

**A QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS PRESTADA PELOS
CONTADORES ÀS MÉDIAS EMPRESAS (ME) ESTABELECIDAS NO MUNICÍPIO
DE ALTA FLORESTA-MT**

PACHECO, Jorge Luis da Silva.¹

RESUMO

Atualmente pela constante busca dos prestadores de serviços das áreas contábeis surge promover a satisfação das necessidades tanto de clientes, quanto das empresas. Para que os contadores consigam alcançar seus objetivos, é essencial que haja prestação de serviços com qualidade, eficiência e eficácia. Neste trabalho foram aplicados 17 questionários às empresas de médio porte que têm como atividade comércio, sediadas no Município de Alta Floresta-MT. Os questionários aplicados têm em vista verificar o nível da qualidade do atendimento contábil prestados aos empresários e a opinião deles em relação à utilidade destes serviços a esse setor. A presente pesquisa tem o objetivo de verificar se os escritórios de contabilidade estão oferecendo um serviço de qualidade, auxiliando na tomada de decisão e não somente as necessidades exigidas pela legislação vigente. Os dados foram tabulados de acordo com as informações obtidas pelos pesquisados. Pelos resultados pode-se verificar que os escritórios de contabilidade estão atendendo e auxiliando seus clientes de maneira satisfatória. Além de considerar o contador competente e prestativo, buscando agilidade e praticidade nos serviços oferecidos.

Palavras-chave: Contador. Qualidade. Serviço.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente com o mercado de trabalho concorrido as empresas prestadoras de serviço devem se destacar das outras para assim chamar a atenção de seus futuros clientes. Não são diferentes os escritórios de contabilidade, pois devem atender seus clientes da melhor forma e de maneira rápida para se destacar dos demais e assim alcançar as expectativas dos clientes. É oportuno assinalar que, a qualidade deste serviço prestado é um grande diferencial. Boyle e Desai (1991), Gaskill et al. (1993) e Sheldon (1994) explanam que:

Com o aumento da competitividade o profissional da área contábil precisa oferecer serviços de qualidade, diferenciados, que alcancem as expectativas de seus clientes. Diversas pesquisas têm se preocupado em entender melhor as necessidades dos gestores das micro e pequenas empresas por identificar suas dificuldades na administração do negócio. Dentre as principais dificuldades está a falta de habilidade para entender e manusear os instrumentos fornecidos pela contabilidade (BOYLE e DESAI, 1991; GASKILL et al, 1993; SHELDON, 1994).

¹ Acadêmico 4. semestre do curso de Ciências Contábeis da Faculdade de Direito de Alta Floresta (FADAF).

E-mail: <jorgerock66@gmail.com>.

REFAF – Revista Eletrônica das Faculdades de Alta Floresta, v.7, n. 2 (2018)

<<http://refaf.com.br/index.php/refaf/>>

Na era moderna, as empresas posicionam-se em busca da definição de novas estratégias para garantir a continuidade de suas atividades; principalmente àquelas que desejam se sustentar no mercado necessitam de auxílio de um bom serviço de contabilidade. Sendo assim, Franco (1997, p. 22) esclarece que:

A finalidade da contabilidade é, pois, controlar os fenômenos ocorridos no patrimônio de uma entidade, através do registro, da classificação, da demonstração expositiva, da análise e interpretação dos fatos nele ocorridos. Objetivando fornecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões.

Dessa forma, entende-se que o controle patrimonial de uma empresa depende diretamente de um bom contador, por que a contabilidade é o grande instrumento da administração e das tomadas de decisões. Ainda, sobreleva ressaltar que a contabilidade vem a ser um grande instrumento auxiliando a administração e as tomadas de decisões vitais para as empresas. De acordo com Marion (2009, p.25):

Dentro de uma empresa, a situação não é diferente. Frequentemente, os responsáveis pela administração estão tomando decisões quase todas importantes, vitais para o sucesso do negócio. Por isso uma boa tomada de decisão. A contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões.

Nesse contexto, o mesmo Autor também comenta que o responsável pela gestão de uma empresa é quem toma as principais decisões, assim, tal atuação contábil é de essencial importância na empresa.

[...] o contador deve estar no centro e na liderança deste processo, pois, do contrário, seu lugar vai ser ocupado por outro profissional. Deve saber comunicar-se com as outras áreas da empresa. Para tanto, não pode ficar com os conhecimentos restritos aos temas contábeis e fiscais. O contador deve também ter formação cultural acima da média, inteirando-se do que acontece ao seu redor, na sua comunidade, no seu Estado, no seu país e no mundo. Deve ter um comportamento ético-profissional inquestionável, participar de eventos destinados à sua permanente atualização profissional e estar consciente de sua responsabilidade social e profissional. (MARION, 2003, p. 33-34).

Na opinião de Franco (1997), o contador verifica e monitora todos os fenômenos ocorridos no patrimônio da entidade, ressaltando a importância da mesma nas tomadas de decisões da entidade. Cada admissão, demissão de funcionários, planejamento estratégico ou investimento feito por uma empresa e tudo que envolve o patrimônio exige, necessariamente, a atuação desse profissional. Entretanto, é importante ressaltar competência técnica no exercício da função. A qualidade na prestação de serviços tem um papel fundamental diário nas organizações, e depende necessariamente da atuação do Contador.

Ainda no que tange a qualidade em serviços, segundo Albrecht (1992) é definida como sendo a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém. Em outras palavras, serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação.

Embora o país esteja em um momento crítico economicamente, os serviços de contabilidade têm recebido grande enfoque em decorrência de sua participação na gestão das empresas. A contabilidade é importante em qualquer área, tanto quanto a indústria ou a escritório que tem como objetivo fazer a contabilidade da empresa. Inclusive apurar o valor certo de um produto e o custo para não vir a ter prejuízo, cuidar do patrimônio da mesma e ajudar nas tomadas de decisões. Até mesmo em cidades pequenas é necessário ter uma contabilidade com qualidade para suprir a necessidade do fisco. Vale ressaltar, ainda, que é fundamental uma boa administração para ter um resultado positivo economicamente para seus clientes.

Fundada em 19 de maio de 1976 e atualmente com 41 anos, o município de Alta Floresta está localizado no extremo norte do estado de Mato Grosso, a 830 km da capital do estado, Cuiabá. Como afirma o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017), a população estimada é de 50.082 habitantes em 85 % das empresas do município são de médio porte (ME).

Embora seja uma cidade jovem, e ainda que não tenha muitas empresas de grande porte, mas engana-se quem pensa que não tem contadores com experiência e que tenha capacidade para prestar um serviço rápido, eficaz e de qualidade. Diante disso, procura-se responder; qual é a qualidade dos serviços realizados pelos escritórios de contabilidade estabelecidos no município de Alta Floresta?

Seguindo com essa ideia, justifica-se essa pesquisa pelo interesse no conhecimento acerca da qualidade dos serviços prestados às médias empresas (ME) em Alta Floresta – MT, visando também, contribuir com a bibliografia acadêmica, visto que o tema escolhido, por ser atual, é um tanto escasso no que tange ao material bibliográfico e também como fonte de pesquisa para as partes interessadas como os prestadores de serviço contábil e as empresas que adquirem este trabalho.

A presente pesquisa está organizada em cinco seções, sendo elas: Introdução, Qualidade de serviço prestado, Procedimentos metodológicos, Resultados e Discussão e as Considerações finais.

2 QUALIDADE DE SERVIÇO PRESTADOS ÀS MÉDIAS EMPRESAS DE ALTA FLORETA-MT

A atuação do contador no mercado de trabalho empresarial é bastante vasta, indo desde o profissional autônomo, o professor, os órgãos públicos, entre outros, entretanto, os profissionais que se destacam nesse mercado, possuem um diferencial que a profissão exige. Este profissional tem que ter o conhecimento específico na área que atua, pois assim conseguirá prestar um bom serviço e com qualidade aos seus clientes.

É muito importante ressaltar que os micro e pequenos empresários possam ter um suporte profissional de qualidade. Neste aspecto espera-se que o contador através de suas informações e do seu conhecimento, possa auxiliá-los a manter-se no mercado.

Este profissional não poder ser aquele que somente auxilia o pequeno empresário de dentro do seu escritório, mas aquele que realiza visitas, *in loco*, para conhecer todo o processo produtivo de seu cliente. Desta maneira se o contador conseguir ter conhecimento vasto do negócio será capaz de gerar mais informações consequentemente poderá dar mais suporte e auxílio ao seu cliente, dando-lhe subsídios que possam gerir melhor seu negócio

Neste viés, Fabri e Figueiredo (2000) afirmam que o profissional de contabilidade, além dos conhecimentos técnicos necessários ao desempenho da atividade, deve conhecer ambiente interno e externo das organizações e as suas relações de comportamento humano, social e econômico. Além disso, deve ser consciente e responsável, pois as informações emanadas pela contabilidade impactam profundamente a vida econômica e social do país, haja visto, questões relevantes as novas formas de expressão da informação contábil, como o Balanço Social e o Passivo Ambiental.

Ainda no que tange à eficiência da atividade do contador, Fitzsimmons (2000) descreveu que a qualidade em geral do trabalho contábil 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. Ele afirma que esse serviço contábil prestado tende no geral a uma opinião, a do cliente e o contador espera que seja uma crítica boa, mas para ser boa tem que suprir a necessidade desse cliente, assim o mesmo vai classificar esse serviço como de qualidade, pois supriu as suas expectativas.

Dessa forma, pode-se dizer que o atendimento ao cliente realizado através dos contadores é uma estratégia ainda pouco usada. Por isso, tal medida pode ser aplicada para ajudar no desenvolvimento competitivo para a empresa. O cliente obterá satisfação com um atendimento diferenciado e agregará valores adicionais nos seus serviços.

Necessidades e expectativas influenciam diretamente nesta definição. À vista disso, podemos citar três conceitos básicos para se ter um serviço de qualidade. Assim Casas (2012, p.33) demonstra:

Um serviço pode ser considerado de qualidade quando proporciona um determinado nível de satisfação. Geralmente são considerados fatores para um bom serviço de atendimento. Tangibilidade: os clientes avaliam os aspectos visíveis de um local onde ocorre a prestação de serviço. Tudo conta nessa avaliação, inclusive quadros, limpeza do local, arrumação entre outros fatores.

Confiança: estabelecer uma relação de confiança é fundamental. Reconhecer as fraquezas e os erros, entregar o que promete e ser sempre ético são fatores que auxiliam para atingir esses objetivos.

Responsabilidade: esta característica se refere à capacidade que um profissional tem para prestar serviços rapidamente, sem deixar que os indivíduos esperem desnecessariamente. Boa vontade e prontidão também são avaliados pelos clientes.

Com o mercado atual de trabalho concorrido a empresa que não usar a qualidade de trabalho como um instrumento de gestão que visa atingir os objetivos de seus clientes, acaba não cativando e conquistando-os. As ferramentas que poderia ser usadas para satisfazer o cliente seriam o bom atendimento, uma boa comunicação, atendimento com rapidez entre outros, e assim tentando suprir as expectativas de seus clientes para alcançar um serviço com qualidade. Nesta toada, Shigunov (2004, p.46) explana que:

Dentro do contexto atual, esses fatores revelam-se críticos para a sobrevivência dos escritórios de contabilidade, pois cada vez mais, eles se preocupam com a concorrência de preços do que, muitas vezes, com a qualidade dos serviços prestados propriamente ditos.

É evidente conforme Shigunov (2004) que com o mercado concorrido muitos contadores podem estar esquecendo-se de prestar um serviço de qualidade e prestando esse serviço de qualquer forma.

A Contabilidade não é algo que tem utilidade apenas para o indivíduo, mas também se, torna útil à sociedade, pois a riqueza deve ter um comportamento que atenda, além do indivíduo, o ambiente onde este está inserido. A eficácia constante é que traz a prosperidade para as células sociais e quando todas as células sociais são prósperas a sociedade também é. (SÁ, 2009).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este é um estudo realizado a partir de pesquisa exploratório-descritiva. Essa pesquisa estabelece critérios, métodos e técnicas para alcançar informações sobre o

objeto desta (CERVO; SILVA, 2006). De modo geral, visa à descoberta, o achado, a elucidação de fenômenos ou a explicação daqueles que não eram aceitos apesar de evidentes. A exploração representa, atualmente, um importante diferencial competitivo em termos de concorrência (GONÇALVES, 2014).

Na pesquisa descritiva, realiza-se o estudo, a análise, o registro e a interpretação dos fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador. São exemplos de pesquisa descritiva as pesquisas mercadológicas e de opinião (BARROS; LEHFELD, 2007). A escolha desses métodos é fundamental para que se tenha, a nosso ver, a maior confiabilidade nos dados pesquisados.

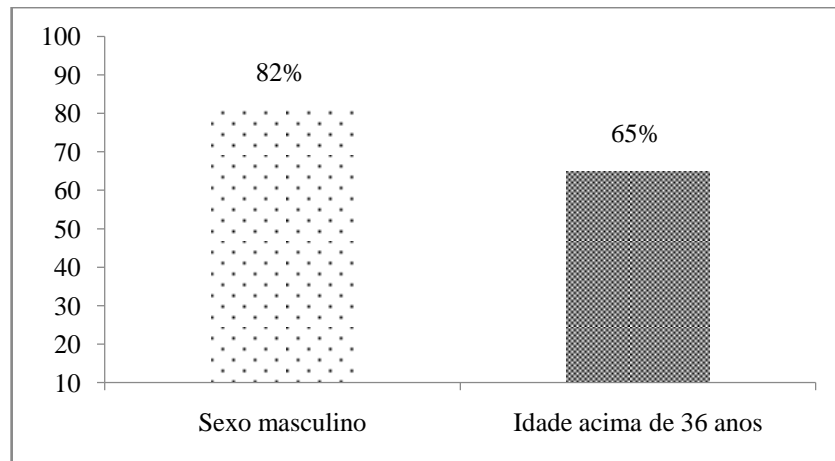
O instrumento de coleta de dados consistiu em um questionário, contendo 10 perguntas envolvendo a qualidade do serviço prestado pelos seus contadores, sendo questões dos tipos aberta e fechada. Foram distribuídos para 20 empresas de pequeno/médio portes estabelecidas no município de Alta Floresta. Posteriormente, os dados foram tabulados e apresentados graficamente na seção seguinte.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nessa seção são descritos e discutidos os resultados obtidos com a pesquisa a qual foi realizada em Alta Floresta com a participação de 17 empresas que avaliaram a qualidade do serviço contábil prestado através do questionário como instrumento de coleta de dados. Vale esclarecer que inicialmente receberam questionários 20 estabelecimentos comerciais do tipo pequena/média empresas, contudo, três não devolveram o instrumento de coleta de dados.

De acordo com Chiavenato (2007), a empresa para existir, necessita de clientes para se manter competitiva. Aliado a isso, o empreendedor que deseja o sucesso da sua organização deve ter um contador pra auxiliá-lo desde o planejamento até o crescimento do seu negócio (ROCHA, 2014). Seguindo essa linha de pensamento, o objetivou-se em Alta Floresta conhecer, compreender e verificar o nível de satisfação dos clientes de escritório de contabilidade.

Inicialmente, foi levantado o perfil dos clientes, o tempo de contratação e os motivos da escolha pelo serviço contábil. Observa-se através do gráfico 1 que o perfil dos pesquisados é definido em 82% pertencentes ao gênero masculino, 65% possuem idade acima de 36 anos, 51% dos clientes pesquisados são clientes do escritório de contabilidade entre 1 e 5 anos e a confiança, qualidade e competência correspondem a 71% dos motivos da contratação de serviços.

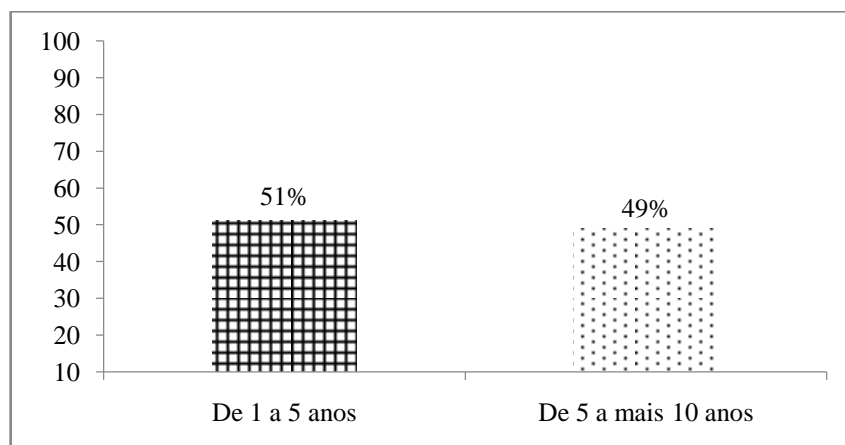
Gráfico 1- Perfil dos pesquisados: gênero e faixa etária

Fonte: Elaborado pelo autor baseando-se em Questionário de pesquisa

Em um estudo realizado por Ferreira (2013) com relação ao gênero predominante no empreendedorismo, em pelo menos 75% das respostas não o consideraram relevante. Entretanto Ribeiro e Teixeira (2012), Zouain, Oliveira e Barone (2007) e, Motta e Trevissan (2003) demonstraram que a maioria dos empreendedores são do sexo masculino ao contrário de Lima et al. (2009) que obtiveram igualdade entre os pesquisados.

Quanto à idade do empreendedor, 65% dos pesquisados tem acima de 36 anos o que condiz com o estudo de Borges, Filion e Simard (2008) que demonstram que 22% dos empresários possuem entre 18 a 24 anos sendo que, 78% tinham entre 25 a 34 anos e com Hisrich et al. (2009) que afirma que a maior parte dos empresários inicia seu negócio entre 22 a 45 anos.

No gráfico 2, os resultados mostram que em torno de 51% dos clientes pesquisados são clientes do escritório de contabilidade entre 1 e 5 anos.

Gráfico 2 - Tempo que são clientes de escritório de contabilidade

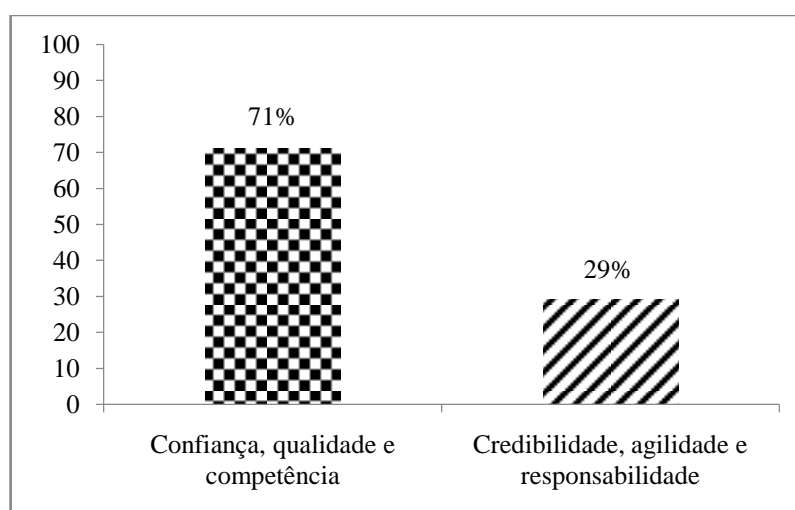
Fonte: Elaborado pelo autor baseando-se em Questionário de pesquisa

Por meio do gráfico, percebe-se o tempo em que os empresários são clientes dos escritórios de contabilidade, ou seja, a sua fidelidade com o serviço prestado. Isso ocorre devido a fatores como o conhecimento sobre o cliente, porque segundo Batista (2012) esse é o diferencial, o resto pode ser oferecido igual na concorrência.

De acordo com Kotler e Armstrong (2003), as empresas estão cada vez mais competitivas, para driblar isso elas investem muito não só nos produtos, mas também nos clientes, o segredo é satisfazer o cliente em todos os âmbitos, conquistando-o. Essa satisfação condiz com a fidelidade do cliente para com a empresa além de indicá-la aos conhecidos e assim colaborar com novos consumidores (KOTLER; KELLER, 2006).

No gráfico 3 verifica-se que 71% dos clientes pesquisados informam que a escolha do escritório de contabilidade para prestação de serviços deve-se a confiança, a qualidade e a competência emanadas pela empresa contábil.

Gráfico 3 – Motivo da escolha do escritório de contabilidade

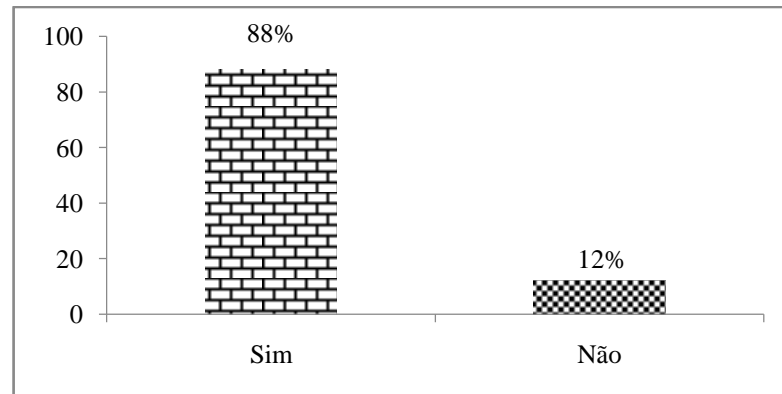


Fonte: Elaborado pelo autor baseando-se em Questionário de pesquisa

Profissionais do ramo da contabilidade estão extremamente atrelados ao desenvolvimento da empresa, principalmente o econômico e dessa forma são considerados como cargos estratégicos (ATHAYDE; MARTINS, 2012) que exigem confiança do empresário. Para Vieira (2006), o contador ao realizar sua função produz diversos dados que podem interferir não só no financeiro da empresa, mas também no aspecto social, tais como, investidores, clientes e funcionários. Por isso, a qualidade e a competência no serviço prestado foram um dos fatores decisivos para que os empresários escolhessem o escritório de contabilidade.

O gráfico 4 mostra que 88% dos empresários consideram que o escritório contábil do qual são clientes, por meio de seus Contadores, demonstra interesse no aperfeiçoamento do serviço prestado.

Gráfico 4 – Interesse em melhor serviço

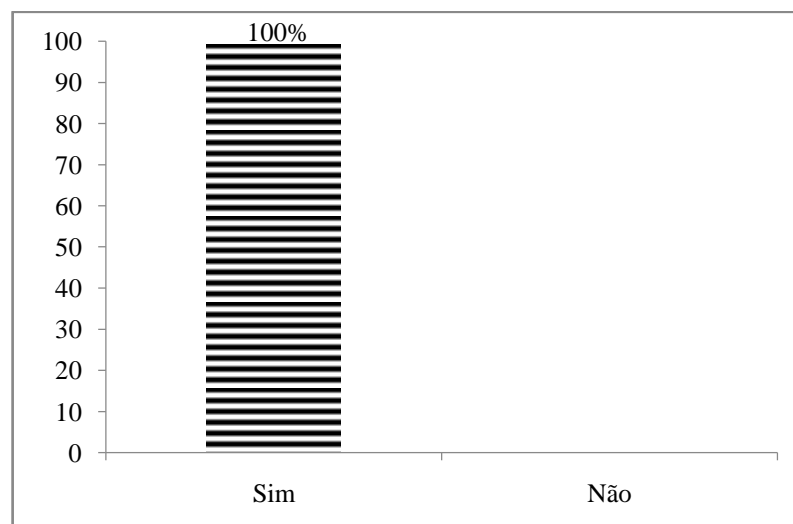


Fonte: Elaborado pelo autor baseando-se em Questionário de pesquisa

Os clientes possuem necessidades circunstanciais, que alteram constantemente, portanto, a empresa precisa estar envolvida para atender as expectativas, apta a fornecer um serviço de qualidade e a aperfeiçoá-lo sempre que possível. De acordo com Crosby (2001), ao fazer isso a empresa terá um retorno do seu cliente que estará satisfeito com o serviço prestado.

O gráfico 5 informa que todos os pesquisados consideram o Contador prestador de serviço um profissional competente e prestativo no exercício de suas atribuições.

Gráfico 5 – Contador competente e prestativo

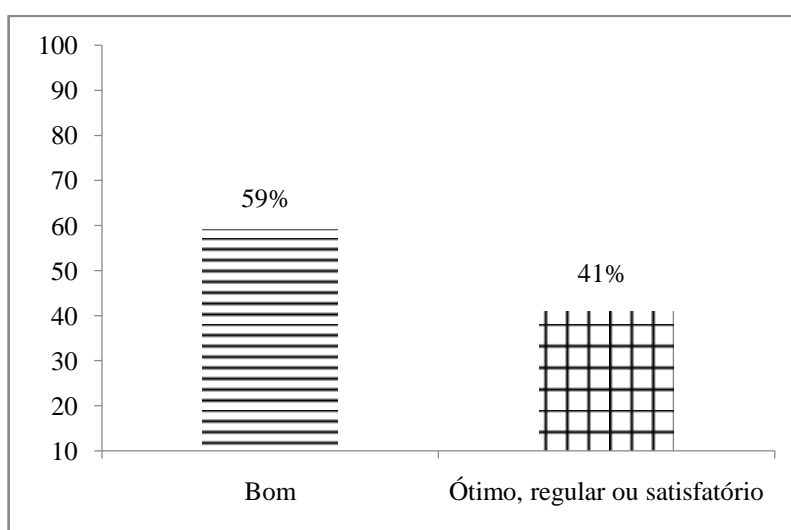


Fonte: Elaborado pelo autor baseando-se em Questionário de pesquisa

Como pode ser observado no gráfico 5, todos os empreendedores pesquisados definem seus contadores como competentes e prestativos o que colabora com a definição de Sá (2006), ao mencionar que um profissional da área da contabilidade que tem conhecimentos sobre vários ramos está mais capacitado ao sucesso do que o que só se limita ao aprendizado contábil.

De acordo com o gráfico 6, 59% de clientes de escritório de contabilidade em Alta Floresta, classificam o serviço prestado como sendo bom.

Gráfico 6 – Nível de satisfação dos clientes com serviços contábeis



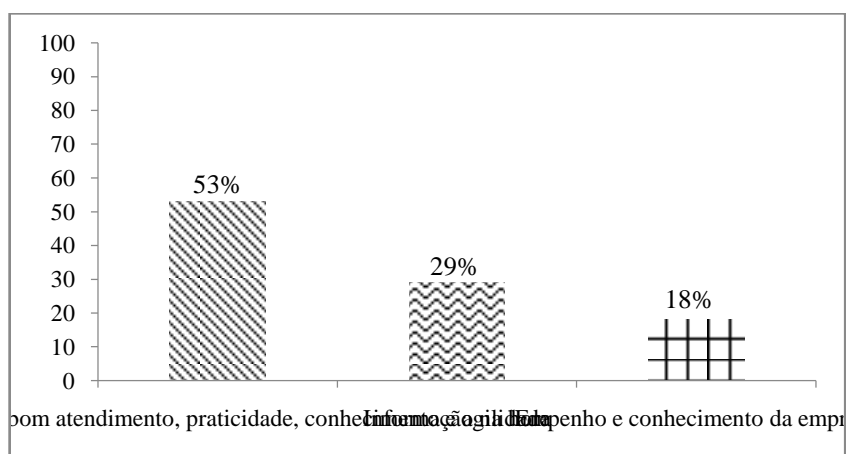
Fonte: Elaborado pelo autor baseando-se em Questionário de pesquisa

Resultados semelhantes para o grau de satisfação dos serviços contábeis foram encontrados por Cintra (2011) com 73,3% e Caneca (2008) com 76% de avaliações positivas.

Conforme Kotler (2000), a tarefa mais importante de uma empresa é ter clientes e para isso é necessário satisfazê-los. Conforme o gráfico, o nível de satisfação mais escolhido dentre os empreendedores pesquisados foi considerado bom.

Para Johnston (2001), a satisfação e a fidelização do cliente estão relacionadas proporcionalmente. Ou seja, uma depende da outra e são equivalentes para o sucesso de qualquer profissão ou empreendimento.

O gráfico 7 permite verificar que, para 53% dos pesquisados, fatores como: informação, bom atendimento, praticidade, conhecimento e agilidade, são fundamentais para um serviço ser de qualidade.

Gráfico 7 – Qualidade do serviço

Fonte: Elaborado pelo autor baseando-se em Questionário de pesquisa

Qualidade é um dos vocábulos mais divulgados na sociedade e principalmente nas empresas (CARPINETTI, 2010), porque o comprometimento e o aperfeiçoamento de qualquer serviço pode ser o diferencial inclusive na área contábil. Para que isso seja possível, o ramo da contabilidade esta se modificando com o intuito de atender a ausência de informações por parte dos clientes (IUDICIBUS, MARTINS e CARVALHO, 2005). E tem se destacando por ser considerado um mecanismo de informação que influencia totalmente nas decisões da equipe gestora (NASI, 1994).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo tem como tema a qualidade dos serviços contábeis prestada pelos contadores às pequenas/médias empresas (me) estabelecidas no município de Alta Floresta-MT, tendo como objetivo verificar se os escritórios de contabilidade estão conseguindo suprir as necessidades de seus clientes, auxiliando na tomada de decisão e não somente atendendo as necessidades que são exigidas por lei.

O estudo se justificou pelo interesse no conhecimento acerca da qualidade dos serviços prestados, visando também, contribuir com a bibliografia acadêmica, visto que o tema escolhido, por ser atual, é um tanto escasso no que tange ao material bibliográfico e também como fonte de pesquisa para as partes interessadas como os prestadores de serviço contábil e as empresas que adquirem este trabalho. Portanto, constatou-se com os dados obtidos através do questionário respondido por 17 empresas que as mesmas valorizam seus contadores.

Percebeu-se também que as organizações estão satisfeitas com a atividade contábil prestada e que buscam fatores como agilidade e informação na qualidade do serviço.

Ao finalizar esse trabalho foi possível averiguar que a única limitação encontrada para realizar essa pesquisa foi as referências bibliográficas desatualizadas, ou seja, é necessário que o ramo contábil faça mais pesquisas e divulgue os dados que são de extrema importância para a sociedade e para a valorização da profissão.

Portanto, recomendam-se futuras pesquisas a cerca do tema a fim de realizar um levantamento em todas as empresas do município de Alta Floresta-MT para montar uma análise do perfil e características dos empreendedores e a relação destes com o serviço contábil fornecido.

THE QUALITY OF ACCOUNTING SERVICES PROVIDED BY THE COUNTERS TO THE MEDIA COMPANIES (ME) ESTABLISHED IN THE MUNICIPALITY OF ALTA FLORESTA-MT

Currently the constant pursuit of service providers in the accounting areas urges the satisfaction of the needs of both customers and businesses. In order for the counters to achieve their goals, it is essential to provide services with quality, efficiency and effectiveness. In this work, 17 questionnaires were applied to midsize businesses that have as trade activity, headquartered in the municipality of Alta Floresta-MT. The questionnaires are aimed at verifying the level of quality of the accounting service provided to entrepreneurs and their opinion regarding the usefulness of these services to this sector. This research aims to verify that the accounting offices are offering a quality service, assisting in decision-making and not only the needs required by the current legislation. The data has been tabulated according to the information obtained by the surveyed. The results can be verified that accounting offices are attending and assisting their customers in a satisfactory manner. In addition to considering the competent and helpful accountant, seeking agility and convenience in the services offered.

Keywords: Accountant. Quality. Service.

REFERÊNCIAS

ATHAYDE, Márcia; MARTINS, Gilberto de Andrade. Educação empreendedora em contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, DF, v. 193, 2012.

BATISTA, M. C. L. K. G. **Fidelização de clientes**. Monografia (Pós graduação em Gestão Empresarial). Faculdade Integrada AVM, Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2012. 46f.

BORGES, C, FILION, L. J, SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **Revista De Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, Edição Especial, 2008.

CANECA, Roberta Lira. **Oferta e procura de serviços contábeis para micro, pequenas e médias empresas**: um estudo comparativo das percepções dos empresários e contadores.

2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília - UNB, Brasília, 2008.

CASAS, Alexandre Luzzi Las. **Excelência em atendimento ao cliente**. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.

CINTRA, Jackson Bruno Jacinto. **Um estudo sobre a importância da contabilidade gerencial sob a ótica de gestores de micro e pequenas empresas de Cachoeirinha-PE**. 2011. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Faculdade Vale do Ipojuca - FAVIP, Caruaru, 2011.

CROSBY, Philip. B. **ISO 9000: além da certificação**. São Paulo: Philip Crosby Associates, 2001.

DANCEY, Christine; Jhon Reidy, Junior. **Estatística sem matemática para psicologia: usando SPSS para Windows**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

ELEUTÉRIO, Sueli Aparecida Varani. Uma avaliação com clientes internos. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 9, n. 3, jul./set., 2002.

FERREIRA, Vagner Paz. **O perfil do profissional contábil exigido pelo mercado de trabalho**. 2013. 59 f. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis). Curso de Ciências Contábeis. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2013.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOROVITZ, Jacques. **Qualidade de serviço**. São Paulo: Nobel 1993.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Teoria da contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997. Jusbrasil. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/126558/decreto-lei-9295-46>>. Acesso em: 24 ago. 2017.

JOHNSTON, R. Linking complaint management to profit. **International Journal of Service Industry Management**, v. 12, n. 1, pp. 60-69, 2001.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LIMA, João. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro, v. 12, n.1, p.9, jan./abril, 2007.

LIMA FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e jovens empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 24, p. 246-277, 2009.

LONGENENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Pearson, 2004.

MOTTA, J. P, TREVISAN, M. **Perfil de empreendedores: associação de jovens empresários de Santa Maria/RS**. SEMEAD, 7, 2003, São Paulo, SP. Anais... São Paulo, 2003.

NASI, A. A contabilidade como instrumento de informação, decisão e controle de gestão. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do RS**, Porto Alegre, n.77, abr./jun. 1994.

RIBEIRO, Jorge Alberto Pérez. **A conduta Ética do Contador**. v.1, n.2, p.65-75, 2002. Natal.

ROCHA, Cícero A. **O Empreendedor e a contabilidade**. 2014. Disponível em: <http://www.valdecicontabilidade.cnt.br/editoriais/empreendedor_e_contabilidade.php> Acesso em: 25 nov. 2017.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágios e de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

SÁ, Antônio Lopes de. **Teoria da contabilidade**. 4.Ed. São Paulo, Atlas, 2006.

SÁ, Antônio Lopes. **Contabilidade geral**. São Paulo: Nacional, 2009.

SANTOS, José Luiz dos et. al.. **Teoria da contabilidade: introdutória, intermediária e avançada**. São Paulo: Atlas, 2007.

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, Wilson Thomé Sardinha. **História do pensamento contábil**. 1.ed. ano 2996. 4 tir. Curitiba: Juruá, 2009.

TOBIAS, Luciana Maria Michel. **O perfil do profissional de Contabilidade à luz das demandas de mercado**. In: XIX ENCONTRO ANUAL DE INSCRIÇÃO CIENTÍFICA, 2010. Disponível em: <<http://anais.unicentro.br/xixeaic/pdf/1166.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2017.

TOFOLI, Eduardo Taraoka. Gestão da qualidade em serviço: a busca por um diferencial pelas empresas de pequeno porte do setor supermercadista da região nordeste paulista. **GEPROS – Gestão da Produção, Operação e Sistemas**, ano 2, v. 4, 2007, p. 139-150.

VIEIRA, Maria das Graças. **A ética na profissão contábil**. São Paulo: Thomson IOB, 2006.

ZOUAIN, Deborah Moraes; OLIVEIRA, Fatima Bayma De; BARONE, Francisco Marcelo. Construindo o perfil do jovem empreendedor brasileiro: relevância para a formulação e implementação de políticas de estímulo ao empreendedorismo. **Rev. Adm. Pública**, v.41, n.4, 2007.

