

QUALIDADE DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÁBEIS SOB A ÓTICA DOS EMPRESÁRIOS DE JANDUÍS/RN

Wallace Braga Gomes¹

Moisés Ozório de Souza Neto²

Resumo: Com a atual competitividade a qual as organizações são expostas, o grande desafio dos prestadores de serviço é corresponder às necessidades e expectativas de seus clientes. Faz-se necessário prestar um serviço de qualidade, em que a satisfação do contratante torna-se o principal objetivo da organização. Assim, este artigo tem por objetivo analisar a percepção dos empresários de Janduís/RN sobre a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade. O estudo de caráter descrito foi realizado por meio de um estudo múltiplos, com uma abordagem qualitativa dos dados. A fonte coleta dos dados é de natureza primária, com a aplicação de um questionário contendo questões fechadas sobre a temática, aplicado em 35 (trinta e cinco) empresas sediadas na cidade de Janduís. Os resultados apontam que alguns serviços básicos atendem as necessidades das empresas e são considerados satisfatórios. Porém, ainda não está proporcionando as empresas o objetivo principal que é o apoio na gestão das empresas no tocante a informações que auxiliem aos gestores e empresários na tomada de decisão. Por fim, conclui-se que apesar dos escritórios de contabilidade estarem satisfazendo os seus clientes com serviços básicos. É necessário que esses profissionais ampliem seus serviços e conhecimentos para poder atender as exigências dos seus clientes, torna-se mais participativo na empresa dando orientações e auxílio no tocante à gestão da empresa e não só atender o que, as legislações determinam.

Palavras-chave: Avaliação. Satisfação dos Clientes. Qualidade dos serviços contábeis.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente o cenário econômico e social caracteriza-se pela sua dinâmica e complexidade, fatores como a concorrência, globalização dos mercados, consciência ecológica, distribuição de renda, entre outros, ganham ênfase e influenciam os diversos campos do conhecimento. Nesse contexto, a contabilidade possui importância estratégica, por tratar de um serviço cada vez mais valorizado, a informação. Nesta dimensão, ela tem sua grande importância na conjuntura atual, pois a mesma fornece um conjunto de informações técnicas para controlar o patrimônio das organizações mediante a aplicação de princípios, normas e métodos próprios, fornecendo informações necessárias às empresas no desenvolvimento de suas ações.

Neste aspecto, percebemos que as empresas que almejam conseguir o sucesso, independente de seu porte ou atividade, necessitam de dados satisfatórios que sejam confiáveis e utilizáveis. Estas informações devem ancorar-se na qualidade e objetividade, o que torna essencial para poder proporcionar um alicerce seguro para o planejamento e o controle da organização, o que ajudará o empresário no momento da tomada de decisões.

Hoje, nota-se um cenário global de profundas transformações econômicas e sociais, onde as companhias e profissionais de contabilidade tendem a adaptar essa nova realidade, cujos objetivos das mesmas é adquirir meios para acompanhar essas transformações, e assim, poder continuar na disputa pela melhor posição no mercado. Desse modo, cabe às

¹Bacharelado em Ciências Contábeis

²Mestre em administração pela Universidade Potiguar - UnP

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

G813q Gomes, Wallace Braga Gomes.
Qualidade da Prestação de Serviços Contábeis Sob
a Ótica dos Empresários de Janduís/RN / Wallace
Braga Gomes Gomes. - 2017.
20 f. : il.

Orientador: Prof. Me. Moisés Ozório de Souza
Neto .
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Ciências
Contábeis, 2017.

1. Impotência. 2. Qualidade. 3. Prestação. 4.
Serviços. 5. Contábeis. I. , Prof. Me. Moisés
Ozório de Souza Neto, orient. II. Título.

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

empresas e aos indivíduos tentarem encontrar alternativas diferenciadas e ao mesmo tempo se manter no cenário da competitividade.

Nesta perspectiva, o mercado de prestação de serviços contábeis é bastante concorrido. De modo que, manter a qualidade no atendimento e serviços é fundamental para o desenvolvimento profissional. Tendo como diferencial em relação à concorrência, por isso é muito importante que o profissional se qualifique através de cursos de aperfeiçoamento, conhecimento em outras áreas e de uma formação continuada: como pós-graduação *lato sensue stricto sensu*, no sentido de que essas possam fornecer subsídios no desempenho de competências profissionais que atenda ao mercado, gerando desse modo à noção de eficiência e eficácia, bem como dando suporte gerencial para as organizações na tomada de decisão, com vista a atingir suas metas e objetivos.

Diante de um cenário cada vez mais exigente tanto em decorrência dos processos de globalização, como da própria necessidade das empresas em se adequarem a uma nova sistemática exigida pelo mercado. Neste sentido, propõe-se a seguinte problemática: Como os empresários de Janduís/RN avaliam a qualidade dos serviços contábeis prestados pelos escritórios de contabilidade?

No sentido de responder a problemática proposta, pontua-se como objetivo geral: analisar a percepção dos empresários de Janduís/RN sobre a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade. E como objetivos específicos, temos: (I) avaliar a percepção e a qualidade dos serviços prestados aos empresários a partir dos contabilistas; (II) examinar a satisfação dos clientes quanto aos serviços prestados pelos contadores.

O desenvolvimento desta pesquisa torna-se relevante na medida em que evidencia ou demonstra a percepção dos empresários que usam as informações contábeis fornecidas pelos escritórios de contabilidade. Esta por sua vez, fornece elementos satisfatórios no desenvolvimento de suas expectativas, com vista à eficiência e eficácia que auxiliam na tomada de decisão destes usuários. Neste sentido, a pesquisa também assume a dimensão social na medida em que fornece informação na relação contadores e empresas, como também leva ao conhecimento da sociedade a qualidade dos serviços oferecidos. Do ponto de vista pessoal, o trabalho objetiva compreender os meandros que estão em torno dos serviços prestados pelos contabilistas às empresas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Essa seção apresenta a base teórica necessária para a construção do trabalho. Abordam essencialmente elementos relacionados como: prestação de serviço, qualidade na prestação de serviço, profissão contábil e qualidade na prestação do serviço contábil.

2.1 PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

A prestação de serviços compreende toda atividade lícita de serviço especializado, realizado com liberdade técnica, subordinação e mediante certa contribuição. A interação entre o usuário e o serviço prestado proporciona uma conexão de experiências de trabalho, dirigindo as organizações a atingirem suas metas. Segundo Urdan e Urdan (2011, p.99), definem que “serviços são os resultados de uma atividade ou série de atividades que envolvem interações entre clientes, funcionários, equipamentos, instalações e procedimentos do prestador de serviços e atendem a necessidade e desejos dos consumidores”. O citado autor complementa ainda que as sociedades prestadoras de serviços elaboram suas declarações incluindo meios físicos que acrescentem algum tipo de melhoramentos aos clientes, usando de instrumentos estratégicos, para deixar tangível o serviço. Por serem completamente diferentes dos bens físicos os serviços não podem ser vistos, tocado, ouvido, cheirado ou provado antes de serem realizados e adquiridos.

Nessa conjuntura cabe esclarecer que o serviço visto numa perspectiva intangível, leva a prestação de serviço ao consumidor certo grau de incerteza quanto ao que será entregue

ao final da prestação. A fim de diminuir essa incerteza, os clientes procuram por sinais ou ênfase da qualidade deste serviço. Assim, percebem a qualidade dos serviços prestados a partir de uma breve avaliação feita as pessoas no ato de aquisição dele, como também visualizada a partir do reconhecimento representativo que ele tem frente ao mercado.

Diante do exposto, percebemos que os conceitos de serviços, seus métodos e medidas adotadas, e a afinidade entre prestadores de serviços e consumidores, de modo que a relação estabelecida entre ambos. Essa perspectiva é explicada a partir de Lovelock (2006, p. 39):

Provedores de serviços de alto grau de características de credibilidade enfrentam um desafio ainda maior. Seus benefícios podem ser de tal maneira intangível que clientes podem avaliar a qualidade do que receberam mesmo após o serviço ter sido comprado e consumido. Nesse caso, profissionais de marketing tentam fornecer aos clientes indícios tangíveis sobre seus serviços.

Partindo da concepção apresentada em relação à credibilidade dos serviços prestados percebem-se as características descomplicam o entendimento da distinção da administração dos serviços, porém são insuficientes por serem muitos genéricos e apresentarem graus de aplicações diferentes para cada tipo de serviço.

Para maior entendimento destacaremos algumas diferenças entre bens físicos e serviços. Nesse sentido, Grönroos (2003) elenca algumas características intrínsecas aos bens físicos (produtos) e serviços, como descreve o quadro a seguir.

Quadro 01 - Diferença entre Bens Físicos e Serviços

BENS FÍSICOS	SERVIÇOS
Tangíveis; Homogênicos; Produção e distribuição separadas do consumo; Uma coisa; Valor central produzido na fábrica; Clientes não participam (normalmente) no processo de produção; Podem ser mantidos em estoque; Transferência de propriedade.	Intangíveis; Heterogêneos; Processos simultâneos de produção e consumo; Uma atividade ou processo; Valor central produzido em interações; Comprador-vendedor; Clientes participam da produção; Não podem ser mantidos em estoque; Não há transferência de propriedade.

Fonte: Adaptado de Grönroos (2003).

Considerando as características citadas, destaca-se que o conceito de serviço oferecido aos clientes e os benefícios para o cliente precisam estar claro. Do mesmo modo, torna-se relevante o reconhecimento das particularidades entre os conceitos ora apresentados.

Nesta direção, a discussão em relação à concepção de serviços ganha maior representação quando levado em conta sua caracterização, para tanto Kotler e Keller (2006) destacam as principais características que ajudam a compreender com mais clareza o conceito de serviço, entre elas estão: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade, como pode ser observado no quadro seguinte.

Quadro 02 - Principais características dos serviços

CARACTERÍSTICA	FINALIDADE
Intangibilidade	Pode ser percebida como um fator de incerteza – é um ponto primordial na oferta dos serviços, que tendem a ser menos tangíveis que os produtos fabricados.
Inseparabilidade	Consiste em uma série de atividades, produzidas e consumidas simultaneamente, preocupando-se com a relação fornecedor cliente.
Variabilidade	Mostra que um serviço oferecido a um cliente não é o mesmo destinado a outro.
Perecibilidade	Indica que o mesmo não pode ser estocado.

Fonte: Adaptado de Grönoos (2003); Kotler e Keller (2006).

Conforme divulgado no quadro acima, a aplicação eficiente de um serviço passa pelo reconhecimento dessas características, no intuito de conhecer à necessidade que os profissionais prestadores de serviços têm em modificarem-se os bens intangíveis em benefícios para os consumidores. Tais benefícios colocam em evidencia informações relevantes e úteis no que tange as expectativas dos clientes.

No entanto, percebemos que as características englobam as peculiaridades que os serviços têm e ao mesmo tempo devem mostrar a cada cliente os benefícios adquiridos como um todo, após a sua realização e consumação simultaneamente. Assim, busca-se realizar as necessidades de cada cliente separadamente, visto que cada cliente é único e o serviço adequado para um, pode não ser para outro, e que os serviços diferentemente dos produtos não podem ser estocados e sim usufruídos dos seus possíveis benefícios.

2.2 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Vários autores falam sobre a importância da qualidade de serviço dentro das empresas, e afirmam que muitas vezes seguir manuais desatualizados não garante o alcance dessa qualidade do serviço desejado, dizem que é imprescindível ter uma visão exata do que é prestar um serviço de qualidade. Diante disso, as firmas prestadoras de serviços são analisadas constantemente em relação às características de qualidade da prestação de serviços, principalmente, quando da comparação entre as perspectivas com o serviço e o resultado observado. Os determinantes da qualidade são sempre avaliados conforme as percepções subjetivas dos clientes.

Ao citar a importância da qualidade em todo o processo de uma organização, Conforme Lovelock (2003) a qualidade dos serviços é importante para auxiliar os clientes a fazerem um julgamento sobre o que está sendo prestado pela empresa, para decidirem o quão satisfeito eles estão com a entrega e o resultado destes. Este julgamento só poderá ocorrer após ter sido realizado um encontro com os serviços. Portanto qualidade de serviços será considerada como sendo a atitude em longo prazo formada por uma avaliação geral de um desempenho.

Para que uma empresa possa crescer de forma sustentável é necessário que possua uma tática de fidelização e valorização de seus clientes. Essa concepção também influencia em sua área de atividade, na qualidade de seus produtos ou serviços, como na satisfação dos clientes e parcerias duradouras estão sempre relacionadas.

Segundo Slack (2002) a qualidade é mantida sempre que todos os envolvidos na operação se esforçam em realizar seu trabalho de maneira correta, então, caso haja um esforço por parte de toda a equipe as chances de se ter um processo de excelência é grande.

Assim, podemos constatar que é indispensável o empenho e esforço de todo o grupo para que se possa almejar a qualidade esperada, caso alguns membros da equipe não busquem essa qualidade o todo pode ficar comprometido.

A gestão de qualidade e a valorização do cliente expressam escolhas de sucesso para as empresas, sejam elas de comércio ou serviço. Desse modo, entende-se que a qualidade nos serviços é mais do que nunca um fator diferencial indiscutível. Albrecht e Zemke (2002) afirma que a qualidade nos serviços é um diferencial competitivo muito forte e não depende apenas de uma única pessoa da empresa, mas de todas trabalhando em conjunto em busca da satisfação do cliente. Conforme Fitzsimmons e Fitzsimmons (2000, p. 249) assegura que a qualidade em serviços é determinada pelas expectativas esperadas pelo cliente quanto aos serviços prestados, quando afirma:

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

Tendo como menção este conceito, pode-se constatar que a qualidade de um produto ou serviço é algo particular. Da mesma forma que um trabalho pode exceder as expectativas de quem esperava pouco, este mesmo trabalho pode ser considerado ruim por quem tinha uma expectativa muito elevada.

2.3 PROFISSÃO CONTÁBIL

Determinadas profissões, tem sua importância declarada no contexto social e são regulamentadas por lei, onde se encontra todos os deveres e vedações dos profissionais. No caso da contabilidade, sua normatização se dá através do Decreto Lei nº 9.295/46, que tem sua incumbência em regulamentar os serviços no campo contábil. Sendo assim, o decreto ora visto “Cria o conselho Federal de Contabilidade, define as atribuições do Contador e do guarda-livros e dá outras providências” (BRASIL, 2008, p. 17).

Os rumos da contabilidade apresentado até então sofreram novas modificações a partir de alterações no decreto supracitado, mais precisamente em junho de 2010, perante a publicação da Lei nº 12.249/10, que estabeleceu modificações expressivas para o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) com competência normativa e a ampliação das prerrogativas, registro de nível técnico em contabilidade que vigora até 2015, sendo a partir desta data somente será concedido o registro para os bacharéis em contabilidade, através do exame de qualificação técnica, educação continuada e exame de suficiência.

Nesta direção destacamos que, para que um bom profissional consiga atender todas as exigências da sociedade, do mercado e do fisco, se faz necessário o conhecimento da legislação que regula a profissão contábil, esta por sua vez, constitui fonte de informações e Leis necessária para um contador seguir com um trabalho ético e seguro.

O profissional da área contábil, é um agente de mudanças, deve demonstrar suas diversas habilidades, especialmente por ser aquela pessoa que tem como função registrar fatos econômicos e financeiros sobre as variações patrimoniais da empresa. Tais informações fornecem elementos essenciais na materialização dos processos contábil, possibilitando por meio de relatórios e demonstrativos que sejam úteis a todos os usuários da Contabilidade (investidores, fornecedores, administradores, acionistas entre outros usuários), definam sobre a melhor forma de planejamento para a dinâmica do bom funcionamento da entidade.

Conforme citado anteriormente, a situação do contador hoje é muito bem especificada. Segundo Marion (2009) o contador pode exercer suas atividades nas mais diversas áreas, podendo ele escolher em desempenhar atividades contábeis nas empresas, ser contador independente, ser professor, pesquisador, auditor, perito, tanto em empresas privadas como em órgãos públicos. O nível de competência desses profissionais varia conforme a base de uma educação continuada e qualificação que obtiveram como

estudantes. O profissional contábil está cercado de oportunidades em diferentes áreas do mercado de trabalho. Fato que justifica a importância em continuar aperfeiçoando seus conhecimentos, fato que favorece no mercado de trabalho e expectativa na empregabilidade a ser alcançada. De acordo com Fortes (2002, p. 108):

Os contabilistas, como classe profissional, caracterizam-se pela natureza e homogeneidade do trabalho executado, pelo tipo e características do conhecimento, habilidades técnicas e habilitação legal exigidos para o seu exercício da atividade contábil. Portanto, os profissionais da contabilidade representam um grupo específico com especialização no conhecimento da sua área, sendo uma força viva na sociedade, vinculada a uma grande responsabilidade econômica e de acordo com os princípios éticos, ou seja, tais princípios dizem respeito à responsabilidade perante a sociedade e para com os deveres da profissão.

Percebe-se então a importância do profissional contábil junto à empresa, à medida que contribui significativamente para o desenvolvimento da mesma. No entanto, é desafiado a buscar sempre diferenças competitivas assim como a capacidade e competência que o tornem aptos a traçar estratégias, levantar hipóteses, estar sempre atento às mudanças ocorridas constantemente na legislação e no ambiente empresarial, a ele cabendo adquirir mais conhecimentos para saber lidar com os diferentes tipos de clientes atendendo de forma eficaz às necessidades de cada um.

2.4 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO CONTÁBIL

As empresas de serviços contábeis devem procurar uma gestão adequada, buscando sempre qualidade em seus serviços, e, assim, atendendo as obrigações de seus clientes. Nesse sentido, espera-se do profissional da contabilidade que ele esteja frequentemente em construção, adquirindo novos conhecimentos para aumentar a oferta de serviços e melhorar sua qualidade. Sobre isso, Thomé (2001) afirma que as empresas de serviços contábeis necessitam ter um ponto de vista amplo sobre áreas abrangidas pela contabilidade, uma vez que prestam serviços, tanto para pessoas jurídicas como para pessoas físicas, que atuam em todos os ramos da atividade econômica, sendo elas empresas industriais, comerciais, prestadoras de serviços, agrícolas, pecuárias, sociedades sem fins lucrativos dentre outras.

Segundo Augusto (2006) o serviço contábil deve ser observado pelo empresário como sendo de boa qualidade, e para isso deve-se atender a algumas condições necessárias, que são elas: atender às normas fiscais, pôr em prática os princípios contábeis, cumprir os prazos estabelecidos pelo ente Federal, Estadual e Municipal, ter uma boa apresentação, executar os serviços em tempo hábil e com segurança, além de manter um total controle na parte gerencial das empresas.

Como o objetivo principal das empresas 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.

Na visão de Cabrino (2002) quando uma sociedade de serviços contábeis oferece mais que o aguardado a seus clientes, acaba o surpreendendo, uma vez que os clientes percebem essas diferenças e ficam mais inclinados a adquirir os serviços que vão além do aspecto material, tornando a marca mais evidenciada e conhecida, visto que ocupa um espaço muito importante no mercado, que marca a mente do seu consumidor.

Para conhecer a eficiência e a qualidade da organização prestadora de serviços contábeis, se faz necessário conhecer seu desempenho, motivação, comprometimento, trabalho em equipe, gerenciamento – fatores que permitem uma maior avaliação por parte dos clientes, uma vez que eles estando contagiados e satisfeitos com a prestação de serviços, tornam sujeitos propagadores informações positivas.

3 METODOLOGIA

Neste tópico serão apresentados os procedimentos metodológicos a ser aplicado no desenvolvimento deste trabalho, a saber: tipo da pesquisa, população e amostra, instrumento de pesquisa, coleta de dados e tratamento de dados que estruturam todos os encaminhamentos para o trabalho eficaz e consistente.

Este trabalho contará com uma pesquisa descritiva com o objetivo de identificar e demonstrar como o fenômeno acontece. Para Gil (2009, p. 28), “as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. Quanto ao aspecto bibliográfico, esta será realizada 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.

Quanto à pesquisa será de campo, o levantamento de campo ocorre em razão da necessidade de se obter respostas junto a um grupo de clientes de serviços contábeis, sobre os atributos de serviços que lhes são oferecidos. Segundo Vergara (2007, p.47) “Pesquisa de campo é uma investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo”. Dessa forma o pesquisador coleta as informações junto a um grupo expressivo de pessoas sobre um respectivo problema, para depois fazer uma análise quantitativa, e conseqüentemente obter as conclusões sobre os dados coletados.

Na amostra é decidido o universo a ser estudo por este trabalho e serve de parâmetro para determinar do trabalho. Segundo Marconi e Lakatos (2006, p. 225) definem população como “o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. A amostra acontecerá sobre as empresas localizadas no município de Janduí/RN. Desta maneira a pesquisa incidirá sobre 35 (trinta e cinco) empresas comerciais que representam 70% (setenta por cento), no total de 50 (cinquenta) firmas registrada na Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Norte (JUCERN).

Para a análise desta amostragem será utilizada uma amostra não probabilística por conveniência que de acordo com Mattar, (1996, p. 32) “é aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo”.

O procedimento adotado no levantamento dos dados caracteriza-se pela natureza primária, por meio da aplicação de um questionário contendo perguntas fechadas. Oliveira (2003,p.71), define a aplicação de um questionário como “uma série ordenada de perguntas relacionadas a um tema central, que são respondidas sem a presença do entrevistador”.

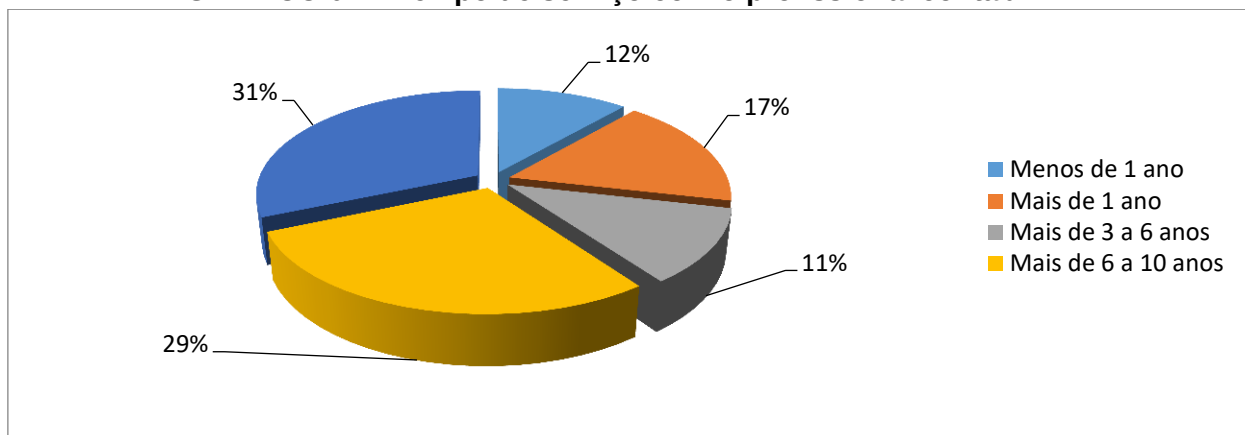
Mediante o processamento dos dados das respostas obtidas através dos questionários já devidamente preenchidos, os dados coletados foram digitados em uma planilha do Excel onde constituíram gráficos para realização de análises de dados. Os gráficos mais tradicionais trazem a distribuição das frequências de respostas assinaladas por questão.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste tópico são apresentados os resultados e análises da pesquisa realizada. Os dados foram organizados mediante a ordem das perguntas do questionário, aplicado nas

empresas pesquisadas, após cada gráfico foi realizada a discussão com base nos resultados obtidos.

GRÁFICO 01 – Tempo de serviço com o profissional contábil.

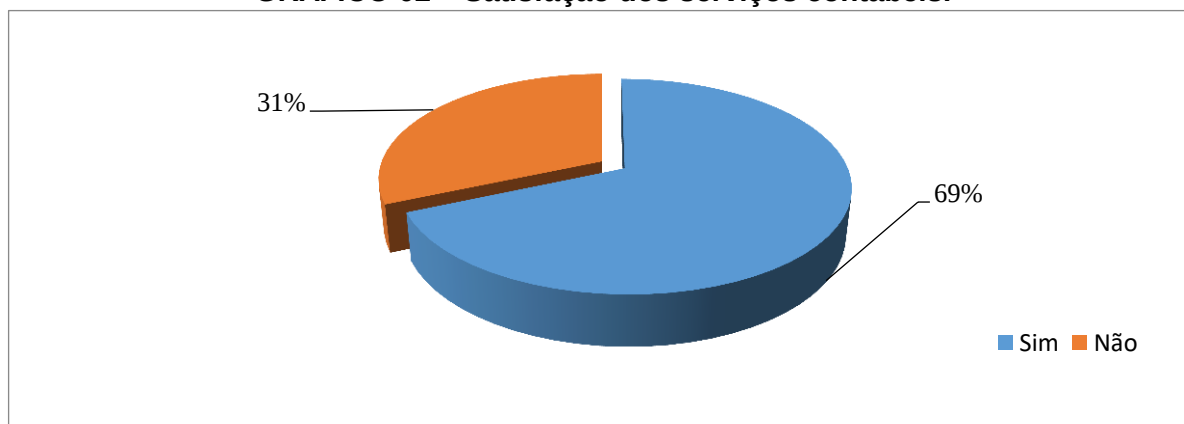


Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O Gráfico 1 mostra resultado referente ao tempo (em anos) de atuação do escritório de contabilidade nas empresas pesquisadas. Como pode se verificar no gráfico 31% das empresas permanecem com o profissional contábil mais de 10 anos e 29% das empresas pesquisada estão com mesmo escritório de contabilidade entre 6 a 10 anos. Esse resultado pode estar relacionado com o baixo número de profissionais, sendo 2 contadores atuante no município que prestem esse tipo de serviço na cidade, visto que está é uma cidade pequeno porte de cerca de seis mil habitantes, conforme o ultimo senso do IBGE. Como também a qualidade do serviço prestado, o pode ter acarretado em uma maior confiança do proprietário, gerando uma fidelidade ao escritório. Vale salientar que as somas das duas porcentagens discutidas somam 60% das empresas pesquisadas o que equivale a 21 empresas.

Em relação aos outros tempos de atuação, os resultados mostram que 12% das empresas trabalham com o atual contador a menos de 1 ano, 17% mais de 1 ano; 11% de 3 a 6 anos. Com base nesses resultados, percebe-se que as empresas estão dando oportunidades a outros contadores, devido ao menor tempo de atuação desses profissionais.

GRÁFICO 02 – Satisfação dos serviços contábeis.

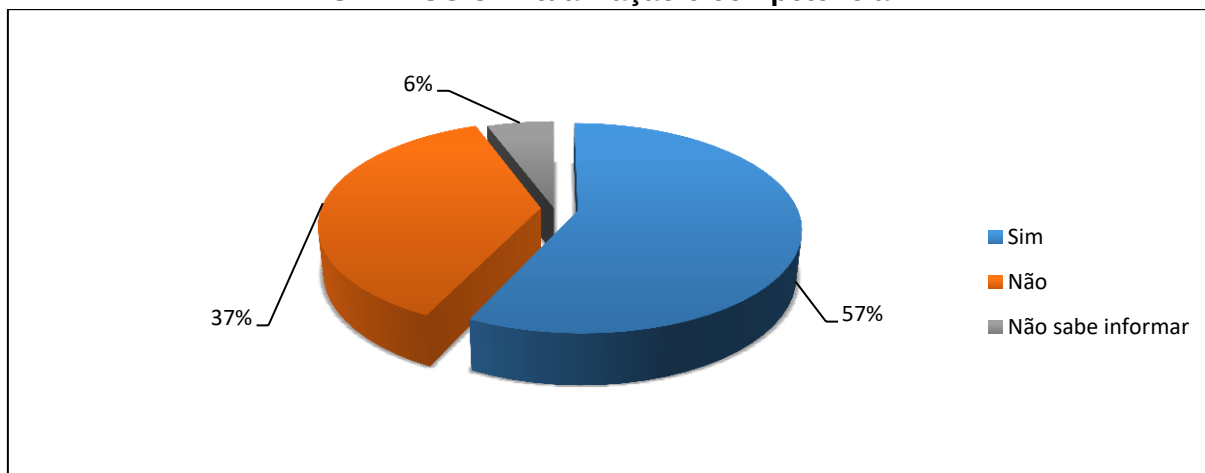


Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O Gráfico 2 mostra porcentagem de satisfação dos proprietários com relação a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios contábeis. Com base na coleta de dados,

69% das empresas (aproximadamente 24) consideraram que os serviços contábeis oferecidos, estão atendendo satisfatoriamente as necessidades da empresa. Tal resultado corrobora os dados obtidos com relação ao tempo (em anos) de atuação dos escritórios contábeis junto às empresas pesquisadas, pois tal parâmetro pode ser utilizado como indicativo da qualidade dos serviços prestados. Em relação à insatisfação, 31% dizem não estarem satisfeitos com os serviços prestados.

GRÁFICO 3 - Atualização e competência.

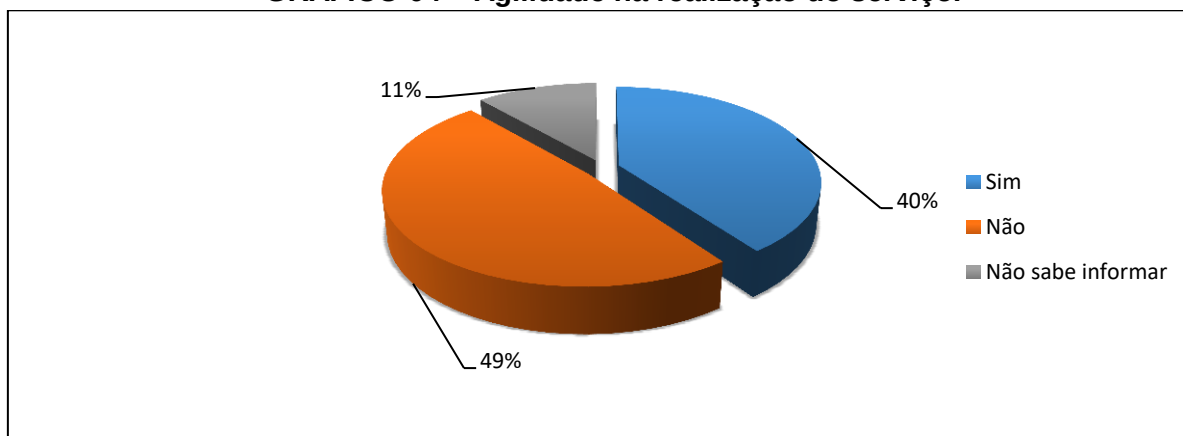


Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O Gráfico 3, mostra os dados referente a opinião dos empresários em relação a competência, atualização e prestatividade dos escritórios contábeis para com a empresa. Os resultados mostraram que 57% das empresas consideram o seu contador como um profissional bem dedicado, competente e prestativo nas suas atribuições, esse resultado pode ser correlacionado com dados obtidos nos gráficos 1 e 2, visto que o tempo de serviço do profissional contábil e a qualidade nos serviços prestados, são reflexos das qualidades citadas na pergunta, e que sempre um bom profissional contábil sempre deve ter. Em resumo se o profissional que for dedicado, competente e prestativo tem tudo para prestar um serviço de qualidade e obter continuidade na empresa.

Já 37% não o consideram os prestadores de serviços contábeis, atualizado e competente. Segundo GIL (2000) o profissional contábil entra numa nova era mais atualizada, dinâmica, inovadora e cada vez mais exigente e dependente da tecnologia, para que se possa aumentar a qualidade do serviço prestado, tal melhora passa também pelo por seu talento intelectual e na continuidade da qualificação, focando sempre na melhoria em seus serviços. Já MARTINS et al, (2012) diz que contador atual precisa de uma formação com visão global, com formação para compreender o meio social, político, econômico e cultural, onde serão tomadas as atitudes corretas.

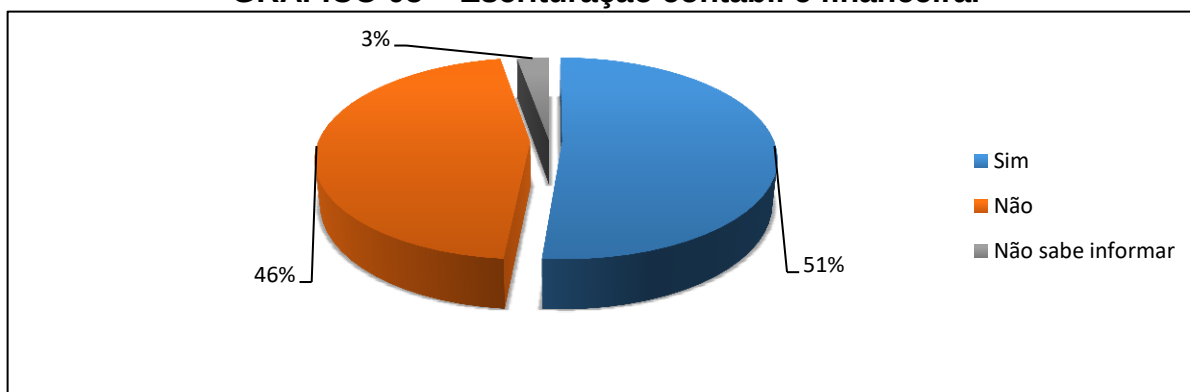
GRÁFICO 04 – Agilidade na realização do serviço.



Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

Os dados expressos do gráfico 4, mostram os resultados obtidos com relação à agilidade na realização do serviço por parte do profissional contábil. Nesse ponto 40% considera que os serviços oferecidos pelo os escritórios de contabilidade são feitos de forma rápida e eficiente. Já 49% indicaram que os serviços apresentados pelos contadores não estão sendo executado de forma correta e rápida, neste sentido, Faria e Brito (2001) diz que contador nas suas funções precisa ter agilidade e dinamismo para desempenhar suas atividades com rapidez e tempestividade, além das qualificações necessárias para desenvolver essas e outras funções na prestação do serviço. Já 11% não souberam informar em relação a agilidade dos contadores, esse resultado provavelmente está ligado ao porte das empresas, visto que a maioria é de pequeno porte, que geralmente não acionam com frequência o profissional contábil, ficando impossibilitado de opinar.

GRÁFICO 05 – Escrituração contábil e financeira.



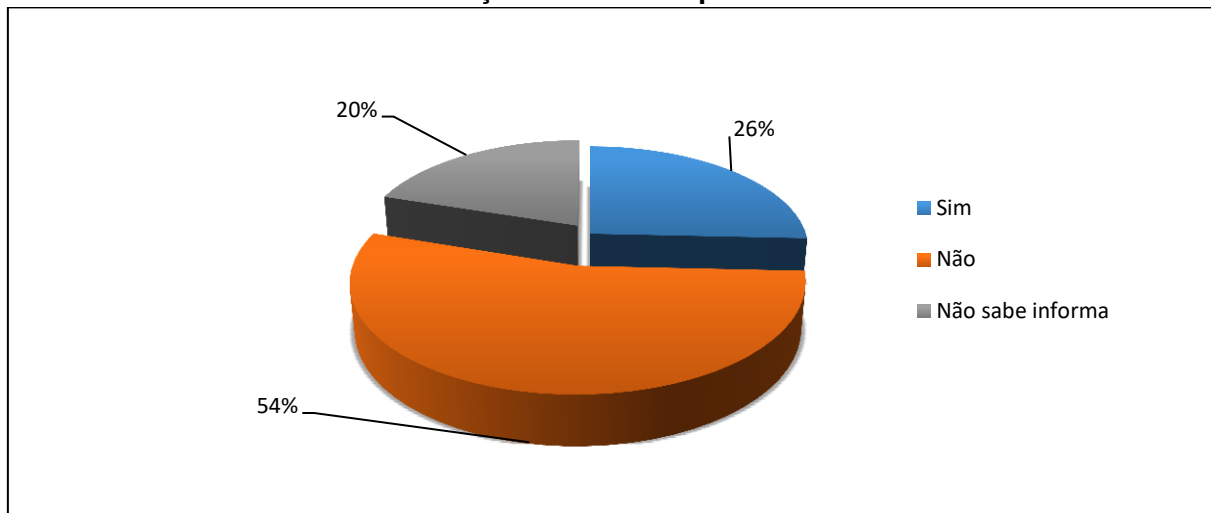
Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O gráfico 5 mostra resultados do comprometimento do contador em relação a movimentação contábil e financeira de empresa na opinião do empresário, ou seja, se contador mantém a documentação da empresa em dia. Diante do gráfico 5 nota-se que 51% dos empresários afirmam que o contador mantém em tempo hábil a movimentação contábil e financeira da empresa, ou seja, o contador está procurando trabalhar com competência para garantir que o seu serviço chegue ao seu usuário. Apesar do pouco mais da metade dos empresários alegarem que a escrituração da empresa está em dia, o gráfico 4 mostra que os empresários estão insatisfeitos com relação a agilidade dos contadores. Segundo MARTINS et al, (2012) o profissional moderno tem que ter iniciativa, coragem, ética, visão de futuro, agilidade, segurança para resolver os problemas que surgem, ideias de melhoria,

flexibilidade, capacidade de inovar e criar, interagir, estudar as realidades sociais e financeiras.

As empresas não tem esse serviço em tempo certo que corresponde a 46%, o que pode prejudicar o desempenho da empresa, pois para que a informação seja útil ela tem que ser prestada em tempo hábil. Esse resultado corrobora com os dados obtidos em relação à agilidade dos contadores, exposto no Gráfico 4, visto que 49% dos contadores não são ágeis na opinião dos empresários e 3% não sabe informar se escrituração da empresa está em dia, esse resultado pode indicar uma falta de comunicação entre o contador e o empresário.

GRÁFICO 6– Informações contábeis para tomada de decisão.

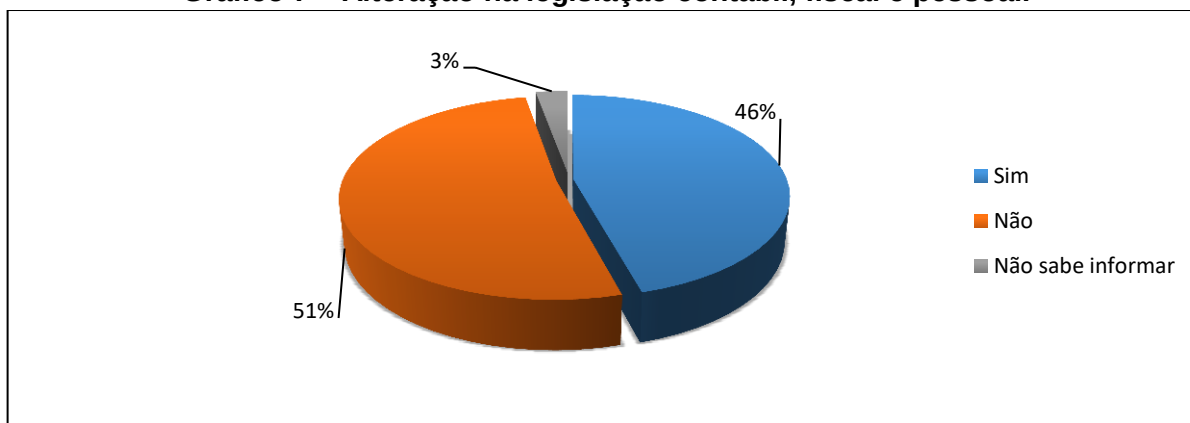


Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O gráfico 6 mostra resultados em relação a confiança das informações prestadas aos empresários pelos contadores e se elas estão ajudando na tomada de decisão na empresa. Neste sentido apenas 26% afirmam que as informações prestadas ajudam na tomada de decisão em assuntos empresariais. Já 54% dizem que as informações não auxiliam na gestão e tomada de decisão da empresa. Segundo OLIVEIRA, PEREZ JR. E SILVA (2007) as informações geradas pela contabilidade devem permitir a seus usuários uma base segura para as suas decisões, pela compreensão da situação em que se encontra a entidade. Neste sentido o sistema de informação contábil, representa um instrumento de grande apoio na gestão empresarial, desde que essas informações sejam geradas com qualidade, com base nas doutrinas, suprimindo as necessidades dos usuários (CARVALHO; TOMAZ, 2010), fato que não vem acontecendo em algumas empresas com base nos resultados disposto nos gráficos anteriores, segundo a opinião de alguns empresários.

Dos entrevistados 20% não souberam informar se os dados contábeis estão ajudando na tomada de decisão, esse resultado pode estar relacionado com porte das empresas, visto que em sua maioria são de pequeno porte, podem achar que não precisam das informações.

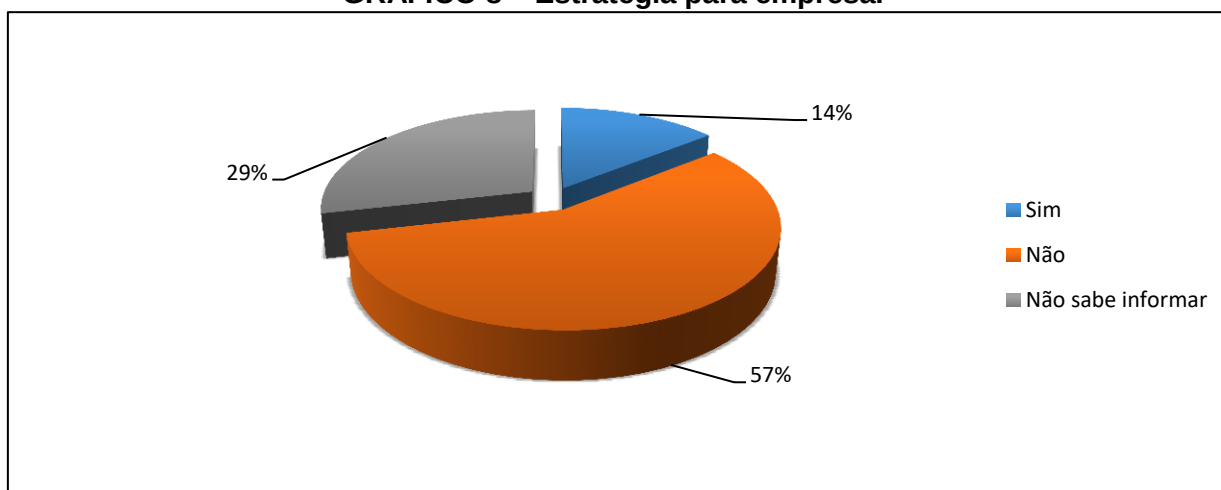
Gráfico 7 – Alteração na legislação contábil, fiscal e pessoal.



Fonte: dados pelo autor - Pesquisa Campo, 2017.

O gráfico 7 mostra os resultados em relação a comunicação do contador sobre informações de alteração na legislação contábil, fiscal e pessoal. Segundo o gráfico 46% declararam receber informações acerca das modificações que acontecem no conjunto de normas e princípios contábeis, em contrapartida 51% dizem que não estão sendo informados sobre alterações na legislação, ou seja, provavelmente estão desatualizados. PADOVEZE (2007) considera a contabilidade como sendo o sistema de informações e também avaliação, destinada a informar a seus usuários as demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, abrangendo elementos importantes no crescimento da empresa. Neste sentido cabe ao contador acompanhar todas as mudanças na legislação contábil, visto que ocorrem com grande frequência, e repassadas para os clientes de forma tempestiva para processar as informações de maneira correta.

GRÁFICO 8 – Estratégia para empresa.



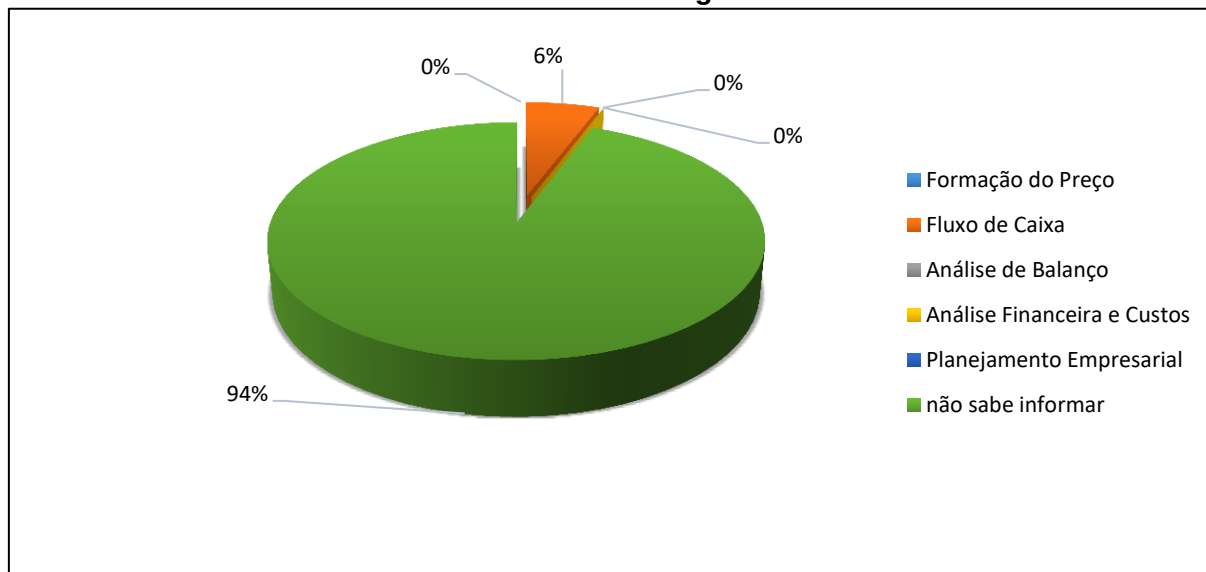
Fonte: dados pelo autor - Pesquisa Campo, 2017.

O gráfico 8, está relacionado com criação de estratégias por parte do contador para empresa. Com base nos dados foi verificado que apenas 14% recebem estratégias do escritório de contabilidade para ajudar na gestão da empresa, em contrapartida 57% declara não terem esses serviços e 29% não souberam informar. Observa-se um percentual bastante significativo quando se junta os percentuais do não e não souberam informar (86%), tais dados indicam que grandes partes dos escritórios não estão subsidiando as empresas com técnicas de planejamento e/ou ferramentas para ajudar nos planos de

organização, controle e crescimento da empresa, isto demonstra mais uma vez que esses profissionais, provavelmente estão se detendo a fazer os serviços básicos da contabilidade.

Na visão de Cabrino (2002) quando um contador oferece mais que o aguardado a seus clientes, acaba o surpreendendo, uma vez que o cliente percebe essas diferenças e ficam mais inclinados a adquirir mais serviços que vão além do aspecto material, tornando o contador mais evidenciado e conhecido pela qualidade na prestação do serviço, visto que este ocupa um espaço muito importante no mercado. Neste sentido cabe ao contador mostrar um diferencial em relação a tantos outros profissionais para ganhar cada vez mais mercado e estabelecer estratégias pode ser um grande diferencial.

GRÁFICO 9 – Ferramentas de gestão oferecidas.

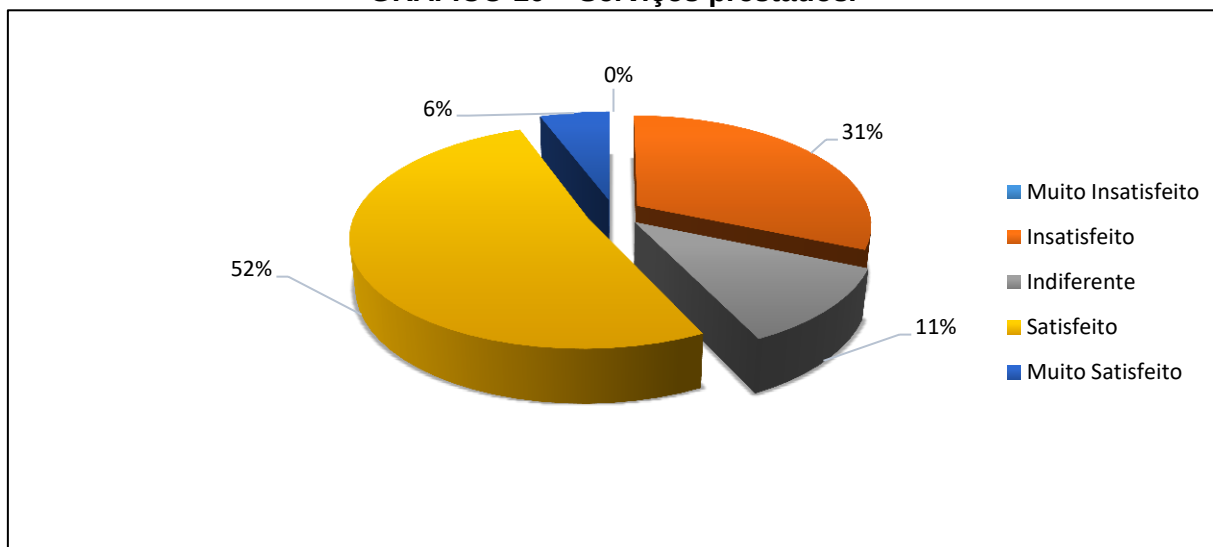


Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O Gráfico 9, mostra os resultados com relação às ferramentas de gestão financeira oferecidas pelos contadores as empresas. Os dados mostraram que 94% dos empresários não sabe informar quais ferramentas de gestão são oferecidas pelo contador, no qual deteve o maior percentual. A contabilidade é uma ferramenta indispensável à gestão empresarial, tendo alto grau de relevância dos dados contábeis para o gestor na tomada de decisão, com isso é considerada uma ferramenta indispensável para empresário visto sua importância no sucesso da entidade. Segundo CORREA, (2010) a contabilidade deve servir como uma ferramenta informacional para a administração de uma entidade, este papel deve ser desempenhado por meio da interpretação das demonstrações contábeis e financeiras, de modo que a contabilidade supra a necessidade que a gerência tenha em relação, a correta interpretação dos demonstrativos.

O planejamento empresarial, análise financeira e de custos dentre outras ferramentas importantes apresentaram um percentual baixíssimo 6%, que corresponde a 2 empresas, ou seja, o contador não está conseguindo ajudar aos gestores a tomar decisões relevantes e a resolver problemas do dia a dia, sejam eles de ordem financeira, econômica ou social, tal reforça que os contadores estão cumprindo os serviços básicos de contabilidade, conforme discutido anteriormente. Os resultados obtidos nessa pergunta corroboram com dados obtidos nos gráficos anteriores em relação à qualidade do serviço, estratégias para empresa e tomada de decisão.

GRÁFICO 10 – Serviços prestados.

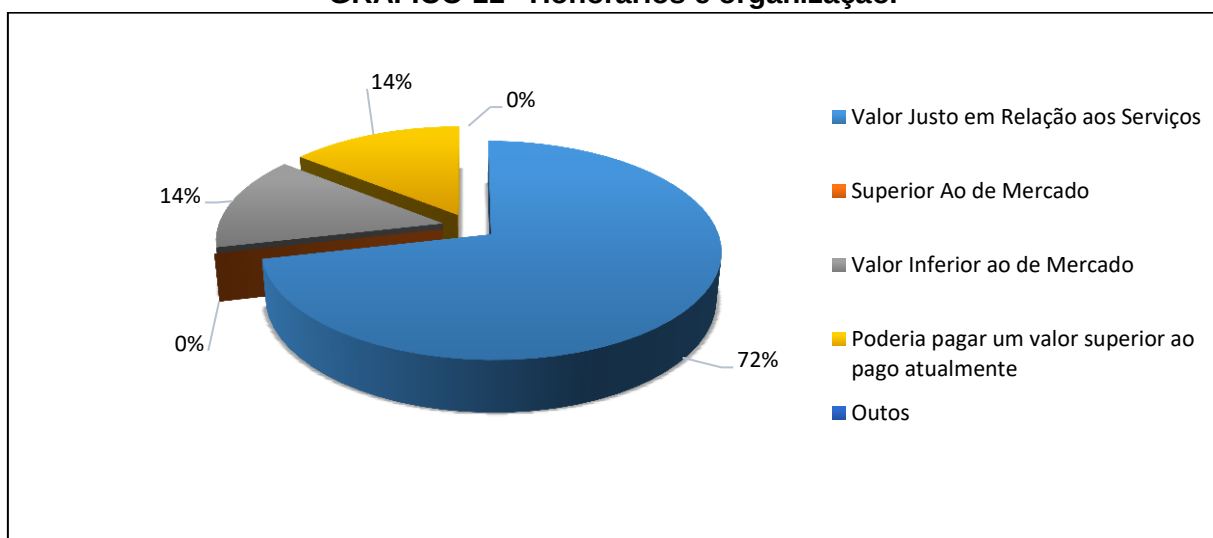


Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O gráfico 10 mostram os resultados em relação ao grau de satisfação dos serviços contábeis prestados aos empresários. A pesquisa apontou que só 52% consideram satisfeitos e 6% estão muito satisfeitos, o que representa um total aproximadamente 20 empresas juntando os dois percentuais (58%), esse resultado não está condizente em relação as ferramentas de gestão, entretanto os dados indicam que os empresários se mostram satisfeitos com o serviços básicos prestados, o que é reforçado no gráfico 2.

Já 31% se mostraram insatisfeito com os serviços que estão sendo oferecido e 11% indiferente. Considerando apenas as variáveis “insatisfeito” e “indiferente” verificou-se uma porcentagem de 42%. Esse resultado indica que o profissional contábil pode investir em melhorias em sua prestação de serviço, atender melhor às exigências dos seus clientes, torna-se mais participativo dentro da empresa, dando orientações no que for necessário e buscar cada vez mais aperfeiçoar seus conhecimentos para atingir o grau de satisfação mais elevado possível junto aos seus clientes.

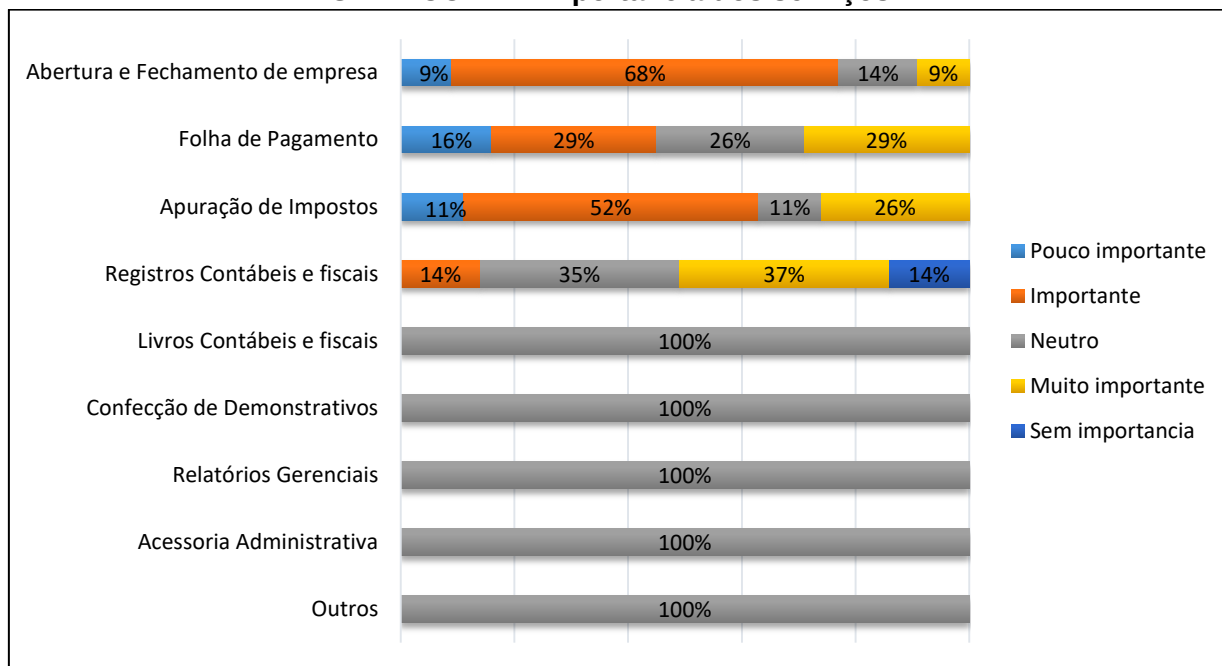
GRÁFICO 11– Honorários e organização.



Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O gráfico 11 mostram os resultados em relação à opinião dos empresários aos honorários pagos ao contador. A pesquisa evidenciou que 72% dos clientes pesquisados, relataram que pagam um valor justo de honorários pelos serviços prestados a sua empresa. 14% poderia pagar um valor superior ao pago atualmente se os serviços prestados fossem ampliados. Provavelmente os valores pagos os contadores estão abaixo do valor sugeridos pelo conselho federal de contabilidade, e 14% dos empresários são conscientes que pagam abaixo ou pouco.

GRÁFICO 12 – Importância dos serviços.



Fonte: dados da pesquisa, elaborado pelo autor.

O gráfico 12 os resultados para o grau de importância dos serviços prestados na opinião dos empresários para cada um dos principais serviços executado pelo escritório de contabilidade. A abertura e fechamento da empresa são considerado importante por 68% dos entrevistados. A folha de pagamento e guias de pagamento foram avaliados com 29% para importante e 29% para muito importante, totalizando 58%. Em relação à apuração de impostos 52% dos entrevistados considerou importante e 26% muito importante, o que totaliza 78%, esse resultado indica que os empresários consideram a parte fiscal importante para a continuidade da sua empresa, pois o não cumprimento das obrigações fiscais poderá suspender suas atividades. Os registros fiscais e contábeis tiveram uma avaliação muito importante por 37% e 14% para importante, totalizando 51%. As demais perguntas não aplicam para as empresas pesquisadas em função do porte.

Com base nos resultados, o empresário provavelmente considera que o contador é importante para solucionar os problemas de fins fiscais e burocráticos, entretanto os entrevistados consideram o trabalho do escritório de contabilidade importante na maioria das indagações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

A presente pesquisa teve por objetivo principal analisar a percepção dos empresários de Janduí/RN sobre a qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade. Tendo com objetivos específicos avaliar a percepção e a qualidade dos serviços prestados aos empresários a partir dos contabilistas e examinara satisfação dos clientes quanto aos

serviços prestados pelos contadores. Bem como identificar o nível de satisfação dos clientes quanto aos serviços oferecidos pelos escritórios de contabilidade.

Após a coleta e análise dos dados a pesquisa indicou que a qualidade dos serviços prestados pelo contador está atendendo satisfatoriamente as necessidades da empresa, é realizado em tempo hábil, sendo o contador um profissional competente e atualizado em suas atribuições, ou seja, os serviços básicos atendem as necessidades das empresas, que refletiu no grau de satisfação dos clientes com relação aos serviços oferecidos considerado satisfatório pela maioria dos entrevistados. Porém quando indagados sobre o apoio na gestão das empresas e sobre estratégias estabelecidas, ferramentas de gestão para a empresa o resultado não foi satisfatório o que reflete que os contadores estão se atendo a prestar apenas os serviços exigidos pelas legislações e não estão auxiliando a empresa tomar decisões relevantes e a resolver problemas do dia a dia, sejam eles de ordem financeira, econômica ou social.

Por fim, conclui-se que apesar dos escritórios de contabilidade estar satisfazendo os seus clientes com serviços básicos. É necessário que esses profissionais ampliem seus serviços e conhecimentos para poder atender as exigências dos seus clientes, torna-se mais participativo na empresa dando orientações e auxílio no tocante à gestão da empresa e não só atender o que, as legislações determinam.

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

6 REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K.; ZEMKE, R. **Serviço ao Cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

AUGUSTO, H. C. G. **Os serviços contábeis necessários à gestão das empresas do comércio varejista da cidade de Sousa-PB**. Monografia Curso Especialização em Gestão de Negócios Público e Gestão estratégica de negócios – Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, Universidade Federal de Campina Grande, Campus de Sousa/PB, 2006.

CROSBY, P. B. **Qualidade é investimento**. 6. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.

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

CARVALHO, J. R. M.; TOMAZ, F. A. S. **Qualidade em serviços contábeis: um estudo nas empresas do setor de comércio varejista de material de construção**. Revista Alcance, v. 18, n. 2, p.91-103, 2010.

CORRÊA, Luiz Paulo França. **O USO DA CONTABILIDADE GERENCIAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DA REGIÃO DA AMREC**. 2010. 91 f. Monografia (Especialização) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2010

FORTES, Jose Carlos. **O contabilista como preposto o novo código civil**. Revista Juízo Semanal, v.5, JAN./2002.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. **Administração de serviços: operações estratégicas e tecnologia de informação**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GRONROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 4ª edição. Rio de Janeiro. Editora Mackron, 1998.

KOTLER, PHILIP; KELLER, KEVIN LANE. **Administração de marketing**. 12º edição. São Paulo. Editora Pearson Prentice Hall, 2006.

LEGISLAÇÃO DA PROFISSÃO CONTÁBIL. Brasília: Publicação do Conselho Federal de Contabilidade, v. 3, 29 nov. 2008. Mensal. Disponível em: <<http://www.portalcfc.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2012/11/legislacao.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. **Marketing de Serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. 5 ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2006.

LOVELOCK, Chistopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003

MIRSHAWKA, V. **Criando valor para o cliente: a vez do Brasil**. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1993.

MARTINS, P. L. et al, **O Profissional Contábil na Era da Informação, Anais de eventos do, IX, simpósio de excelência em gestão e tecnologia**, 2012.

MARTINS Gilberto de Andrade; Theóphio Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. -2.ed.- São Paulo: Atlas, 2009.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. Atlas. 1996.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2006

OLIVEIRA, Antônio Benedito Silva . **Métodos e técnicas de pesquisa em/ contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.

OLIVEIRA, L. M. de; PEREZ JR., J. H.; SILVA, C. A. dos S. **Controladoria Estratégica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PADOVEZE, Clóvis luís. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SLACK, N. **Administração de produção**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

THOMÉ, Irineu. **Empresas de Serviços Contábeis: estrutura e funcionamento.** São Paulo: Atlas, 2001.

URDAN, F. T.; URDAN, A. T. **Gestão do Composto de Marketing.** São Paulo; Atlas, 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO UTILIZADO

Eu, Wallace Braga 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 “Qualidade da prestação de serviços contábeis sob a ótica dos empresários de Janduís/RN”. Esta pesquisa é realizada sob orientação do Prof. Moisés Ozório de Souza Neto.

Atenciosamente,
Wallace Braga Gomes.

1. Há quanto tempo o escritório de contabilidade presta serviços a sua empresa?
☐] menos de 1 ano
☐] mais de 1
☐] mais de 3 a 6
☐] mais de 6 a 10
☐] mais de 10 anos
2. Os serviços contábeis que estão sendo oferecidos estão atendendo satisfatoriamente às necessidades de sua empresa?
☐] Sim
☐] Não
☐] Não sabe informar
3. Você considera o contador da sua empresa é um profissional atualizado, competente e prestativo nas suas atribuições?
☐] Sim
☐] Não
☐] Não sabe informar
4. Você acha que os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade são realizados corretamente e com agilidade?
☐] Sim
☐] Não
☐] Não sabe informar
5. O contador mantém em dia a movimentação contábil e financeira de sua empresa?
☐] Sim
☐] Não
☐] Não sabe informar
6. As informações contábeis estão subsidiando o processo de tomada de decisão na sua empresa?
☐] Sim
☐] Não
☐] Não sabe informar
7. Sua empresa é informada sobre as alterações ocorridas na legislação contábil, fiscal e pessoal?
☐] Sim
☐] Não
☐] Não sabe informar
8. O escritório de contabilidade estabelece estratégia para sua empresa?
☐] Sim
☐] Não
☐] Não sabe informar
9. Quais ferramentas de gestão são oferecidas pelo contador?

☐ Formação do Preço de Venda ☐ Fluxo de Caixa ☐ Análise de Balanço ☐ Margem de Contribuição e Ponto de Equilíbrio ☐ Análise Financeiro e Custos ☐ Planejamento Empresarial ☐ Outra: _____

10. Grau de satisfação em relação aos serviços prestado pelo seu contador?

☐ Muito Insatisfeito ☐ Insatisfeito ☐ Indiferente ☐ Satisfeito ☐ Muito Satisfeito

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

☐ Está pagando um valor justo em relação aos serviços prestados;

☐ Está pagando um valor superior ao valor de mercado;

☐ Está pagando um valor inferior ao valor de mercado;

☐ Poderia pagar um valor superior ao pago atualmente, caso houvesse uma melhora/ampliação nos serviços prestados.

☐ Outros: _____

12. Classifique por grau de importância cada um desses serviços para sua empresa. (Marque um X nas colunas, levando em consideração o grau de importância de cada serviço).

Serviço Prestado	Muito bom	Bom	Neutro	Ruim	Péssimo
Abertura e fechamento da empresa					
Folha de pagamento					
Apuração de impostos					
Registros contábeis e fiscais					
Livros contábeis e fiscais					
Confecções de demonstrativos					
Relatórios gerenciais					
Assessoria administrativa					
Outros: _____					

As questões elaboradas tiveram embasamento pelas ideias do autor e também pelo artigo científico. Qualidade da Prestação dos Serviços Contábeis: um estudo nas empresas no município de Cajazeiras-PB da autora Maria do Carmo Pereira 2010. Disponível no link: <http://www.fescfatic.edu.br/revista/index.php/artigos/31-qualidade-da-prestacao-dos-servicos-contabeis-um-estudo-nas-empresas-no-municipio-de-cajazeiras-pb>