

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

KARINI DE FREITAS GOMES

**A QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS COMO DIFERENCIAL
PARA SEUS CLIENTES: UM ESTUDO EM UMA ORGANIZAÇÃO
CONTÁBIL DE CRICIÚMA-SC**

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2011

KARINI DE FREITAS GOMES

**A QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS COMO DIFERENCIAL
PARA SEUS CLIENTES: UM ESTUDO EM UMA ORGANIZAÇÃO
CONTÁBIL DE CRICIÚMA-SC**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado para obtenção do grau de
Bacharel no curso de Ciências Contábeis
da Universidade do Extremo Sul
Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof Esp. Luciano da Rocha
Ducioni

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2011

KARINI DE FREITAS GOMES

**A QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS COMO DIFERENCIAL
PARA SEUS CLIENTES: UM ESTUDO EM UMA ORGANIZAÇÃO
CONTÁBIL DE CRICIÚMA-SC**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do grau de Bacharel, no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com linha de pesquisa em qualidade dos serviços contábeis como diferencial para seus clientes.

Criciúma, 07 de Dezembro de 2011.

BANCA EXAMINADORA

Luciano da Rocha Ducioni, Esp., Orientador

Adilson Pagani, Me., Examinador 1

José Luiz Possoli, Esp., Examinador 2

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por me iluminar e dar forças quando eu mais precisei.

Agradeço à minha família, e principalmente minha mãe, Carmen, que é a razão de eu existir e por estar sempre ao meu lado me apoiando e ajudando em tudo que eu faço.

Agradeço a meu namorado Henrique, pela paciência e alguns finais de semana sem minha atenção.

Agradeço aos meus colegas que me ajudaram no decorrer do curso, principalmente à Simone, que me ajudou no decorrer deste trabalho.

Agradeço aos professores, que no decorrer do curso se tornaram amigos, e principalmente ao professor Luciano da Rocha Ducioni, meu orientador, que me cedeu sua paciência, conhecimento e ajuda para eu poder realizar e alcançar meu objetivo.

E, por fim, a todos que direta ou indiretamente estavam do meu lado.

Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.

Charles Chaplin

RESUMO

GOMES, Karini de Freitas. **A qualidade dos serviços contábeis como diferencial para seus clientes. Um estudo em uma organização contábil de Criciúma-SC.** 2011. p.77. Orientador(a): Luciano da Rocha Ducioni. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma – SC.

O trabalho realizado tem como objetivo verificar por meio de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, dados suficientes para analisar a qualidade dos serviços contábeis como diferencial para os clientes. Na fundamentação teórica serão apresentadas informações relacionadas aos dados que compunham a qualidade dos serviços contábeis prestados aos clientes, dados estes que influenciam nas decisões e satisfações dos mesmos. A pesquisa de campo será realizada por meio de questionários aplicados aos clientes de uma organização contábil situada em Criciúma-SC, onde constata-se que os clientes estão cada vez mais exigentes em relação a um bom atendimento, uma maior atenção na qualidade nos serviços prestados. Cabe salientar que alguns clientes exigem uma alta qualidade nos serviços, mas não estão dispostos a pagar mais por estes, dificultando, assim, no processo de cliente, contador. Nota-se que os clientes estão cada vez mais dependentes dos colaboradores e do contador da organização contábil, necessitando da atenção e dos serviços destes. Com isso, a organização contábil deve preocupar-se com a qualidade nos seus serviços para que seus clientes fiquem satisfeitos e sejam fiéis, indicando-os para futuros clientes para que a organização tenha progresso e não se desfaça por falta de uma boa qualidade nos serviços prestados, pois caso contrário irá perder um a um sem que menos perceba.

Palavras-chave: organização contábil, qualidade, clientes, diferencial.

LISTA DE SIGLAS

ART. = Artigo

CEPC = Código de ética profissional de contabilidade

CLT = Consolidação das Leis do Trabalho

CRC = Conselho Regional de Contabilidade

CRCSC = Conselho Regional de Contabilidade de Santa Catarina

CFC = Conselho Federal de Contabilidade

FGTS = Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

INSS = Imposto a Contribuição a Previdência Social

N° = Número

Res. = Resolução

Sindicont = Sindicato dos Contabilistas de Criciúma e Região

SC = Santa Catarina

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1: Cliente e a Organização Contábil.....	42
Gráfico 1: Tempo de serviços prestados pela organização.....	47
Gráfico 2: O que levou a contratação da organização contábil.....	48
Quadro 2: Satisfação do cliente referente a ajuda da organização contábil.....	49
Quadro 3: Satisfação do cliente referente a segurança da organização contábil.....	49
Quadro 4: Comprometimento a cumprimento de prazos.....	50
Gráfico 3: Aspectos gerais sobre a organização contábil.....	51
Gráfico 4: Mudança de organização contábil.....	52
Gráfico 5: Valor honorários pagos a organização contábil.....	53
Gráfico 6: Orientação do contador para tomada de decisão.....	54
Gráfico 7: Visitas do contador aos clientes.....	55
Gráfico 8: Multas por causa do setor fiscal.....	56
Gráfico 9: orientação de notas fiscais pelo setor fiscal.....	57
Gráfico 10: Balanço em tempo determinado.....	58
Gráfico 11: Cópias de documentos com rapidez.....	59
Gráfico 12: Demonstrações contábeis para tomada de decisão.....	60
Gráfico 13: Alterações para decisões em tempo hábil.....	61
Gráfico 14: Cadastros entregues em tempo estipulado.....	62
Gráfico 15: Envio das folhas de pagamento antes do vencimento.....	63
Gráfico 16: Recalcular INSS OU FGTS por atraso.....	64
Gráfico 17: Recalcular folha ou rescisão por erro do setor pessoal.....	65
Gráfico 18: Não recebimento de benefícios dos funcionários.....	66
Gráfico 19: Documentos entregues em bom estado e em tempo hábil.....	67
Gráfico 20: Documentos de urgência entregues no tempo estipulado.....	68
Gráfico 21: Serviços prestado com simpatia pelo <i>Office Boy</i>	69

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Tema e Problema.....	10
1.2 Objetivos da Pesquisa	11
1.3 Justificativa.....	12
1.4 Metodologia	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 A CIÊNCIA CONTÁBIL	15
2.1.1 Aspectos Históricos da Ciência Contábil.....	17
2.1.2 A Contabilidade no Brasil.....	19
2.1.2.1 A Regulamentação da Profissão Contábil	20
2.2 O PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE	21
2.2.1 O Contador e o Técnico em Contabilidade	22
2.2.2 Perfil Profissional e Mercado de Trabalho	24
2.2.3 Código de Ética do Contador	25
2.2.4 Educação Continuada.....	27
2.2.5 Campos de Atuação do Profissional da Contabilidade	28
2.3 A ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL	29
2.3.1 Aspectos Legais.....	30
2.3.2 Serviços Prestados	32
2.3.3 <i>Marketing</i>	33
2.3.4 Honorários Profissionais e Concorrência.....	35
2.4 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS	36
2.4.1 Definição de Qualidade.....	37
2.4.2 Objetivos da Qualidade.....	38
2.4.3 Satisfação dos Clientes	39
2.4.4 Manutenção e Fidelização de Clientes	40
2.4.5 A Qualidade e a Competitividade.....	41
2.4.6 Normatização ISO 9000.....	42
2.4.7 Programa de Qualidade (5 s).....	42
2.4.8 Motivos para Implantar Programas de Qualidade.....	44
3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	46

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL.....	46
3.2 DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS	46
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS.....	74
APÊNDICE.....	77
Apêndice – Questionário aplicado.....	78
ANEXO	81
Anexo A- Referencial de Custos Contábeis.....	82

1 INTRODUÇÃO

A qualidade nos serviços contábeis nos dias de hoje se tornou fator relevante, pois a cada dia os usuários dos serviços contábeis aumentam as exigências, em uma busca de um serviço de qualidade e eficiência, de modo que as obrigações das empresas crescem perante o fisco e também por estarem em busca de profissionais competentes para auxiliá-los e este diferencial faz com que as prestadoras de serviços contábeis se tornem bem sucedidas.

Com a frequente preocupação da satisfação dos clientes, a eficiência e qualidade em tempo hábil se tornaram não só uma obrigação, mas uma necessidade das prestadoras de serviços contábeis com seus clientes. Diante disso, há a necessidade de constantes aperfeiçoamentos profissionais e tecnológicos, pois o ramo de contabilidade trabalha com competição constante no mercado, tendo uma necessidade maior em apresentar diferenciais para seus clientes para se tornar uma organização contábil mais bem vista e procurada.

Com base nestas colocações, será realizado um trabalho com o foco principal na qualidade nos serviços contábeis de uma organização contábil de Criciúma, perante as necessidades e expectativas de seus clientes.

1.1 Tema e Problema

Com a evolução constante da informação por meio tecnológico e de fácil acesso, a concorrência entre as organizações também cresce e surge a necessidade de que os serviços prestados sejam também oferecidos com qualidade. As empresas que não se adequarem a essa evolução e não ofereçam vantagens nos seus serviços, acabarão desqualificadas pelo próprio mercado, ficando, assim, frágil e despreparado, correndo o risco de acabar não conseguindo atuar mais nele.

Nas empresas prestadoras de serviços contábeis, o responsável técnico deve buscar métodos de aperfeiçoamento, eficiência, boa qualidade e atendimento nos serviços prestados para satisfazer e evitar perder seus clientes, tendo maior

comprometimento com estes, pois com a passar do tempo estão cada vez mais exigentes, podendo, assim, manter os atuais e aumentar sua clientela. Com a modernização das informações, as exigências para as empresas também aumentaram, fazendo com que as entidades criem uma maior confiabilidade em seus prestadores de serviços contábeis. Desta forma, estes não devem exercer somente a função de digitador, guarda livros ou gerador de impostos. Hoje, o profissional contábil trabalha lado a lado com seus clientes.

Tendo o maior foco na qualidade dos serviços prestados aos clientes, as organizações contábeis precisam atuar com o trabalho do dia-a-dia com eficácia e responsabilidade, com auxílio de ferramentas eficazes e atualizadas, com colaboradores competentes, pois são quesitos mínimos para uma boa atuação no mercado, conseguindo, assim, atingir seus objetivos, que são: satisfação e reconhecimento de seus clientes; diminuição de margem de erros; objetividade das informações em tempo ágil, entre outras, as quais são também necessárias para que uma entidade consiga manter-se no atual mercado competitivo de hoje.

Diante do exposto, questiona-se: Os serviços prestados pela organização contábil constituem-se em diferencial para seus clientes?

1.2 Objetivos da Pesquisa

O objetivo geral deste estudo consiste em identificar a satisfação dos clientes de uma organização contábil localizada em Criciúma/SC sobre a qualidade dos seus serviços prestados.

Como objetivos específicos esta pesquisa visa:

- Evidenciar, em literatura específica, sobre a qualidade dos serviços contábeis, com enfoque na satisfação dos clientes;
- Identificar por meio de questionário aplicado aos clientes da organização pesquisada, sobre a satisfação dos serviços prestados pela mesma;
- Desenvolver uma análise dos resultados obtidos com a pesquisa.

1.3 Justificativa

No mercado de trabalho, que está em constantes mudanças, a cada ano, com a nova realidade para as empresas, suas necessidades e obrigações, torna a importância da qualidade dos serviços contábeis um destaque relevante para seus clientes, de modo que um dos principais objetivos destes prestadores de serviços é corresponder às necessidades e expectativas dos mesmos.

Este trabalho tem como objetivo elencar teorias e conceitos sobre a qualidade dos serviços contábeis, contribuindo com este assunto para os estudos e práticas da área das ciências contábeis. Ressalta-se que o objetivo em analisar a qualidade dos serviços contábeis da instituição em estudo e o resultado da pesquisa prática de campo, avaliando seu trabalho de anos de instituição, pode assim despertar maior interesse para o responsável técnico da organização em ficar em sintonia com seus clientes e suas necessidades, tendo, assim, um retorno de satisfação e fidelidade.

Cabe evidenciar que o assunto estudado neste trabalho é de maior interesse para os contadores, pois a competitividade é muito acirrada neste ramo. Para que uma empresa prestadora de serviços contábeis se mantenha no mercado é necessário ter organização, profissionais qualificados, competência, para que seja possível prestar um serviço de qualidade com excelência e assim poder manter seus clientes satisfeitos e conseguir conquistar novos clientes, pois são estes que mantêm uma organização contábil ativa. O prestador de serviços de contabilidade que estiver adequado às novas exigências do mercado, com melhor qualidade e eficiência nos seus serviços, consegue ter a solução de um dos problemas deste ramo, que é competitividade.

O assunto estudado justifica-se em evidenciar que, dependendo da maneira que se trabalha com os clientes, os prestadores de serviços contábeis podem se tornar empresa modelo ou ser fadado ao fracasso, podendo-se ter ou não êxito pessoal e profissional, pode-se crescer e gerar mais empregos com novos colaboradores que trabalharão junto aos clientes, auxiliando nas obrigações das empresas com o governo, e ao pagar seus impostos gerará melhorias para a sociedade.

1.4 Metodologia

Para o desenvolvimento deste trabalho será necessário cumprir normas e metodologias específicas. Martins e Theóphilo (2009, p. 36) afirmam que: “A metodologia é equiparada a uma preocupação instrumental: a ciência busca captar a realidade; a metodologia trata de como isso pode ser alcançado”.

Esta pesquisa será fundamentada por meio de pesquisa descritiva com o objetivo de identificar e demonstrar a qualidade dos serviços prestados por um escritório de serviços contábeis, Conforme Vianna (2001, p. 131),

[...] este tipo de pesquisa deverá prever estudo detalhado de uma determinada situação-problema ou fato, para elencar e relacionar as variáveis que interferem em suas relações, sem manipulá-las ou sobre elas emitir juízos de valor.

O procedimento realizado para este trabalho será a pesquisa bibliográfica, por meio de livros, revistas, periódicos, *internet*, entre outros, que tem o objetivo de conhecer diferentes tipos de contribuições sobre um assunto oferecendo suporte e auxílio de definição da escolha do tema e dos objetivos de todas as pesquisas, para Martins e Theóphilo (2009, p. 54),

uma pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir um assunto, tema ou problema com base em referências publicadas em livros periódicos, revistas, enciclopédias, dicionários, jornais, sites, CDs, anais de congresso etc. Busca conhecer analisar, e explicar contribuições sobre determinado assunto tema ou problema.

Realizar-se-á pesquisa por meio de método de levantamento ou *survey*, para Babbie (2003, p. 95), a pesquisa de *survey* se refere a um tipo particular de pesquisa social empírica, mas há muitos tipos de *survey*. O termo pode incluir censos demográficos, pesquisas de opinião pública, pesquisas de mercado sobre preferências do consumidor, estudos acadêmicos sobre preconceito, estudos epidemiológicos, etc...]

A coleta de dados será realizada por meio de questionário, com perguntas fechadas, e com o resultado das respostas, serão elaborados gráficos para se obter os resultados da pesquisa. Na visão de Silva (2003, p. 63), “objetivo a ser pesquisado neste tipo de pesquisa pode ser o indivíduo, a empresa, uma atividade, uma organização, ou até mesmo uma situação”.

A tipologia da pesquisa será quantitativa, Ilca (2001, p. 121) afirma que na pesquisa quantitativa, “[...Deverá envolver dados numéricos, trabalhados a partir de procedimentos estatísticos variados e adequados a cada situação específica”. Este tipo de pesquisa é apropriado para se medir tanto preferências, atitudes, opiniões e até comportamentos.

Serão utilizadas análises estatísticas e por meio destas serão elaborados gráficos dos resultados obtidos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresentam-se as definições e conceitos sobre o tema abordado para uma melhor compreensão da pesquisa realizada, assuntos que contribuem e fazem parte da evolução da contabilidade refletem na qualidade dos serviços que uma organização contábil precisa manter.

2.1 A CIÊNCIA CONTÁBIL

A ciência contábil iniciou-se logo após a fase empírica, considera-se uma passagem para o aprofundamento racional, um amadurecimento intelectual.(SÁ, 2005)

De acordo com Sá (2005, p. 29), “o amadurecimento intelectual do conhecimento contábil levou-o a uma consideração mais profunda, essencial, racional, e, então, surgiu ciência da contabilidade”.

Para Schimidt (2007 p. 35), “entende-se por ciência todo conhecimento que se deduz pela razão, portanto reflexivo, sustentado na racionalidade lógica”.

Com isso identificou-se que não bastava somente colocar dados no papel, mas sim analisar, entender e saber o que fazer com o patrimônio analisado.

Conforme Sá (2005, p. 29)

conscientizou-se de que não basta escriturar, mas é preciso saber o que fazer com as informações obtidas, ou seja, necessário é entender o que significa o que aconteceu com a riqueza patrimonial e que se evidencia nas demonstrações.

Para um ramo do conhecimento, ser considerado uma ciência, segundo Padovez (2000, p. 48), faz-se necessárias diversas características, tais como:

- a) o ramo de conhecimento ter objeto de estudo próprio, ou seja, um campo de atuação dos fenômenos em que ela se debruça;
- b) deve utilizar-se de métodos racionais ou científicos;
- c) deve ter um corpo de teorias, normas e princípios;
- d) apresentar o caráter de certeza de seus enunciados;
- e) estar em evolução e relacionar-se com os demais ramos de conhecimento científico;
- f) ter o caráter de generalidade em seus estudos e aplicações

g) seus resultados serem comprovados etc.

A contabilidade passou a ser um grande método de entendimento, pois começou a ser entendida não só como escrituração, mas também como uma ferramenta especial, segura em guardar informações, de modo que o contador passou a ser um orientador de decisões a serem tomadas, interagindo com a empresa, deixando de ser só o informante de dados. (SÁ, 2005)

A ciência contábil possui um objeto de estudo principal que é o Patrimônio. Sá (2005, p. 35) afirma que “Como a condição essencial para que uma ciência possa ser constituída, é a fixação de um *objeto* definido de estudos [...]”, assim, o patrimônio passou a ter importância prioritária.

O patrimônio é o ponto de convergência sobre os estudos e pesquisas no ramo contábil, principalmente sobre os aspectos quantitativos e qualitativos em relação as suas variações. O patrimônio está vinculado à pessoas, empresas, que quando estas tomam decisões com base em uma boa técnica, são sustentadas pelas informações geradas pela contabilidade. (FORTES, 2005).

O objetivo principal da ciência contábil é prestar informações sobre o patrimônio.

Afirma Sá (2005, p. 30) que:

o estudo científico, todavia, dedicou-se e cada vez mais se dedica, à explicação do que ocorre com a riqueza patrimonial em suas muitas transformações, reunindo teorias que derivam de teoremas e de um racional conjunto de conceitos.

Os usuários dos serviços contábeis denominam-se internos e externos, com interesses diversificados. Desta forma, as informações geradas e prestadas pelas entidades deverão ser sempre suficientes para avaliações da sua situação patrimonial, por qualquer interferência, sendo ela interna ou externa.

Conforme Silva *et.al* (2001, p. 281-282) os usuário são:

1. Acionistas, sócios ou quotistas: interessam-se pela rentabilidade, segurança de seus investimentos e nível de endividamento.
2. Diretores, administradores e executivos em geral: utilizam a informação contábil como instrumento de gestão, com vistas á tomada de decisões.
3. Instituições financeiras, fornecedores e financiadores externos: por meio da informação contábil, avaliam o risco do recebimento de seus créditos.
4. Governo: Além da distribuição, as informações contábeis são um instrumento de acompanhamento de avaliação para seus agentes (fiscalização) e auxiliam o planejamento da política econômica.

5. Órgão de classe: preocupam-se com a contabilidade do ponto de vista social.
6. Sociedade em geral: controle do patrimônio individual e evidenciação das políticas públicas.

Evidencia-se que a contabilidade é uma ciência social onde a ação humana a modifica constantemente. Estuda-se seu objeto principal, que, é o patrimônio, gerando informações para alcançar seu objetivo principal, que é prestar informações sobre o patrimônio.

2.1.1 Aspectos Históricos da Ciência Contábil

Não existe uma data precisa sobre o surgimento da contabilidade, considera-se que a mesma desenvolveu-se confundindo-se com a própria evolução da humanidade e as relações comerciais decorrentes, sendo considerada como uma ciência social.

Martins e Silva (2009, p. 15), afirmam que:

estudar a história da contabilidade é entender o atual estágio de desenvolvimento da ciência e perceber que sua existência sempre marcou satisfazer as necessidades de controle que as sociedades humanas temem relação aos meios de subsistência. A história da contabilidade abrange milênios, sempre participando das diversas modificações sobre a geração e o uso da riqueza e dos recursos técnicos para registro.

Conforme Sá (2007, p. 17), as “Provas arqueológicas denunciam registros em grutas, ossos e outros materiais, contendo manifestações da inteligência humana na percepção de meios patrimoniais, qualitativa e quantitativa, ou seja, entre 10 e 20.000 anos atrás”.

Foi com o surgimento da linguagem escrita dos números que a contabilidade se iniciou, assim o homem conseguiu satisfazer suas necessidades com a sociedade, primeiro por meio de escambo, depois a moeda, destacando as trocas diretas, indiretas e os empréstimos. (MARTINS e SILVA, 2009)

Um dos períodos importantes para a contabilidade foi o antigo ou empírico, caracterizada pela ausência de sistematização, onde o processo de registro do patrimônio era rudimentar, primeiro fazia-se pela memória do homem com figuras, desenhos para identificar seus bens, depois por meio de gravações de

figuras com suas respectivas numerações ao lado para identificar a quantidade certa e o bem de que cada um possuía. (MARTINS e SILVA, 2009)

Drummond (1995, p. 75), afirma que: “a Contabilidade empírica, praticada pelo homem primitivo, já tinha como objeto, o Patrimônio, representado pelos rebanhos e outros bens em seus aspectos quantitativos”.

Pode-se identificar como marco histórico, o primeiro trabalho impresso sobre as partidas dobradas, escrito por Luca Pacioli, em fins de 1494, em Veneza na Itália. Considera-se esta fase como a pré-ciência.

Luca Pacioli, frei franciscano, nasceu em 1447, na Itália. Tornou-se um aprendiz de negócios locais em um mosteiro, mas cedo abandonou suas aprendizagens para trabalhar como matemático em uma escola. Em 1470 escreveu seu primeiro manuscrito sobre álgebra, em 1475 tornou-se professor da Universidade de Perugia, onde lecionou por seis anos e, assim, em 1499 publicou seu livro *Summa de Aritmética, Geometria, Proporção e Proporcionalidade* (MARTINS e SILVA, 2009)

Pederneiras, Lopes e Ribeiro (2009, p. 23 *apud* Hendriksen, 1999, p. 39), destacam que Luca Pacioli, ao publicar as bases do método das partidas dobradas, divulgou a necessidade do livro razão, ao destacar que:

no encerramento do período deve-se somar todos os débitos e colocar ao lado esquerdo, somar todos os créditos e colocá-los do lado direito, depois fazer uma nova soma dos valores para se certificar se os totais dos débitos estão iguais as dos créditos, caso estejam iguais é sinal que o razão terá sido bem mantido, sendo isso fundamental para um comerciante. Caso contrário, não sendo um bom contador em seus negócios, andará como um cego, e muitas perdas poderão ocorrer.

A prática contábil sempre esteve presente com a humanidade desenvolvendo-se com ela, com o objetivo de satisfazer e conseguir controlar seus meios de subsistência. A contabilidade está presente a cada modificação dos tempos e com o mesmo foco, de registros e controles das riquezas do patrimônio.

2.1.2 A Contabilidade no Brasil

A contabilidade é a mais antiga ciência estudada, que evoluiu de acordo com as necessidades comerciais. (PEDERNEIRAS, LOPES e RIBEIRO, 2009)

O primeiro contador a chegar no Brasil foi Brás Cubas, cuja nomeação para o cargo de provedor da Fazenda Real e contador das Rendas e Direitos da Capitania, data 23 de junho de 1551". (PEDERNEIRAS, LOPES e RIBEIRO, 2009)

Segundo Martins e Silva (2009, p. 145), "A formação profissional do contador, no Brasil, iniciou-se no século XVIII, com o surgimento da Aula de Comércio, que mais tarde corresponderia à academia, que, por sua vez, hoje se denomina Faculdade, ou Escola Superior".

Um grande pesquisador da História da Contabilidade Brasileira foi o prof. Dr. Alberto Almada Rodrigues, que escreveu sua monografia sobre: "*História da Profissão Contábil e das Instituições de Ensino de Ciência Contábil no Brasil até 1905*", que continha datas importantes para o resgate histórico da contabilidade brasileira. (MARTINS e SILVA, 2009)

Conforme Oliveira (1995 apud Fabri e Figueiredo 2000, p. 23), "no Brasil, a contabilidade evoluiu sob a influência das escolas de contabilidade que predominam no mundo, com adaptações a nossa realidade, o que proporcionou o surgimento de traços de uma escola verdadeiramente brasileira".

Segundo Sá (2008, p. 90), "O primeiro Congresso Brasileiro de Contabilidade ocorreu no ano de 1924 na cidade do Rio de Janeiro, organizado e coordenado pelo Instituto Brasileiro de Contabilidade".

A primeira legislação que estabeleceu o processo da escrituração contábil foi a Lei nº 2.627, de 1940, que apresentava critérios de avaliação das contas de ativo, receita, despesas, apuração dos lucros e perdas, distribuição de lucro e de reservas, constituindo-se, assim, um marco legal de estabelecimento de procedimentos contábeis sistematizados no Brasil. (PEDERNEIRAS, LOPES e RIBEIRO, 2009)

De acordo com a Resolução CFC número 1.282/10, os princípios fundamentais da contabilidade são:

- I) o da ENTIDADE;
- II) o da CONTINUIDADE;
- III) o da OPORTUNIDADE;
- IV) o do REGISTRO PELO VALOR ORIGINAL;
- V) o da COMPETÊNCIA e
- VI) o da PRUDÊNCIA

Com a evolução contábil acompanhou-se o desenvolvimento econômico e social, necessitando seguir padrões, exigências e obrigações em suas demonstrações contábeis.

2.1.2.1 A Regulamentação da Profissão Contábil

Algumas profissões, de acordo com sua relevância social, são regulamentadas por lei, onde constam todos os deveres e vedações dos profissionais. A profissão contábil foi regulamentada por meio do Decreto Lei 9.295/46.

De acordo com Conselho Regional de Contabilidade de Santa Catarina (2008, p. 10), o Decreto Lei nº. 9.295/46 “Cria o conselho Federal de Contabilidade, define as atribuições do Contador e do guarda-livros¹ e dá outras providências”.

O CRCSC (2008, p. 24) destaca também que o Decreto Lei nº 1.040/69 “Dispõe sobre os Conselhos Federal e Regionais de contabilidade, regula a eleição de seus membros, e da outras providências”.

Em 11 de junho de 2010, ocorreram algumas modificações no Decreto Lei nº. 9.295/46, publicando-se a nova Lei nº. 12.249/10, que estabeleceu modificações significativas para o Conselho Federal de Contabilidade como a competência normativa: ampliação das prerrogativas, registro de técnicos em contabilidade, até 2015: a partir desta data somente será concedido o registro para os bacharéis em contabilidade; exame de qualificação técnica; educação continuada e exame de suficiência.

¹ Guarda livros: Trabalhador que se ocupa da escrituração de registros ou livros da contabilidade. A antiga ocupação de guarda-livros deu origem ao atual profissional técnico em contabilidade, entretanto mais que uma mudança de nomes, houve também uma completa mudança no perfil do profissional também.

Para que um bom profissional consiga atender todas as exigências da sociedade, do mercado e do fisco, é necessário o conhecimento da legislação que regula a profissão contábil, esta fonte de informações e Leis é necessária para um contador seguir com um trabalho ético e seguro.

2.2 O PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE

Assumir responsabilidades e condutas em diversos ambientes sociais faz com que o profissional contábil desempenhe várias atividades contínuas, tornando-se uma rotina de obrigações. De acordo com Futida e Rosa (2005, p. 23)

há uma expectativa social de que a pessoa cumpra regras e o seu cumprimento é tido como conduta “adequada”, “correta”, o que dá estabilidade e previsibilidade nas relações. Esse conjunto de regras adequadas de regulação da conduta podemos chamar de “papel”.

Diante disso Fabri e Figueiredo (2000, p. 24), afirmam que

o profissional de contabilidade, além dos conhecimentos técnicos necessários ao desempenho da atividade, deve conhecer ambiente interno e externo das organizações, e suas relações de comportamento humano, social e econômico devem ser conscientes e responsáveis, pois as informações emanadas pela contabilidade impactam profundamente a vida econômica e social do país, haja vista as novas formas de expressão da informação contábil, como o Balanço Social e o Passivo Ambiental.

Faz-se necessário separar da imagem do contador em relação a contabilidade fiscal. É preciso demonstrar suas melhores funções como gerência direcional, prestar informações em tempo real, escutar e discutir as decisões e as necessidades de seus clientes da melhor forma para uma satisfação dos serviços executados. Desta forma, o profissional contábil estará engrandecendo sua profissão, mostrando para as instituições que o profissional contábil é necessário e um aliado forte para o crescimento das empresas. (ALMEIDA e BATISTA, 2002)

Deverá ser o contador, o profissional com a capacidade de ter domínio com linguagens de negócios, pois é este quem gera informações de decisões e estratégias para as empresas, é preciso ser crítico, ético, lúcido, capaz, de em tempo real, liderar, organizar, planejar as atividades de gerenciamento contábil de

seus clientes. As atitudes pessoais que dão suporte ao sucesso de um profissional contábil como a forma de agir, devem ser como de um líder responsável pelas decisões e não como uma pessoa que espera que os outros tomem as atitudes. (FABRI e FIGUEIREDO, 2000)

Hoje, o contador deixou de apenas atender as exigências fiscais, agora ele é um gestor da informação, inserido no processo de tomada de decisões da empresa.

2.2.1 O Contador e o Técnico em Contabilidade

Em relação ao contador e o técnico em contabilidade, o Decreto Lei 9.295/46 trata :

da criação do Conselho Federal da Contabilidade e dos Conselhos Regionais de Contabilidade, definindo as atribuições do contador e do Técnico em contabilidade, dando-lhes competência, considerando as pessoas físicas ou jurídicas quando de seu registro no CRC, obrigando-os ao pagamento de anuidade fixada pelo respectivo conselho.

No exercício profissional, cabe ao contador uma formação mínima de bacharel em ciências contábeis e para exercer esta profissão com suas obrigações e responsabilidades é necessário ter seu registro profissional junto ao Conselho Regional de Contabilidade. Para o técnico em contabilidade exercer suas funções é necessário o diploma em curso de segundo grau em técnico de contabilidade. (SILVA *et.al*, 2001)

Em 11 de junho de 2010, a lei nº. 12.249/10 alterou o Decreto Lei 9295/46, trazendo modificações nas obrigações do contador, como o exame de suficiência, que passou a ser obrigatório para o Profissional contábil requerer seu registro junto ao Conselho Regional da Contabilidade. Modifica-se para o técnico em Contabilidade o período para poder habilitar-se junto ao CRC, sendo que não será concedido registro para estes profissionais após junho de 2015.

Após suas devidas habilitações, o contador ou técnico em contabilidade pode-se direcionar a vários desempenhos profissionais, tanto na área pública ou privada, como professores ou autônomos.

De acordo com CRCSC (2008), o contador pode exercer suas atividades de forma liberal, autônomo ou empregado pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), de servidor público, militar, de sócio de qualquer tipo de sociedade, ou, de qualquer situação jurídica definida pela legislação e pode exercer qualquer função, como educador, fiscal de tributos, auditor interno e externo, *controller*, legislador entre outros, estas funções podem ser exercidas pelos cargos de chefe, diretor responsável, encarregado, supervisor, gerente de todas as unidades administrativas onde exerça serviços contábeis.

Para os técnicos em contabilidade, conforme Batista (2009)

os Técnicos em Contabilidade podem executar as tarefas de organização e execução de serviços de contabilidade em geral e escrituração dos livros de contabilidade obrigatórios, e levantamento dos respectivos balanços e demonstrações. Em regra, somente as atividades de auditoria, perícia docência Universitária e atividades de avaliação patrimonial, são reservadas aos profissionais de nível superior, por requerer conhecimento adquirido no curso de ciências contábeis.

De acordo com o artigo nº 25 do Decreto Lei 9295/46, os trabalhos elaborados por técnicos em contabilidade 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.

Em contrapartida, os direitos de um contador são diferentes do técnico em contabilidade, podendo-se destacar os tipos de atividades que o contador pode exercer e o técnico em contabilidade não pode.

Conforme Resolução 560/83 do Conselho Federal de Contabilidade, o artigo 2º ressalta que as atividades do contador podem ser na condição liberal ou autônomo; empregado regido pela CLT; servidor público; militar; sócio de qualquer tipo de sociedade; diretor ou de conselheiro de quaisquer entidades, ou em qualquer outra situação jurídica definida pela legislação, exercendo qualquer tipo de função.

Identifica-se que tanto para o contador como o técnico em contabilidade, o mercado é muito amplo, por este motivo dificilmente encontra-se um contador ou técnico em contabilidade sem ter onde atuar.

2.2.2 Perfil Profissional e Mercado de Trabalho

O profissional de contabilidade atuante no mercado de trabalho tem a necessidade de estar atualizado na sua forma de praticar seus serviços, pois nos dias de hoje existem uma série contínua de mudanças e os contadores precisam estar com seu perfil profissional sempre em sintonia com as mesmas.

Conforme Vitorino (2000, p. 16 *apud*. Marques, 2001, p. 23)

o perfil profissional nada mais é do que um conjunto de característica e habilidades que uma pessoa desenvolve no desempenho de funções específicas. O perfil profissional apresenta particularidades que se modificam com a história e a cultura, sendo influenciadas e influenciando as organizações.

Para Albicalaffe (2000 *apud*. Marques, 2001, p.24), “O segredo de um ótimo profissional é a busca constante do equilíbrio perfeito entre todas as suas habilidades, é utilizar-se da fórmula do sucesso”.

Com a necessidade de adequação na realidade do mercado de trabalho, o profissional contábil deve ser crítico, ético e lúcido, capacitado para planejar, organizar, liderar e dirigir às atividades contábeis das empresas a ele direcionadas. Com as mudanças constantes, o profissional deverá estar apto a: 1-exercer as atividades com habilidade e responsabilidade para valorizar a qualidade de seus serviços; 2- Contribuir para o desenvolvimento do ambiente profissional; 3- Ser capaz de se adaptar as novidades profissionais visando sempre crescimento profissional; melhor visão de futuro, ter flexibilidade e ética. (FABRI e FIGUEIREDO, 2000)

De acordo com Victorino (1999, p. 47), “a definição do nicho de mercado é de fundamental importância pra o posicionamento da empresa de contabilidade no mercado de prestação de serviços”.

O mercado de trabalho da prestação de serviços de contabilidade é amplo, existem diversas áreas em que um contador pode atuar, e com o passar do tempo conquistará um espaço de destaque no mercado.

Diante do exposto, Figueiredo e Fabri (2000, p. 45), descrevem que:

ainda existe muito espaço para a ampliação da atuação das empresas de contabilidade, não só oferecendo aos clientes outros produtos, como suporte administrativo em informática, por exemplo, mas também ocupando novos nichos de mercado, ou seja, a prestação generalizada de serviços a órgãos públicos, ocupando o espaço nos serviços de arbitragem e muitos outros.

O Estado de Santa Catarina, de acordo com CFC (2011)², possui 19.724 profissionais registrados e ativos, sendo 14.150 contadores e 5.574 técnicos em contabilidade, correspondente à 4,03 % dos profissionais registrados no Brasil.

Em relação às organizações contábeis, o CFC (2011)³ destaca que existem 4.616 entidades em Santa Catarina, entre sociedade, empresário e escritório individual, que correspondem 5,90% das organizações do Brasil.

Com as contínuas mudanças das obrigações das organizações contábeis perante o mercado, que dia após dia se torna mais competitivo, tornou-se necessário a integração de profissionais qualificados, para que as modificações e atualizações das responsabilidades de uma organização contábil não seja um problema para a continuidade da empresa.

2.2.3 Código de Ética do Contador

A ética é essencial, não só para profissional contábil, mas para toda a humanidade, pois o pensar e o fazer estão ligados à atitudes corretas e erradas, onde podem ajudar ou prejudicar a si mesmo ou ao próximo.

Vieira (2006, p. 12), afirma que:

podemos, então, conceituar a ética como sendo a ciência que estuda a conduta dos seres humanos, analisando os meios que devem ser empregados para que a referida conduta se reverta sempre em favor do homem.

Em relação ao código de ética do contador, seus primeiros esboços foram apresentados em 1950, no V Congresso Brasileiro de Contabilidade, em Minas Geris, neste congresso reuniram-se vários profissionais dispostos a traçar juntos ideais para formar as primeiras diretrizes éticas. Com o tempo, os pensamentos foram evoluindo, até que em 1970 foi oficializado o tema pelo Conselho Federal de

² Dados de profissionais ativos coletados no período de 10/2011 no site do CFC.

³ Dados de organizações contábeis coletados no período de 10/2011 no site do CFC.

Contabilidade, com a obra da Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras, que apresentam um resumo dos princípios básicos aplicáveis à profissão do contador e foi também editado o 1º código de ética. (SILVA *et.al*, 2001)

Conforme o CRCSC (2008, p. 56), a Resolução CFC nº 803/96, aprova o Código de Ética Profissional do Contabilista – CEPC.

Dispõem na Resolução 803/96, artigo 2º, os deveres dos contadores. Dos principais pontos se destacam: exercer a profissão com zelo, honestidade e capacidade técnica; guardar sigilo sobre o que souber em razão do exercício profissional lícito; inteirar-se de todas as circunstâncias antes de emitir opinião sobre qualquer caso; renunciar às funções que exerce, logo que se positive falta de confiança por parte do cliente ou empregador; se substituído em suas funções, informar ao substituto sobre fatos que devam chegar ao conhecimento do mesmo; manifestar, a qualquer tempo, a existência de impedimento para o exercício da profissão; cumprir os Programas Obrigatórios de Educação Continuada estabelecida pelo CFC; comunicar, ao CRC, a mudança de seu domicílio ou endereço e da organização contábil de sua responsabilidade; auxiliar a fiscalização do exercício profissional.

A Resolução 803/96, art. 3º, também expõe vedações do contador. Os pontos principais são: auferir qualquer provento em função do exercício profissional que não decorra exclusivamente de sua prática lícita; assinar documentos ou peças contábil elaborados por outrem, alheio à sua orientação, supervisão e fiscalização; exercer a profissão, quando impedido, ou facilitar, por qualquer meio, o seu exercício aos não habilitados ou impedidos; manter Organização Contábil sob forma não autorizada pela legislação pertinente; reter abusivamente livros, papéis ou documentos, comprovadamente confiados à sua guarda; iludir ou tentar iludir a boa fé de cliente, empregador ou de terceiros, alterando ou deturpando o exato teor de documentos, bem como fornecendo falsas informações ou elaborando peças contábeis inidôneas; apropriar-e indevidamente de valores confiados a sua guarda.

Das penalidades do código de ética, o CRCSC (2008, P.13) destaca: “I Advertência Reservada; II Censura Reservada; III Censura Pública”.

Conforme art. 12, da resolução 803/96, nas aplicações das sanções éticas, são atos atenuantes: “ação desenvolvida em defesa de prerrogativa

profissional; ausência de punição ética anterior; prestação de relevantes serviços à Contabilidade”.

Diante das sanções éticas, podem ser consideradas como agravantes, de acordo com o art.12 da resolução 803/96: “ação cometida que resulte em ato que denigra publicamente a imagem do Profissional da Contabilidade; punição ética anterior transitada em julgado.”

De acordo com Vieira (2006, p. 22),

na profissão contábil existe o código de ética, que pode ser entendido como uma relação das práticas de comportamento que se espera que sejam observadas no exercício da profissão. Tendo como objetivo habilitar o contador a adotar uma atitude pessoal, de acordo com os princípios éticos, ou seja, tais princípios dizem respeito à responsabilidade perante a sociedade e para com os deveres da profissão.

Evidencia Vieira (2006, p. 22 *apud* Silva e Speroni 1998, p. 78) que “a ética profissional tem como premissa maior o relacionamento do profissional com seus clientes e com outros profissionais, levando em conta valores como dignidade humana, auto-realização e sociabilidade”.

O código de ética do profissional contábil tem o objetivo de traçar as condutas que o profissional contábil deve seguir enquanto exercer essa profissão em relação a suas responsabilidades, lealdade, preservação da imagem profissional, direitos e deveres. Seguindo o código de ética, estará agindo corretamente com a sociedade e com si mesmo, evitando trazer-lhe problemas futuros para sua imagem profissional, chegando até em problemas patrimoniais.

2.2.4 Educação Continuada

Para o desempenho satisfatório de suas funções, faz-se necessário ter uma contínua atualização de seus conhecimentos, buscando sempre novos caminhos, pois o mercado de trabalho está sempre se modificando e evoluindo. Assim, quem estiver mais apto em conhecimentos e experiências terá grandes chances de tornar-se um bom profissional.

O principal objetivo do programa de educação continuada é garantir a qualidade dos serviços por meios de eventos como curso e palestras para fortalecer

as práticas e passar confiabilidade nos trabalhos executados. A educação tem a necessidade de qualificação que necessita de um processo de adaptação e evolução. (ARAUJO, 2008)

No momento, a educação continuada é obrigatória somente para os auditores.

Conforme CFC o (2011), o objetivo da educação continuada é aprimorar e atualizar os conhecimentos dos contadores, que atuam como auditores independentes.

De acordo com art. 18 da Resolução 960/03 do CFC, constitui-se atribuições dos Conselhos Regionais de Contabilidade: “XXIV-controlar a execução do Programa de Educação Continuada para manutenção do registro profissional”.

Para uma melhor capacitação profissional, faz-se necessário uma educação continuada, tanto para quem já está no campo de trabalho, quanto para os que serão inseridos nele, para que a evolução dos trabalhos e obrigações possa ser acompanhada pelos seus usuários e colaboradores, até mesmo para uma realização pessoal.

2.2.5 Campos de Atuação do Profissional da Contabilidade

O profissional de contabilidade pode atuar em diversas áreas no mercado de trabalho, não somente em organizações contábeis.

Conforme Figueiredo e Fabri (2000, p. 20),

ao profissional de Contabilidade sua principal função é executar a contabilidade geral, financeira e gerencial, na área agrícola, bancária, comercial, hospitalar, industrial, imobiliária, pastoril, pública e de seguros, além de todas as outras atividades a ela pertinentes.

Neste contexto, Faveri (2001) enfatiza que as principais áreas de atuação são as seguintes: contabilidade fiscal; pública; de custos; gerencial; auditoria; perícia contábil; contabilidade financeira; análise econômico-financeira e avaliação de projetos.

Existem funções que só um profissional de contabilidade de nível superior pode exercer.

De acordo com Figueiredo e Fabri (2000) existem funções exclusivas do contador, entre as quais podem ser: auditor independente; auditor interno e externo; analista de balanços; perito contábil; magistério; contabilidade pública, sócio titular ou empregado de uma empresa contábil.

O profissional contábil está rodeado de oportunidades em diversas áreas do mercado de trabalho, que está mais competitivo e em busca dos melhores colaboradores.

2.3 A ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL

As organizações contábeis necessitam de serviços específicos que possam auxiliar no seu andamento e suas obrigações com o governo, serviços relacionados ao setor de Recursos Humanos e escrituração contábil. Algumas empresas fazem a opção de terceirizar esses serviços com orientação contábil, são as organizações contábeis.

De acordo com Thomé (2001, p. 20), “Em geral, as empresas de contabilidade prestam serviços para pessoas jurídicas e pessoas físicas que atuam em todos os ramos da atividade econômica”.

Para Fabri e Figueiredo (2000, p. 44), empresa contábil é:

um conjunto formado da união entre tecnologia, elementos como máquinas, objetos e móveis, e a capacidade humana disponível com as qualidades necessárias para dirigir, controlar e coordenar as atividades essenciais para o bom desempenho do trabalho a ser executado.

Conforme o CRCSC (2008), para uma organização contábil estar completa, necessita-se de departamentos, sendo eles: departamento de pessoal; fiscal; contábil; societária e paralegal; expedição; recepção; assessoria e consultoria.

Para que um serviço com qualidade possa se realizar, faz-se necessária uma equipe qualificada, é preciso que haja colaboração e sintonia entre os funcionários da empresa, desde o proprietário do escritório contábil à faxineira.

Para Kotler (1998), uma qualidade total seria definida como ausência de defeitos, e para se chegar ao mais próximo possível disso é necessário atribuir às organizações contábeis alguns passos principais que seriam: a confiabilidade;

competência; cortesia; credibilidade; compreender e conhecer o cliente; rapidez de resposta; acesso; comunicação; segurança; serviços tangíveis. A busca de um serviço de qualidade é a busca do diferencial de atendimento do mercado.

Relata Thomé (2001, p. 90) que “para a empresa de contabilidade, o atendimento é ainda mais importante se levarmos em conta que a carteira de clientes é parte significativa na avaliação da empresa, superando outros bens que compõem seu patrimônio”.

Diante do exposto, pode-se evidenciar que o serviço e atendimento dos colaboradores das organizações contábeis são pontos importantes para uma boa qualidade de serviços.

De acordo com Victorino (1999), para conseguir orientar os colaboradores afins de que estes prestem um bom serviço, é necessário considerá-los como clientes internos, treiná-los, renová-los e acima de tudo acreditar na equipe. É necessário o envolvimento de todos para se criar um ambiente onde as pessoas consigam mostrar sua capacidade e conquistar suas vitórias.

Para que uma organização contábil consiga manter-se no mercado faz-se necessário perceber que a qualidade dos serviços prestados a seus clientes é o ponto fundamental para resultar em satisfação dos mesmos e da organização contábil.

2.3.1 Aspectos Legais

Toda profissão é regida por direitos e deveres, que são cumpridas de acordo com a Lei.

Conforme Faveri (2001, p.29), “as organizações contábeis que exploram serviços contábeis, são obrigadas ao registro no Conselho Regional de Contabilidade”.

De acordo com o artigo 1º da resolução CFC 1.166/09, as organizações contábeis são obrigadas ao Registro Cadastral no Conselho Regional de Contabilidade da jurisdição da sua sede, caso contrário não poderão iniciar suas atividades. Existem quatro tipos de registros cadastrais, que são: registro cadastral

definitivo; registro cadastral transferido; registro cadastral secundário e o registro cadastral de filial.

Conforme o CRCSC (2009, P. 17), o registro cadastral subdivide-se em três categorias:

- organização contábil, pessoa jurídica constituída sob a forma de SOCIEDADE, tendo por objetivo a prestação de serviços profissionais de contabilidade.
- organização contábil, pessoa jurídica constituída sob a forma de EMPRESÁRIO, tendo por objetivo a prestação de serviços profissionais de contabilidade.
- organização contábil, ESCRITÓRIO INDIVIDUAL, assim caracterizado quando o contabilista, embora sem personificação jurídica, execute suas atividades independentemente do local e do número de empresas ou serviços sob sua responsabilidade.

O artigo 3º, da resolução CFC 1.166/09, descreve as características a respeito das sociedades, afirma que as organizações contábeis constituídas por sociedades serão formadas por contadores e técnicos em contabilidade, mas que permite a associação de outros profissionais de outras profissões regulamentadas que estejam registrados em seus respectivos órgãos de fiscalização. A responsabilidade técnica será sempre do contador, mesmo que seja feito um contrato discriminando as atribuições de cada sócio.

O artigo 4º, da resolução CFC 1.166/09, salienta que o Registro Cadastral de Organização Contábil só será permitido caso o titular, sócios e responsáveis técnicos estiverem regulares no Conselho Regional de Contabilidade e ativo nas atividades profissionais. Caso existam débitos em nome dos mesmos, o Registro Cadastral será admitido quando regularizada a situação.

Todos os procedimentos, regulamentos e registros fazem parte do sistema do CRC.

De acordo com Fabri e Figueiredo (2000, p. 29), “O controle e a fiscalização do exercício profissional estão na mão do sistema formado pelo Conselho Federal de Contabilidade e dos respectivos Conselhos Regionais”.

2.3.2 Serviços Prestados

O comprometimento dos trabalhos executados de cada pessoa envolvida em uma organização contábil determina a qualidade do mesmo. Desta forma, cada um é responsável em atingir os objetivos propostos, assim formando diferenciação em relação a concorrência. Para que se consiga uma boa qualidade, faz-se necessário que a organização torne o ambiente de trabalho especial, onde o objetivo principal dos colaboradores seja a satisfação dos clientes. Para Victorino (1999, p. 22), existem os dez mandamentos da qualidade em serviços:

01. Engajamento total da administração. 02. Obsessão pela excelência. 03. Constância de propósitos. 04. Organização orientada para o cliente. 05. Relação de parceria com clientes/fornecedores. 06. Fortalecimento e envolvimento dos colaboradores. 07. Reconhecimento e incentivo. 08. Metodologia e disciplina. 09. Aprendizado contínuo. 10. Melhora contínua.

Com isso, compreende-se que é necessário um envolvimento total de toda equipe para que se possa obter qualidade nos serviços prestados, sempre visando o melhor dos seus serviços para satisfazer seus clientes, atendendo de forma confiável, segura e acessível, em tempo hábil, no momento e local correto, alcançando seu objetivo, que é fazer seu serviço corretamente e trazer a satisfação dos clientes.

De acordo com Thomé (2001 p.80),

o empresário que gosta do que faz, faz com qualidade, e sua empresa mantém-se no mercado por muitos anos e conserva seus clientes, mesmo que eles não possam avaliar a qualidade dos serviços. Isso por uma razão muito simples: se durante longos anos o usuário teve poucas ou nenhuma queixa dos serviços executados por sua empresa contábil, por que substituí-la?

Existem vários fatores necessários para que a qualidade dos serviços executados tenha qualidade. Thomé (2001) separa em três partes os fatores necessários para melhorar a qualidade dos serviços contábeis. Estrutura, que é formada pelo ambiente de condições agradáveis e equipamentos utilizados pelos colaboradores; atendimento ao cliente por diversos meios de comunicação, com eficiência e rapidez em seus serviços, deixando o cliente satisfeito; produto de

qualidade das tarefas executadas e relatórios com uma apresentação perfeita, periodicidade, tempestividade e utilidade.

As pesquisas de opinião do cliente sobre os produtos ou serviços oferecidos, a organização e o atendimento recebido constituem um dos mais poderosos instrumentos de avaliação. A entrevista pessoal com o cliente também é uma fonte aliada da melhora desejada, o mesmo acontecendo com o acompanhamento dado às reclamações que os clientes fazem e os comentários ou impressões que os colaboradores, em contato direto com o cliente, relatam aos supervisores e líderes imediatos. (KALKMANN, 2002, p. 122).

Diante do exposto, conclui-se que a qualidade se faz com o empenho e desenvolvimento de cada profissional que colabora com a empresa prestadora de serviços contábeis, fazendo com que seus clientes apreciem seus serviços, fiquem fiéis a estes, e os indiquem para seus conhecidos, fortalecendo ainda mais a contabilidade, com novos clientes e também proporcionando oportunidades de empregos para novos colaboradores, de modo que se a demanda do serviço aumenta, o emprego também.

2.3.3 Marketing

Para que uma empresa consiga construir e manter uma boa imagem diante do mercado de trabalho, ela necessita de *marketing* para divulgar seus produtos e serviços oferecidos.

Afirmam Fabri e Figueiredo (2000, P. 60), que o “*marketing* é tornar produtos e serviços desejáveis”.

Diante disso, as empresas prestadoras de serviços contábeis precisam identificar e compreender as necessidades de seus clientes, para que estes não se percam no decorrer do tempo.

Thomé (2001) afirma que para as empresas prestadoras de serviços contábeis consigam aumentar sua clientela, a indicação é fundamental. Porém, faz-se necessário que as empresas procurem outras formas de atrair novos clientes.

Para Olinquevitch e Rosa (2005, P. 65), a divulgação é fundamental para o profissional, por meio dela:

- informa aos clientes potenciais que presta serviços na área X ou Y;
- mantém-se lembrado entre aqueles que já o conhecem;
- ganha autoridade, credibilidade, que torna mais elegível para a contratação;
- ganha novos clientes e segura melhor os clientes, enfim.

Existem aspectos fundamentais para que uma organização torne-se conhecida e consiga conquistar o lugar desejado, como desenvolver estratégias de atuação no mercado e definir o perfil do cliente alvo; diferenciar seus serviços antes dos da concorrência; ter um alto padrão de atendimento; fornecer amplos serviços aos clientes e ter um sistema de educação de clientes, com esses aspectos formados e sendo a cada dia executados a empresa terá sua divulgação bem apresentada e terá sucesso profissional com a conquista de seus clientes. (FABRI e FIGUEIREDO, 2000)

Conforme Victorino (1999 p. 61), *marketing* centrado no cliente é satisfazer em todos os sentidos as necessidades dos clientes, tendo como foco os seguintes objetivos:

- Gerar um crescimento controlado e lucrativo;
- Expandir os serviços prestados ao cliente;
- Manter clientes preferenciais;
- Regenerar ou substituir clientes “indesejáveis”;
- Capacitar o potencial já existente;
- Projetar a sua imagem;
- Atrair clientes em perspectiva;
- Transformar a atual prática profissional na prática desejada e necessária ao cliente.

De acordo com art. 3º, da resolução 803/96, é vedado ao profissional da contabilidade no decorrer de suas atividades:

anunciar, em qualquer modalidade ou veículo de comunicação, conteúdo que resulte na diminuição do colega, da Organização Contábil ou da classe, em detrimento aos demais, sendo sempre admitida a indicação de títulos, especializações, serviços oferecidos, trabalhos realizados e relação de clientes.

Os clientes são o foco principal das organizações contábeis, manter e conseguir novos clientes é o mesmo que manter a organização em existência, mas ressalta-se, ainda, que qualquer estratégia de *marketing* deve estes respeitar a legislação profissional.

2.3.4 Honorários Profissionais e Concorrência

Para todo serviço recebido ou oferecido existe um custo e um valor a ser negociado.

Conforme Thomé (2001 *apud*. Daros 2004, p. 36), ao procurar pelos serviços de uma empresa contábil, o cliente busca, primeiramente, preço e qualidade, no momento da procura do serviço, a qualidade pode ser facilmente demonstrada e até aceita pelo cliente; portanto, para propor o valor dos serviços, exige-se do empresário contábil, além de ética profissional, o dom de um bom negociador.

Para que haja uma negociação amigável e lucrativa para ambos, é necessário seguir alguns passos. De acordo com o CRC (2011), para realizar uma boa negociação deve-se escutar com atenção e valorizar o estilo de cada cliente; fortalecer a ideia que ambas as partes devem sair ganhando; criar um clima agradável para a negociação; deixar espaços para manobras nas respostas; se não conseguir aceitar um compromisso proposto, não o recuse também; ser flexível e trabalhar com agenda para a reunião; ser mais eficiente e tratar a todos como você gostaria de ser tratado.

De certa forma, os honorários enquadram-se em um quesito de competitividade, ainda existem clientes que só buscam o menor valor, não se preocupando com as consequências que podem lhes causar.

Para Figueiredo e Fabri (2000), o prestador de serviços de contabilidade, por ser também um consultor de negócios, deve ser um bom negociante. Diante desse fato, no processo de estabelecimento dos preços, existem diversas variáveis a serem consideradas pelos serviços oferecidos, tais como:

[...] tipos de clientes, profundidade de seu envolvimento com a empresa contratante, tempo gasto na elaboração do trabalho, habilidades e experiência requerida para desenvolvê-lo e a sofisticação dos métodos e equipamentos exigidos [...] e as condições econômicas do cliente e sua disposição para pagar por determinado serviço. (FIGUEIREDO; FABRI, 2000, p. 91).

Conforme o artigo 6º, da resolução 803/96, do Conselho Federal de Contabilidade, o profissional da contabilidade, por meio de contrato escrito, deve

considerar alguns elementos antes de apresentar seus valores dos serviços, que são:

- I – a relevância, o vulto, a complexidade e a dificuldade do serviço a executar;
- II – o tempo que será consumido para a realização do trabalho;
- III – a possibilidade de ficar impedido da realização de outros serviços;
- IV – o resultado lícito favorável que para o contratante advirá com o serviço prestado;
- V – a peculiaridade de tratar-se de cliente eventual, habitual ou permanente;
- VI – o local em que o serviço será prestado.

No Art. 8º, da resolução 803/96 do CFC consta que “é vedado ao profissional da contabilidade oferecer ou disputar serviços profissionais mediante aviltamento de honorários ou em concorrência desleal”.

O Sindicont- Sindicato dos Contabilistas de Criciúma e Região, disponibiliza aos profissionais o referencial de Custos Contábeis (anexo A), o qual serve de embasamento para a formação dos honorários e negociação de acordo com cada cliente.

As empresas de contabilidade precisam sempre agir com ética profissional, e oferecer serviços com preços adequados aos serviços prestados, pois são as atitudes corretas que fazem parte de uma empresa justa e reconhecida.

2.4 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS

Nos dias atuais, a maneira de como se atende seus clientes pode ser uma das diferenças de se obter o sucesso ou o fracasso.

De acordo com Barbulho (2001), é como se fosse uma guerra, a conquista pela confiança, fidelidade e parceria do cliente, que cada dia está mais exigente, com isso a qualidade dos serviços prestados deve ser total com menores possíveis custos para poder competir e ganhar da concorrência para não perder seu cliente.

Barbulho (2001) afirma ainda que, para encantar seu cliente, é necessário prestar um bom serviço e este prestador deve estar bem preparado com treinamentos e também pessoalmente para uma melhor atuação e desempenho

dentro da empresa tendo assim uma maior consciência da real importância de seu serviço.

Tscholl (1996) comenta que as respostas dos clientes sempre é a maior preocupação em um escritório de serviços contábeis, e se não existir essas respostas, o contador não consegue perceber o que precisa ser melhorado. O prestador de serviço precisa saber o que os clientes querem, como se sentem, pensam como deve ser feito para que estes se sintam valorizados, as respostas dos clientes são fundamentais para a melhoria do atendimento.

Como o objetivo principal das empresas de serviços contábeis são os serviços prestados, a preocupação maior é a satisfação de seus clientes, com isso conta com o auxílio de um sistema de ótima qualidade para conseguir atender as necessidades e expectativas dos mesmos.

De acordo com Cabrino (2002), quando uma organização de serviços contábeis oferece mais que o esperado a seus clientes, acaba o surpreendendo, desta forma os clientes notam essas diferenças e ficam mais propensos a adquirir os serviços que vão além do aspecto material, tornando a marca mais evidenciada e conhecida, pois ocupa um lugar muito precioso no mercado, fica na mente do seu consumidor.

Para conhecer a eficiência e a qualidade da organização prestadora de serviços contábeis, seu desempenho, motivação, comprometimento, trabalho em equipe, gerenciamento, enfim qualidade de seus serviços, é só questionar seus clientes, eles serão a propaganda ou difamação da organização.

2.4.1 Definição de Qualidade

Utiliza-se a palavra qualidade com frequência no cotidiano, mas é difícil chegar a um consenso.

Garvin (1987 *apud*. Paladini e Carvalho 2006, p. 8) afirma que: “Qualidade é sinônimo de excelência inata. É absoluta e universalmente reconhecível”.

Para Kalkmann (2002, p. 17)

Qualidade é tudo o que alguém faz ao longo de um processo para garantir que um cliente, fora ou dentro da organização, obtenha exatamente aquilo que deseja em termos de características, custos, atendimento e prazo de entrega.

De acordo com Paladini e Carvalho (2006, p. 28), “qualidade é uma relação da organização com o mercado. Dentro deste contexto, a qualidade é definida como uma relação de consumo”.

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

Existem muitas formas de qualidade, e estas devem ser adequadas a cada foco que necessitam, pois não adianta só não cometer erros sendo que seus clientes não estão satisfeitos com o que é oferecido e também não adianta saber a necessidade de seus clientes e não executar corretamente.

2.4.2 Objetivos da Qualidade

A qualidade começa a ser direcionada e realizada a partir do momento em que a empresa consegue evidenciar as necessidades dos seus clientes.

Drucker (1999) destaca que gerar consumidores é a primeira função das organizações e a partir disto considera a qualidade o básico e não uma das funções em separado, a qualidade é designada pelo consumidor e não por quem executa o serviço, pois é a partir do resultado final dos serviços prestados que o seu cliente determina o sucesso ou o fracasso do negócio.

Paladini (2000 *apud*. Oliveira, 2004, p.11), destaca que:

a área de prestação de serviços envolve a produção de serviços propriamente dita e a estruturação de métodos. [...] Dessa forma no ambiente de prestação de serviços, a gestão da qualidade concentra-se fundamentalmente na interação com o usuário. É nesse processo interativo que a qualidade aparece.

De acordo com Victorino (1999 p.21), o objetivo da qualidade é “ [...] alcançar a lucratividade através da satisfação e dos benefícios para os clientes, colaboradores e para a sociedade”.

Para que as empresas prestadoras de serviços contábeis consigam sobreviver elas precisam diretamente e fundamentalmente de serviços de qualidade, e é a partir dos objetivos da qualidade que conseguem se embasar em como prestar um serviço com qualidade total.

2.4.3 Satisfação dos Clientes

A satisfação do cliente é originada a partir do momento em que ele é bem servido e atendido, dentro das suas necessidades.

Para Victorino (1999, p. 33), a satisfação dos clientes é completa quando existe:

- Atendimento exemplar, notável;
- Serviços pontuais;
- Serviços impecáveis, excepcionais;
- Informações precisas, rápidas, úteis;
- Facilidade e rapidez na obtenção de certidões;
- Fazer sempre o que é mais econômico para o cliente e não o que é mais fácil para nós.

Para satisfazer os clientes, de acordo com Kalkmann (2002, p. 118), “uma das prioridades das empresas que buscam o aprimoramento da qualidade de seus produtos, serviços e processos é ouvir a voz de seus clientes, de forma a estarem aptas a satisfazer suas expectativas e necessidades”.

Kalkmann (2002, p. 122) afirma, ainda, que: “A satisfação do cliente é considerada meta prioritária de qualquer processo. No entanto, para que se possa melhorar o processo, é preciso avaliar se o cliente está satisfeito ou não com os produtos/serviços que recebe”.

Para que os clientes estejam satisfeitos com os serviços da organização contábil, é fundamental que tenham um serviço e atendimento de qualidade, com o objetivo de sanear seus problemas e satisfazê-los além do esperado.

2.4.4 Manutenção e Fidelização de Clientes

Não basta somente ter clientes, é preciso que haja um constante cuidado para que estes se tornem fiéis a seus serviços.

Segundo Kalkmann (2002, p. 37), “Satisfazer um cliente, resulta na maioria das vezes, em ter um cliente fiel – como freguês, palavra pouco usada ultimamente, mas que traduz bem essa noção de fidelidade”.

Kalkmann (2000, p.37), ainda expõe que “[...] o cliente satisfeito torna-se um divulgador da qualidade do serviço, o que, aliás, é ótimo para a imagem e o marketing da empresa”.

Para Figueiredo e Fabri (2000, p. 82),

a possibilidade de oferecer serviços diferenciados e adicionais a condição de ampliação da prática por meio de serviços inovadores, antes de tudo a habilidade em comunicar aos clientes o valor de seus serviços, isso sim, fará a diferença para a fidelidade e a ampliação de sua carteira de clientes.

Alguns pontos importantes que Victorino (1999) considera, é fazer visitas periódicas; ganhar a confiança e a lealdade de seu cliente; fazer com que ele não se sinta somente mais um; nunca perder o contato com o cliente; buscar suas necessidades; estar presente nas decisões estratégicas; gerar economia de impostos; superar as expectativas de seus clientes e oferecer novos serviços.

Para que ocorra a satisfação e fidelização do cliente é necessário um serviço de qualidade, e a forma principal para que isso ocorra é sempre buscar as necessidades dos clientes e conseguir atendê-las, se possível superando ainda mais o que este espera, assim ele estará sempre satisfeito e usufruindo dos serviços e ainda repassando para seus conhecidos fazendo uma propaganda de seus serviços dando mais oportunidades de aumentar a clientela da organização contábil.

2.4.5 A Qualidade e a Competitividade

No dia a dia de uma organização contábil, além de estar sempre buscando oferecer serviços com qualidade, ela deve estar sempre atenta a seus concorrentes.

Para Almeida (1995), haverá cada vez mais exigência por um produto com maior qualidade e um preço menor enquanto a competitividade do mercado de trabalho continuar acirrada.

Segundo Kalkmann (2002, p. 26) “a maioria das lojas ou empresas oferece produto/serviço e deve trabalhar no sentido de conquistar o cliente. É neste momento que temos de buscar alternativas, um diferencial competitivo: um aspecto que atraia e cativa o cliente”.

De acordo com Victorino (1999), para não perder os clientes para a concorrência é necessário perceber as necessidades dos clientes e procurar imediatamente atendê-las. Algumas situações que surgem no dia a dia e como se deve agir:

O CLIENTE	O ESCRITÓRIO
Tem uma necessidade	Temos um trabalho a fazer
Tem uma escolha	Devemos ser a melhor escolha
Tem sensibilidade	Devemos ser atenciosos
Tem uma urgência	Devemos ser ágeis
É único	Devemos ser flexíveis
Tem expectativas	Devemos superá-las
Tem influências	Esperamos ter mais clientes

Quadro 1: Cliente e a organização contábil

Fonte: Victorino, 1999, p. 45.

Ao analisar o que os clientes buscam, com uma equipe qualificada de colaboradores que conseguem identificar os fatores internos e externos dos problemas e eliminá-los a fim de executar um serviço de qualidade, sendo que desta forma, com as melhorias e a atenção necessária a seus clientes, consigam manter

estes, conseguir novos cliente e ainda assim se manter no mercado de trabalho, mesmo convivendo com a competitividade dos concorrentes.

2.4.6 Normatização ISO 9000

A tecnologia onde o mercado de trabalho está se inserindo cada dia mais rápido, tendo obrigações com maior responsabilidade, aumentam o grau de exigência dos consumidores. Desta forma, necessita-se que as organizações contábeis se adaptem à normas de qualidade.

De acordo com Silveira e Melhado (2004, p. 63), a “ISO 9000: Norma de gestão da Qualidade e garantia das Qualidades Diretrizes para Seleção e Uso, tem como objetivo esclarecer as diferenças e inter-relação existente entre os principais conceitos da qualidade e fornecer diretrizes para a seleção e o uso das outras normas de série”.

Conforme Carradore, Livramento e Luckman (2000 apud SHIGUNOV, 2004 apud Daros, 2004, p. 27), as normas 9001, 9002 e 9003 são normas contratuais, e ajudam nas relações comerciais entre as empresas. Já a norma ISO 9004 funciona como um complemento da ISO 9000, serve também para auxiliar a descobrir qual o modelo deve ser implantado numa determinada empresa.

A norma ISO 9000 tem o objetivo de padronizar as normas da qualidade necessária, destacando que o certificado não é do produto e sim do processo em que ele passa para poderem ser utilizado.

2.4.7 Programa de Qualidade (5 s)

Na busca de progresso e evolução, os prestadores de serviços contábeis procuram meios para este progresso, como o programa de qualidade 5s pode identificar.

O 5 “S” tem um objetivo principal oferecer um ambiente limpo e organizado no dia a dia do trabalho. É possível mencionar que sem o programa seria impossível identificar e solucionar os problemas que ajudem na melhoria das condições do ambiente de trabalho.

Conforme Kalkmann (2002, p. 47), “o programa 5 S’s objetiva a preparação do ambiente para satisfação plena de nossos clientes, baseado nos conceitos da qualidade, garantindo a sobrevivência da empresa e de todos nós”.

De acordo com Vitorino (1999), os 5 “S” são as iniciais de cinco palavras japonesas que se relacionam com arrumação, interpretadas como senso, que são *Seiri*: Senso de utilização/organização; *Seiton*: Senso de arrumação/ordem; *Seiso*: Senso de limpeza; *Seiketsu*: Senso de saúde/conservação; *Shitsuke*: Senso de disciplina consciente/autodisciplina.

Afirma Kalkmann (2002, p. 47), que “ele não está desassociado das atividades de trabalho, pelo contrário, passa a ser algo que vai nos auxiliar no dia-a-dia, e depende da disciplina e disposição dos seres humanos para mudarem hábitos arraigados e vícios”.

Vitorino (1999) constata que no senso da organização deve-se descartar o que não apresenta utilidade e eliminar o que é supérfluo; no senso da arrumação deve-se colocar as coisas em ordem; no senso da limpeza é necessário manter o ambiente e os equipamentos sempre limpo; no senso da saúde deve-se manter as condições de trabalho favoráveis a saúde física e mental dos colaboradores e o senso de disciplina que desenvolve a manutenção da disciplina e do profissionalismo no trabalho.

No senso de limpeza Thomé (2001, p. 82) afirma que:

o ambiente deve estar sempre limpo. É agradável para quem nele trabalha e causa boa impressão aos clientes. Qualquer sujeira se estiver visível, deve ser removida. Se a faxineira não estiver disponível, alguém deve providenciar a limpeza, de preferência quem provocou a sujeira.

O programa 5 “S” é essencial para toda empresa, pois beneficia tanto o colaborador como a própria empresa, pois melhora o ambiente de trabalho para o funcionário, onde proporciona bons resultados que acabam refletindo na vida pessoal das pessoas, que passam a admirar a limpeza e a ordem, trazendo

benefícios para a saúde do corpo humano, e para a empresa, diminui os desperdícios automaticamente seus custos.

2.4.8 Motivos para Implantar Programas de Qualidade

Com a evolução da economia, a competitividade acirrada, as obrigações tributárias e acessórias, as empresas de serviços contábeis viram-se obrigadas a se adaptarem conforme a demanda de serviços, pois tudo muda constantemente, com isso acaba gerando vários fatores para que o escritório adquira programas de qualidade para o auxílio e trabalho da empresa.

Paladini (2000) afirma que qualidade total é o modo em que se destina o investimento contínuo, em mecanismos de melhoria para o aumento da adequação de produtos e serviços ao objetivo que se destinam.

Para Ferreira (1998), a palavra programa, pode ser definida como uma sequência de etapas que devem ser executadas para se resolver um determinado problema.

Para um programa ter qualidade é preciso que contenha as informações necessárias e de forma lógica, para que se possa fazer a gestão e a melhoria dos processos constantemente. É preciso que seja de fácil entendimento e acesso e que seus dados tornem os trabalhos mais rápidos e eficientes em tempo real, de modo que os donos dos escritórios fiquem cientes que só sobreviverão as empresas que prestarem serviços com qualidade e ainda com um preço acessível. (PALADINI 2000)

Para Kalkmann (2002, p. 17), “o objetivo de um programa de qualidade é desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes que oportunizem uma postura ativa e diferenciada frente ao cliente, ampliando as chances de sucesso na condução dos contatos”.

Diante do exposto, as empresas contábeis são obrigadas a adquirir e implantar programas de qualidade, para agilizar e ajudar seu cliente e seus colaboradores. Assim, o escritório acaba ficando mais organizado, pois formam

normas e procedimentos para que os índices de erro diminuam e tenha um trabalho final correto e com padrões da empresa.

Para Victorino (1999, p. 23), existem diversos fatores para um escritório adquirir programas de qualidade que são:

- Pressão do mercado tomador dos serviços;
- Para tornar-se mais competitivo;
- Satisfação dos clientes;
- Capacitação dos colaboradores;
- Aumentos e ganhos de produtividade/rentabilidade
- Identificar pontos de deficiência e de melhoria.

As empresas que adotam um bom programa conseguem obter melhores resultados, com dinamismo e motivação, pois auxilia e ajuda no desempenho dos colaboradores, tornando os clientes satisfeitos e conseguem ser um concorrente de alto nível para os outros escritórios de serviços contábeis.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados e análises da pesquisa realizada. Demonstra-se os dados da organização contábil pesquisada, em seguida os procedimentos para a coleta de dados e, por fim, os resultados obtidos.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO CONTÁBIL

A organização contábil atua no mercado há 18 anos, está situada no Bairro Pinheirinho, Criciúma/SC. Possui 10 funcionários e 135 clientes que divide-se em indústrias, comércio e prestadoras de serviços, empresas estas tributadas pelo Simples Nacional, Lucro presumido e Lucro Real.

Para elaboração da pesquisa com os clientes, a organização contábil forneceu uma listagem de todos seus e clientes e respectivos *e-mail*. Foram enviados para todos os endereços o questionário (apêndice A) no dia 10/10/2011, e os que não possuíam ou não tinham costume de acessar regularmente seus endereços eletrônicos, foi entregue em mãos para a elaboração das respostas do mesmo até dia 19/10/2011.

A divisão do questionário foi feita por setores da organização: Contador; Setor fiscal; Setor contábil; Setor Cadastro; Setor pessoal; Setor *Office Boy*.

Da população total obteve-se resposta de 43 questionários, configurando-se esta uma amostragem correspondente a 31,8% dos clientes.

3.2 DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção apresentam-se os resultados obtidos pela pesquisa, conforme os setores observados.

3.2.1 Aspectos Gerais

As informações gerais dos clientes pesquisados foram distribuídas no questionário da seguinte maneira: Tempo de recebimento dos serviços (questão 1) e fator a levar a contratação da organização contábil (questão 2).

3.2.1.1 Tempo de Permanência na Organização Contábil.

O tempo em que cada cliente se encontra recebendo os serviços da organização contábil está demonstrado no gráfico 1.

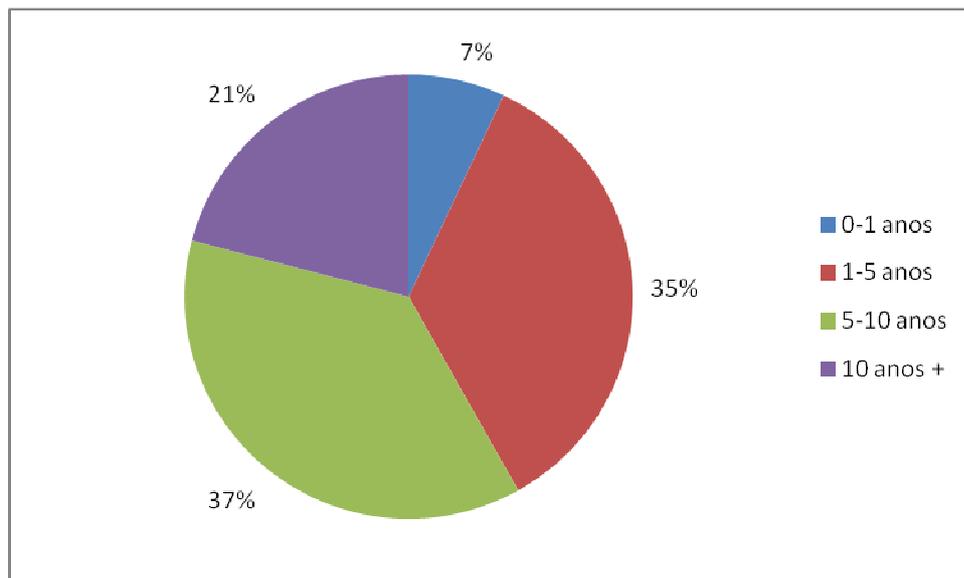


Gráfico 1: Tempo de serviços prestados pela organização

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

O gráfico n°1 representa que a maior parte dos clientes analisados, com 37%, recebe os serviços pela organização contábil entre 5 a 10 anos.

Evidencia-se que a organização possui clientes fiéis pois são clientes que recebem os serviços a um tempo considerável

3.2.1.2 Fator que levou a contratação da Organização Contábil

Procurou-se identificar o principal motivo que levaram os clientes a contratar da organização contábil, o resultado está disposto no gráfico 2.

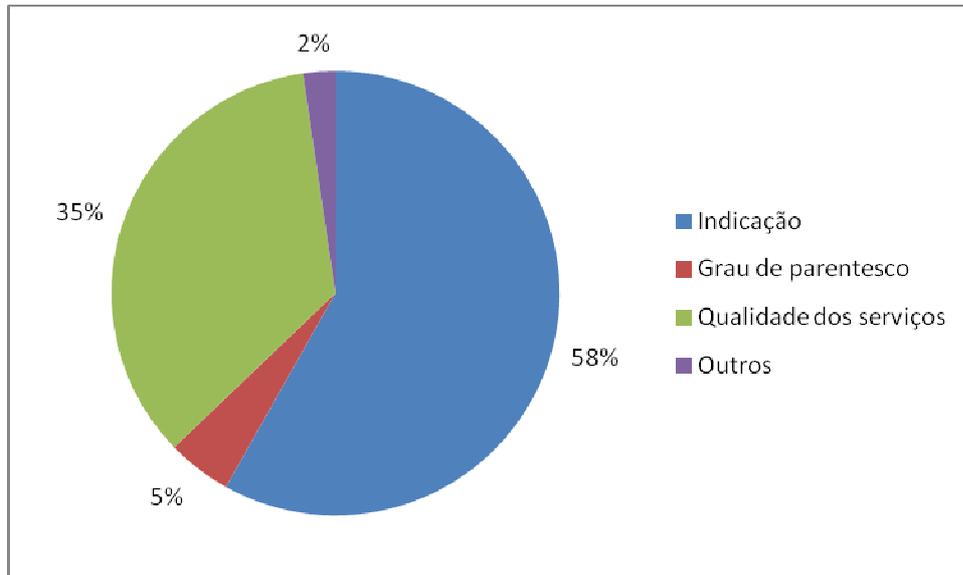


Gráfico 2: Fator que levou a contratação da organização contábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Identifica-se que a maioria dos clientes, com 58% contratou a organização contábil por indicação e 35% por conhecimento na qualidade dos serviços prestados.

Constata-se que a empresa contábil pesquisada presta um serviço de qualidade, pois os clientes que estão a mais tempo recebendo seus serviços indicam e falam sobre a qualidade dos serviços prestados pela mesma, contribuindo na propaganda do negócio, aumentando a clientela da organização.

3.2.2 Aspectos Específicos

Os aspectos específicos pesquisados dos setores da organização contábil estão distribuídos no questionário nas questões a seguir.

3.2.2.1. Satisfação do cliente em relação a vontade da Organização Contábil em ajudar seus clientes.

O quadro a seguir mostra as porcentagens de satisfação de todos os setores ao sentimento do cliente, em relação a vontade da organização contábil em ajudá-los.

Setores	Muito Satisfeito	Satisfeito	Parcialmente Satisfeito	Insatisfeito	Sem Resposta
Contador	40%	60%	-	-	-
Setor Fiscal	37%	63%	-	-	-
Setor Contábil	44%	56%	-	-	-
Setor Cadastro	42%	58%	-	-	-
Setor Pessoal	37%	63%	-	-	-
Setor Boy	44%	56%	-	-	-

Quadro 2: Satisfação do cliente na vontade da organização contábil em ajudá-lo

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Observa-se que dos 43 clientes analisados, todos estão ou muito satisfeitos ou satisfeitos em relação à vontade da organização contábil em ajudá-los.

Evidencia-se que a organização está prestando seus serviços de acordo com o que os clientes esperam.

3.2.2.2 Satisfação em relação à segurança pelos serviços da Organização Contábil

O quadro abaixo evidencia em porcentagens sobre a segurança que os clientes sentem em relação aos serviços feitos pela organização contábil.

Setores	Muito Satisfeito	Satisfeito	Parcialmente Satisfeito	Insatisfeito	Sem Resposta
Contador	47%	53%	-	-	-
Setor Fiscal	40%	60%	-	-	-
Setor Contábil	42%	58%	-	-	-
Setor Cadastro	40%	58%	2%	-	-
Setor Pessoal	42%	53%	5%	-	-
Setor Boy	44%	56%	-	-	-

Quadro 3: Satisfação a segurança pelos serviços da organização contábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Vislumbra-se que em relação a segurança dos serviços prestados, somente dois setores, pessoal e cadastro, transmitem alguma insegurança em relação aos seus serviços, mas no geral essa porcentagem é pequena. Pode-se concluir que a organização está instruída e oferece serviços com segurança.

3.2.2.3 Comprometimento ao cumprimento de prazos da Organização Contábil

Neste quadro evidenciam-se os dados sobre o comprometimento da organização contábil em relação ao cumprimento de prazos.

Setores	Muito Satisfeito	Satisfeito	Parcialmente Satisfeito	Insatisfeito	Sem Resposta
Contador	44%	54%	2%	-	-
Setor Fiscal	49%	51%	-	-	-
Setor Contábil	47%	53%	-	-	-
Setor Cadastro	47%	53%	-	-	-
Setor Pessoal	51%	47%	2%	-	-
Setor Boy	51%	49%	-	-	-

Quadro 4: Comprometimento a cumprimento de prazos da organização contábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Nota-se que em relação ao cumprimento de prazos, que a organização contábil, possui equilíbrio entre seus setores, constando que somente no setor do contador e pessoal há uma parcial satisfação, mas nada que comprometa a organização, pois são porcentagens pequenas.

3.2.2.4 Aspectos gerais sobre a Organização Contábil

Procurou-se identificar a satisfação geral sobre os serviços prestados pela organização contábil, o resultado pode-se observar no gráfico 3.

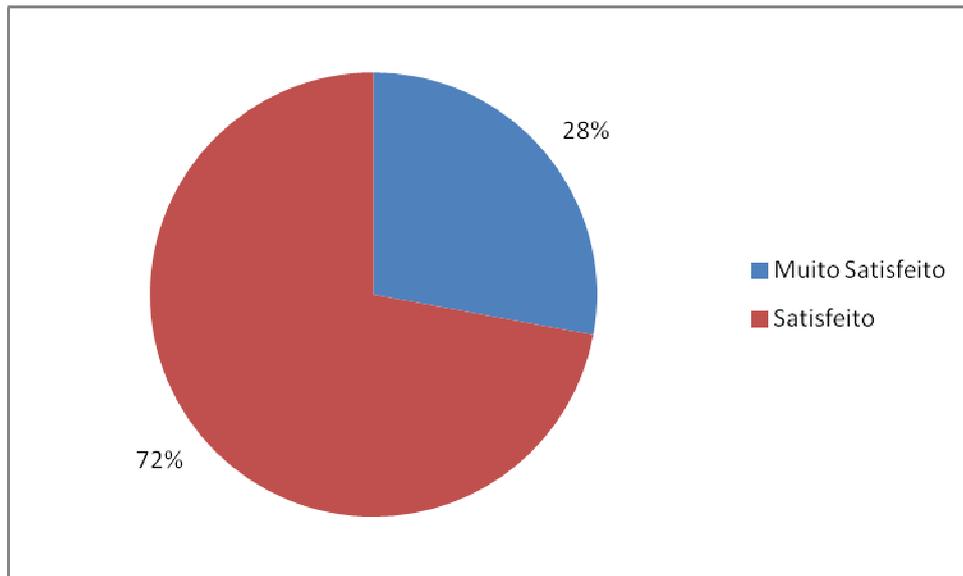


Gráfico 3: Aspectos gerais sobre a organização contábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Identifica-se que dos clientes pesquisados, 28% estão muito satisfeitos e 72% estão satisfeitos com os serviços prestados, possibilitando assim a compreensão de que a organização está trabalhando em aspectos gerais sobre todos os setores de forma a satisfazer seus clientes com seus serviços.

3.2.2.5 Mudança de Organização Contábil

Referente a pretensão dos clientes da organização contábil de trocar de escritório contábil, o gráfico 4 mostra os seguintes resultados.

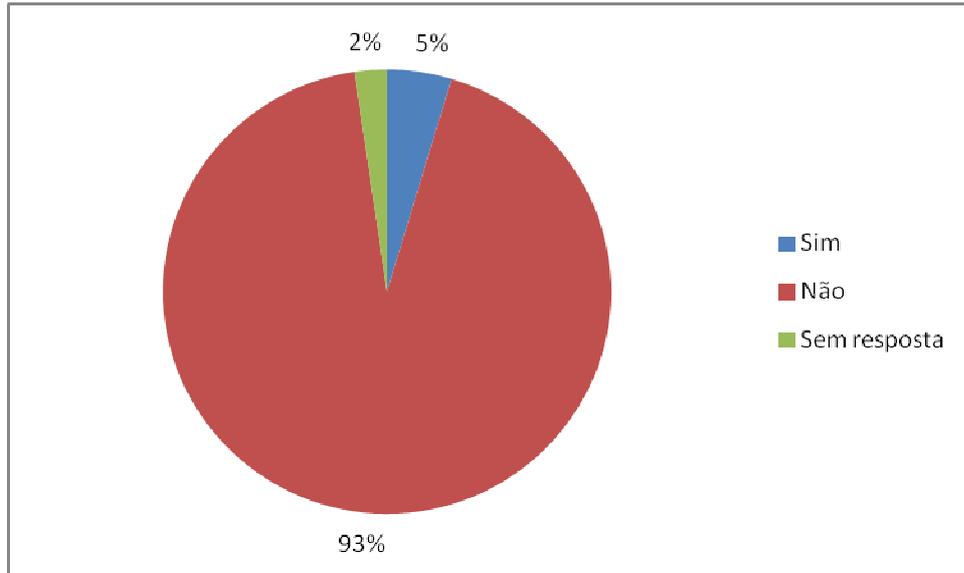


Gráfico 4: Mudança de organização contábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Observa-se que 93% dos clientes não trocariam de organização contábil, mostrando que a organização contábil consegue fidelizar seus clientes com êxito.

Salienta-se neste gráfico que 93% responderam que não trocariam de organização contábil e o restante de 5% responderam que sim, por particularidades de cada cliente como, por exemplo, o cliente não ser da mesma cidade que a organização contábil.

3.2.2.6 Valor dos honorários pagos à Organização Contábil

Procurou-se identificar como os clientes se sentem sobre o pagamento de honorários à organização contábil, conforme verifica-se no gráfico 5.

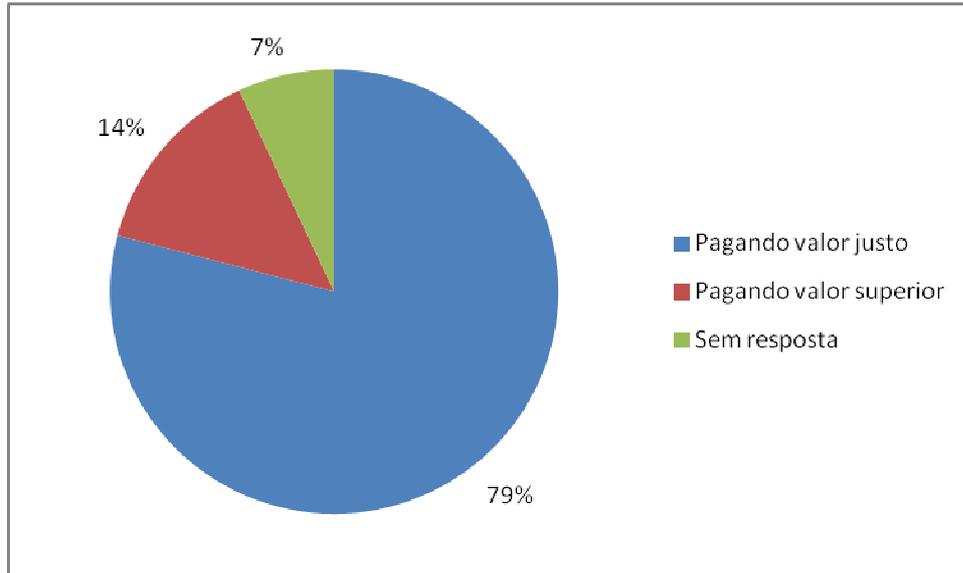


Gráfico 5: Valor honorários pagos a organização contábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Conforme pesquisa realizada pode-se evidenciar que 79% dos clientes pesquisados, relataram que pagam um valor justo de honorários pelos serviços prestados a sua empresa pela organização contábil, 14% entendem pagar um valor superior ao do mercado e 7% não responderam. Destaca-se que estes que não responderam são clientes novos na organização contábil. Na fundamentação teórica e (anexo A) demonstrou-se o referencial de custos, elaborado pelo Sindicato dos Contabilistas de Criciúma e região. Em comparação com os valores apresentados na Tabela de Honorários, pode-se afirmar que os valores cobrados pela Organização Contábil são inferiores aos sugeridos pelo Sindicato, porém, não há o comprometimento da qualidade dos serviços.

Pode-se evidenciar que os 14% mesmo achando que estão pagando um valor maior que o do mercado não trocaria de organização contábil como mostra o gráfico 4.

3.2.2.7 Assuntos específicos relacionados ao contador

Analisa-se os objetos específicos relacionados ao contador da organização contábil.

3.2.2.7.1 Participação do contador na orientação para tomada de decisão

Procurou-se identificar o sentimento dos clientes em relação a ativa participação de responsável técnico como orientador nas tomadas de decisão, conforme demonstra-se no gráfico 6.

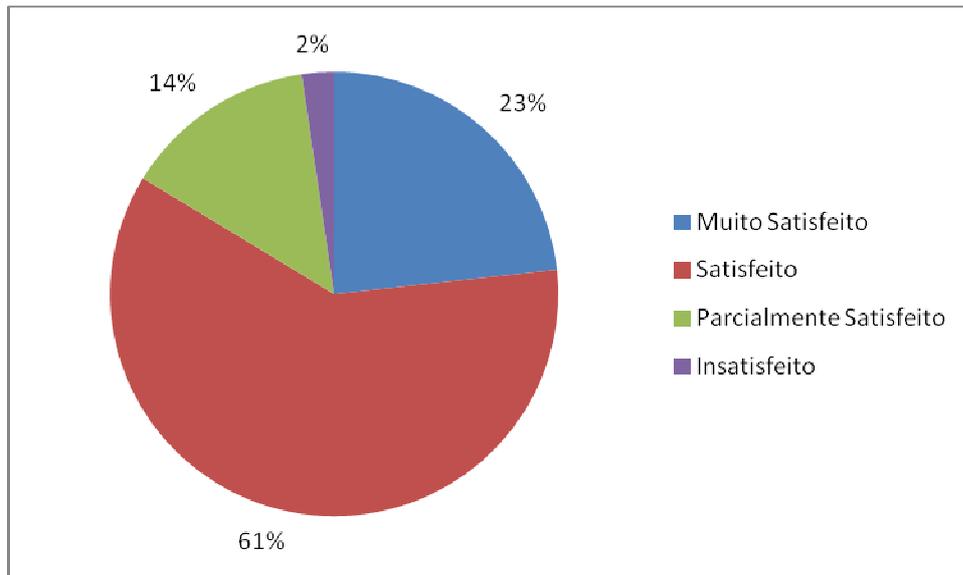


Gráfico6: Participação do contador na orientação para tomada de decisão

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor.

Diante dos dados analisados, constata-se que 61% dos clientes estão satisfeitos com a participação do contador, 23% estão muito satisfeitos, tendo uma porcentagem de 14% que estão parcialmente satisfeitos e 2% insatisfeitos.

Conclui-se que o responsável técnico da organização contábil de um modo geral está participando das decisões de seus clientes, mas necessita atentar-se naqueles que estão parcialmente satisfeitos e insatisfeitos, pois estes podem de alguma maneira se sentirem prejudicados, e levar a longo prazo a rescisão contratual.

3.2.2.7.2 Visitas do contador às empresas dos clientes

Procurou-se verificar como os clientes estão se sentindo em relação a visita de seu contador a sua empresa, conforme dados expostos no gráfico 7.

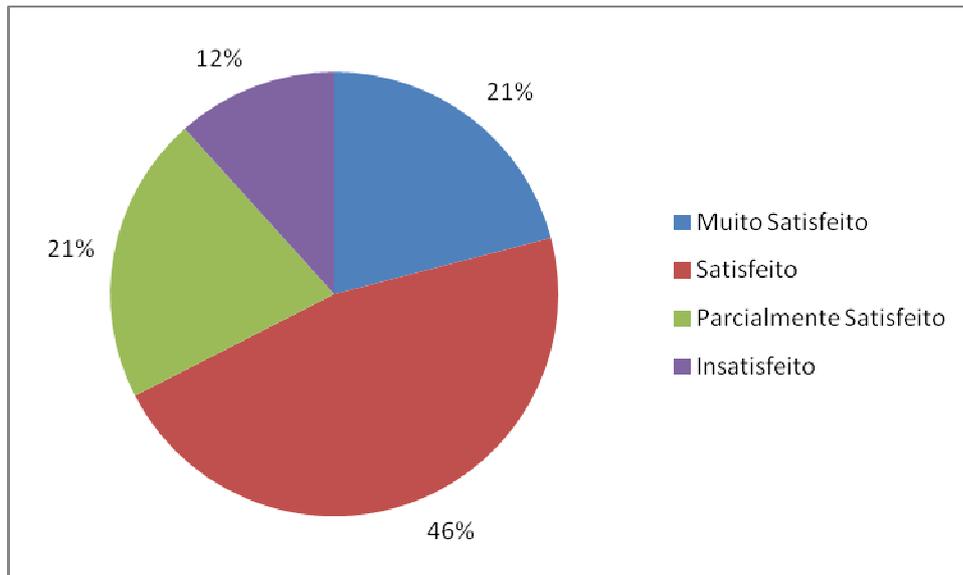


Gráfico7: Visitas do contador aos clientes

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Diante do gráfico pode-se analisar que 46% dos clientes estão satisfeitos, 21% estão iguados entre muitos satisfeito e parcialmente satisfeito e 12% estão insatisfeitos.

De acordo com os dados, nota-se que o contador consegue visitar a maior parte dos clientes, mas alguns ficam sem receber visitas, os deixando insatisfeitos.

Destaca-se a importância deste contato máximo do contador com seu cliente, como motivador e conhecedor para a fidelização do cliente. Mesmo a maioria estando satisfeitos com o auxílio na tomada de decisão como identifica o gráfico 6, ainda sim necessitam mais de sua presença em suas empresas.

3.2.2.8 Aspectos direcionados ao setor fiscal

Serão analisadas questões relacionadas ao setor fiscal da organização contábil.

3.2.2.8.1 Multas causadas do setor fiscal por não entrega de obrigações acessórias.

Verificou-se com a pesquisa realizada, se os clientes precisaram pagar alguma multa pela não entrega de alguma obrigação acessória como, por exemplo, declarações ou por algum tipo de erro do setor fiscal, no cálculo de algum tributo, conforme demonstra o gráfico 8.

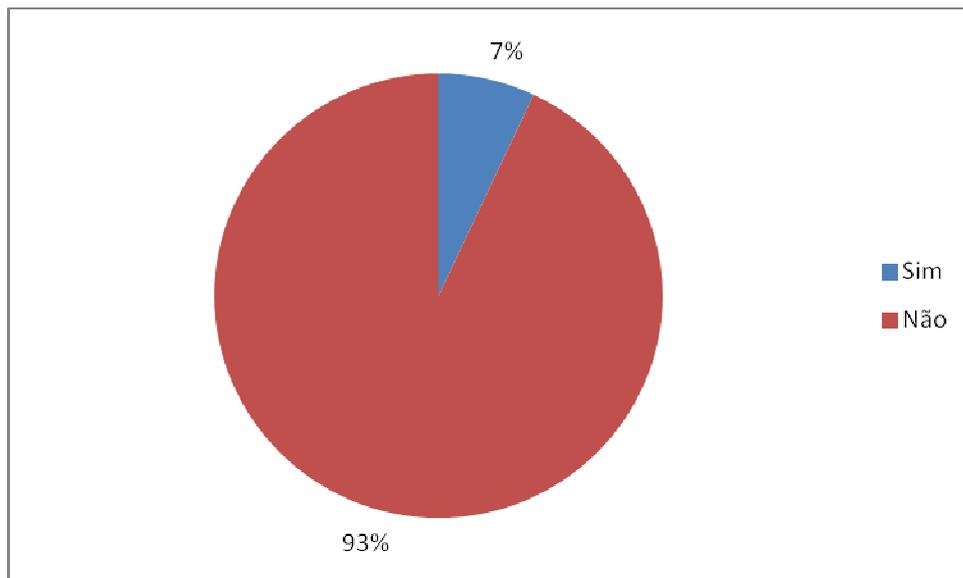


Gráfico 8: Multas por causa do setor fiscal

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

A pesquisa evidencia que 93% dos clientes jamais pagaram multa por falta de entrega das obrigações acessórias pelo setor fiscal, e que 7% relata que sim, já pagaram.

Conclui-se que o setor fiscal necessita de cuidados especiais e atenção nas obrigações acessórias, para minimizar a possibilidade da ocorrência desta situação.

Nos casos em que o cliente necessitou pagar alguma multa por erro do setor fiscal, o contador ficou responsável pelo pagamento das multas/juros geradas pelo atraso das obrigações acessórias, desta forma o cliente não saiu prejudicado.

3.2.2.8.2 Recebimento de orientação de notas fiscais pelo setor fiscal

Questionou-se sobre as instruções do setor fiscal sobre como proceder com suas notas fiscais, de acordo com o gráfico 9:

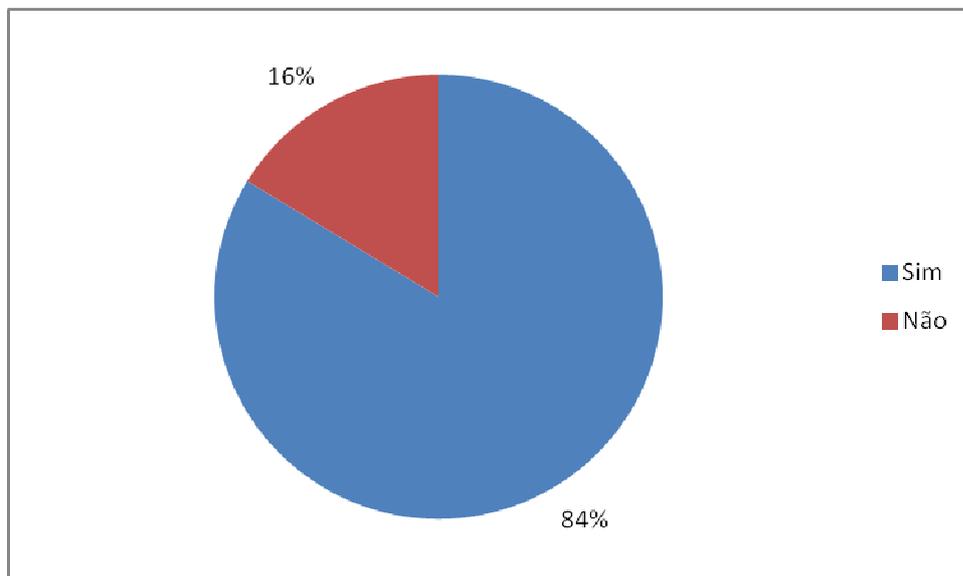


Gráfico 9: Recebimento de orientação de notas fiscais pelo setor fiscal

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Conforme dados coletados, 84% dos clientes recebem orientação sobre suas notas fiscais, 16% não recebem.

De acordo com os dados pode-se concluir que a grande maioria recebe instruções sobre as notas fiscais e observa-se que a maioria dos clientes que responderam que não recebem orientação encontram-se sem movimentação fiscal.

3.2.2.9 Aspectos direcionados ao setor contábil

Serão analisados dados específicos sobre o setor contábil da organização contábil.

3.2.2.9.1 Balanço em tempo determinado

Procurou-se identificar, se quando os clientes da organização contábil necessitam de suas demonstrações contábeis, o setor contábil providencia em tempo pré-determinado.

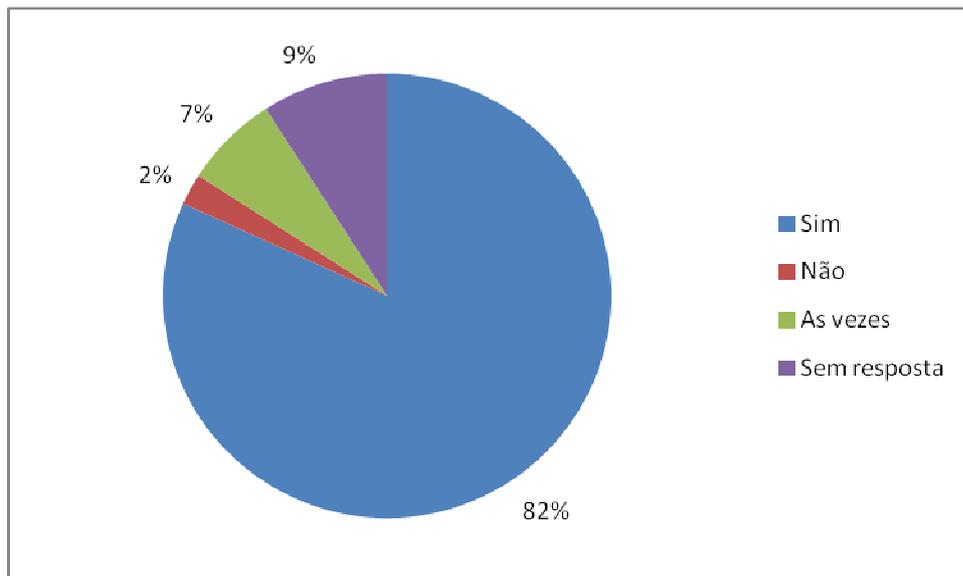


Gráfico 10: Balanço em tempo determinado

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Sobre este questionamento, pode-se evidenciar que 82% dos clientes recebem o Balanço em tempo determinado, 2% não receberam e 7% as vezes recebem.

Com a análise pode evidenciar uma falha relacionada ao setor contábil da organização contábil. Sugere-se a realização de um levantamento sobre a quantidade de clientes e números de colaboradores ao setor contábil, com o objetivo

de proporcionar os registros contábeis em tempo hábil para o encerramento dos balanços de acordo com prazos estabelecidos.

3.2.2.9.2. Cópias de documentos com rapidez

Questionou-se quanto entrega as cópias de documentos, quando seus clientes necessitam com rapidez.

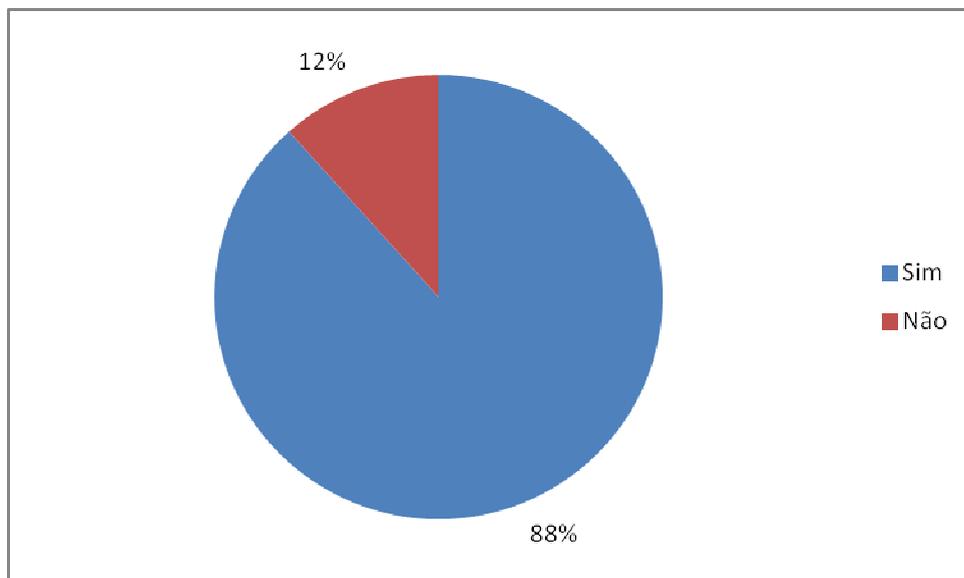


Gráfico 11: Cópias de documentos com rapidez

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Neste gráfico demonstra-se que 88% dos clientes são atendidos com rapidez pelo setor contábil e que 12% são atendidos às vezes com rapidez, podendo verificar que existe uma falha no atendimento no setor contábil. Pode-se evidenciar que como no balanço em tempo estipulado no gráfico 10 as cópias também são fornecidas com rapidez praticamente na mesma porcentagem.

3.2.2.9.3 Demonstrações contábeis para tomada de decisão

Procurou-se identificar se as demonstrações contábeis geradas pela organização contábil são utilizadas pelos seus clientes para suas tomadas de decisão, conforme demonstra o gráfico 12.

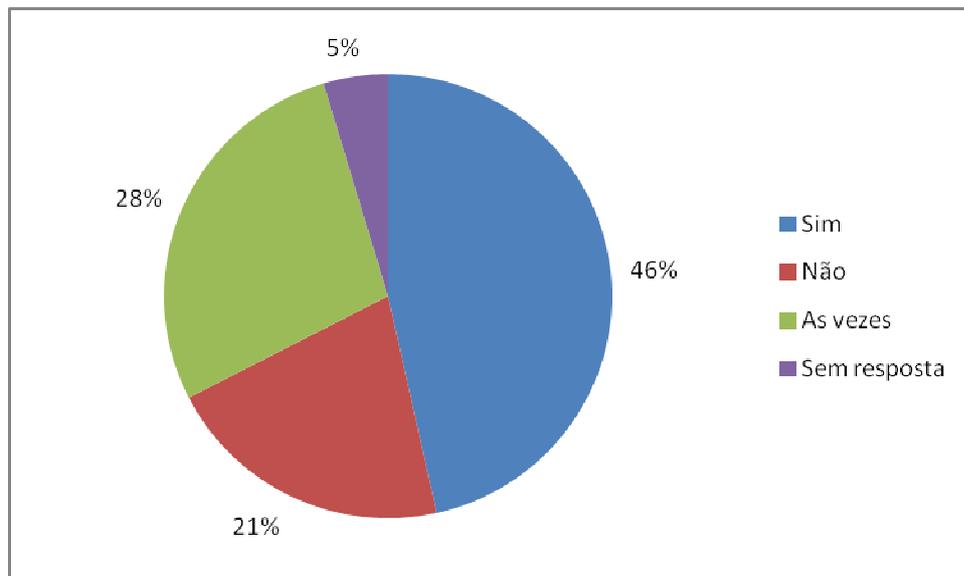


Gráfico 12: Demonstrações contábeis para tomada de decisão.

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Conforme pesquisa elaborada, pode concluir que 46% das empresas utilizam as demonstrações para tomada de decisão, 28% as vezes utilizam e 21% não utilizam.

Pode-se concluir que dependendo da empresa, alguns clientes necessitam mais das demonstrações contábeis para a tomada da decisão que outros, por motivos específicos que são de cada um.

3.2.2.10 Aspectos direcionados ao setor cadastro

Serão analisados dados específicos sobre o setor cadastral da organização contábil.

3.2.2.10.1 Alterações para decisões em tempo hábil

Procurou-se identificar se as alterações legais são repassadas pelo setor cadastral as empresas a tempo de serem tomadas suas decisões, conforme mostra o gráfico 13.

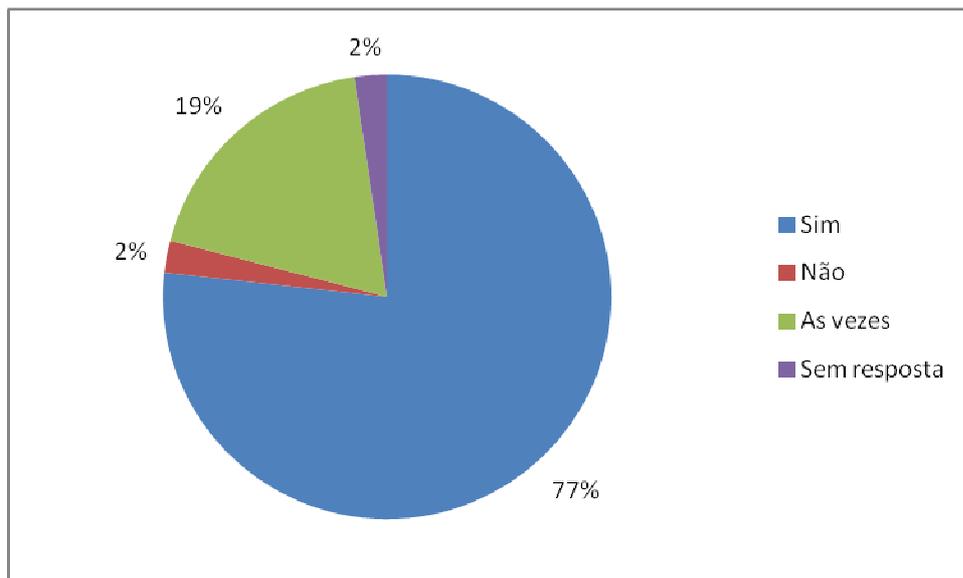


Gráfico 13: Alterações para decisões em tempo hábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Por meio do gráfico 13 nota-se que 77% recebem suas alterações legais em tempo hábil para decisões, e que 2% dizem que não recebem e 19% as vezes recebem.

Com esses dados pode-se evidenciar que a maioria dos clientes analisados recebem suas alterações, mas existe uma porcentagem que as vezes

recebem, mostrando assim que o setor cadastral, necessita de mais de atenção neste quesito.

3.2.2.10.2 Cadastros entregues em tempo estipulado

Identificou-se por meio dos dados coletados, se os cadastros solicitados pelos clientes ao setor cadastral estão sendo entregues no tempo estipulado:

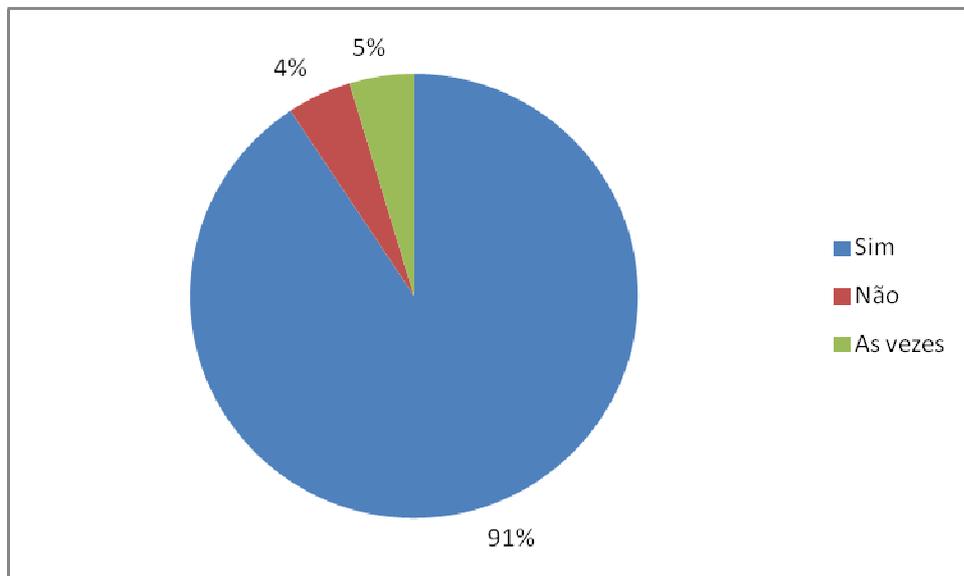


Gráfico 14: Cadastros entregues em tempo estipulado

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Diante do exposto no gráfico, 91% dos clientes responderam que os cadastros são entregues no tempo estipulado, 4% responderam que não recebem e 5% às vezes recebem.

Com estes dados pode-se concluir que grande parte dos clientes recebem seus cadastros em tempo determinado, mas pode ocorrer melhoria neste serviço para conseguir satisfazer os 9% que não estão tão satisfeitos.

3.2.2.11 Aspectos direcionados ao setor pessoal

Serão analisados dados específicos sobre o setor pessoal da organização contábil.

3.2.2.11.1 Envio das folhas de pagamento antes do vencimento

Procurou-se identificar se as folhas de pagamentos são enviadas pelo setor pessoal antes do vencimento.

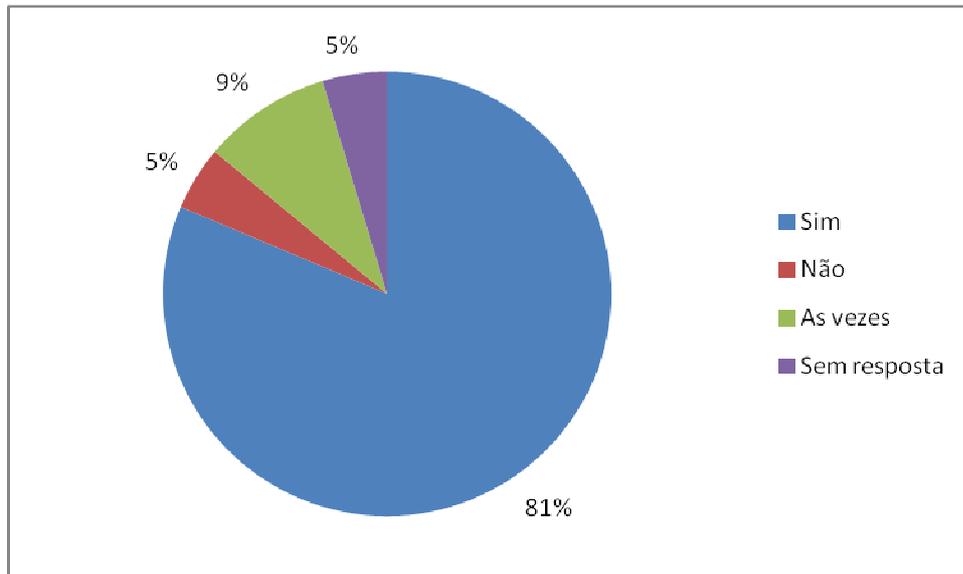


Gráfico 15: Envio das folhas de pagamento antes do vencimento

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Diante dos dados analisados, 81% dos clientes responderam que recebem as folhas antes da data de pagamento dos funcionários, 9% as vezes e 5% não recebem.

Com essas informações evidencia-se uma falha no setor pessoal em relação à entrega de folhas de pagamento dos clientes da organização contábil.

3.2.2.11.2 Recálculo do INSS OU FGTS por atraso do setor pessoal

Procurou-se identificar a porcentagem de clientes que necessitou solicitar para o setor pessoal, recalculer uma guia de Imposto a Contribuição a Previdência Social (INSS) ou Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) por atraso de envio do setor pessoal como mostra o gráfico 16.

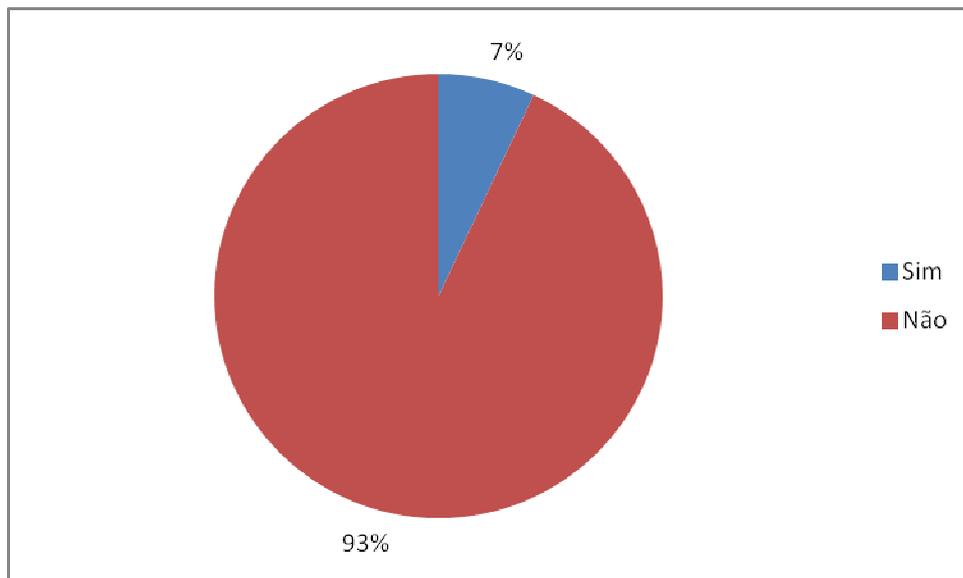


Gráfico 16: Recalculando INSS OU FGTS por atraso do setor pessoal

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

No gráfico nº16 pode evidenciar que a maior parte dos clientes com 93% nunca precisou pedir para o setor pessoal recalculer suas guias de INSS e FGTS por atraso do setor, e que 7% afirmaram que sim.

Pode-se concluir que a maior parte dos clientes analisados não tiveram suas contribuições sociais recalculadas por atraso do setor, mas uma pequena porcentagem sim, tendo assim uma falha no quesito entrega de contribuições sociais no setor pessoal.

3.2.2.11.3 Folha de pagamento ou rescisão recalculado por erro do setor pessoal

Objetivou-se demonstrar se os clientes necessitaram recalculer a folha de pagamento ou rescisão contratual de algum funcionário, por um erro cometido pelo setor pessoal, conforme dados mostrados no gráfico 17.

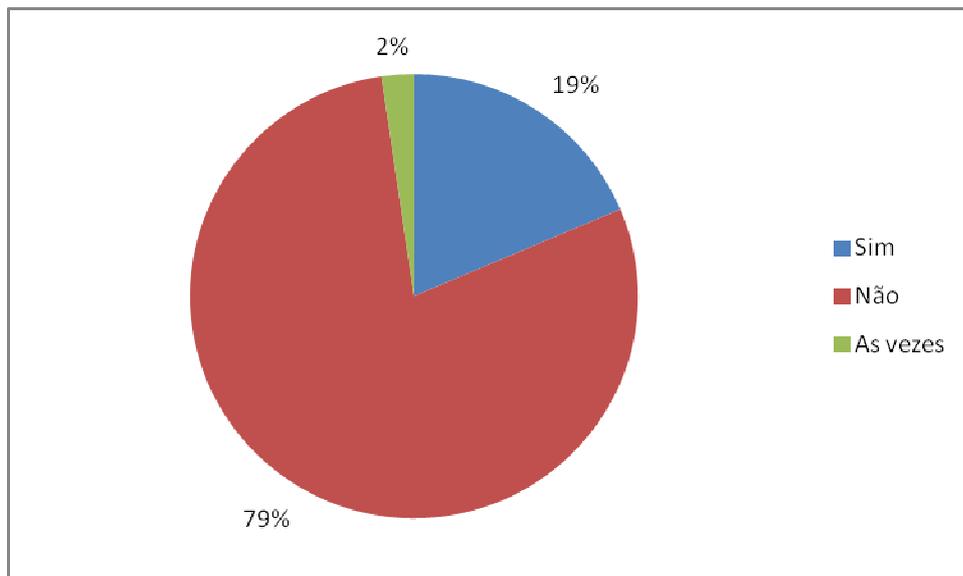


Gráfico 17: Recalculação folha ou rescisão por erro do setor pessoal

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Pode-se notar que 79% dos clientes não precisaram recalculer, e 21% precisaram.

Identificou-se uma falha neste setor, em relação ao cálculo das folhas de pagamento e de rescisão do contrato de trabalho dos funcionários dos clientes da organização contábil.

3.2.2.11.4 Funcionários sem recebimento de benefícios

Pesquisou-se a existência de algum funcionário ou ex-funcionário, dos clientes da organização contábil, que já deixaram de receber algum benefício do governo, por erro do setor pessoal.

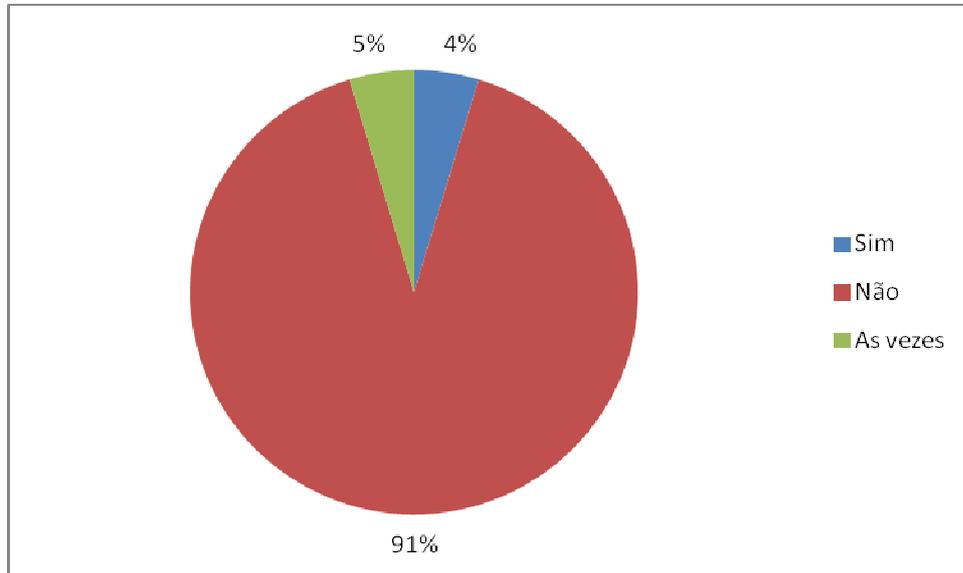


Gráfico 18: Não recebimento de benefícios dos funcionários

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Dante do gráfico pode-se evidenciar que 91% não tiveram problemas com informações erradas de ex-funcionários ou funcionários resultando do não recebimento de benefícios do governo, no entanto 9% afirmaram que sim.

3.2.2.12 Aspectos direcionados ao setor “*Office Boy*”

Serão analisados dados específicos sobre o setor *Office Boy* da organização contábil.

3.2.2.12.1 Documentos entregues em bom estado e em tempo hábil

Conforme dados coletados pode-se identificar se os documentos são entregues pelo *Office Boy* aos clientes em bom estado e em tempo como mostra o gráfico 19.

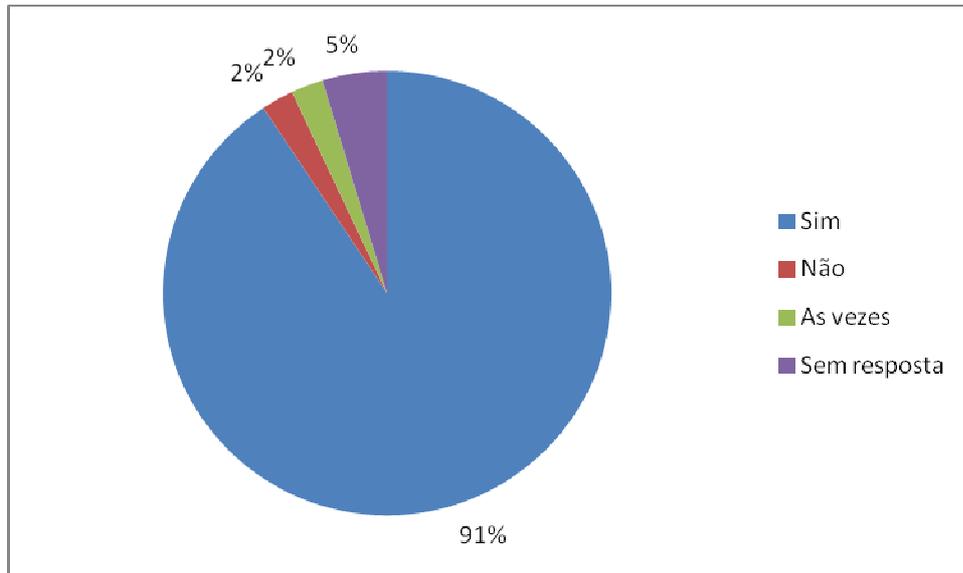


Gráfico 19: Documentos entregues em bom estado e em tempo hábil

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Diante dos dados, pode-se concluir que para 91% dos clientes os documentos são entregues em bom estado e em tempo hábil, para 2% não são entregues e para 2% as vezes são entregues.

Pode-se concluir que para a maioria dos clientes o *Office Boy* entrega os documentos em bom estado, mas em determinadas situações os documentos não chegam em bom estado aos clientes, precisando uma melhor atenção nas tarefas executadas.

3.2.2.12.2 Documentos de urgência entregues no tempo e estipulado

Procurou-se identificar se quando os clientes da organização contábil necessitam de um documento com urgência ele é entregue em tempo determinado pelo *Office Boy*, conforme gráfico 20

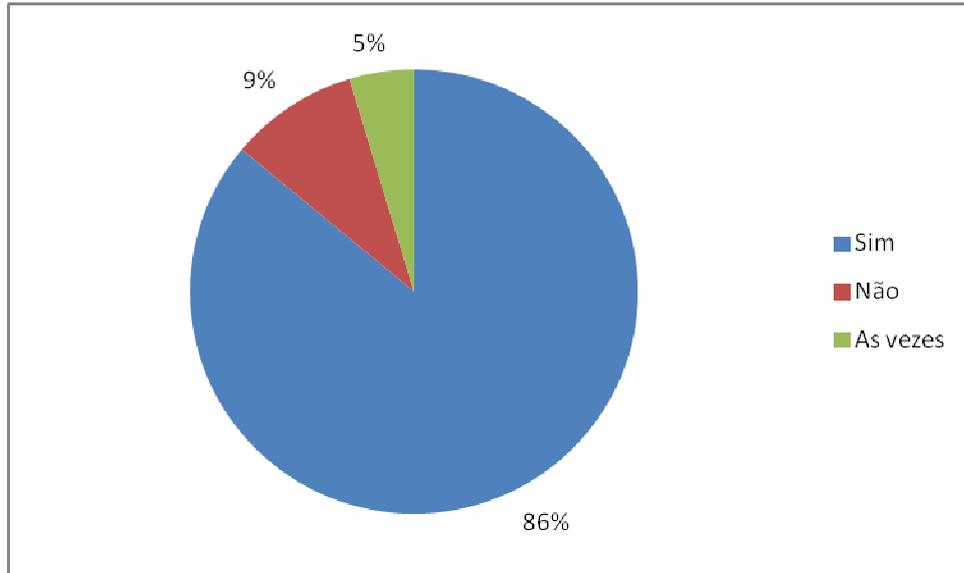


Gráfico 20: Documentos de urgência entregues no tempo estipulado

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Para esta pergunta 86% dos clientes disseram que sim, recebem os documentos de urgência no tempo estipulado, e 9% recebem às vezes.

3.2.2.12.3 Serviços prestado com simpatia pelo *Office Boy*

Questionou-se se os serviços prestados pelo *Office Boy* da organização contábil são realizados com simpatia, conforme mostra o gráfico 21.

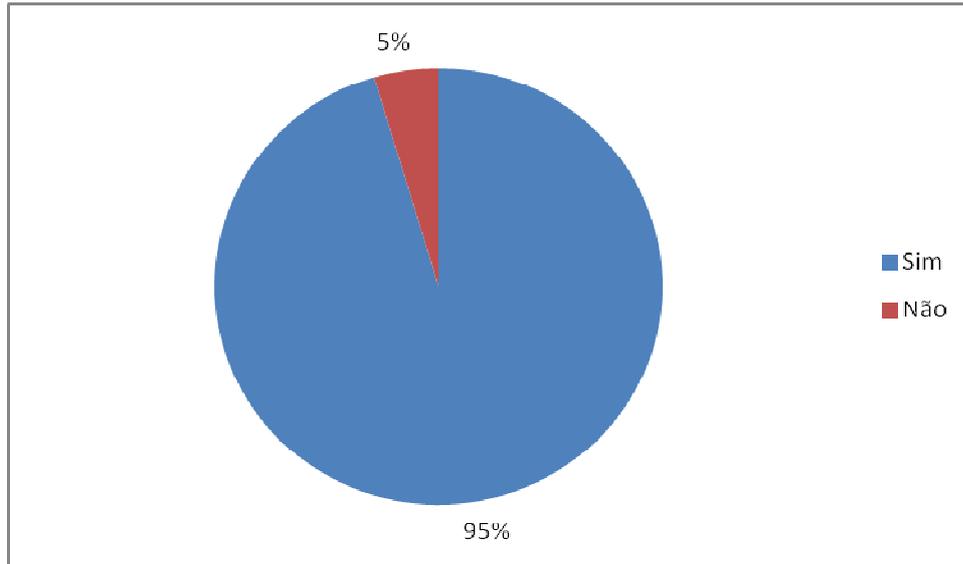


Gráfico 21: Serviços prestado com simpatia pelo *Office Boy*

Fonte: pesquisa elaborada pelo autor

Conforme o gráfico pode-se evidenciar que 95% dos clientes responderam que sim, o serviço é prestado com simpatia, e os outros 5% não responderam por não utilizarem os serviços de *Office Boy*.

Diante destes dados pode-se concluir que o Office Boy, presta um ótimo serviço aos clientes da organização contábil no quesito simpatia.

3.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Observa-se que de acordo com a pesquisa realizada, que a maioria dos clientes (37%) encontra-se na organização contábil entre cinco a dez anos e o principal motivo por contratarem a organização contábil foi por indicação, demonstrando a fidelização dos clientes pelo bom serviço prestado pela organização e que (93%) não sairiam da organização sendo mais uma característica desta.

A avaliação dos clientes quanto ao contador em geral é de muito satisfeitos em relação à vontade de ajudar, segurança nos serviços prestados e cumprimento de prazos, evidenciando esse sentimento em todos os outros setores que são o setor fiscal, contábil, cadastro, pessoal e *Office boy*.

A única evidência negativa relacionada ao contador foi a falta de visita em alguns clientes que se evidenciou com 12% de insatisfação, neste caso o contador poderia fazer um revezamento de visitas por mês nas empresas, ou até mesmo ligar para seus clientes que não conseguiram visitar para saber se necessitam de alguma orientação e ficar mais presente no dia a dia de seu cliente.

Em relação ao setor fiscal 93% dos pesquisados nunca pagaram multa por atraso de impostos; 84% recebem informação e instrução sobre nota fiscal e 95% dos clientes nunca pagaram multa por falta de entrega de obrigações acessórias. Em relação aos 7% que pagaram multa por algum erro, e os 16% que não recebem informação fiscal, sugere-se ao contador analisar o motivo destes resultados destas falhas, para buscar a solução deste problema, proporcionando um melhor atendimento nestes quesitos.

No setor contábil 82% dos respondentes recebem suas demonstrações contábeis em tempo determinado; 88% recebem cópias de documentos solicitados e 46% dos pesquisados utilizam as demonstrações contábeis para tomada de decisões. Neste setor o responsável técnico poderia analisar se a organização contábil encontra-se com número de colaboradores proporcionais e a quantidade de serviços solicitados, para que se possa colocar a contabilidade em dia e proporcionar informações contábeis de forma tempestiva.

Quanto ao setor cadastro, 77% recebem as alterações contábeis em tempo hábil e 91% recebem os cadastros dentro do tempo estipulado. Neste caso, o contador pode analisar com o setor quais são as maiores dificuldades para tentar sanar estas falhas para que se possa elaborar as alterações em tempo hábil para todos os clientes.

De acordo com a pesquisa no setor pessoal, os clientes com 81% recebem as folhas de pagamento antes do vencimento; 93% não precisaram pagar multas por ter que recalcular INSS e FGTS, e 79% não precisaram recalcular as folhas de pagamento por erro do setor pessoal e 91% dos funcionários dos clientes nunca perderam nenhum benefício por erro do setor pessoal. Diante destas informações que 14% dos clientes não recebem as folhas de pagamento antes do vencimento e 7% precisaram pagar multa por atraso de INSS e FGTS, sugere-se verificar as dificuldades encontradas pelos colaboradores do setor para poder

solucionar as falhas e conseguir enviar todas as folhas antes do vencimento, para que os funcionários dos clientes não saiam prejudicados.

Quanto ao setor *Office boy* os clientes estão satisfeitos, pois na pesquisa relata que 91% dos documentos entregues estão em bom estado; 86% dos documentos com urgência são entregues em tempo estipulado e 95% dos serviços são prestados com simpatia. Diante do exposto o contador poderia verificar de qual forma é melhor para o *Office Boy* fazer as entregas para que estes documentos sempre estejam em bom estado, e analisar o porquê os documentos com urgência não chegam no tempo estipulado para alguns clientes para tentar não deixar ninguém insatisfeito.

Quanto à mudança de empresa de serviço contábil, a maioria com 93% dos clientes não mudariam de organização e 5% mudariam, as principais razões apontadas são que a organização não se encontra no mesmo município do cliente e por melhor atendimento.

A avaliação feita pelos clientes em relação aos honorários pagos foi em grande maioria com 79% ao sentimento que pagam um valor justo.

De forma geral, concluiu-se com a pesquisa realizada que os clientes estão satisfeitos em relação aos serviços prestados por todos os setores da organização contábil, mas evidenciaram-se as necessidades que alguns clientes possuem e que a organização contábil tem que buscar melhorar a qualidade dos serviços nestes quesitos negativos encontrados para satisfazer por total seus clientes.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas prestadoras de serviço têm como objetivo principal fidelizar seus clientes com serviços de qualidade, pois estes são quem as mantêm ativas no mercado competitivo.

Há muito tempo que as organizações contábeis deixaram de ser apenas um local de escrituração e geração de impostos, hoje ela é um instrumento de geração de informações para gestão para as empresas que utilizam seus serviços, um local onde se encontram as informações necessárias para as decisões a serem tomadas, auxílio, controle de dados, tudo que a empresa necessita em tempo hábil e eficiente.

Pode-se mencionar que é por meio dos colaboradores que executam seus serviços com comprometimento e objetivo de atender bem com segurança e conhecimento que a qualidade dos serviços de uma organização contábil pode impressionar e conquistar novos clientes.

Para que os colaboradores possam fazer um trabalho de qualidade, as organizações contábeis devem se equipar com implantações de sistemas e programas de qualidade, facilitando e agilizando o serviço prestado aos seus clientes, e proporcionando uma margem mínima de erro para um serviço completo e seguro, pois existem *softwares* direcionados as organizações contábeis e estes possuem os sistemas para a execução do trabalho diário.

O empresário contábil deve sempre preocupar-se em como melhorar o atendimento a fim de satisfazer seus clientes com um diferencial no seu atendimento para seu crescimento no mercado.

O objetivo principal deste trabalho foi analisar se a qualidade dos serviços se torna um diferencial para os clientes e constatou-se que o resultado foi afirmativo, porém existem as exceções que buscam preços mais baixos e não se importam com a qualidade dos serviços, até terem algum tipo de prejuízo como multas e fiscalizações por falhas nos serviços prestados.

Com a pesquisa realizada constatou-se que a organização contábil de um modo geral presta um serviços de boa qualidade em todos seus setores, gerando assim, clientes fieis e que com certeza fazem com que a organização

contábil também cresça com suas divulgações positivas para outras empresas, proporcionando a esta manter-se no mercado. Evidencia-se neste contexto que a qualidade faz a diferença na escolha de uma prestadora de serviços, onde encontra-se uma grande carga de responsabilidades pelos seus serviços prestados a cada empresa.

A organização contábil deve estar sempre em sintonia com seus clientes, procurando saber suas necessidades afim de ao seu lado sanar todos os problemas e alcançar seus objetivos, a fim de obter um cliente satisfeito e seu serviço bem reconhecido e valorizado.

Para finalizar, uma organização contábil que anseia sobreviver no mercado necessita de investimentos na qualidade para conseguir crescer, se manter e continuar crescendo, sem isso a prestadora de serviços fica fadado ao fracasso, pois o principal objetivo a ser alcançado é: clientes felizes e satisfeitos, que significa sucesso!

REFERÊNCIAS

ARAUJO, kleber de silva. **A implantação da educação continuada na profissão contábil: um estudo de caso no crc/se.** In: 18 CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 2008, Gramado.

BATISTA, Ricardo Henrique. **Técnico em contabilidade:** prerrogativa profissional. http://www.sincotec-scs.org.br/publicacoes_artigos_05_03_09.htm. Acesso em 29/09/2011

BARBULHO, Euclides. **Excelência na Prestação de Serviços.** São Paulo: Madras Editora Ltda., 2001.

CABRINO, Thiago. *Marketing de Relacionamento.* Disponível em <<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing%20de%20Relacionamento.htm>> Acesso em 07 nov. 2011.

CARVALHO, marly monteiro ...[et.al.]. **Gestão da qualidade:** teoria e casos- Rio de Janeiro: Elsevier, 2005 – 4 reimpressão.

Conselho Federal de Contabilidade. Disponível em: <http://200.155.14.98/portal_novo/legislacao_contabil/resolucoes/Res560.htm> Acesso em 24 de outubro de 2011

Conselho Federal de Contabilidade Disponível em: <<http://www.cfc.org.br/conteudo.aspx?codMenu=36>>. Acesso em 03 de setembro de 2011.

Conselho Federal de Contabilidade. Disponível em: <http://www.cfc.org.br/uparq/manual_registro.pdf>. Acesso em 17 de setembro de 2011.

Conselho Regional de Contabilidade. Disponível em: <<http://www3.cfc.org.br/spw/crcs/ConselhoRegionalAtivo.aspx>> Acesso em 29/09/2011.

Conselho Regional de Contabilidade. Disponível em: <http://www.crcsp.org.br/portal_novo/legislacao_contabil/resolucoes/Res1166.htm>. Acesso em 24 de outubro de 2011.

Conselho Federal de contabilidade. Disponível em: <http://www.crcsp.org.br/portal_novo/legislacao_contabil/resolucoes/Res803.htm> Acesso em 24 de outubro de 2011.

DRUMMOND, Maria Helena Ferreira. **Ciências Contábeis Da Arte à Ciência: 8.000 Anos de História.** Revista Brasileira de **Contabilidade**, Brasília, ano XXIV, n. 93, p. 72-78, 1995

- DRUCKER, P. F. **Administração de organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. São Paulo: Pioneira, 1999. 174 p.
- FUTIDA, HonorioTadayoso, Rosa, José Antônio. **Administração da empresa contábil**. Gerência e operações. São Paulo : IOB Thomson, 2005.
- FIGUEIREDO, Sandra; Fabri, Pedro Ernesto. **Gestão de empresas contábeis**. – São Paulo: Atlas 2000.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda, **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa: Básico**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.
- FIGUEIREDO Sandra, Fabri Pedro enesto.**Gestão de empresas contábeis** – São Pulo: Atlas, 2000.
- IUDÍCIBUS, Sergio de. **Teoria da Contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997 Jusbrasil. <http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/126558/decreto-lei-9295-46>. Acesso em 24 de outubro de 2011
- JOSÉ, Luiz dos Santos...[et al.]. **Teoria da contabilidade**: introdutória, intermediária e avançada- São Paulo: Atlas, 2007
- KALKMANN, geraldo Luiz. **Qualidade necessária para empresas de serviços contábeis**: como conquistar um selo de qualidade. Itajaí: Editora e Gráfica Berger, 2002.
- KOTLER, P. A. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5.^a ed. São Paulo: Atlas, 1998. 596 p.
- MARTINS Gilberto de Andrade; **Theóphio Carlos Renato. Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**.-2.ed.- São Paulo: Atlas, 2009.
- OLIVEIRA, Otávio j. **Gestão da qualidade**: tópicos avançados- São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004
- PADOVEZ, Clóvis Luis. **Manual da Contabilidade básica**: uma intodução a prática contábil. 4.ed.São Paulo: Atlas, 2000.
- PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas,2000.
- RIBEIRO, Jose Francisco Filho, Lopes José,Pederneira Marcleides.**Estudando teoria da contabilidade**, orgaizadores. São Paulo: Atlas, 2009.
- ROCHA, José Carlos Fortes. **Manual do contabilista**: Uma Abordagem Teórico-prática da Profissão Contábil- São Paulo: Saraiva, 2005.
- ROSA, José Antonio, Olinquevitch, José Leônidas. **De contador a consultor**. São Paulo: IOB Thomson, 2005.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da **Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade**: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da; Martins Vilson Thomé Sardinha. **História do pensamento contábil**. 1 ed. (ano 2996), 4 tir./Curitiba: Juruá, 2009.

SÁ, Antonio Lopes de. **Fundamentos da contabilidade geral**. Curitiba: Juruá, 2005.

SÁ, Antonio Lopes de. **História geral da contabilidade o Brasil**- Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2008.

Sindicont. <http://www.sindicont.com.br/tabela.jsp>. Acesso em 17 de setembro de 2011.

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

TSCHOLL, John. **A Satisfação do Cliente – Como Alcançar a Excelência Através do Serviço ao Cliente**. São Paulo: Editora McGraw Hill Ltda., 1996.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático da produção científica – São Paulo : E.P.U., 2001.

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

APÊNDICE

Apêndice – Questionário aplicado

Prezado Cliente

Eu, Karini de Freitas Gomes, estou solicitando sua colaboração para responder as questões abaixo, com o intuito de possibilitar o desenvolvimento do meu Trabalho de Conclusão de Curso, cujo objetivo consiste em investigar “**A qualidade dos serviços contábeis como diferencial para seus clientes**”. Esta pesquisa é realizada sob orientação do Prof. Esp. Luciano da Rocha Ducioni.

Desde já conto com sua colaboração e meus sinceros agradecimentos pela sua participação. Informo que os dados coletados serão tratados com o sigilo próprio de um trabalho científico.

Atenciosamente,
Karini de Freitas Gomes.

a) Aspectos Gerais

1 Por quanto tempo a empresa recebe assessoria da organização contábil?

2) Qual foi o fator principal que o levou a contratar a organização contábil?

- () Indicação;
 () Propaganda;
 () Grau de parentesco;
 () A localização do escritório;
 () Conhecimento sobre a qualidade dos serviços;
 () Outro(Informar):_____

Aspectos específico

1.Demonstre sua satisfação em relação vontade em ajudá-lo:

Setores	Muito Satisfeito	Satisfeito	Parcialmente Satisfeito	Insatisfeito
Contador				
Setor Fiscal				
Setor Contábil				
Setor Cadastro				
Setor Pessoal				
Setor Boy				

2.Avalie sua satisfação em relação segurança com os serviços prestados?

Setores	Muito Satisfeito	Satisfeito	Parcialmente Satisfeito	Insatisfeito
Contador				
Setor Fiscal				
Setor Contábil				
Setor Cadastro				
Setor Pessoal				
Setor Boy				

3.Avalie o grau de comprometimento em relação ao cumprimento de prazos.

Setores	Muito Satisfeito	Satisfeito	Parcialmente Satisfeito	Insatisfeito
Contador				
Setor Fiscal				
Setor Contábil				
Setor Cadastro				
Setor Pessoal				
Setor Boy				

4. Em aspectos gerais, sobre os serviços prestados pela **organização contábil** você se sente:

- Muito Satisfeito Satisfeito Parcialmente satisfeito
 Insatisfeito

5. Você mudaria de empresa de serviços contábeis hoje?

1. Sim 2. Não 3. Talvez

6. Se a resposta for SIM, porque mudaria?

1. Em busca de um melhor atendimento;
 2. Para implantar uma contabilidade interna;
 3. Para diminuir custos com honorário mais barato;
 4. Devido a necessidade de receber um serviço de melhor qualidade.
 5. Outro(informar): _____

7. Em relação ao valor de honorários pagos a organização contábil, você sente que:

1. Está pagando um valor justo em relação aos serviços prestados;
 2. Está pagando um valor superior ao valor de mercado;
 3. Está pagando um valor inferior ao valor de mercado;
 4. Poderia pagar um valor superior ao pago atualmente, caso houvesse uma melhora/ampliação nos serviços prestados.

8. Aspectos relacionados ao Contador (responsável técnico):

8.1. Em relação a participação do contador na orientação para a tomada de decisão de sua empresa, você está?

- Muito Satisfeito Parcialmente satisfeito Satisfeito Insatisfeito

8.2. Em relação a frequência de visitas pelo contador a sua empresa você está?

- Muito Satisfeito Parcialmente satisfeito Satisfeito Insatisfeito

9. Aspectos relacionados ao Setor Fiscal:

9.1. Sua empresa precisou pagar juros de impostos que chegaram atrasados a sua empresa?

- Sim Não

9.2. Sua empresa tem acompanhamento para instruções e informações em relação as notas fiscais?

- Sim Não

9.3. Sua empresa necessitou ter que pagar multa por não entrega de alguma obrigação acessória, tais como declarações obrigatórias e/ou por erro no cálculo de algum tributo?

- Sim Não

10. Aspectos relacionados ao Setor Contábil:

10.1. Quando sua empresa necessita de um balanço encerrado, este lhe é fornecido no tempo determinado?

- Sim Não As vezes

10.2. Quando sua empresa necessita de uma cópia de algum documento que está na contabilidade, este é encontrado com rapidez?

Sim Não As vezes

10.3. As demonstrações contábeis geradas pela contabilidade são utilizadas para tomada de decisão?

Sim Não As vezes

11. Aspectos relacionados ao Setor Cadastro:

11.1 As alterações legais de sua empresa são repassadas pela contabilidade de forma a serem tomadas decisões em tempo hábil?

Sim Não As vezes

11.2. Os cadastros que você solicita são entregues no prazo estipulado?

Sim Não As vezes

12. Aspectos relacionados ao Setor Pessoal:

12.1. Suas folhas de pagamento chegam sempre antes do vencimento/pagamento de salários?

Sim Não As vezes

12.2. Alguma vez foi necessário solicitar para recalcular a guia de INSS OU FGTS por atraso de entrega pela contabilidade?

Sim Não As vezes

12.3. Alguma vez foi necessário solicitar para recalcular a folha de pagamento ou rescisão de contrato de trabalho de seus funcionários por algum erro da contabilidade?

Sim Não As vezes

12.4. Algum funcionário ou ex-funcionário deixou de receber algum benefício em função de erros no envio de informações ao governo?

Sim Não As vezes

13. Aspecto relacionado ao Setor "Office Boy":

13.1. A apresentação dos documentos é feita em bom estado e em tempo hábil?

Sim Não As vezes

13.2. Quando você precisa de um documento com urgência, ele é entregue no tempo determinado?

Sim Não As vezes

13.3. O serviço prestado é feito com simpatia e cordialidade?

Sim Não As vezes

As questões elaboradas tiveram embasamento pelas ideias do autor e também pela obra Qualidade na Organização e nos Serviços Contábeis pelo autor Carlos Roberto Victorino e pela monografia Qualidade nos Serviços Contábeis com um Diferencial na Competitividade da autora Janaina de Freitas Gomes Daros.

ANEXO

Anexo A- Referencial de Custos Contábeis

REFERENCIAL DE CUSTOS CONTÁBEIS - FONTE SINDICONT

REFERENCIAL 01/2011

VALORES EXPRESSOS EM R\$

NÚMERO DE EMPREGADOS EMPRESA	TIPO DE EMPRESAS					
	SIMPLES M.E.		SIMPLES E.P.P.	LUCRO PRESUMIDO		LUCRO REAL
	TODAS	TODAS	COMÉRCIO/ SERVIÇO	INDUSTRIA	COMÉRCIO/ SERVIÇO	INDUSTRIA
SEM EMPREGADO	665,00	1.095,00	1.325,00	1.515,00	2.650,00	3.020,00
POR EMPREGADO	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00
FILIAL	330,00	455,00	665,00	760,00	760,00	1.510,00
EMPRESA INATIVA	226,00	226,00	330,00	330,00	330,00	330,00
DECL. EMPR. PARALIZADA	226,00	226,00	440,00	440,00	1.090,00	1.090,00

CONSULTA	130,00	ACIMA DE 300 LANÇ TERÁ ACRÉSCIMO DE R\$ 135,00	
CERTIDÃO NEGATIVA	62,00	CADA GRUPO DE 50 LANÇAMENTOS FISCAIS	
DIEF/DACON/DCTF/RAIZ/DIR F/PER/DCOMP	62,00	COM BASE RCC ACUMULADAS NOS ÚLTIMOS 12 MESES	
DIMOB	1.112,00		
CADASTRO	112,00		
ATA ASSEMBLÉIA DE REUNIÃO	475,00		
DARF - RECALCULO	35,00		
MATERIAL EXPEDIENTE		MENSALIDADE EXTRA	
HONORÁRIOS		1 PARCELA DE HONORÁRIO	
SERVIÇOS	INDIVIDUAL	LIMITADA	S/A
CONSTITUIÇÃO	860,00	1.325,00	6.630,00
ALTERAÇÃO	860,00	1.325,00	6.630,00
BAIXA	2.085,00	2.650,00	13.250,00
IMPOSTO RENDA	SIMPLIFICADA	COMPLETA	
PESSOA FISICA	155,00	385,00	