

PARÂMETROS PARA A QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS PRESTADOS ÀS EMPRESAS

Alessandra Pellini Teixeira¹
Ielda Andrade da Silva²
Odir Berlatto³

Resumo: O estudo teve como objetivo analisar os parâmetros para a qualidade dos serviços contábeis oferecidos as empresas, através de pesquisa exploratória e de descritiva quali-quantitativa. Para isso, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e o método de levantamento, aplicando entrevista para profissionais contábeis e um questionário para uma amostra de onze empresas de diversos ramos de atividade que utilizam os serviços contábeis de forma terceirizada. O trabalho apresenta importância devido ao papel que a contabilidade ocupa no desenvolvimento das empresas. É ela quem dá suporte a tomada de decisão, dessa forma, o profissional responsável por tudo isso deve estar sempre atento sobre a qualidade no desempenho de sua função em relação às empresas e também se elas estão satisfeitas com o serviço prestado por eles, possibilitando melhorias. No final desse trabalho foi possível concluir que são muitos os parâmetros que devem ser observados para a prestação de serviços contábeis de qualidade. A análise dos dados permitiu apresentar um panorama da qualidade percebida pelas empresas clientes de escritórios contábeis, apontando pontos fortes e fracos dos serviços prestados por esses profissionais.

Palavras-chave: Serviços. Contador. Qualidade. Clientes.

1 INTRODUÇÃO

A contabilidade é considerada como uma das ciências mais antigas. Ela surgiu da necessidade do homem em obter informação e controle sobre o seu patrimônio, representando uma ferramenta essencial para as atividades de qualquer organização por registrar e avaliar todas as suas ações. Os séculos passaram, as transações comerciais globalizaram, a contabilidade e a tecnologia evoluíram, mas a necessidade do empresário em obter informação e controle sobre seu patrimônio não deixou de existir. Pelo contrário, tornou-se fundamental diante do cenário competitivo.

A contabilidade deixou de ser uma simples escrituração, para ser uma peça fundamental na administração das empresas, como fonte de informações para as tomadas de decisões. Diante deste contexto, surgem novas necessidades de adaptação da contabilidade e dos serviços contábeis, criando técnicas que auxiliem os administradores no processo de gestão das empresas. O contador revela-se então, um profissional importantíssimo, pois é ele que trabalha com todos esses dados, a fim de gerar informações com qualidade para os gestores.

Da mesma forma que o mercado mostra competitividade para os empresários, exigindo-lhes produtos e serviços com qualidade, para a atividade contábil é a mesma coisa,

¹ Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha.

² Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha.

³ Mestre em Ciências Sociais. Professor nos Cursos de Graduação na FSG. Endereço eletrônico: odir.berlatto@fsg.br

diferenciando apenas no produto fornecido que é o seu conhecimento através dos serviços prestados. Conhecimento este que, no cenário atual necessita estar atualizado e aprimorado não só nas técnicas contábeis, mas em outras, como economia, gestão de empresas e satisfação do cliente.

A qualidade nos serviços prestados tem sido apresentada pelas empresas como o diferencial competitivo para ganhar e manter clientes. Porém, a qualidade não se reduz apenas a satisfação dos clientes externos da empresa. Existem diversas formas de se desenvolver e apresentar um serviço com qualidade.

Diante disso, pretende-se responder o seguinte questionamento: Quais são os parâmetros que devem ser observados para a qualidade na prestação de serviços contábeis oferecidos às empresas? Por isso, o objetivo geral desse trabalho foi analisar os parâmetros a serem seguidos para que a prestação de serviços contábeis oferecidos as empresas conte com excelência de qualidade. Para atingir esse objetivo foi necessário verificar os serviços oferecidos pelo contador e conferir a percepção dos clientes quanto aos serviços recebidos. Buscamos assim identificar os principais parâmetros que qualificam a prestação de serviços contábeis, examinando também os princípios do profissional da área contábil.

A intenção da elaboração deste trabalho é contribuir com os futuros e atuais contadores, fornecendo informações norteadoras, atuais e extremamente relevantes sobre o mercado de trabalho e os campos de atuação na área contábil. Colaborar-se-á, assim, para que os acadêmicos tornem-se profissionais de excelência. Para os atuais contadores, coopera-se no sentido de que poderão identificar onde estão deficientes, possibilitando melhorar suas atitudes. E por fim temos a premissa de contribuir inclusive com os empresários que conseqüentemente receberão excelentes serviços por parte desses profissionais contábeis. Dessa forma, a qualidade nos serviços de informação contábil pode contribuir indiretamente para o desenvolvimento econômico da sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Os Serviços Contábeis

O campo de atuação do contador é muito vasto. Sua atuação está inserida da microempresa à empresa de grande porte. Uma das maiores, senão a maior, área de atuação do profissional contábil é a prestação de serviços contábeis. Conforme dados do CFC até 08

de maio de 2011, existem 38.799 contabilistas ativos em todo o estado, dos quais 22.512 são contadores e 16.287 são técnicos. E das 9.538 organizações contábeis do Rio Grande do Sul, 7.301 são individuais, 2.095 são sociedades e 142 empresários. A prestação de serviços contábeis pode se dar na forma de “contabilidade terceirizada, assessoria ou consultoria contábil, que incluem além da contabilidade tradicional ou financeira, a tributária e a gerencial” (PADOVEZE, 2009, p.20). O referido autor sugere o agrupamento das funções contábeis em quatro áreas de atuação:

- a) Auditoria: o contador auditor atesta a exatidão das informações contidas nas demonstrações contábeis, o que traz credibilidade as empresas e confiabilidade aos investidores;
- b) Perícia: o contador atua como perito e parecerista na avaliação de negócios;
- c) Administração financeira e de investimentos: Através da análise das demonstrações contábeis, o contador avalia a liquidez (situação financeira), rentabilidade (situação econômica) e endividamento (estrutura de capital) de uma empresa para fins de concessão de crédito, investimentos em nível de mercado de capitais, novos negócios, fusões, incorporações, aquisições, etc. (MARION, 2010).
- d) Contabilidade financeira e gerencial: envolve as áreas da contabilidade tributária, gestão de riscos e contabilidade de custos.

A contabilidade financeira gera informação econômica sobre uma organização ao público externo, limitadamente conforme normas e procedimentos obrigatórios (ATKINSON *et al.*, 2008). A contabilidade de custos serve como instrumento de controle (das operações e dos próprios custos), planejamento (e processo decisório) e avaliação de desempenho (determinação da rentabilidade e avaliação do patrimônio), fornecendo informações processadas a partir de dados quantitativos, inclusive não monetários, exclusivas para cada diferente nível gerencial da empresa (LEONE, 2009). A contabilidade gerencial, por sua vez, elabora os relatórios gerenciais para a administração a partir dos balanços e demonstrações fornecidos pela contabilidade financeira e pela de custos, sem se preocupar com os princípios tradicionais dos contadores e sim com as necessidades de cada entidade empresarial (ATKINSON *et al.*, 2008).

O mercado de contabilidade é bastante amplo. No entanto, “o mix de serviços das empresas ainda consiste basicamente em: escrituração fiscal, escrituração contábil e departamento pessoal” (SCARPIN; SCARPIN; CALIJURI, 2003, p.17). As empresas de contabilidade enfrentam uma grande dificuldade no desconhecimento pelo cliente das

vantagens dos serviços contábeis. Diante disso, percebe-se a necessidade de o contabilista ressaltar os aspectos positivos e mostrar ao cliente que a administração de sua empresa pode ser desenvolvida de forma coerente e exata, dispondo dos seus recursos reais e calçando-se legalmente em leis e incentivos que o amparam. Cabe ao contador difundir novas mudanças e tendências, gerar comunicação e, principalmente, ação de comprometimento entre o prestador de serviços e o usuário.

2.2 Qualidade em prestação de serviços

A questão da qualidade, com maior ou menor intensidade, sempre foi um assunto discutido nas organizações. Enquanto abordagem teórica, segundo Hegedus (2004), a questão ganhou destaque a partir dos trabalhos de Joseph Moses Juran, Wíllian Edwards Deming, Philip B. Crosby e Armand Feigenbaun.

Em linhas gerais, esses autores defendem que: a qualidade é algo dinâmico e que deve sofrer aprimoramento contínuo; os gerentes devem ser os agentes da mudança, definindo metas claras, o que não se confunde com fixação de quotas, e focar os esforços de todos em tais metas; a educação e o treinamento devem fazer parte de um processo contínuo em todos os níveis da empresa. Segundo esses autores, para se conseguir chegar a qualidade é necessário abordar os serviços de forma sistemática. Todo profissional, tanto gerentes como empregados tem que conhecer o funcionamento da empresa e saber o que é necessário por parte de cada um para melhorar o serviço. Todos devem ter condições de sugerir melhoria nos procedimentos.

Os autores citados definem, ainda, que produtos, processos ou serviços de qualidade são os que atendem as necessidades dos clientes externos ou internos (HEGEDUS, 2004). Entretanto, para isso, é necessário conhecer os clientes e suas necessidades. É de extrema relevância que haja sempre medição, verificação e avaliação. A voz do cliente precisa ser transformada em dados que sirvam para aprimorar a qualidade dos serviços.

Os autores sobre qualidade em serviços destacam de formas diferentes seus princípios, uns com mais que outros, ou com enfoques diferentes sendo serviços na indústria, que é o caso de Crosby, no comércio ou em prestadores de serviços mesmo. Analisando as similaridades entre as relações de princípios da qualidade para cada um dos autores citados acima Conte e Durski (2011) agruparam os princípios da qualidade em dez:

Princípio 1: Planejamento da Qualidade.

Princípio 2: Total satisfação do Cliente.

Princípio 3: Gestão Participativa.

Princípio 4: Desenvolvimento dos recursos humanos.

Princípio 5: Constância de Propósitos.

Princípio 6: Aperfeiçoamento Contínuo.

Princípio 7: Gerenciamento de processos.

Princípio 8: Disseminação das informações.

Princípio 9: Garantia da Qualidade

Princípio 10: Desempenho Zero Defeitos

Quadro 1: Princípios da qualidade

Fonte: CONTE; DURSKI, 2011.

Atualmente, não há como se falar de serviços sem falar da qualidade, porque é a qualidade que determina não só quanto o cliente está disposto a pagar pelo serviço, mas também a existência desse serviço e conseqüentemente da empresa que o fornece. Hegedus (2004,p.23) explica uma relevante abordagem de Deming em relação a qualidade. Ele diz que produtos e serviços não devem ser comprados com base apenas no preço. “Sem dispor de medidas adequadas de qualidade, os negócios tendem a ser feitos com quem oferecer o orçamento mais baixo, e o resultado inevitável é a baixa qualidade e o custo elevado.” Deming *apud* Hegedus (2004,p.23) Nesse mesmo sentido, Scarpin, Scarpin e Calijuri (2003) afirmam que a qualidade dos serviços contábeis por si só já representa uma estratégia de Marketing, e que mesmo empresas de pequeno porte podem alcançar níveis mais elevados de excelência de qualidade.

Serviço, conforme Las Casas (1991, p.15 *apud* SCARPIN; SCARPIN; CALIJURI, 2003, p.6) é “uma transação realizada por uma empresa ou por um empresário, cujo objetivo não está associado a transferência de um bem”. Os autores explicam as principais características dos serviços:

Serviço é a parte vivenciada, é uma experiência, é o desempenho. [...] Os serviços são mais intangíveis que tangíveis. [...] O serviço é resultado de um esforço. Não existe linha de produção para serviço. [...] são baseados em pessoas ou equipamentos. O ser humano é o que prevalece e por esta razão é difícil ser produzido de maneira uniforme e padrão. Não existe estoque de serviços. [...] são simultaneamente produzidos e consumidos. [...] Os serviços são facilmente copiáveis e raramente podem ser protegidos por patente. É difícil o estabelecimento

de preço para serviços, pois apoiando-se em trabalho humano, os custos de produção variam, pois eles são estipulados subjetivamente por quem os produz.

Nessa acepção, em um processo de prestação de serviço, onde o produto pode ser a geração de informações, deve existir a preocupação com a confiabilidade, relevância e tempestividade desta informação que está sendo oferecida ao cliente, pois a qualidade será evidenciada no processo de produção da informação. Apesar da intangibilidade o cliente procurará evidências da qualidade através da prestação do serviço, que deve ser entendido como processo, onde a qualidade deve estar presente em cada etapa. Por conta de os serviços serem produzidos e consumidos simultaneamente, existe alta interação com o cliente e a qualidade evidencia-se durante cada fase da execução da prestação do serviço. A qualidade do serviço varia em função de quem executa (especialização), do local e das condições onde o serviço está sendo executado.

Também para Fritsch (2000), a qualidade na prestação de serviços está diretamente ligada à qualidade no atendimento. Ele destaca ainda, a importância na qualidade do atendimento como forma, não só de satisfazer o cliente, mas também mostrar comprometimento com o trabalho e elevar a auto-estima do profissional.

Segundo Las Casas (2007), o prestador de serviços deve listar todos os contatos dos clientes com alguma parte da sua empresa. E em cada um destes contatos fazer uma análise dos aspectos que devem ser otimizados para que os serviços prestados tenham qualidade. Essas otimizações referem-se ao conhecimento sobre a atividade da empresa, presteza, simpatia e cortesia dos funcionários, e aos aspectos físicos que circundam a atividade, que são as instalações, equipamentos e aparência dos funcionários.

No entendimento de Scarpin, Scarpin e Calijuri (2003, p.5): “A parte essencial da prestação de serviços é as pessoas”. Para os serviços terem qualidade é necessário que o pessoal que os presta seja bem treinado, bem administrado e motivado. Esses autores ressaltam ainda o fato de o consumidor avaliar a qualidade dos serviços, muito mais sob os aspectos humanos, já que nem sempre se encontra capacitado para avaliar tecnicamente a qualidade dos serviços que recebe. Torna-se necessário, então, cuidar inclusive de aspectos como, localização do escritório, apresentação do serviço, atenção aos clientes, garantia futura e, ainda, um diferencial competitivo. Pois são estes pontos que o cliente poderá observar.

Observam-se em todas as literaturas que para haver qualidade é preciso de uma administração comprometida e com atitudes voltadas para o cliente, funcionários treinados e motivados e ferramentas eficientes.

2.3 Princípios do profissional: a ética na prestação de serviços

Conforme Paranhos (2011, p.12), “a empresa pouco transparente hoje não pode garantir sua sobrevivência no mercado. A honestidade, a lealdade, a competência, são valores muito prezados por clientes, consumidores e fornecedores”. Para conquistar a confiança de colegas, subordinados e superiores e principalmente a fidelidade dos clientes, não basta ao profissional que cumpra o que lhe é indicado. É preciso ter iniciativa pessoal e sugerir alternativas quando a forma habitual de atuar na empresa ou no ramo de negócios for contrária à moral ou aos bons costumes.

A ética deve ser a base da construção da vida profissional. Segundo o Código de Ética do Contabilista, os princípios do profissional contábil, basicamente são: “Exercer a profissão com zelo, diligência e honestidade, comprometimento com a sociedade, com os Colegas e com a Classe” (Código de Ética do Profissional Contábil - CEPC, 1996, p.7). Aliás, este é um documento norteador fundamental ao contabilista que deseja excelência em todos os sentidos no desempenho de suas funções.

Ético é uma pessoa preparada técnica e moralmente para exercer uma função dentro de uma organização ou de forma autônoma, é um profissional honesto, sincero, franco, transparente, que sabe ponderar o que é bom para si, para a organização e a sociedade (PARANHOS, 2010).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Métodos de pesquisa

Considerando que o presente estudo teve por objetivo analisar os parâmetros a serem seguidos para a prestação de serviços contábeis de qualidade coube também verificar quais os aspectos que mais qualificam a prestação dos serviços contábeis oferecidos às empresas. Sendo assim, a pesquisa utilizada para o desenvolvimento desse estudo teve abordagem qualitativa. Para esta pesquisa utilizou-se de métodos qualitativos, por depender profundamente de relatar, informar para demonstrar significância. Também por que, como cita Roesch (2006, p. 154), tais métodos são reconhecidos “como uma fase que precede o teste de hipóteses [...] apropriados para uma fase exploratória da pesquisa”. Neves (1996)

complementa mencionando que tais métodos contribuem para a melhor visualização do contexto e compreensão dos fenômenos em estudo.

Após esta primeira fase, buscou-se medir o grau de importância atribuído a cada questão levantada anteriormente. Foi utilizada a abordagem quantitativa para mensurar as impressões colhidas na pesquisa qualitativa. Pois Beuren (2009) explica que a abordagem quantitativa pretende numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas, baseando o processo de análise do problema em instrumento estatístico, buscando entender por meio de uma amostra o comportamento de uma população.

Podemos classificar a pesquisa realizada como exploratória em sua fase inicial e descritiva num segundo momento. Ela teve natureza exploratória, pois foi necessário explorar a literatura e o contexto prático, para descobrir quais as variáveis que exerciam influência sobre o problema de pesquisa. Segundo Triviños (1987, p.109), os estudos exploratórios são pertinentes quando “o pesquisador deseja [...] manejar com maior segurança uma teoria cujo enunciado resulta demasiado amplo para os objetivos da pesquisa que tem em mente realizar”, como foi o caso deste estudo. Gil (2002, p. 41) traz também que uma pesquisa exploratória tem por objetivo o “aprimoramento de idéias” ou a “descoberta de intuições” sobre o tema, tornando o pesquisador mais familiar com o assunto.

Dessa forma, buscou-se como suporte bibliográfico autores que tratassem sobre os serviços contábeis e a relação entre a qualidade desses serviços e a satisfação do cliente. Assim, Beuren (2009) elucida que a pesquisa bibliográfica torna-se parte obrigatória de outros tipos de pesquisa, devido a sua natureza teórica, pois é por meio dela que tomamos conhecimento sobre a produção científica existente, evitando pesquisar novamente aquilo já amplamente pesquisado. Gil (2002) comenta ainda que com base em material já elaborado, como livros, revistas e artigos científicos publicados, pode-se investigar uma gama de fenômenos muito mais ampla em relação aquela que se poderia pesquisar diretamente. Marconi e Lakatos (2006) a conceituam como uma forma de pesquisa que visa expor o pesquisador ao contato direto com os mais variados meios em que haja registro sobre o assunto, tais meios são classificados pelos autores como fontes secundárias.

Já a pesquisa descritiva, realizada a seguir, teve como foco essencial, conforme cita Triviños (1987), a premissa de delinear com maior exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade. Gil (2002, p.42) menciona ainda a existência de pesquisas que, “embora definidas como descritivas a partir de seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias.” O método

utilizado para esse tipo de pesquisa foi o de Levantamento ou *survey*, em razão de o público de pesquisa ser definido além de um contexto fechado, o que impossibilita estudar detalhadamente cada objeto ou fenômeno em específico. Conforme Gil (2011), o levantamento consiste basicamente em solicitar informações de um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado. Beuren (2009, p. 86) salienta, inclusive, que esse método pode ser “de fundamental importância para a proposição de mudanças ou até saber se a direção das decisões está correta”.

3.2 Delimitação da população ou do objeto de estudo e amostragem

Segundo Roesch (2006), população é um grupo de indivíduos ou organizações que interessam pesquisar para a finalidade específica de um estudo. No caso, deste trabalho, todos os contadores que possuíssem empresas de contabilidade, seus funcionários e clientes, interessariam à pesquisa. Porém, em razão do tamanho da população e ao escasso tempo disponível para a conclusão da pesquisa, foi preciso extrair uma parcela da população utilizando, assim, o processo de amostragem. Pois, conforme a definição de Gil (2002), amostra é uma pequena parte dos elementos que compõe o universo de pesquisa. Roesch (2006) ainda complementa afirmando que amostra é o subconjunto representativo da área de interesse do pesquisador. Em vista disso, foram buscadas informações junto a empresários contábeis e empresas que recebem serviços contábeis de forma terceirizada. Dos contadores contatados apenas três se dispuseram a responder entrevista pessoalmente ou enviaram respostas por e-mail. E dos questionários enviados a clientes de empresas contábeis onze retornaram.

Quanto ao tipo de amostra utilizada, podemos rotular com amostragem não-probabilística de julgamento ou intencional. É não-probabilística, por que não é representativa da população como um todo. E de julgamento ou intencional, por que devem ser selecionadas as pessoas que realmente possam contribuir com informações e opiniões mais relevantes para o pesquisador (ROESCH, 2006).

3.3 Técnicas de coletas dos dados

Para o método de Levantamento, foram utilizados como técnicas de coleta de dados a entrevista para a pesquisa qualitativa e o questionário para a quantitativa. Ambos foram

aplicados entre os dias 31/05/2011 e 17/06/2011, por meio eletrônico e pessoalmente. A entrevista foi elaborada com questões abertas para empresários contábeis, buscando identificar os parâmetros que qualificam os serviços prestados através de informações como: qualificação de funcionários, seu critério para contratação, interesse em educação continuada, entre outras. Foi escolhida a técnica de entrevista, pois, na visão de Roesch (2006, p. 159), ela possibilita “entender os significados que os entrevistados atribuem a questões e situações que não foram estruturados anteriormente a partir das suposições do pesquisador”. Nesse mesmo sentido, Marconi e Lakatos (2006) explicam que, é uma vantagem dessa técnica a possibilidade de surgir aspectos novos na fala do entrevistado.

Utilizou-se o questionário como instrumento de pesquisa quantitativa, pois, segundo (ROESCH, 2006), ele é apropriado quando se quer mensurar algo com base em entrevistas exploratórias preliminares. O questionário foi elaborado com questões fechadas para clientes de empresas contábeis, buscando identificar quais os serviços que recebem, a relevância das informações contábeis para sua empresa e seu grau de satisfação.

3.4 Técnicas de análise de dados

“Analisar dados, significa trabalhar com o material obtido durante o processo investigatório, ou seja, os questionários aplicados, os relatos das observações, as transcrições das entrevistas realizadas e os transcritos da documentação das fontes primárias e secundárias” (BEUREN, 2009, p. 136).

No presente trabalho, os dados foram analisados utilizando-se a técnica de análise de conteúdo tanto para a pesquisa qualitativa quanto para a quantitativa. Pois, segundo Vergara (2008, p.19) “procedimentos quantitativos e qualitativos [...] não são mutuamente excludentes. Podem ser utilizados de forma complementar”. A autora explica que a análise de conteúdo na pesquisa qualitativa exploratória é feita a partir do tratamento e interpretação dos dados obtidos através de instrumentos de grade aberta. Já na pesquisa quantitativa procede-se da mesma forma com instrumentos de grade fechada para verificar a presença ou ausência de determinados elementos.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 Parâmetros para a qualidade na visão do contador

Através das entrevistas aplicadas aos empresários contábeis, foi possível obter importantes depoimentos sobre os parâmetros que esses profissionais observam para avaliar a qualidade de seus serviços e satisfação de seus clientes. Foram citados pelos contadores, como métodos utilizados para garantir maior qualidade nos serviços prestados, sem observação de classificação:

- a) Boas contratações;
- b) Fornecer atendimento personalizado;
- c) Especialização de funcionários;
- d) Acompanhamento das mudanças do mercado e da legislação;
- e) Ouvir o cliente e entender seu negócio;
- f) Definir a tributação correta;
- g) Listar os documentos necessários;
- h) Estabelecer uma rotina com prazos para recebimento das informações e/ou documentação (por parte do empresário e do escritório de contabilidade);
- i) Lançar as informações no sistema ou realizar as integrações;
- j) Ter segregação de funções;
- k) Estabelecer formas diferentes de conferir a mesma informação;
- l) Converter os dados em informações distintas para o empresário e o fisco;
- m) Monitorar a saúde e cumprimento de metas da empresa através de indicadores;
- n) Investimento em estrutura e tecnologia adequada;
- o) Traçar os objetivos, cumprir com às determinações do programa de qualidade, enfrentar resistências as mudanças, e trabalhar para atingir o resultado almejado.

O cumprimento de metas e programa de qualidade citados nas alíneas “m” e “o” referem-se ao fato de que duas das empresas entrevistadas estão em fase de implantação do Programa Qualidade Necessária Contábil. Conforme os entrevistados, implantar um programa de qualidade significa mostrar para a sociedade quem está preparado para oferecer serviços de qualidade, e quais profissionais e empresas estão preocupadas com a qualificação. Os diretores dessas empresas contábeis explicaram que o PQNC é um programa de certificação de qualidade desenvolvido especificamente para o segmento contábil, que tem como filosofia

principal o CTC - Comprometimento Total com o Cliente. O foco do PQNC é baseado no envolvimento das pessoas por métodos motivacionais, gerando mudanças de comportamento, criando e aperfeiçoando atividades, além de estimular o bom relacionamento no atendimento entre os clientes internos e externos. Foca também a criação de um ambiente de trabalho agradável, com qualidade e produtividade e de melhores resultados, gerando assim a satisfação plena dos envolvidos.

Foi questionado sobre como o tempo de atuação na área contábil pode representar um diferencial nos serviços prestados. Os entrevistados responderam que a atualização constante e a busca por inovação tecnológica, entre outros fatores, é que melhor representam um diferencial. Pois, o tempo de atuação nada significa se não estiver atualizado, já que todo dia mudam as leis. Entretanto, eles concordam que os clientes valorizam um maior tempo de parceria com confiança.

4.2 Serviços oferecidos pelo contador e contratados pela empresa

Conforme pode ser observado na tabela 1, apesar de 100% das empresas contábeis oferecerem as informações tradicionais apresentadas pela contabilidade geral, o balanço patrimonial e os balancetes, nem todos esses serviços são utilizados por seus clientes. Com exceção do registro fiscal, talvez por que este é obrigado por lei, com os demais serviços da contabilidade geral aproximadamente metade apenas, dos oferecidos são utilizados. Já com os serviços de orientação gerencial, consultoria financeira e consultoria em custos, a situação é inversa. Apesar de poucas empresas contábeis oferecerem, todas as vezes que são oferecidos são utilizados.

As demonstrações financeiras foram consideradas oferecidas por 64% dos empresários, dos quais apenas 43% as utilizam. Apesar de 64% não ser muito alto se considerar que 36% dos empresários nem sabe o que elas demonstram, já se observa que alguns empresários têm conhecimento sobre as demonstrações por terem sido oferecidas, apesar de não terem contratado. A mesma observação recai sobre os serviços de consultoria contábil e fiscal, consultoria em RH e auditoria.

Tabela 1- Serviços oferecidos pelo contador

Serviços Contábeis	Oferecidos aos participantes da pesquisa	% do total de participantes	Utilizados	% do total de serviços oferecidos
Registro fiscal	11	100%	9	82%
Registro de caixa	11	100%	5	45%
Folha de pagamento	11	100%	6	55%
Diário	11	100%	6	55%
Razão	11	100%	6	55%
Balancetes	11	100%	6	55%
Balanco Patrimonial	11	100%	7	64%
Outras Demonstrações	7	64%	3	43%
Consultoria Contábil	7	64%	3	43%
Consultoria fiscal	6	55%	2	33%
Consultoria financeira	2	18%	2	100%
Consultoria em custos	1	9%	1	100%
Consultoria em RH	3	27%	1	33%
Orientação gerencial	4	36%	4	100%
Auditoria	3	27%	1	33%

Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

4.3 Relatórios contábeis como base para tomada de decisão

Uma boa parte (45,45%) dos pesquisados pouco utiliza os relatórios contábeis como fonte de informação para tomada de decisão de suas empresas, representados por 18,18% dos que utilizam raramente e 27,27% que utilizam às vezes. Porém cabe destacar que para uma parcela ainda maior os relatórios contábeis são fonte de dados para tomada de decisão. Pois, somados os que utilizam sempre e quase sempre representam mais da metade dos entrevistados. Isso vem a comprovar a importância desses relatórios para as tomadas de decisões, apesar de nem todos os utilizarem.

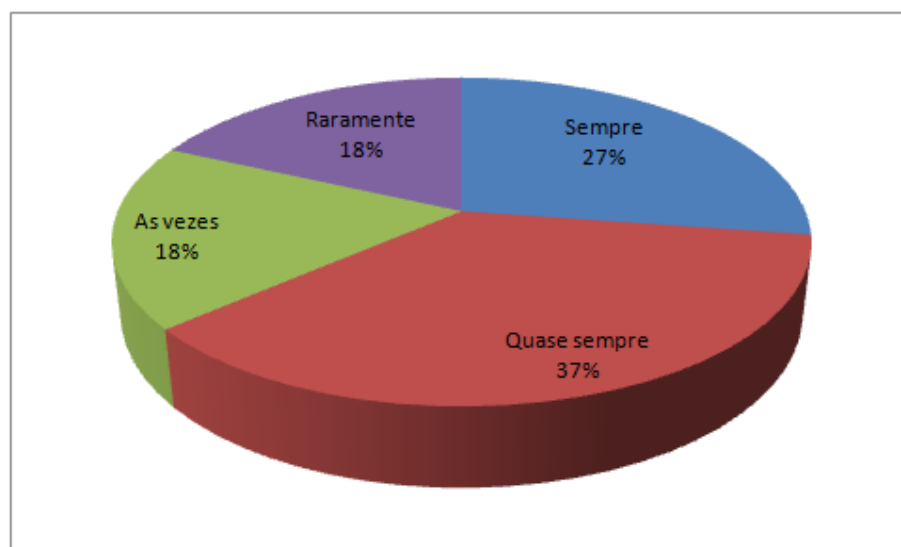


Gráfico 1: Relatórios contábeis como base para tomada de decisão

Fonte: Pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

4.4 Atuação do contador

Percebemos através dos dados apresentados que apenas 27% dos contadores das empresas pesquisadas sempre participam das reuniões para esclarecer as informações prestadas através dos relatórios.

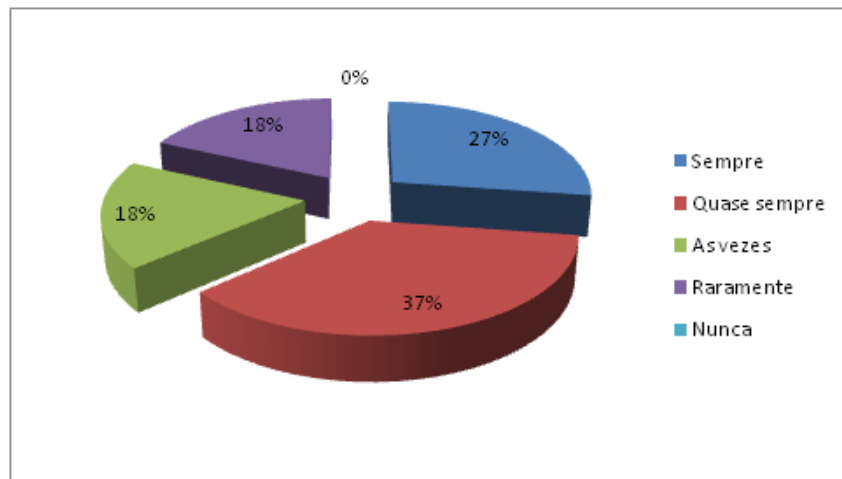


Gráfico 2: Participação do contador nas reuniões da empresa
Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

Conforme mostra o gráfico a seguir a maior parte das empresas contábeis utiliza os recursos da Internet para esclarecimentos de dúvidas e contribuir com sugestões.

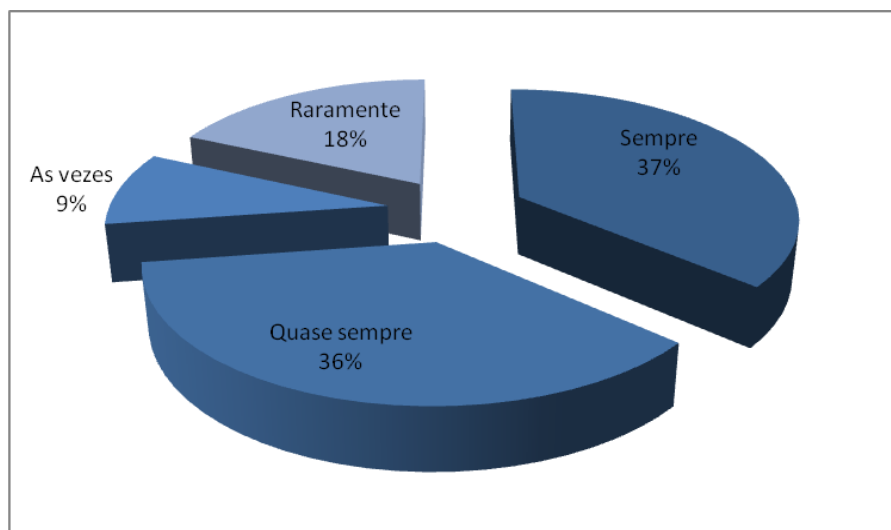


Gráfico 3: Utilização de recursos da internet
Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

Quanto a entrega dos relatórios, o gráfico 4 demonstra que 73% das empresas contábeis cumprem os prazos pré-estabelecidos. Os dados mostram uma margem de 27% para melhoria, se observarmos os princípios 7 e 10 – “Gerenciamento de processos” e “Desempenho Zero Defeitos”.

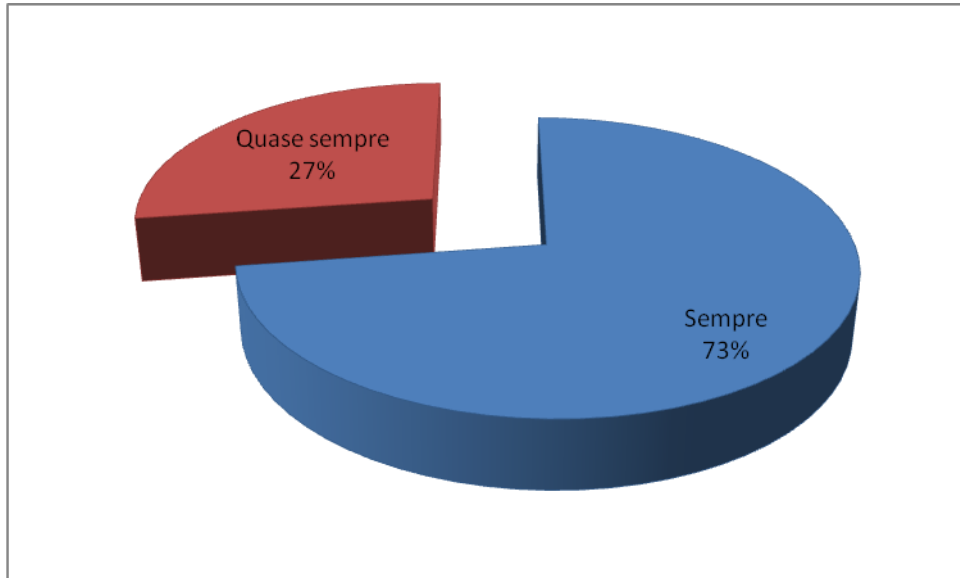


Gráfico 4: Cumprimento de prazo
Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

4.5 Grau de satisfação do cliente

Através do questionário também foi inquirido se as empresas contábeis demonstram interesse em melhorar os serviços prestados e se os clientes indicariam o seu escritório de contabilidade para outras empresas. Perguntamos ainda, quais os aspectos que os empresários consideram com diferencial nos serviços recebidos e quais desses estão deixando a desejar.

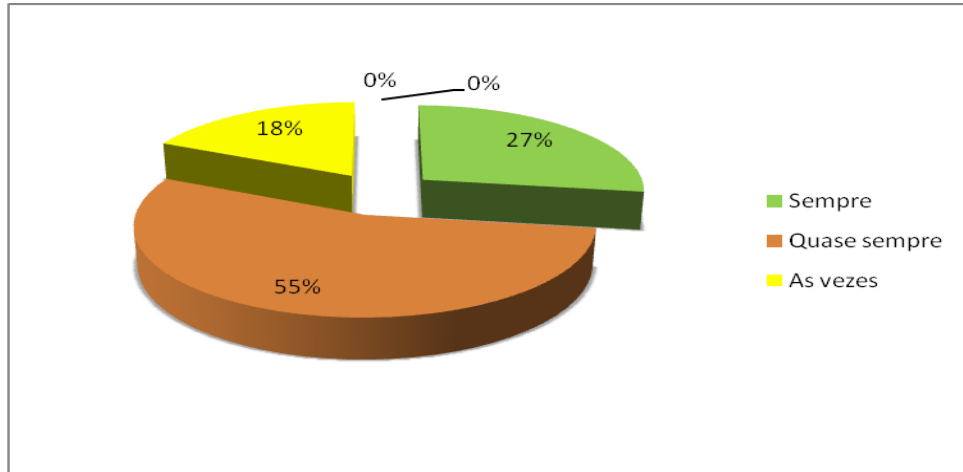


Gráfico 5: Interesse de melhoria pelos contadores
Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

A pesquisa mostra que, dos escritórios de contabilidade, 27% sempre e 55 % quase sempre demonstram interesse em melhorar a qualidade dos serviços prestados.

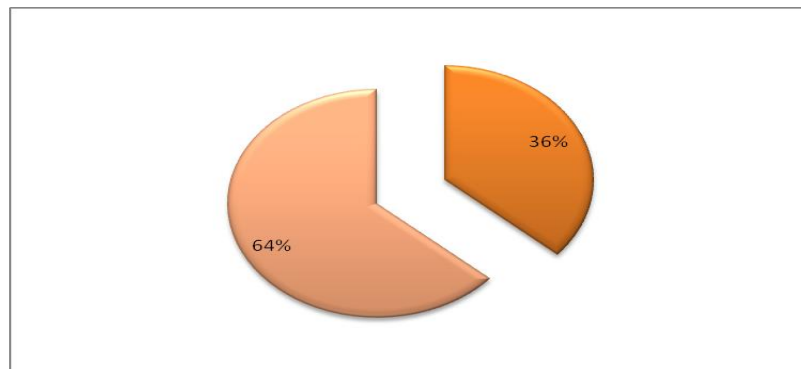


Gráfico 6: Indicação dos serviços recebidos
Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

O gráfico 6 mostra que pouco mais da metade dos clientes de escritórios de contabilidade sempre indicaria seu prestador de serviços contábeis para outras empresas.

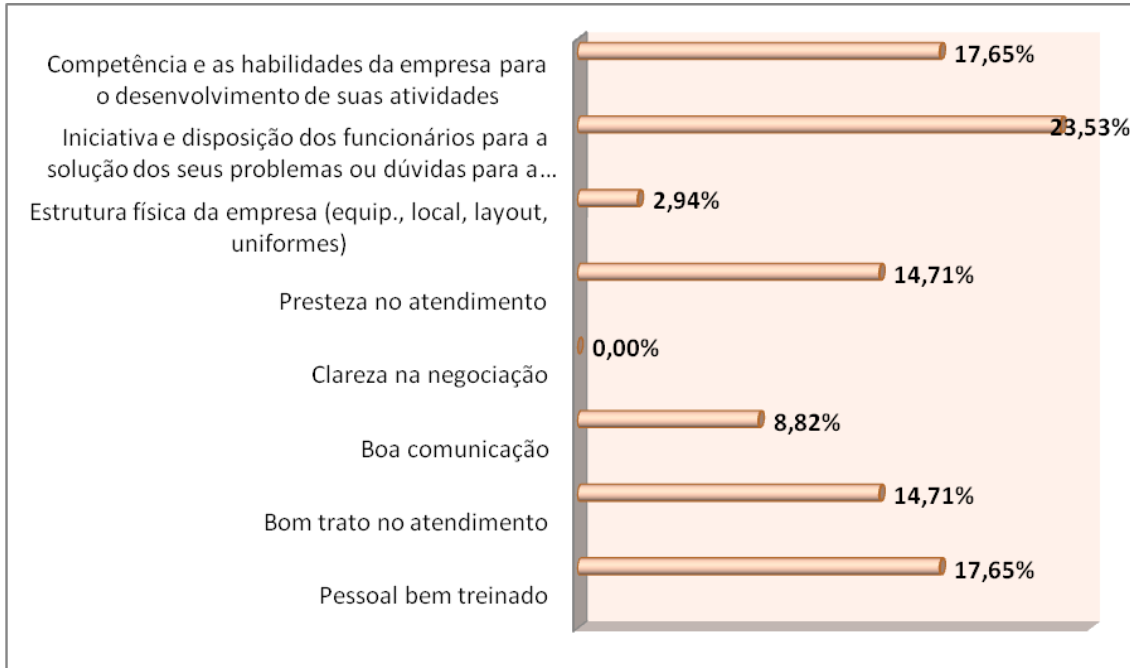


Gráfico 7: Diferencial positivo dos serviços recebidos
 Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

Percebemos, no gráfico 7, que a iniciativa e disposição dos funcionários é o índice de maior relevância 28,53%, para que se ter um diferencial em meio a tanta competitividade.

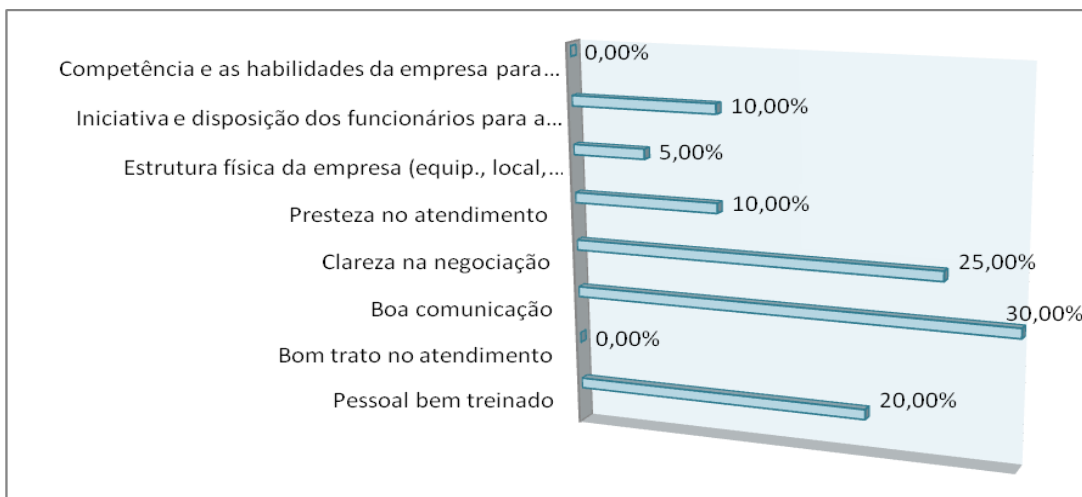


Gráfico 8: Ponto que deixa a desejar nos serviços prestados
 Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

Percebe-se no gráfico 8 que a boa comunicação é o índice de maior relevância em 30%, que deveria ser analisado com mais cuidado pelos escritórios.

No final do questionário pedimos que as empresas atribuíssem uma nota de 0 a 10 para os serviços que recebem.

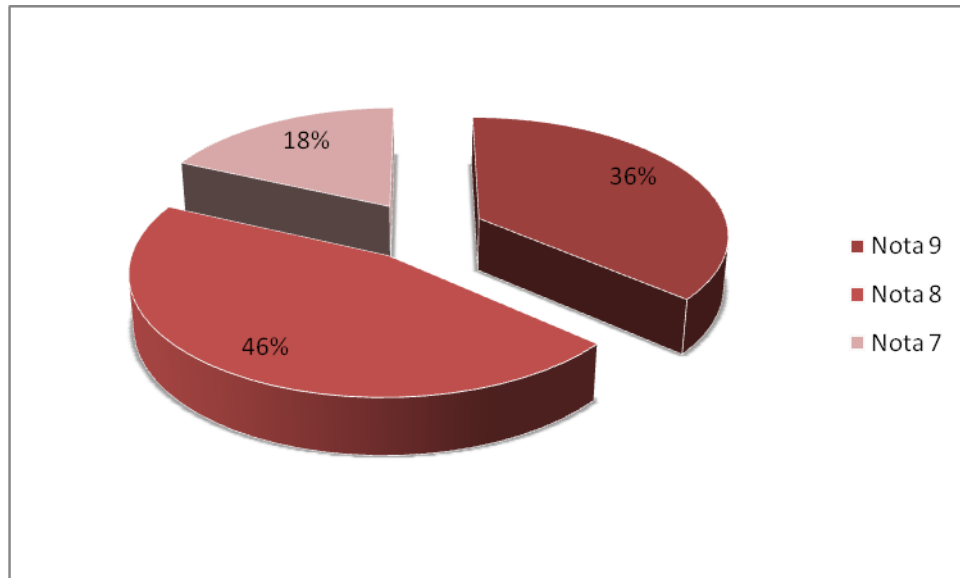


Gráfico 9: Grau de satisfação dos clientes
Fonte: pesquisa exploratória de abordagem quantitativa

O grau de satisfação dos empresários com os serviços contábeis que recebem, confirmou algumas necessidades de melhoria na qualidade, já apresentados nos dados anteriores, ao mostrar que nenhuma das empresas contábeis foi merecedora da nota máxima. Entretanto, é importante considerar que as notas apresentadas representam um grau de satisfação muito bom.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa realizada, constatou-se que muitos detalhes importantes para a realização de um serviço com qualidade ao nível de excelência devem ser observados pelo contador. A educação continuada através de especializações precisa existir não só para o aprimoramento profissional, mas também para servir de diferencial nos serviços oferecidos em relação aos concorrentes, e com isso garantir outra fonte de receita já que a pesquisa demonstrou haver necessidade de profissionais mais qualificados.

Verificamos inclusive que, ter conhecimento da satisfação do cliente em relação aos serviços prestados pelo contador é fundamental para garantir se houve ou não um serviço prestado com excelência. Ao mesmo tempo em que fizer a avaliação da satisfação, ouvindo o

cliente, estará avaliando também suas próprias deficiências, tendo a partir de então, chance de melhorar. O método de monitoramento é simples e apropriados para essa avaliação, só não pode ser ignorada a importância dessa avaliação para o fornecimento de um serviço com qualidade. Consideramos que não se precisa necessariamente implantar um programa de qualidade para ter excelência nos serviços contábeis. Porém há de se convir que programas como esse, proporcionam métodos e eventos muito mais eficazes para se atingir esse objetivo.

As exigências aos profissionais da área contábil são crescentes e desafiadoras. Além da capacidade técnica e permanente renovação, é necessária muita criatividade, ser um bom comunicador manter uma rede de relacionamentos com outros profissionais, empresários e contatos com órgãos públicos, favorecendo um dos mais importantes diferenciais a excelência de agilidade da informação. Refletindo na satisfação dos clientes.

Observou-se na realização desse trabalho que o contador esta envolvido no seu cotidiano com mudanças constantes na legislação, ao passo que os empresários estão preocupados com suas atividades diárias, como relacionamento com fornecedores, saldo bancário, entrega de mercadoria, ausência de funcionário entre outras, situações estas adversas às do contador. A comunicação antecipada aos empresários de mudanças que os afetarão positiva ou negativamente é motivo para considerar o contador ativo na gestão da empresa.

Isso também acontece quando o contador mantém um maior relacionamento com o empresário e preocupa-se com resultados desfavoráveis decorrentes de transações efetuadas pelo cliente e que poderão trazer conseqüências desagradáveis para sua empresa, alertando-o para a conseqüência e sugerindo a melhor forma de ação.

Nossos objetivos propostos neste trabalho foram identificar e analisar os requisitos de qualidade em relação à prestação de serviço contábil, vimos que os parâmetros éticos são indispensáveis para a profissão contábil, pois os clientes esperam qualidade e transparência nas informações prestadas.

Como o foco do estudo foram os parâmetros para a qualidade dos serviços contábeis, não houve oportunidade de aprofundar o estudo quanto a possível conseqüência dos sistemas de informação gerencial na empresas (softwares de gestão gerencial) em relação à utilização dos relatórios contábeis para tomada de decisão, ficando este tema de sugestão para outros trabalhos. Outra sugestão é o custo da não qualidade dos serviços contábeis, que possibilite mensurar não só quanto o contador está deixando de ganhar, mas também o quanto está

pagando por ter pessoas, inclusive ele mesmo, sem qualificação suficiente para prestar melhores serviços e por não adotar critérios que garantam a qualidade dos serviços contábeis.

5 REFERÊNCIAS

ATKINSON, Anthony. *et al.* **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas, 2008.

BERLATTO, Odir (Org.). **Manual para elaboração e normatização de trabalhos acadêmicos do curso de ciências contábeis**. Caxias do Sul: FSG, 2010. Disponível em: <http://www.fsg.br/website_pt/user_files/File/Documentos/COT/ManualContabeis20101.pdf> Acesso em: 15 mar. 2010.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

CFC – **Conselho Federal de Contabilidade**. Disponível em: <<http://www3.cfc.org.br/spw/crcs/ConselhoRegionalAtivo.aspx>> Acesso em: 01 mai. 2011.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE. **Código de Ética Profissional**. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro_etica.PDF> Acesso em: 08 mai. 2011.

CONTE, Antônio Lázaro; DURSKI, Gislene Regina. **Qualidade**. In: COLEÇÃO GESTÃO EMPRESARIAL. Disponível em: <www.fae.edu/publicacoes/pdf/empresarial/5.pdf> Acesso em: 17 abr. 2011.

FRITSCH, Dulce Zimmermann. **A importância da qualidade na prestação de serviços**. In: REVISTA DE EDUCAÇÃO DO COGEIME. Porto Alegre, RS, ano 9, N.º 17, Dez. 2000. Disponível em: <www.cogeime.org.br/download?arquivo=cap0717.pdf> Acesso em: 13 mar. 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como classificar as pesquisas?** Disponível em: <<http://dc266.4shared.com/img/shHjBlMY/preview.html>>. Acesso em: 02 jun. 2011

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo:Atlas S.A., 2002.

HEGEDUS, Clovis E. **Os gurus de qualidade**. In: **ADM 340 - Gerenciamento da Qualidade Total**. Cap. 3, 2004, Escola de Administração Mauá. . Disponível em: <<http://www.ifba.edu.br/professores/antonioclodoaldo/02%20HIST%C3%93RIA%20E%20P RINC%C3%8DPIOS%20GQT/Gurus01.pdf>> Acesso em: 30 abr. 2011.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade Total em Serviços**. São Paulo: Atlas, 2007.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3. ed. 6 reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed., rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2006.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NEVES, José Luis. **Pesquisa Qualitativa – Características, Usos e Possibilidades**. In: CADERNO DE PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO, São Paulo, V.1, Nº 3, 2º Sem., 1996. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/c03-art06.pdf>> Acesso em: 02 jun. 2011.

PADOVEZE, Clovis Luís. **Manual de contabilidade básica: contabilidade introdutória e intermediária**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PARANHOS, Walkyria. **Ética Profissional**. Disponível em: <http://famanet.br/pdf/cursos/semipre/etica_profissional_md4.pdf> Acesso em: 01 de mai. 2010.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2006.

SCARPIN, Maria Aparecida; SCARPIN, José Eduardo; CALIJURI, Mônica Sionara Schpallir. **Estratégias de Marketing e sua utilização como ferramenta competitiva para as empresas de contabilidade**. In: Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul, IX, 2003, Gramado. **Anais da IX Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul**. Gramado: [s.n.], 2003. Disponível em: <<http://www.ccontabeis.com.br/com/t13.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2011.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2008.