

ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL CONTÁBIL NO MUNICÍPIO DE ALTA FLORESTA- MT, SEGUNDO PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS-CLIENTES DE ESCRITÓRIOS DE CONTABILIDADESANTOS, Tatiele Magevski¹**RESUMO**

Esse artigo tem como tema a atuação do profissional contábil, segundo a percepção dos empresários/clientes. O presente trabalho teve como objetivo avaliar o nível de satisfação da classe empresarial de Alta Floresta quanto aos serviços prestados pelos Contadores. Foi utilizado o método indutivo e o método de procedimento monográfico. Na coleta de dados empregou-se a técnica de observação direta extensiva, através de questionários de múltipla escolha aplicados a 20 (vinte) empresários/clientes. Ao final do estudo percebeu-se que 100% dos empresários-clientes estão satisfeitos com a prestação de serviços do escritório contábil. Verificou-se também que o atendimento realizado pelo profissional contábil satisfaz 100% as necessidades dos clientes.

Palavras-chave: Atendimento. Clientes. Satisfação.

1 INTRODUÇÃO

Um empresário, face ao momento atual, marcado por uma economia em frangalhos, somado a crise política nacional, certamente, uma gestão empresarial se mostra cada vez mais necessária, que por sua vez necessita de informações econômico-financeiras oportunas. Nessa direção, insere-se a contabilidade enquanto fonte geradora de informações (IUDICIBUS, 2011; CASTIGLIONI, 2017).

A contabilidade é um instrumento auxiliar no cenário empresarial em face da utilização de informações para auxiliar de todas as formas nas tomadas de decisões. Em suma, “a função de prestar informações é de fundamental importância, porque elas são necessárias ao processo de tomadas de decisões pelos administrativos de uma entidade, bem como pelos demais usuários da contabilidade” (NEVES; VICECONTI, 2013, p. 2). Ela atua como cooperadora das empresas, por meio de informações, demonstrações, fatos incididos, entre outros. É na contabilidade que todos os fatos incididos na empresa são transformados em subsídios capazes de darem ao gestor um melhor entendimento em relação à sua situação financeira e econômica (CASTIGLIONI, 2017).

Dentre as inúmeras funções do Contador, uma das principais é apresentar informações úteis aos usuários da contabilidade, pois a Contabilidade tem por finalidade dar o suporte

¹ Acadêmica do 4º semestre de Ciências Contábeis da Faculdade de Alta Floresta (FADAF). Email: <tatiele_magevski@hotmail.com>

necessário para a tomada de decisão (CASTIGLIONI, 2017, NEVES; VICECONTI, 2013). Desta forma, logo se percebe o papel do profissional contábil – contador perante o desenvolvimento econômico-financeiro das micro, pequenas, médias e grandes empresas brasileiras.

A sobrevivência de qualquer empresa, sem dúvida nenhuma, baseia-se em informações precisas e concretas, emitidas pelo Contador em favor do gestor dos negócios. Apoiado nestas informações o gestor terá total segurança para tomar decisões (CASTIGLIONI, 2017). Cabe a este profissional a obrigação em manter a excelência de seus serviços, buscando a qualidade, para consequentemente ter a devida valorização do serviço contábil prestado.

Barbosa *et al* (2017, s.p) afirmam que, “a qualidade no atendimento está relacionada como o cliente se sente quando é atendido por uma empresa”. A qualidade no atendimento da empresa, pode ser o diferencial frente a concorrência, pois é importante saber como atender um cliente, as formas de se prestar um serviço.

Ainda de acordo com Barbosa *et al* (2017, s.p):

Com a evolução das empresas prestadoras de serviços contábeis, se percebeu a necessidade de buscar maneiras de obter um diferencial para a garantia da clientela. Visando atender a esse novo panorama de clientes, já existem alguns programas que foram criados com o objetivo de incentivar as empresas de serviços contábeis à melhoria contínua de seus processos de serviços e que buscam a excelência em seu atendimento.

Assim, o serviço e o atendimento estão fortemente vinculados e incidindo respectivamente na execução dos serviços contábeis, seja para elucidar dúvidas, cumprir prazos, solicitar informações, ou outras demandas provenientes da relação empresário/contador, visto que, a empresa deve ter como princípio básico, a satisfação do cliente. A partir desse contexto Oliveira (2015, p. 22) comenta que:

A satisfação dos clientes é muito importante, tanto para a empresa quanto para quem utiliza dos serviços, pois os clientes buscam por serviços de qualidade para satisfazer suas necessidades, e a empresa fará seus serviços atendendo as expectativas do cliente, como um bom atendimento, ótima qualidade, agilidade, entre outras coisas.

Destaca-se que, o presente trabalho questiona o nível de satisfação da classe empresarial de Alta Floresta quanto aos serviços prestados pelos Contadores estabelecidos no município. O interesse pela pesquisa justifica-se pela necessidade de conhecer as opiniões quanto à qualidade dos serviços do profissional contábil. Para tanto, torna-se essencial a percepção e a avaliação dos serviços pelo empresário-cliente, visto que, a empresa contábil, atualmente, tem como desafio manter os clientes que estão cada vez mais exigentes, e isso faz com que a esta necessite buscar medidas mais eficazes para satisfazê-los.

Deste modo, dividiu-se o trabalho em seções. A primeira trata da Introdução discorrendo sobre o tema, bem como o problema levantado, a justificativa e a relevância do estudo para as empresas contábeis. A segunda discorreu-se sobre os aspectos conceituais sobre satisfação, qualidade dos serviços contábeis, e atendimento aos clientes, com o intento de fundamentar o tema da pesquisa. A terceira expõe a metodologia aplicada na efetivação desta pesquisa, visando o alcance dos objetivos propostos no capítulo de Introdução. A quarta capítulo trata dos resultados e da discussão dos dados coletados no estudo. Na quinta foram apresentados os objetivos alcançados com o estudo realizado para a conclusão deste trabalho, bem como as sugestões para maior satisfação aos empresários/clientes.

2 ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL CONTÁBIL PARA O ALCANCE DA QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A principal função do contador é de fornecer informação para a tomada de decisões. O profissional que atua na área de contabilidade é responsável pelo controle do movimento financeiro da empresa. Seu serviço consiste na descrição, registro e controle de toda a movimentação de dinheiro de uma empresa. Assim, os contadores possuem uma posição estratégica para as empresas, visto que possuem a habilidade de planejar e propor estratégias para os negócios, e com isso colaborar com informações para os empresários em suas tomadas de decisões.

Iudicibus e Marion (2011, p. 20) asseveram que:

A função básica dos contadores é produzir informações úteis aos usuários da contabilidade para a tomada de decisões. Ressalte-se, entretanto, que em nosso país, em alguns seguimentos de nossa economia, principalmente na pequena empresa, a função do contador foi distorcida (infelizmente), estando voltada exclusivamente para satisfazer às exigências do fisco.

Portanto, toda empresa necessita dos serviços prestados pelos contadores, desde a escrituração até a gestão empresarial. O contador é imprescindível para o bom funcionamento das atividades empresariais.

O profissional da contabilidade enfrenta inúmeros dilemas éticos no cotidiano do exercício de sua profissão. Essas situações críticas situa-se na esfera do conceitos de dever, direito, justiça, responsabilidade, consciência e vocação. O dever corresponde à obrigação oferecer, realizar, ou omitir algo diante do direito de alguém. A obrigação do contador de uma empresa é realizar os serviços de natureza contábil da instituição, com qualidade dentro de determinado prazo. Tal obrigação é um dever desse profissional e um direito da empresa. (LISBOA, 2001, p. 88).

A valorização da profissão contábil passa, necessariamente, pela conscientização de sua importância e da carga de responsabilidade que cada contabilista carrega. Quando lhe é

confiado um serviço, o profissional precisa ter a noção e o cumprimento, em detrimento a qualquer interesse pessoal ou que, de alguma forma, seus atos conflitem com a ética da profissão.

Os empresários do município precisam dos profissionais contábeis para o crescimento da sua empresa, porém, muitos não lhe conferem o devido valor, mostrando-se insatisfeitos com a prestação de serviços. Oliveira (2015, p. 20):

A satisfação do cliente depende da forma como ele foi tratado, como o serviço foi executado, se atendeu às suas expectativas, se estas foram atendidas conforme ele desejava, caso contrário, fará com que este cliente fique insatisfeito, e disposto a procurar por outros serviços ou produtos quando houver uma oferta mais satisfatória de outra empresa.

A satisfação do empresário/cliente se reflete na maneira como ele for tratado, como o serviço foi realizado, o oposto, fará com que este empresário/cliente fique insatisfeito, e disposto a buscar por outros serviços em outro escritório contábil.

A "satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto/serviço em relação às expectativas do comprador" (KOTLER, 2000, p. 83). Portanto, a distinção entre resultados e expectativas é que vai fazer o cliente ter um sentimento de satisfação ou insatisfação com a qualidade do serviço prestado.

2.1 A qualidade na prestação dos serviços contábeis

A empresa deve ter como princípio básico, a satisfação do cliente. Sua filosofia de gestão deve estar voltada para o conhecimento total do cliente e que todos tenham como meta o bem estar e a satisfação do mesmo: “A administração de serviços é um enfoque organizacional global que faz a qualidade do serviço, tal como sentida pelo cliente, a principal força matriz do funcionamento da organização” (ALBRECHT, 1992, p. 21).

É válido mencionar, que os serviços são somente sentidos, são intangíveis, por isso se diferenciam dos produtos físicos. São na sua essência, um comportamento que pode ser somente analisado, comparado, não pode ser medido de forma alguma. Seus objetivos procuram acrescentar valor ao produto, como por exemplo, os serviços de atendimento ao cliente. Mas também podem ser os próprios produtos, como serviços de consultoria contábil, por exemplo.

O serviço é uma mercadoria comercializável, ou seja, um produto intangível que não se cheira, não se pega, não se apalpa, geralmente não se experimenta antes de comprar, mas permite a satisfação que compensa o dinheiro gasto na

realização de desejos e necessidades dos clientes (COBRA, 1992, p. 3).

Desta forma, o setor de serviços é diversificado e sua definição não é única. O serviço é um ato ou desempenho oferecido por uma parte à outra. Embora o serviço possa estar ligado a um produto físico, o seu desempenho é essencialmente intangível, e quem presta serviços precisa entender perfeitamente a diferença entre o produto e o serviço prestado e a forma com a qual ele poderá afetar o mercado (LOVERLOCK, 1998).

Assim, o “serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico” (KOTLER, 2000, p. 412). Os serviços são apenas sentidos, são intangíveis, por isso se diferenciam dos produtos físicos.

A prestação de serviço, na maioria das vezes, é interpretada pelos seus clientes como a força motriz do funcionamento da empresa. Na área contábil existem diferentes tipos de serviços destinados a auxiliar a sociedade em especial o campo empresarial.

Inúmeras são as vantagens que eles trazem para o desenvolvimento da entidade. Os mesmos podem estar distribuídos de diversas formas: balanço patrimonial, escrita fiscal, cálculos de impostos, controle de estoques de contas a pagar e a receber, escrituração contábil entre outros estes são os mais comuns e talvez os mais utilizados pela classe contábil (PEREIRA, 2017, s.p).

Ademais, ressalta-se que, existem situações em que esses serviços são realizados somente para atender a legislação contábil e fiscal como, por exemplo, as obrigações acessórias, que segundo Pereira (2017, s.p), “correspondem aos trâmites burocráticos que servirão como base para o pagamento dos tributos e futura fiscalização”. Portanto, as empresas devem sempre ter em vista, o atendimento das necessidades de seus clientes, prestando serviços que sejam de excelente qualidade, oferecendo vantagens que superem os da concorrência. Conforme Cobra (2000, p. 32), “o cliente se conquista e se mantém com base na qualidade de serviços”.

A qualidade em serviços, “é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém” (ALBRECHT, 1992, p. 44). Em outras palavras, serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação. A satisfação do cliente é vital para o sucesso de uma organização.

A melhor forma de administrar a qualidade de um serviço é estar sempre verificando o ponto de vista de seu cliente, pois a qualidade dos serviços ocorre durante a entrega e esta fortemente ligada à interação entre consumidor e o prestador de serviço.

Os clientes ficam satisfeitos ou não conforme suas expectativas.

Desatnick e Detzel (1995, p. 7) afirmam que: “a empresa conhecedora das necessidades e expectativas de seus clientes têm mais chances de satisfazê-los”. Isso significa estar permanentemente em sintonia com os clientes, abordando as suas necessidades e condições individuais, respondendo sem demora.

Neste mesmo viés, Zeithaml (2012, p. 65) pontua que: “a qualidade pode ser entendida como o conjunto de características que propicia atingir, ou até ultrapassar, a expectativa do cliente”. Isso significa que, o empresário-cliente avalia o serviço do Contador, de acordo com sua expectativa, sendo positiva, torna-se fiel do escritório contábil, visto que, o cliente fiel é um grande propagador dos seus serviços.

Algumas empresas não dão muito destaque à qualidade do serviço contábil prestado e só compreendem a falha quando há a perda de clientes. Quando o profissional tem satisfação ao prestar o serviço ele está se preocupando com sua qualidade.

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

Assim, vale destacar a relevância da qualidade em serviços e a qualidade no atendimento, visando encontrar alternativas para aperfeiçoar os serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

Neste sentido, Moreira *et al* (2017, s.p) argumenta que:

Existem profissionais que não se preocupam com a qualidade de seus serviços prestados por não estarem estimulados no trabalho, e só pensarão em melhorá-los quando as falhas forem percebidas. Os escritórios de contabilidade precisam ter consciência de sua capacidade de absorção de serviços, para poder exercê-los com dedicação, competência e diferenciação. Para isto, a equipe envolvida deve estar preparada para exercer o serviço da melhor maneira possível, estando treinada e motivada.

A qualidade de atendimento ao empresário/cliente depende dos colaboradores dentro dos escritórios contábeis, é preciso incentivar os funcionários a proporcionarem sempre um atendimento diferenciado e personalizado a cada cliente. Portanto, a satisfação do cliente está vinculada a qualidade dos serviços contábeis.

Para Duffy (2002), a satisfação de um empresário/cliente é o atingimento de seu grau de felicidade. Esta, aliada a um bom atendimento é o aspecto que faz a retenção do cliente ao escritório contábil.

A satisfação quando vista do ponto de vista do cliente, é um estado emocional desejado, que reforça uma experiência positiva que, ainda assim não impede no desgaste que decorre dos episódios negativos de consumo. O reforço

positivo reafirma o processo de consumo e, desta maneira os eventos resultam um senso de conclusão bem sucedido levando a uma sensação de estabilidade da experiência vivida pelo indivíduo. (DUFFY, 2002, p. 33).

Inclusive, o Contador que satisfaz as necessidades de seus clientes amplia suas possibilidades de sucesso. Portanto, a excelência na prestação de qualquer serviço é decisivamente indispensável no âmbito do mercado e tal atributo tende a influenciar todo o ambiente organizacional, dessa maneira os escritórios de contabilidade devem se atentar em melhorar a qualidade nos serviços proporcionados aos empresários-clientes investindo no emprego de sistemas atualizados que proporcionem melhor apoio ao processo decisório da administração.

3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

O estudo foi realizado por meio de métodos e técnicas a seguir descritos. O método utilizado foi o indutivo que, de acordo com Martins (2002, p. 28) “é um método lógico que pressupõe que existam verdades gerais já afirmadas e que sirvam de base (premissas) para se chegar através dele à conhecimentos novos”, ou seja, que fornecem diversas informações sobre a percepção dos empresários-clientes com o profissional contábil.

Os métodos de procedimentos empregados foram o monográfico, no qual realizou-se um estudo com os clientes do escritório contábil pesquisado, e o estatístico, cujos dados foram tabulados e apresentados em percentuais, através de gráficos.

Utilizou-se um instrumento estruturado que é o questionário, com questões abertas e fechadas considerando como universo 100 (cem) empresários-clientes e a amostra probabilística aleatória simples de 50 (cinquenta) empresários-clientes. Os questionários foram entregues no mês de novembro e foram devolvidos no prazo estipulado de dez (10) dias. Os dados foram analisados e tabulados através da regra de três simples. Os resultados foram demonstrados por meio de tabelas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA DE CAMPO

O objetivo principal deste estudo foi avaliar o nível de satisfação da classe empresarial de Alta Floresta quanto aos serviços prestados pelos Contadores estabelecidos no município.

O perfil dos pesquisados demonstra que 67% são do gênero masculino, 69% são casados e têm idade entre 41 a 45 anos de idade, 39% são casados, 69% têm o ensino

superior completo e tornaram-se clientes por indicação, 67% são clientes do escritório entre 5 a 10 anos. Percebe-se que a maioria dos empresários/clientes permanecem enquanto profissional contábil por mais de 5 anos, o que demonstra a confiança nos serviços prestados. Observa-se também que o profissional contábil que proporciona serviços com qualidade tem mercado de trabalho certo.

Com relação a satisfação com os serviços prestados pelos Contadores do município de Alta Floresta, 100% dos pesquisados confirmaram alto nível de satisfação.

Tabela 1 – Satisfeito com os serviços prestados.

Nº	Especificação	Quantidade	%
1º	Sim	18	100%
Total		18	100%

Fonte: Elaborado pela Autora baseando-se em Questionário – Anexo

Para Kloter (2000), a empresa deve ter como princípio básico, o atendimento ao cliente e sua a satisfação. Quando se fala em satisfação do cliente, o primeiro aspecto a ser levado em conta é a qualidade. A qualidade dos serviços prestados à clientela depende dos colaboradores dentro de cada departamento do escritório contábil.

É oportuno ressaltar a ideia de Fitzsimmons (2000, p. 102), “descreve que a qualidade em serviços se define na relação entre o serviço de fato prestado e a expectativa por parte do cliente em relação ao serviço que lhe será prestado”. A qualidade na prestação de serviços tornou-se um forte diferencial competitivo das empresas que despertam-se para a necessidade de maximizar a satisfação dos clientes, atendendo-os, de forma incomparável, aos seus desejos, necessidades e expectativas.

O serviço prestado com qualidade é relevante para o sucesso de qualquer empresa contábil. Ele está explícito no contato pessoal e na habilidade de relacionamento para atender o empresário/cliente, quando este procura um profissional contábil.

Seguindo, na tabela 2 têm-se os resultados referentes aos motivos que fazem os clientes sentirem satisfeitos com o serviço prestado pelo Contador.

Tabela 2 – Serviço prestado pelo contador

Nº	Especificação	Quantidade	%
1º	Atende minhas necessidades	07	65 %
2º	Pela competência	02	10%

2º	Total responsabilidade	02	10%
2º	São prestativos	02	10%
5º	Bom atendimento	01	5%
Total		20	100%

Fonte: Elaborado pela Autora baseando-se em Questionário – Anexo

Segundo 65% dos pesquisados, isto é, a maioria, afirmam que esse profissional atende às necessidades estabelecidas pelos mesmos.

Para Barbosa *et al* (2017, s.p), “no fornecimento de serviços é imprescindível que o contador conheça e atenda às necessidades de seus clientes”.

A melhor forma de administrar a qualidade de um serviço contábil é estar sempre verificando a necessidade de seu cliente. Para Giansesi (1996, p. 196), a “qualidade em serviços pode ser definida como o grau em que as expectativas do cliente são atendidas/excedidas por sua percepção do serviço prestado”.

Desta forma, a qualidade no serviço prestado tornou-se, um forte diferencial competitivo das empresas contábeis que despertam para a necessidade de maximizar a satisfação dos clientes, atendendo-os, de forma incomparável, aos seus desejos, necessidades e expectativas.

Conforme tabela 3, o Contador é considerado pelos clientes um profissional competente e prestativo em suas atribuições, consoante 100% dos pesquisados.

Tabela 3 – O contador é competente e prestativo

Nº	Especificação	Quantidade	%
1º	Sim	18	100%
Total		18	100%

Fonte: Elaborado pela Autora baseando-se em Questionário – Anexo

Para os empresários-clientes, o profissional contábil tem competência na prestação de serviços, ou seja, oferece um bom atendimento.

O profissional da contabilidade deve estar preparado para maior participação na sociedade. Também deve estar atento ao contínuo desenvolvimento profissional, em busca de ideias novas, ampliação dos conhecimentos necessários à eficiente atuação profissional, tendo sempre o seu objetivo principal de oferecer bons serviços (QUEIROZ *et al*, 2014, s.p).

Urge salientar que, para um atendimento de qualidade, é necessário ter total conhecimento sobre todos os serviços oferecidos pelo escritório contábil.

As empresas prestadoras de serviços contábeis têm como grande desafio as suas responsabilidades para o eficaz desempenho de suas atividades, que exigem, cada vez mais, atualização de conhecimentos para adequado atendimento das necessidades dos clientes (QUEIROZ *et al*, 2014, s.p).

Nessa direção, isto é, atendimento de necessidades, na tabela 4 encontram-se os dados sobre se os serviços contábeis, e segundo 100%, os Contadores atendem satisfatoriamente às necessidades da empresa. Observa-se que na Tabela 2, tal resultado havia sido mencionado por 65%, demonstrando assim, uma correlação entre as informações alcançadas na pesquisa de campo.

Tabela 4 – Necessidades atendidas satisfatoriamente

Nº	Especificação	Quantidade	%
1º	Sim	18	100%
Total		18	100%

Fonte: Elaborado pela Autora baseando-se em Questionário – Anexo

Conforme Oliveira *et al* (2015, p. 23), “a satisfação é fazer com que o cliente tenha suas necessidades atendidas conforme suas expectativas é fazer com que o cliente se sinta importante e bem atendido pelos profissionais contábeis”. Portanto, o profissional contábil deve empenhar-se em satisfazer as verdadeiras necessidades do cliente. Uma vez que a empresa conhece estas necessidades e volta o desenvolvimento de serviços personalizados para atendê-los, conseguirá uma maior satisfação do empresário/cliente.

Outro aspecto observado diz respeito ao atendimento. Nas respostas alcançadas, 61% dos pesquisados classificam como sendo bom, seguido de 33% como ótimo, gerando um cenário de 99% de satisfação com o atendimento oferecido pelo Contador.

Tabela 5 – Atendimento proporcionado pelo profissional contábil

Nº	Especificação	Quantidade	%
1º	Bom	11	61%
2º	Ótimo	06	33%
3º	Regular	01	6%
Total		18	100%

Fonte: Elaborado pela Autora baseando-se em Questionário – Anexo

De acordo com Porter (1989, p. 35):

O processo de atendimento aos clientes compreende todas as atividades envolvidas, bem como a facilidade de acesso dos clientes às pessoas certas dentro do escritório contábil para receberem serviços rápidos e satisfatórios, respostas a dúvidas e soluções de problemas.

Oferecer um bom atendimento é mais que um simples ato, esse fator pode decidir o futuro do escritório contábil. O serviço prestado pelo profissional contábil tem que fazer a diferença. Assim, com a evolução das empresas prestadoras de serviços contábeis,

tornou-se necessária a busca por maneiras de obter um diferencial para a garantia da clientela, sendo o atendimento esse diferencial.

Neste sentido, Souki (2006, p. 21) assevera que:

[...] é inadmissível manter os mesmos padrões de atendimento que davam certo no passado. Nesse ambiente hipercompetitivo, é essencial que as pessoas saibam filtrar e processar dados sobre o seu negócio para gerar conhecimento e, conseqüentemente, melhorar constantemente o atendimento ao cliente.

Portanto, oferecer excelência em atendimento no serviço contábil depende de se ter as informações corretas, seguras, e muito rapidamente completas e detalhadas sobre o aspecto específico dos problemas ou necessidades dos clientes.

5 BREVES CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo abordou como tema a atuação do profissional contábil, segundo a percepção dos empresários/clientes com o objetivo de avaliar o nível de satisfação da classe empresarial de Alta Floresta quanto aos serviços prestados pelos Contadores estabelecidos no município.

Ao término da pesquisa percebeu-se que, os empresários-clientes estão satisfeitos com a prestação de serviços do escritório contábil (Tabela 1). Verificou-se também que o atendimento é bom (Tabela 5), satisfazendo as necessidades dos clientes (Tabela 4).

A avaliação de satisfação dos empresários-clientes foi positiva, assim conclui-se que o Contador vem realizando um excelente trabalho, no que se refere à identificação das necessidades e desejos dos clientes, fortalecendo-se no mercado onde atua.

Finalizando, espera-se que as informações coletadas contribuam de alguma forma para o escritório contábil pesquisado, bem como o aprimoramento da relação entre cliente/contador, pois afinal, a clientela é a razão da existência da empresa contábil.

Espera-se que esta pesquisa possibilite novos estudos, mais fundamentadas, como por exemplo, aplicar a pesquisa em um universo maior, abrangendo todos os escritórios do município, dividindo as empresas por ramos de atividades, com o intento de ter conhecimento do ponto de vista de diferentes setores em relação aos serviços contábeis prestados.

PERFORMANCE OF THE ACCOUNTING PROFESSIONAL IN THE MUNICIPALITY OF ALTA FLORESTA-MT, SECOND PERCEPTION OF ENTREPRENEURS-ACCOUNTING OFFICES CLIENTS

This article is subject to the performance of the accounting professional, according to the perception of entrepreneurs/customers. This work was aimed at evaluating the level of high forest business class satisfaction with the services provided by the accountants. The inductive method and the Monographic procedure method were used. In the data collection employed the extensive direct observation technique, through multiple choice questionnaires applied to 20 (twenty) entrepreneurs/customers. At the end of the study it was realized that 100% of the business owners are satisfied with the provision of Accounting Office services. It was also verified that the attendance performed by the accounting professional satisfies 100% the customers ' needs.

Keywords: Attendance. Customers. Satisfaction

referencias

ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços**. São Paulo: Pioneira, 1992.

BARBOSA, Fabio Peres; BRITO; Iara Carla da Silva; ALVES, Karen Aline; ESTEVAM, Marcos Keller Estevam. **Percepção da qualidade dos serviços contábeis por empresários**. Disponível em: <<http://www.midas.unioeste.br/sgev/eventos/307/downloadArquivo/12064>>. Acesso em: 15 out. 2017.

CASTIGLIONI, Jose Antônio de Mattos. **Assistente de contabilidade**. São Paulo: Érica, 2017.

COBRA, Marcos Henrique Nogueira. **Administração de marketing**. São Paulo: Atlas, 1992.

_____. **Estratégias de marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 2000.

DETZEL, Denis H; DESATNICK, Robert L. **Gerenciar bem é manter o cliente**. São Paulo: Pioneira, 1995.

DUFFY, Dennis L. **Guia prático para fidelização de clientes: a verdade pura e simples de como fidelizar clientes e assim aumentar suas vendas e lucratividade**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

FITZSIMMONS, J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. Tradução de Sandra Roos Santos. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GIANESI, Ireneu G.N. **Administração estratégica de serviços**. São Paulo: Atlas, 1994.

IUDICIBUS, Sérgio de, MARION, Jose Carlos. **Curso de Contabilidade para não contadores**. São Paulo: Atlas, 2011.

KOTLER, Philip. **Administração e markeing**. São Paulo: Atlas, 2000.

LOVELOCK, S. **Serviços, marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 1998.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. São Paulo: Atlas, 2002.

MOREIRA, Ricardo; NASCIMENTO, Sabrina do; SOUZA, Juliane Vieira de; BORGES, Loreci João. Qualidade da prestação de serviços contábeis sob a ótica dos clientes. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/4775/477549013003>>. Acesso em: 15 out. 2017.

NEVES, Silvério das; VICECONTI, Paulo. **Contabilidade básica**. São Paulo: Saraiva, 2013.

OLIVEIRA, Gessika Bocianoski de. **Satisfação dos clientes externos diante dos serviços prestados em um escritório de contabilidade de Criciúma/SC**. 2015. Disponível em: <<http://www.documents/contabeisgessica%20Bocianoski20de%20.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2017.

PEREIRA, Maria do Carmo. **Qualidade da prestação dos serviços contábeis: um estudo nas empresas no município de Cajazeiras-PB**. Disponível em: <http://www.fescfafic.edu.br/revista/index.php/44_804ef5a70fd2b70735e8310cc373cf>. Acesso em: 22 out. 2017.

QUEIROZ, Fleuri Cândido; FARBER, João Carlos; LUZ, Miguel Ferreira; ESTEVAM, Sebastião José Estevam; SANTOS, Renata. **Serviços contábeis: necessidades versus satisfação**. 2014. Disponível em: <<http://www.revistareage.com.br/>>. Acesso em: 12 out. 2017.

PORTER, M. **Vantagem competitiva**. Rio Janeiro: Campus, 1989.

SOUKI, Ômar. **As sete chaves da fidelização de clientes**. São Paulo: Harbra, 2006.

ZEITHAML, V. A. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. Porto Alegre: Bookman, 2012.