram: “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos” (5,73); “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” (5,73); “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações” (5,34); “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” (5,33); “Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis” (5,32); “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos” (5,31); “Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados” (5,25); “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)” (5,18) e “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros” (5,07).

Constata-se neste trabalho que os métodos aplicados para analisar os resultados apresentaram algumas divergências nos resultados obtidos, no entanto, essas divergências não são totalmente discrepantes. De forma geral, verifica-se que os clientes estão satisfeitos com os serviços contábeis, principalmente com a “confiança nas informações elaboradas”; “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências”; “Elaboração da folha de pagamento”; “Experiência do profissional contábil” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”. Já os itens que os prestadores de serviços contábeis necessitam fornecer mais atenção são: “Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio” e “Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos”. Outros itens que se destacam para futuras melhorias são: “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)”; “Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis”; “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos”; “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros”; “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” e “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações”.

A relevância desta pesquisa está relacionada à utilização de uma abordagem multimétodos para averiguação da satisfação das empresas com os serviços

contábeis e também à necessidade dos prestadores de serviços contábeis conhecerem o nível de satisfação dos seus clientes com os serviços prestados, para assim poderem melhorar aqueles menos satisfatórios e dessa forma, manter seus clientes fiéis. Sugere-se para trabalhos futuros a realização da pesquisa em municípios próximos ao município de São João da Barra e a comparação dos resultados encontrados em cada município. Outra sugestão seria analisar os resultados dos dados levantados relativos ao perfil das empresas do município de São João da Barra/RJ.

#### 4.7: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, E. W.; FORNELL, C.; LEHMANN, D. R. Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden. **Journal of Marketing**, New York, v. 58, n. 3, p.53-66, jul. 1994. Disponível em: <<https://www0.gsb.columbia.edu/mygsb/faculty/research/pubfiles/927/927.pdf> >. Acesso em: 12 nov 2013.

ANJOS, L. C. M.; MIRANDA, L. C.; SILVA, D. J. C. Utilização de informações contábeis em cooperativas: são os contadores necessários? **Revista Ambiente Contábil**, Natal, v. 3, n. 1, p.89-105, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufrn.br/ambiente/article/view/1321> >. Acesso em: 12 nov 2013.

ASSIS, A. W. **O papel da qualidade percebida na lealdade dos clientes de serviços de consultoria e assessoria prestados por empresas contábeis**. 2013. 76 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

BERNARDES, D. P. G.; MIRANDA, L. C. Quatro histórias da utilização de informação econômico-financeira nas micro e pequenas empresas: lições para futuros empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 3, p.84-98, set./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.faccamp.br/ojs/index.php/RMPE/article/view/231>>. Acesso em: 12 nov 2013.

BOULDING, W. et al. A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 30, n. 1, p.7-27, fev. 1993. Disponível em: <<http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected%20Publications/A%20Dynamic%20Process%20Model%20of%20Service%20Quality->



%20From%20Expectations%20to%20Behavioral%20Intentions.pdf>. Acesso em: 12 nov 2013.

BRANDÃO JUNIOR, A.; LIRA, W. S.; GONÇALVES, G. A. C. A satisfação do cliente como base para a qualidade em serviços: o caso de um supermercado de pequeno porte. **Qualit@s Revista Eletrônica**, Campina Grande, v. 3, n. 1, p.1-13, 2004. Disponível em: < <http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/viewFile/37/29>>. Acesso em: 12 nov 2013.

BRASIL . MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Acesso on line às bases estatísticas**. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/rais/estatisticas.htm>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

\_\_\_\_\_. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Decreto-lei nº 9295, de 27 de maio de 1946**: cria o Conselho Federal de Contabilidade: define as atribuições do contador e do guarda-livros, e dá outras providências. Diário Oficial da União. Rio de Janeiro, RJ, 28 maio 1946. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del9295.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del9295.htm)>. Acesso em: 12 nov 2013.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. Lei n. 12249, de 11 de junho de 2010. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 14 jun. 2010. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12249.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12249.htm)>. Acesso em: 12 nov 2013.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. Lei n. 5172, de 25 de outubro de 1966: Código Tributário Nacional: dispõe sobre o sistema tributário nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Brasília, DF, 27 out. 1966. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L5172.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5172.htm)>. Acesso em: 12 nov 2013.

CANECA, R. L. et al. A influência da oferta de contabilidade gerencial na percepção da qualidade dos serviços contábeis prestados aos gestores de micro, pequenas e médias empresas. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 43, p.35-44, 2009. Disponível em: < <http://www.atenas.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/pensarcontabil/article/view/84> >. Acesso em: 12 nov 2013.

DARÓS, G. **O papel do contador nas micro e pequenas empresas da região de Forquilha - SC**. 2013. 85 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Unesc, Criciúma, 2013.

ECKERT, A. et al. Avaliação e satisfação dos serviços prestados por escritório contábil. **Contabilidade e Informação**, Ijuí, v. 13, n. 33, p.3-13, jul./dez. 2010.

Disponível em: < <http://www.biasio.pro.br/artigos-cientificos/publicados-em-periodicos?download=47:publicados-em-periodicos>>. Acesso em: 12 nov 2013.

FIGUEIREDO, S.; FABRI, P. E. **Gestão de empresas contábeis**. São Paulo: Atlas, 2000. 172 p.

FONTENOT, G.; HENKE, L.; CARSON, K. Take action on customer satisfaction. **Quality Progress**, Milwaukee, v. 38, n. 7, p.40-47, jul. 2005. Disponível em: <<http://asq.org/qic/display-item/?item=20039>>. Acesso em: 12 nov 2013.

GIL, A. C. **Técnicas de pesquisa em economia**. São Paulo: Atlas, 1988. 180 p.

GOMES, K. F. **A qualidade dos serviços contábeis como diferencial para seus clientes**: um estudo em uma organização contábil de Criciúma - SC. 2011. 82 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2011.

HACK, E. **Direito tributário**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008. 120 p.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**: a bíblia do marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750 p.

LARÁN, J. A.; ESPINOZA, F. S. Consumidores satisfeitos, e então? Analisando a satisfação como antecedente da lealdade. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p.51-70, abr./jun. 2004. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552004000200004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552004000200004&script=sci_arttext)>. Acesso em: 12 nov 2013.

LIKERT, R. A Technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**, Nova Iorque, v. 22, n. 140, p.1-55, jun. 1932. Disponível em: < [http://www.voteview.com/pdf/Likert\\_1932.pdf](http://www.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf)>. Acesso em: 12 nov 2013.

LONGO, A. K. F. **O impacto econômico negativo do planejamento tributário nas empresas**. 2010. 87 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

MARTINS, S. N. et al. Método de ranking ponderado aplicado para identificar pontos críticos de uma casa lotérica. **FACEF Pesquisa: Desenvolvimento e Gestão**, Franca, v. 15, n. 3, p.364-377, set./dez. 2012. Disponível em:

<<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/viewFile/555/519>>. Acesso em: 12 nov 2013.

MATSUKUMA, C. M. O.; HERNANDEZ, J. M. C. Escalas e métodos de análise em pesquisa de satisfação de clientes. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 11, n. 1 p.48-65, jan./mar. 2006. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/27902>>. Acesso em: 12 nov 2013.

MCNEILLY, K. M.; BARR, T. F. I love my accountants – they're wonderful: understanding customer delight in the professional services arena. **Journal of Services Marketing**, Reino Unido, v. 20, n. 3, p.152-159, 2006. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/27902>>. Acesso em: 12 nov 2013.

MIRANDA, L. C. et al. Demanda por serviços contábeis pelos mercadinhos: são os contadores necessários?. **Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, v. 19, n. 1, p.131-151, jan./mar. 2008. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/8081>>. Acesso em: 12 nov 2013

MOREIRA, R. L. et al. A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p.119-140, jan.- abr. 2013. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2013v10n19p119>>. Acesso em: 12 nov 2013

NÓBREGA, D. M. et al. Percepção dos atributos de satisfação da qualidade em serviços contábeis: uma investigação no comércio varejista da cidade de Sousa-PB. **Pesquisa & Desenvolvimento em Engenharia de Produção**, Itajubá, v. 8, n. 3, p.129-143, 2010. Disponível em: < <http://www.revista-ped.unifei.edu.br/documentos/V08N03/03-0210-v8-n3-2010.pdf>>. Acesso em: 12 nov 2013

OLIVEIRA, A. G.; MÜLLER, A. N.; NAKAMURA, W. T. A utilização das informações geradas pelo sistema de informação contábil como subsídio aos processos administrativos nas pequenas empresas. **Revista FAE**, Curitiba, v. 3, n. 3, p.1-12, set./dez. 2000. Disponível em: <[http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v3\\_n3/a\\_utilizacao\\_das\\_informacoes.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v3_n3/a_utilizacao_das_informacoes.pdf)>. Acesso em: 12 nov 2013

OLIVER, R. L. **Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer**. 2. ed. New York: M.E. Sharpe, 2010. 519 p.

PASSONI, A. C. et al. Contador: profissional de extrema importância para micro e pequenas empresas na tomada de decisões. **Revista Científica Eletrônica Uniseb**,

Ribeirão Preto, v. 1, n. 1, p.66-76, jan. - jun. 2013. Disponível em:  
<<http://uniseb.com.br/presencial/revistacientifica/arquivos/5.pdf>>. Acesso em: 12 nov 2013

PATTERSON, P. G.; JOHNSON, L. W.; SPRENG, R. A. Modeling the determinants of customer satisfaction for business-to-business professional services. **Journal of The Academy of Marketing Science**, New York, v. 25, n. 1, p.4-17, 1997. Disponível em: < <http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF02894505#page-1> >. Acesso em: 12 nov 2013

PITELA, A. C. O desempenho profissional do contador na opinião do empresário. **Publicatio UEPG**, Ponta Grossa, v. 8, n. 1, p.51-77, 2000. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/humanas/article/view/10>>. Acesso em: 12 nov 2013

POHLMANN, M. C. **Contabilidade tributária**. Curitiba: Iesde Brasil S.A., 2012.

QUEIROZ, A. A.; CAVALCANTE, A. C. F.; DUARTE, A. M. P. A tendência da contabilidade diante das novas especialidades social, ambiental e tecnológico. **Qualit@s Revista Eletrônica do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Uepb**, São Paulo, v. 2, n. 1, p.1-16, 2003. Disponível em: <<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/download/57/49>>. Acesso em: 12 nov 2013

ROSSI, C. A. V.; SLONGO, L. A. Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p.101-125, jan./abr. 1998. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rac/v2n1/v2n1a07> . >. Acesso em: 12 nov 2013

SANTOS, A. R.; OLIVEIRA, R. C. M. Planejamento tributário com ênfase e empresas optantes pelo lucro real. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 18., 2008, Gramado. **Anais...** Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2008. p. 1 - 12.

SOUZA, J. V.; MOREIRA, R.; NASCIMENTO, S. Qualidade da prestação de serviços contábeis sob a ótica dos micros e pequenos empresários. In: CONGRESSO UFSC CONTROLADORIA E FINANÇAS & INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 2., 2008, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Ufsc, 2008. p. 1 - 15.

SPRENG, R. A.; MACKENZIE, S. B.; OLSHAVSKY, R. W. A reexamination of the determinants of consumer satisfaction. **Journal of Marketing**, New York, v. 60, n. 3, p.15-32, jul. 1996. Disponível em:

<[http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad\\_2002/MKT/2002\\_MKT864.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2002/MKT/2002_MKT864.pdf)>. Acesso em: 12 nov 2013

STEIL, E. S. et al. Abordagem sistêmica de mensuração da satisfação de clientes de um supermercado no Estado de Santa Catarina – Brasil. **Revista Espacios**, Venezuela, v. 34, n. 1, p.1-17, 2013. Disponível em: <<http://www.revistaespacios.com/a13v34n01/13340113.html>>. Acesso em: 12 nov 2013

THOMÉ, I. **Empresas de serviços contábeis: estrutura e funcionamento**. São Paulo: Atlas, 2001.

UMBELINO, W. S. **Avaliação qualitativa do desequilíbrio da oferta e demanda de serviços contábeis nas micro, pequenas e médias empresas da grande Recife**. 2008. 90 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

VELOSO, L. F. **Satisfação de clientes: definindo uma proposta para a excelência nos serviços contábeis**. 2004. 107 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

ZONATTO, V. C. S.; ZONATTO, P. A. F.; BARTZ, D. Percepção dos atributos de satisfação da qualidade dos serviços contábeis: uma investigação empírica. **Revista de Contabilidade Dom Alberto**, Santa Cruz do Sul, v. 1, n. 1, p.61-78, jun. 2012. Disponível em: <[http://api.ning.com/files/3Gs40pIUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL\\*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf](http://api.ning.com/files/3Gs40pIUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf)>. Acesso em: 12 nov 2013

## 5: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo apresenta as conclusões relativas ao presente estudo, advindas da revisão de literatura, da determinação dos itens para questionário final e da aplicação do referido questionário a 103 empresas do município de São João da Barra. Além das conclusões, são apresentadas sugestões para trabalhos futuros.

### 5.1: CONCLUSÕES

Para alcançar o propósito principal desta pesquisa foi realizado um mapeamento da produção científica sobre os serviços contábeis e utilizou-se um método para determinação dos itens válidos para aplicação no questionário sobre a importância e satisfação das empresas com os serviços contábeis no município de São João da Barra/RJ.

O mapeamento da produção científica foi realizado nas bases Scopus e ISI (Web of Knowledge) e identificou 25 artigos relacionados ao tema da pesquisa. O artigo mais antigo data de 1994 e em 2012 foi o ano em que ocorreu o pico de publicações, totalizando sete artigos publicados. Verificou-se também que o país que mais publicou artigos relacionados ao tema em questão foi a Austrália (27% dos artigos analisados) e o autor com maior número de artigos publicados foi Gerard William Stone.

Para determinação dos itens válidos para constarem no questionário foi utilizado o método de Lawshe. Foram definidos 51 itens, os quais as empresas classificaram em “não importante”; “importante, mas não essencial”; “essencial” e “não sei/prefiro não opinar”. A utilização do método de Lawshe permitiu uma redução

de 39% nos itens, sendo considerados válidos 31 itens para aplicação no questionário final.

O referido questionário foi aplicado a 103 empresas do município de São João da Barra/RJ com o objetivo de identificar o grau de satisfação e importância das mesmas com os serviços contábeis oferecidos. Para analisar os dados foram utilizados os métodos de satisfação simples; análise de GAP; importância versus satisfação e insatisfação ponderada. As médias foram comparadas utilizando o teste de Scott-Knott.

Por meio das análises realizadas, foi possível constatar que os clientes estão satisfeitos com os serviços contábeis, tendo em vista que o menor nível de satisfação refere-se a uma média de 3,60 o que representa uma satisfação entre média e alta. Entretanto, os atributos que se destacaram foram: “confiança nas informações elaboradas”; “Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências”; “Elaboração da folha de pagamento”; “Experiência do profissional contábil” e “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade”.

Embora no geral as organizações estejam satisfeitas com os serviços contábeis, esta pesquisa identificou que a entrega de relatórios que ajudem na gestão da empresa e o fornecimento de informações ao cliente sobre o andamento do serviço e sobre a sua conclusão são serviços que devem ser melhorados. Outros itens que se destacam para futuras melhorias são: “Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)”; “Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis”; “Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos”; “Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros”; “Atendimento das necessidades e expectativas do cliente” e “Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações”.

Em relação ao grau de importância dos serviços contábeis para as empresas conclui-se que todos os itens presentes no questionário final são relevantes para as organizações, revelando assim, que os clientes têm conhecimento do quanto a contabilidade é importante para o desenvolvimento de suas empresas.

Os atributos que obtiveram as maiores médias de importância foram: “Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade” (4,76) e

“Confiança nas informações elaboradas” (4,75). Já os itens que apresentaram os menores níveis de relevância estão relacionados à entrega de relatórios que ajudem na gestão do negócio e à informação ao cliente sobre o andamento dos trabalhos e sobre quando eles são concluídos. Esse resultado corrobora a afirmação de Moreira et al. (2013) e de Bernardes e Miranda (2011) em que relatam que grande parte dos gestores não conhece o quanto a contabilidade gerencial pode auxiliar na administração da empresa.

No entanto, é relevante ressaltar que os serviços de entrega de relatórios que ajudem na gestão do negócio e de informação ao cliente sobre o andamento dos trabalhos e sobre quando eles são concluídos mesmo apresentando os menores níveis de importância devem ser melhorados, pois eles foram os itens que apresentaram as menores médias de satisfação e, portanto, devem ser priorizados para melhorias.

Outro resultado importante obtido na presente pesquisa é que os métodos utilizados para analisar o grau de satisfação das empresas com os serviços contábeis não apresentaram como resultado os mesmos itens, mas as divergências não foram totalmente discrepantes.

Este trabalho contribui com a literatura existente ao realizar um mapeamento da produção científica sobre o tema de serviços contábeis e ao aplicar um método para determinar os itens válidos para utilização em questionário, permitindo assim, que este trabalho seja utilizado como referência em pesquisas futuras. Outra contribuição da presente dissertação refere-se à identificação do grau de importância dos serviços contábeis para as organizações e também a mensuração do nível de satisfação das empresas com os serviços de contabilidade, por meio de uma abordagem multimétodos. Esta dissertação possibilita que os contabilistas tomem conhecimento dos serviços que necessitam ser melhorados e assim aperfeiçoem as suas prestações de serviços.

## 5.2: TRABALHOS FUTUROS

Para trabalhos futuros sugere-se a análise dos dados relativos ao perfil dos participantes da presente pesquisa. Sugere-se também a realização da pesquisa para mensurar o grau de satisfação e importância das empresas em relação aos



serviços contábeis nos municípios próximos ao município de São João da Barra/RJ e a comparação dos resultados encontrados em cada município. Outra sugestão é utilizar outras metodologias para analisar o grau de satisfação utilizando os dados encontrados nesta pesquisa e verificar se os resultados serão semelhantes.

## 6: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, V. R. L. **A proposta de um método de determinação de expectativas de novos clientes - o método priex.** 2001. 127 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

AL-MAWALI, H.; ZAINUDDIN, Y.; ALI, N. N. K. Customer accounting information usage and organizational performance. **Business Strategy Series**, Inglaterra, v. 13, n. 5, p. 215-223, 2012. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17515631211264096?journalCode=bss>>. Acesso em: 12 nov 2103.

ANDERSON, E. W.; FORNELL, C.; LEHMANN, D. R. Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden. **Journal of Marketing**, New York, v. 58, n. 3, p.53-66, jul. 1994. Disponível em: <<https://www0.gsb.columbia.edu/mygsb/faculty/research/pubfiles/927/927.pdf>>. Acesso em: 12 nov 2103.

ANJOS, L. C. M.; MIRANDA, L. C.; SILVA, D. J. C. Utilização de informações contábeis em cooperativas: são os contadores necessários? **Revista Ambiente Contábil**, Natal, v. 3, n. 1, p.89-105, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufrn.br/ambiente/article/view/1321>>. Acesso em: 12 nov 2103.

ASSIS, A. W. **O papel da qualidade percebida na lealdade dos clientes de serviços de consultoria e assessoria prestados por empresas contábeis.** 2013. 76 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

AUZAIR, S. M. et al. Management control in accounting outsourcing services. **Business Strategy Series**, Inglaterra, v. 14, n. 2-3, p. 43-49, 2013. Disponível em:

<<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17515631311325097> >. Acesso em: 12 nov 2103.

AYRE, C.; SCALLY, A. J. Critical values for Lawshe's content validity ratio: revisiting the original methods of calculation. **Measurement And Evaluation In Counseling And Development**, New York, v. 47, n. 1, p.79-86, jan. 2014. Disponível em: <<http://mec.sagepub.com/content/47/1/79.abstract> >. Acesso em: 12 nov 2103.

BARBERA, F.; HASSO, T. Do we need to use an accountant? the sales growth and survival benefits to family SMEs. **Family Business Review**, New York, v. 26, n. 3, p. 271-292, 2013. Disponível em: <<http://fbr.sagepub.com/content/early/2013/05/22/0894486513487198.abstract>>. Acesso em: 12 nov 2103.

BARCELLOS, P. F. P. Indicadores de desempenho orientados pelo mercado para a administração estratégica no varejo. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 32, n. 2, p.84-89, abr - jun. 1997. Disponível em: <<http://www.rausp.usp.br/download.asp?file=3202084.pdf> >. Acesso em: 12 nov 2103.

BERNARDES, D. P. G.; MIRANDA, L. C. Quatro histórias da utilização de informação econômico-financeira nas micro e pequenas empresas: lições para futuros empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 3, p.84-98, set./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.faccamp.br/ojs/index.php/RMPE/article/view/231>>. Acesso em: 12 nov 2103.

BERRY, A. J.; SWEETING, R.; GOTO, J. The effect of business advisers on the performance of SMEs. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Inglaterra, v. 13, n. 1, p. 33-47, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/14626000610645298>>. Acesso em: 12 nov 2103.

BOULDING, W. et al. A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 30, n. 1, p.7-27, fev. 1993. Disponível em: < <http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected%20Publications/A%20Dynamic%20Process%20Model%20of%20Service%20Quality-%20From%20Expectations%20to%20Behavioral%20Intentions.pdf>. >. Acesso em: 12 nov 2103.

BRANDÃO JUNIOR, A.; LIRA, W. S.; GONÇALVES, G. A. C. A satisfação do cliente como base para a qualidade em serviços: o caso de um supermercado de pequeno

porte. **Qualit@s Revista Eletrônica**, Campina Grande, v. 3, n. 1, p.1-13, 2004. Disponível em: <<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/viewFile/37/29>>. Acesso em: 12 nov 2103.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Acesso on line às bases estatísticas**. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/rais/estatisticas.htm>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

\_\_\_\_\_. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Decreto-lei n. 9295, de 27 de maio de 1946**: cria o conselho federal de contabilidade, define as atribuições do contador e do guarda-livros, e dá outras providências. Diário Oficial da União. Rio de Janeiro, RJ, 28 maio 1946. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del9295.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del9295.htm)>. Acesso em: 31 ago. 2014.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. Lei n.12249, de 11 de junho de 2010. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 14 jun. 2010. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12249.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12249.htm)>. Acesso em: 31 ago. 2014.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. Lei n.5172, de 25 de outubro de 1966: código tributário nacional: dispõe sobre o sistema tributário nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Brasília, DF, 27 out. 1966. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L5172.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5172.htm)>. Acesso em: 31 ago. 2014.

CANECA, R. L. et al. A influência da oferta de contabilidade gerencial na percepção da qualidade dos serviços contábeis prestados aos gestores de micro, pequenas e médias empresas. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 43, p.35-44, 2009. Disponível em: <<http://www.atenas.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/pensarcontabil/article/view/84>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

CARTER, A. J.; BURRITT, R. L.; PISANIELLO, J. D. The dual roles for accountants in sustaining rural communities. **Accounting Research Journal**, Inglaterra, v. 26, n. 2, p. 130-153, 2013. Disponível em: <<http://www.atenas.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/pensarcontabil/article/view/84>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

CARVALHO, J. R. M.; TOMAZ, F. A. S. Qualidade em serviços contábeis: um estudo nas empresas do setor de comércio varejista de material de construção. **Revista Alcance**, Campina Grande, v. 18, n. 2, p.91-103, abr./jun. 2010. Disponível em: <<http://www6.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/778>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Contabilidade no Brasil possui 490 mil profissionais**. 2014. Disponível em:

<<http://portalcfc.org.br/noticia.php?new=13912>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. Resolução n.1374, de 08 de dezembro de 2011: dá nova redação à nbc tg estrutura conceitual: estrutura conceitual para elaboração e divulgação de relatório contábil-financeiro. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 16 dez. 2011. Disponível em: <<http://www.normaslegais.com.br/legislacao/resolucao-cfc-1374-2011.htm>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

CHOWDHURY, A.; METWALLY, M. M. Impact of characteristics of small Australian accountants used by small businesses. **International Journal of Applied Business and Economic Research**, Índia, v. 7, n. 1, p. 65-75, 2009. Disponível em: <<http://ro.uow.edu.au/buspapers/9/>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

COSTA, R. C. F.; COSTA, H. G. Identificação de lacunas nos graus de importância associados a critérios de percepção da qualidade em instituição de ensino superior. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23., 2003, Ouro Preto. **Anais...** . Ouro Preto: ABEPRO, 2003. p. 1 - 8.

DARÓS, G. **O papel do contador nas micro e pequenas empresas da região de Forquilha - SC**. 2013. 85 f.(Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2013.

DART, J.; FREEMAN, K. Dissatisfaction response styles among clients of professional accounting firms. **Journal of Business Research**, New York, v. 29, n. 1, p. 75-81, 1994. Disponível em: <[http://www.researchgate.net/publication/222291973\\_Dissatisfaction\\_response\\_style\\_s\\_among\\_clients\\_of\\_professional\\_accounting\\_firms](http://www.researchgate.net/publication/222291973_Dissatisfaction_response_style_s_among_clients_of_professional_accounting_firms)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

ECKERT, A. et al. Avaliação e satisfação dos serviços prestados por escritório contábil. **Contabilidade e Informação**, Ijuí, v. 13, n. 33, p.3-13, jul./dez. 2010. Disponível em: <<http://www.biasio.pro.br/artigos-cientificos/publicados-em-periodicos?download=47:publicados-em-periodicos.>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

FIDELIS, J. R. F.; CÂNDIDO, C. M. A administração da informação integrada às estratégias empresariais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 11, n. 3, p.424-432, set./dez. 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-99362006000300010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362006000300010)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

FIGUEIREDO, S.; FABRI, P. E. **Gestão de empresas contábeis**. São Paulo: Atlas, 2000. 172 p.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

FONTENOT, G.; HENKE, L.; CARSON, K. Take action on customer satisfaction. **Quality Progress**, Milwaukee, v. 38, n. 7, p.40-47, jul. 2005. Disponível em: <<http://asq.org/qic/display-item/?item=20039>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

GIL, A. C. **Técnicas de pesquisa em economia**. São Paulo: Atlas, 1988.

GOMES, K. F. **A qualidade dos serviços contábeis como diferencial para seus clientes: um estudo em uma organização contábil de Criciúma - SC**. 2011. 82 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2011.

GOODERHAM, P. N. et al. Accountants as sources of business advice for small firms. **International Small Business Journal**, Inglaterra, v. 22, n. 1, p. 5-22, 2004. Disponível em: < <http://isb.sagepub.com/content/22/1/5.abstract> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

GRANDE, E. U.; ESTÉBANEZ, R. P.; COLOMINA, C. M. The impact of accounting information systems (AIS) on performance measures: Empirical evidence in spanish SMEs. **International Journal of Digital Accounting Research**, New York, v. 11, n. 2, p. 25-43, 2011. Disponível em: < <http://isb.sagepub.com/content/22/1/5.abstract> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

HACK, E. **Direito tributário**. Curitiba: IESDE Brasil, 2008.

ISIDRO, H.; RAONIC, I. Firm incentives, institutional complexity and the quality of "harmonized" accounting numbers. **International Journal of Accounting**, Amsterdã-Holanda, v. 47, n. 4, p. 407-436, 2012. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0020706312001227> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

JARVIS, R.; RIGBY, M. The provision of human resources and employment advice to small and medium-sized enterprises: the role of small and medium-sized practices of accountants. **International Small Business Journal**, Inglaterra, v. 30, n. 8, p. 944-956, 2012. Disponível em:

<<http://isb.sagepub.com/content/early/2012/05/20/0266242612445403?patientinform-links=yes&legid=spisb;0266242612445403v1>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

KAMYABI, Y.; DEVI, S. The impact of advisory services on Iranian SME performance: An empirical investigation of the role of professional accountants. **South African Journal of Business Management**, Pretória - África do Sul, v. 43, n. 2, p. 61-72, 2012. Disponível em: <<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/jms/article/download/12018/8447>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

KIRBY, D. A.; KING, S. H. Accountants and small firm development: Filling the expectation GAP. **Service Industries Journal**, Inglaterra, v. 17, n. 2, p. 294-304, 1997. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02642069700000017?journalCode=fsij20#.VkXzh9KrR48>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**: a bíblia do marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LARÁN, J. A.; ESPINOZA, F. S. Consumidores satisfeitos, e então? Analisando a satisfação como antecedente da lealdade. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p.51-70, abr - jun. 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552004000200004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552004000200004&script=sci_arttext)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

LAWSHE, C H. A quantitative approach to content validity. **Personnel Psychology**, Washington, v. 28, n. 4, p.563-575, 1975. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.460.9380&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

LIKERT, R. A Technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**, Nova Iorque, v. 22, n. 140, p.1-55, jun. 1933. Disponível em: <[http://www.voteview.com/pdf/Likert\\_1932.pdf](http://www.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

LIN, Z. J.; JOHNSON, S. An exploratory study on accounting for quality management in China. **Journal of Business Research**, New York, v. 57, n. 6, p. 620-632, 2004. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296302004241>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

LONGO, A. K. F. **O impacto econômico negativo do planejamento tributário nas empresas**. 2010. 87 f. Dissertação (Mestrado em Curso de Economia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

LYRA, R. L. W. C. **Uma contribuição a mensuração do resultado econômico da decisão de investimento em qualidade em empresas de serviços contábeis: uma abordagem da gestão econômica**. 2003. 141 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

MARQUES, W. L. **Contabilidade geral I: segundo a lei 11638/2007 das sociedades anônimas: passo a passo da contabilidade**. Cianorte: Gráfica Vera Cruz, 2010.

MARRIOTT, N.; MARRIOTT, P. Professional accountants and the development of a management accounting service for the small firm: barriers and possibilities. **Management Accounting Research**, New York, v. 11, n. 4, p. 475-492, 2000. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1044500500901422>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

MARTINS, S. N. et al. Método de ranking ponderado aplicado para identificar pontos críticos de uma casa lotérica. **FACEF Pesquisa: desenvolvimento e gestão**, Franca, v. 15, n. 3, p.364-377, set.- dez. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/view/555>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

MATSUKUMA, C. M. O.; HERNANDEZ, J. M. C. Escalas e métodos de análise em pesquisa de satisfação de clientes. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 11, n. 1, p.48-65, jan - mar. 2006. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/27902>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

MCNEILLY, K. M.; BARR, T. F. I love my accountants – they're wonderful: understanding customer delight in the professional services arena. **Journal of Services Marketing**, Inglaterra, v. 20, n. 3, p.152-159, 2006. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/27902>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

MIRANDA, L. C. et al. Demanda por serviços contábeis pelos mercadinhos: são os contadores necessários?. **Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, v. 19, n. 1, p.131-151, jan - mar. 2008. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/8081>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

MOREIRA, R. L. et al. A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. **Revista Contemporânea de**



**Contabilidade**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p.119-140, jan./abr. 2013. . Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2013v10n19p119>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

MORENO, D. H; CACEFFO, R. E. **Pesquisa de percepção da satisfação dos usuários dos serviços de contabilidade**. 2010. 77 f. Monografia (Pós-graduação Lato Sensu em Ciências Contábeis) - Faculdade Integrada Metropolitana de Campinas, Campinas, 2010.

NEVES JÚNIOR, I. J.; LINS, A. The accountant's contribution to the management of enterprises in the third sector: a field survey in the federal district. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 9, n. 23, p. 28-41, 2007. Disponível em: <[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/228900/7189.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/228900/7189.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

NEVES, R. B.; PEREIRA, V.; COSTA, H. G. Auxílio multicritério à decisão aplicado ao planejamento e gestão na indústria de petróleo e gás. **Produção**, São Paulo, 2013 . Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65132015000100043&script=sci\\_abstract&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65132015000100043&script=sci_abstract&lng=pt)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

NÓBREGA, D. M. et al. Percepção dos atributos de satisfação da qualidade em serviços contábeis: uma investigação no comércio varejista da cidade de Sousa-PB. **Pesquisa & Desenvolvimento em Engenharia de Produção**, Itajubá, v. 8, n. 3, p.129-143, 2010. Disponível em: <<http://www.revista-ped.unifei.edu.br/documentos/V08N03/03-0210-v8-n3-2010.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

OLIVEIRA, A. G.; MÜLLER, A. N.; NAKAMURA, W. T. A utilização das informações geradas pelo sistema de informação contábil como subsídio aos processos administrativos nas pequenas empresas. **Revista FAE**, Curitiba, v. 3, n. 3, p.1-12, set./dez. 2000. Disponível em: <[http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v3\\_n3/a\\_utilizacao\\_das\\_informacoes.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v3_n3/a_utilizacao_das_informacoes.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

OLIVER, R. L. **Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer**. 2. ed. New York: M.E. Sharpe, 2010.

ÖZER, A.; KOÇAK, A.; ÇELIK, O. Determinants of market orientation in accounting firms. **Marketing Intelligence and Planning**, Reino Unido, v. 24, n. 6, p. 591-607, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02634500610701672>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

PASSONI, A. C. et al. Contador: profissional de extrema importância para micro e pequenas empresas na tomada de decisões. **Revista Científica Eletrônica Uniseb**, Ribeirão Preto, v. 1, n. 1, p.66-76, jan - jun. 2013. Disponível em: <<http://uniseb.com.br/presencial/revistacientifica/arquivos/5.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

PATTERSON, P. G.; JOHNSON, L. W.; SPRENG, R. A. Modeling the determinants of customer satisfaction for business-to-business professional services. **Journal of The Academy of Marketing Science**, New York, v. 25, n. 1, p.4-17, 1997. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF02894505#page-1>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

PIERCE, B.; O'DEA, T. Management accounting information and the needs of managers. Perceptions of managers and accountants compared. **British Accounting Review**, New York, v. 35, n. 3, p. 257-290, 2003. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0890838903000295>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

PITELA, A. C. O desempenho profissional do contador na opinião do empresário. **Publicatio UEPG**, Ponta Grossa, v. 8, n. 1, p.51-77, 2000. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/humanas/article/view/10>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

POHLMANN, M. C. **Contabilidade tributária**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2012.

QUEIROZ, A. A.; CAVALCANTE, A. C. F.; DUARTE, A. M. P. A tendência da contabilidade diante das novas especialidades social, ambiental e tecnológico. **Qualit@s Revista Eletrônica do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da UEPB**, São Paulo, v. 2, n. 1, p.1-16, 2003. Disponível em: <<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/download/57/49>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

REGINATO, L.; NASCIMENTO, A. M. Um estudo de caso envolvendo Business Intelligence como instrumento de apoio à controladoria. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 18, p.69-83, jun. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1519-70772007000300007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1519-70772007000300007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

RODRIGUEZ, D. S. S.; COSTA, H. G.; CARMO, L. F. R. R. S. Métodos de auxílio multicritério à decisão aplicados a problemas de PCP: mapeamento da produção em periódicos publicados no Brasil. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 20, n. 1, p. 134-146, 2013. . Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-530X2013000100010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2013000100010)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

ROSSI, C. A. V.; SLONGO, L. A. Pesquisa de satisfação de clientes: o estado da arte e proposição de um método brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p.101-125, jan./abr. 1998. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rac/v2n1/v2n1a07> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

SANTOS, A. R.; OLIVEIRA, R. C. M. Planejamento tributário com ênfase e empresas optantes pelo lucro real. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 18, 2008, Gramado. **Anais...** Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2008. p. 1 - 12.

SILVA, S. F. **Marketing de serviços: fundamentos, análises e prática no setor de saúde**. Maceió: EDUFAL, 2005.

SOUZA, J. V.; MOREIRA, R.; NASCIMENTO, S. Qualidade da prestação de serviços contábeis sob a ótica dos micros e pequenos empresários. In: CONGRESSO UFSC CONTROLADORIA E FINANÇAS & INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 2., 2008, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2008. p. 1 - 15.

SPRENG, R. A.; MACKENZIE, S. B.; OLSHAVSKY, R. W. A reexamination of the determinants of consumer satisfaction. **Journal of Marketing**, New York, v. 60, n. 3, p.15-32, jul. 1996. Disponível em: <[http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad\\_2002/MKT/2002\\_MKT864.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2002/MKT/2002_MKT864.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

STEIL, E. S. et al. Abordagem sistêmica de mensuração da satisfação de clientes de um supermercado no Estado de Santa Catarina – Brasil. **Revista Espacios**, Caracas - Venezuela, v. 34, n. 1, p.1-17, 2013. Disponível em: <<http://www.revistaespacios.com/a13v34n01/13340113.html>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

STONE, G. W. Let's talk: Adapting accountants' communications to small business managers' objectives and preferences. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Reino Unido, v. 24, n. 6, p. 781-809, 2011a. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09513571111155546> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. Readability of accountants' communications with small business-Some Australian evidence. **Accounting Forum**, Holanda, v. 35, n. 4, p. 247-261, 2011b. . Disponível em:

<<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09513571111155546>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. The effectiveness of newsletters in accountants' client relations with small business managers: an Australian qualitative study. **Qualitative Research in Accounting and Management**, Inglaterra, v. 9, n. 1, p. 21-43, 2012. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/11766091211216097>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

STONE, G.W.; LIGHTBODY, M. The Nature and significance of listening skills in accounting practice. **Accounting Education**, Inglaterra, v. 21, n. 4, p. 363-384, 2012. Disponível em: <[http://ura.unisa.edu.au/R/?func=dbin-jump-full&object\\_id=78029](http://ura.unisa.edu.au/R/?func=dbin-jump-full&object_id=78029)>. Acesso em: 25 abr. 2014.

STROEHER, A. M. **Identificação das características das informações contábeis e a sua utilização para tomada de decisão organizacional de pequenas empresas**. 2005. 159 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

\_\_\_\_\_. FREITAS, H. Identificação das necessidades de informações contábeis de pequenas empresas para tomada de decisão organizacional. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE GESTÃO DA TECNOLOGIA E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO - CONTECSI, 3., 2006, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: FEA/USP, 2006. p. 2526-2541.

THOMÉ, I. **Empresas de serviços contábeis: estrutura e funcionamento**. São Paulo: Atlas, 2001.

UMBELINO, W. S. **Avaliação qualitativa do desequilíbrio da oferta e demanda de serviços contábeis nas micros, pequenas e médias empresas da grande Recife**. 2008. 90 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

VELOSO, L. F. **Satisfação de clientes: definindo uma proposta para a excelência nos serviços contábeis**. 2004. 107 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

VERGUEIRO, W. **Qualidade em serviços de informação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

WILSON, F. R.; PAN, W; SCHUMSKY, D. A. Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio. **Measurement And Evaluation In Counseling And**

**Development**, New York, v. 45, n. 3, p.197-210, jul. 2012. Disponível em: <<http://mec.sagepub.com/content/45/3/197.abstract> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

WINES, G. L. et al. Rural and regional australian public accounting firm services: Service provision, concerns and tensions. **Australian Accounting Review**, Inglaterra, v. 23, n. 2, p. 163-176, 2013. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1835-2561.2012.00185.x/abstract> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

YALCIN, S. Adoption and benefits of management accounting practices: An inter-country comparison. **Accounting in Europe**, Inglaterra, v. 9, n. 1, p. 95-110, 2012. . Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17449480.2012.664394#.VkYA4XarTIU> >. Acesso em: 25 abr. 2014.

ZONATTO, V. C. S.; ZONATTO, P. A. F.; BARTZ, D. Percepção dos atributos de satisfação da qualidade dos serviços contábeis: uma investigação empírica. **Revista de Contabilidade Dom Alberto**, Santa Cruz do Sul, v. 1, n. 1, p.61-78, jun. 2012. Disponível em: <[http://api.ning.com/files/3Gs40plUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL\\*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf](http://api.ning.com/files/3Gs40plUa2PuEXXW8Hsjb03Jq7PoNvcXSNcSxYwRyWweZYpEmt6VoT9GWLD-nW0VIWggyi3PGNUyAL*8hm1aJBYbr9YrziBt/2012RCDANumero1Artigo4.pdf) >. Acesso em: 25 abr. 2014.

## **APÊNDICE A: ANÁLISE DE INCIDENTES CRÍTICOS: CLIENTE.**

### QUESTIONÁRIO

RESPONDENTE: CLIENTE

- 1) Quais os pontos positivos que o(a) senhor(a) destaca no estabelecimento de contabilidade?
  
- 2) Quais os pontos negativos que o(a) senhor(a) destaca no estabelecimento de contabilidade?
  
- 3) Quais os pontos mais importantes que o(a) senhor(a) considera no momento de escolher um estabelecimento de contabilidade?

## **APÊNDICE B: ANÁLISE DE INCIDENTES CRÍTICOS: FUNIONÁRIOS**

### QUESTIONÁRIO

RESPONDENTE: GERENTE OU FUNCIONÁRIO

- 1) Quais os pontos positivos, para atrair clientes, que o(a) senhor(a) destaca no estabelecimento de contabilidade?
- 2) Quais os pontos negativos, que poderiam afastar clientes, que o(a) senhor(a) percebe no estabelecimento de contabilidade?
- 3) Quais os pontos mais importantes que o(a) senhor(a) acha que o cliente mais leva em consideração no momento de escolher um estabelecimento de contabilidade?

**APÊNDICE C: GRAU SATISFAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS DO  
COMÉRCIO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DA BARRA –  
RJ.**

QUESTIONÁRIO





# UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES

INSTITUTO UNIVERSITÁRIO CANDIDO MENDES-CAMPOS

Esta pesquisa faz parte do trabalho de Dissertação para conclusão do Curso de Mestrado em Engenharia de Produção na Cândido Mendes, em Campos dos Goytacazes. O tema refere-se à satisfação de empresários do comércio varejista de São João da Barra com a prestação de serviços contábeis e busca identificar por meio desta pesquisa os itens mais relevantes que o cliente considera que um estabelecimento de contabilidade deva possuir.

Nº	Item / Descrição	(1) não importante	(2) importante, mas não essencial	(3) essencial	(N) não sei / prefiro não opinar
<b>Atendimento</b>					
1	Atendimento personalizado ao cliente	(1)	(2)	(3)	(N)
2	Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Serviços oferecidos</b>					
3	Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros	(1)	(2)	(3)	(N)
4	Compreensão de dificuldades	(1)	(2)	(3)	(N)
5	Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações	(1)	(2)	(3)	(N)
6	Atendimento das necessidades e expectativas do cliente	(1)	(2)	(3)	(N)
7	Confecção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confecção dos livros fiscais	(1)	(2)	(3)	(N)
8	Informação Trabalhista e Fiscal	(1)	(2)	(3)	(N)
9	Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos	(1)	(2)	(3)	(N)
10	Conclusão do trabalho sem interrupção de suas operações	(1)	(2)	(3)	(N)
11	Elaboração das guias para pagamento	(1)	(2)	(3)	(N)
12	Elaboração da folha de pagamento	(1)	(2)	(3)	(N)
13	Abertura de empresa	(1)	(2)	(3)	(N)
14	Apresentação dos documentos solicitados pelo cliente	(1)	(2)	(3)	(N)
15	Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	(1)	(2)	(3)	(N)
16	Controladoria	(1)	(2)	(3)	(N)
17	Informações produzidas pelo profissional de contabilidade que atendam mais as necessidades de terceiros do que as do proprietário-gerente	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Satisfação com os serviços prestados</b>					
18	Satisfação com os serviços contábeis oferecidos	(1)	(2)	(3)	(N)
19	Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Agilidade e Cumprimento de Prazos</b>					
20	Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos	(1)	(2)	(3)	(N)
21	Antecedência/pontualidade no encaminhamento de guias	(1)	(2)	(3)	(N)
22	Pontualidade nos compromissos assumidos	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Competência, Atualização e Experiência</b>					
23	Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade	(1)	(2)	(3)	(N)
24	Experiência do profissional contábil	(1)	(2)	(3)	(N)
25	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do custo dos produtos	(1)	(2)	(3)	(N)
26	Conhecimento do profissional contábil para auxílio na definição dos preços	(1)	(2)	(3)	(N)
27	Conhecimento do profissional contábil sobre transações bancárias e cálculo de juros para financiamentos	(1)	(2)	(3)	(N)
28	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do caixa do mês	(1)	(2)	(3)	(N)
29	Conhecimento do profissional contábil para auxílio no cálculo do lucro do mês	(1)	(2)	(3)	(N)
30	Conhecimento do proprietário gerente se as contas foram auditadas ou não	(1)	(2)	(3)	(N)
31	Conhecimento do profissional sobre a empresa e o negócio do cliente	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Disponibilidade do profissional contábil</b>					
32	Relacionamento pessoal com o profissional contábil	(1)	(2)	(3)	(N)
33	Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário	(1)	(2)	(3)	(N)
34	Horário de Expediente	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Confiança</b>					
35	Confiança nas informações elaboradas	(1)	(2)	(3)	(N)

Nº	Item / Descrição	(1) não importante	(2) importante, mas não essencial	(3) essencial	(N) não sei / prefiro não opinar
<b>Informações gerenciais</b>					
36	Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio	(1)	(2)	(3)	(N)
37	Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis	(1)	(2)	(3)	(N)
38	Estratégias para a empresa / Assessoria na área de gerenciamento	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Comunicação</b>					
39	Comunicação, informações claras e precisas	(1)	(2)	(3)	(N)
40	Utilização pelo profissional contábil do método de documentos e formulários escritos para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios	(1)	(2)	(3)	(N)
41	Utilização pelo profissional contábil do método de conversas por telefone para se comunicar com sua empresa em assuntos de negócios	(1)	(2)	(3)	(N)
42	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda, declarações de atividades do negócio, contas financeiras, atas	(1)	(2)	(3)	(N)
43	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para assuntos relacionados a TI (por exemplo, assessoria em sistemas computacionais, hardware, software e questões associadas)	(1)	(2)	(3)	(N)
44	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para razões não-comerciais (por exemplo, razões sociais)	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Funcionários do Estabelecimento de Contabilidade</b>					
45	Confiança nos funcionários do estabelecimento de contabilidade e comprometimento dos mesmos com o desempenho de suas funções	(1)	(2)	(3)	(N)
46	Apresentação/aparência dos funcionários e do profissional contábil do estabelecimento de contabilidade	(1)	(2)	(3)	(N)
47	Qualificação dos funcionários	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Imagem e Instalações físicas do Estabelecimento de Contabilidade</b>					
48	Imagem/ Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências	(1)	(2)	(3)	(N)
49	Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Tecnologia</b>					
50	Nível de tecnologia do estabelecimento de contabilidade	(1)	(2)	(3)	(N)
<b>Honorários contábeis</b>					
51	Honorários contábeis compatíveis c/ o serviço oferecido	(1)	(2)	(3)	(N)

**APÊNDICE D: GRAU DE SATISFAÇÃO E INSATISFAÇÃO DOS  
CLIENTES DO COMÉRCIO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE SÃO  
JOÃO DA BARRA – RJ.**

QUESTIONÁRIO

Nº	Item	IMPORTÂNCIA						SATISFAÇÃO					
		(1) Muito baixa	(2) Baixa	(3) Média	(4) Alta	(5) Muita alta	(N) Não sei	(1) Muito baixa	(2) Baixa	(3) Média	(4) Alta	(5) Muita alta	(N) Não sei
<b>Atendimento</b>													
1	Tratamento recebido / Simpatia no atendimento / Cordialidade / Educação	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Serviços oferecidos</b>													
2	Realização correta dos serviços contábeis, serviços livres da incidência de erros	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
3	Orientação quanto aos procedimentos a serem adotados / Fornecimento de explicações	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
4	Atendimento das necessidades e expectativas do cliente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
5	Confeção dos demonstrativos contábeis/ Escrituração contábil financeira e Confeção dos livros fiscais	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
6	Informação Trabalhista e Fiscal	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
7	Informação ao cliente de quando o serviço é concluído / informação sobre o andamento dos trabalhos	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
8	Elaboração das guias para pagamento	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
9	Elaboração da folha de pagamento	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
10	Abertura de empresa	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
11	Apresentação dos documentos solicitados pelo cliente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
12	Auditoria (verificação de possíveis erros e fraudes)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Satisfação com os serviços prestados</b>													
13	Satisfação com os serviços contábeis oferecidos	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
14	Qualidade dos serviços / Interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Agilidade e Cumprimento de Prazos</b>													
15	Agilidade na execução dos serviços, cumprimento de prazos	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
16	Antecedência/pontualidade no encaminhamento de guias	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
17	Pontualidade nos compromissos assumidos	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Competência, Atualização e Experiência</b>													
18	Qualificação do profissional contábil / Competência / Ética Profissional / Atualização referente à legislação fiscal e contábil e assuntos ligados a contabilidade	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
19	Experiência do profissional contábil	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Disponibilidade do profissional contábil</b>													
20	Acessibilidade e disponibilidade do profissional quando necessário	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Confiança</b>													
21	Confiança nas informações elaboradas	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Informações gerenciais</b>													
22	Entrega de relatórios gerenciais / Relatórios que ajudem na gestão do negócio	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
23	Entendimento, clareza do conteúdo dos relatórios contábeis	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)

Nº	Item	IMPORTÂNCIA						SATISFAÇÃO					
		(1) Muito baixa	(2) Baixa	(3) Média	(4) Alta	(5) Muita alta	(N) Não sei	(1) Muito baixa	(2) Baixa	(3) Média	(4) Alta	(5) Muita alta	(N) Não sei
<b>Comunicação</b>													
24	Comunicação, informações claras e precisas	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
25	Comunicação com o profissional contábil durante o ano para observar em relação a declarações de imposto de renda e declarações de atividades do negócio	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Funcionários do Estabelecimento de Contabilidade</b>													
26	Confiança nos funcionários do estabelecimento de contabilidade e comprometimento dos mesmos com o desempenho de suas funções	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
27	Qualificação dos funcionários	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Imagem e Instalações físicas do Estabelecimento de Contabilidade</b>													
28	Imagem / Reputação do estabelecimento de contabilidade / Referências	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
29	Organização do estabelecimento de contabilidade / Instalações físicas	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Tecnologia</b>													
30	Nível de tecnologia do estabelecimento de contabilidade	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)
<b>Honorários contábeis</b>													
31	Honorários contábeis compatíveis c/ o serviço oferecido	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(N)

## PERFIL DO ENTREVISTADO E DA EMPRESA

<p>Gênero:</p> <p>(1) Masculino</p> <p>(2) Feminino</p> <p>Faixa etária:</p> <p>(1) 15 a 19 anos</p> <p>(2) 20 a 24 anos</p> <p>(3) 25 a 29 anos</p> <p>(4) 30 a 39 anos</p> <p>(5) 40 a 49 anos</p> <p>(6) 50 a 59 anos</p> <p>(7) 60 a 69 anos</p> <p>(8) 70 ou mais</p>	<p>Grau de escolaridade:</p> <p>(1) fundam. incompleto</p> <p>(2) fundam. completo</p> <p>(3) médio incompleto</p> <p>(4) médio completo</p> <p>(5) superior incompleto</p> <p>(6) superior completo</p> <p>(7) Pós-graduação (Especialização)</p> <p>(8) Mestrado</p> <p>(9) Doutorado</p>	<p>Cargo:</p> <p>(1) Proprietário</p> <p>(2) Sócio-dirigente</p> <p>(3) Gerente</p> <p>(4) Outro. Qual? _____</p> <p>Tempo que a empresa encontra-se no mercado: _____ anos</p> <p>Tempo em que o atual profissional contábil presta serviços para a empresa: _____ anos</p>	<p>Quantidade de funcionários na empresa: _____ funcionários</p> <p>O prestador de serviços contábeis localiza-se no município de São João da Barra?</p> <p>(1) Não</p> <p>(2) Sim</p> <p>O proprietário da empresa reside em São João da Barra?</p> <p>(1) Não</p> <p>(2) Sim</p>	<p>Caso as exigências governamentais fossem simplificadas e o próprio empresário pudesse realizá-las, a empresa manteria o profissional contábil?</p> <p>(1) Certamente não manteria</p> <p>(2) Provavelmente não manteria</p> <p>(3) Talvez sim, talvez não</p> <p>(4) Provavelmente manteria</p> <p>(5) Certamente manteria</p> <p>(N) não sei / prefiro não opinar</p>	<p>Estaria disposto(a) a pagar mais ao profissional contábil caso este produza informações que permitam gerenciar melhor o negócio?</p> <p>(1) Certamente não pagaria</p> <p>(2) Provavelmente não pagaria</p> <p>(3) Talvez sim, talvez não</p> <p>(4) Provavelmente pagaria</p> <p>(5) Certamente pagaria</p> <p>(N) não sei / prefiro não opinar</p>
--	---	--	--	---	---