

## QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DOS ESCRITÓRIOS DE CONTABILIDADE COMO UM DIFERENCIAL

### QUALITY IN THE SERVICE OF ACCOUNTING OFFICES AS A DIFFERENTIAL

Fabio Junior dos SANTOS<sup>1</sup> Lauriano Antonio BARELLA<sup>2</sup> Mirela Karla Leite Soares  
CECONELLO<sup>3</sup> Elvio Antunes SOBRAL<sup>4</sup>

Recebido em 20 de fevereiro de 2019; Aceito em 30 de abril de 2019; Disponível *on line* em 15 de julho de 2019

**Resumo:** Com o mercado cada vez mais competitivo, as empresas, no momento atual, buscam por qualidade como um diferencial, visto que, atualmente, os clientes estão cada vez mais exigentes na avaliação da prestação de serviços, ou seja, faz-se necessário prestar um serviço que gere satisfação e, acima de tudo, fidelização à pessoa que o contratou. O principal objetivo deste trabalho, portanto, foi conhecer a percepção dos gestores das pequenas e médias empresas do município de Alta Floresta - MT em relação à qualidade dos serviços prestados pelos Contadores. Para tanto, neste estudo, empregou-se pesquisa de caráter qualitativo e exploratório, tendo como instrumentos e fontes, respectivamente, questionários e revisão de literatura. No caso da pesquisa de campo, as questões de alternativas abertas e fechadas foram aplicadas em 23 (vinte e três) empresas de diversos ramos de atividade, devidamente escolhidas pela amostragem probabilística. Após verificação dos resultados, constata-se que os escritórios de contabilidade prestam um serviço de qualidade, aprovado pelos clientes pesquisados, capaz de gerar satisfação e evidenciando o quanto é importante o empenho dos profissionais de contabilidade na prestação de serviços à sociedade Alta Florestense.

**Palavras-chave:** Qualidade; Satisfação; Serviços Contábeis.

**Abstract:** With the market becoming increasingly competitive, companies, at the moment, seek quality as a differential, since, currently, customers are increasingly demanding in the evaluation of service delivery, in other words, it is necessary to lend a service that generates satisfaction and, above all, loyalty to the person who hired it. The main objective of this paper, therefore, was to know the perception of managers of small and medium-sized companies in the municipality of Alta Floresta-MT in relation to the quality of the services provided by the accountants. Therefore, in this study, a qualitative, exploratory and explanatory research was used, having as instruments and sources, questionnaires and literature review. In the field research case, the questions of open and closed alternatives were applied in 23 (twenty three) companies from different fields of activity, duly chosen by probabilistic sampling. After verifying the results, it is verified that the accounting offices provide

<sup>1</sup> Egresso em Ciências Contábeis da Faculdade de Alta Floresta (FAF).

<sup>2</sup> Graduado em Ciências Contábeis pela União das Faculdades de Alta Floresta (2002). Pós graduado em Auditoria e Perícia pela Faculdade AJES - Faculdade do Vale do Juruena, 2006. Mestre em Ambiente e Desenvolvimento pela UNIVATES - Universidade do Vale do Taquari - RS (2014). Doutorando em Ambiente e Desenvolvimento pela UNIVATES. Professor Universitário na Faculdade de Direito de Alta Floresta - FADAF, onde ministra as disciplinas de: Contabilidade Ambiental, Pesquisa e desenvolvimento Contábil, Contabilidade de Custos e Contabilidade Geral. Consultor de empresas.

<sup>3</sup> Graduada em Ciências Contábeis pela União das Faculdades de Alta Floresta (2000). Especialista em MBA Gestão Tributária e em Pedagogia empresarial. Atualmente é professora da Faculdade de Direito de Alta Floresta e Funcionária pública estadual concursada como Agente de administração fazendária na Secretaria de Estado de Fazenda, lotada na Agência Fazendária de Alta Floresta-MT. E-mail: mirela.ceconello@sefaz.mt.gov.br

<sup>4</sup> Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Paranaense (2008). Especialista em MBA em Planejamento Tributário. Atualmente é professor da Faculdade de Alta Floresta. Tem experiência na área de Ciências Contábeis.

a quality service, capable of generating satisfaction, being approved by the clients surveyed, evidencing how important is the commitment of the accounting professionals in providing services to the Alta Floresta society.

**Keywords:** Quality; Satisfaction; Accounting Services.

## 1 INTRODUÇÃO

A competitividade que o mercado impõe, na atualidade, exige que os escritórios de contabilidade invistam mais em qualidade e demonstrem domínio nos serviços prestados, pois os clientes estão mais exigentes quando contratam um serviço, portanto, a instituição tem que, cada vez mais, se adequar e inovar seus conhecimentos com ideias novas para atender melhor seu público alvo com um padrão de excelência. Na opinião de Piazza (1999, p. 9), “ter um empreendimento hoje ou buscar um lugar no mercado de trabalho exigem conhecimento, domínio e sintonia com o moderno e capacidade de perceber erros. O período de amadorismo chegou ao fim, pois quem não tem qualidade é aniquilado”.

Assim, na atualidade, há preocupação, no meio da contabilidade, em se buscar mecanismos para melhorar ainda mais as prestações de serviços contábeis em escritórios. O intuito é atingir um padrão de excelência capaz de atender às necessidades do seu público alvo. Sabe-se que, quando isso acontece, é possível a satisfação e a fidelização, podendo garantir novos e permanentes negócios com empresários. Anderson, Fornell e Rust (1997) afirmam que a retenção e a satisfação dos clientes garantem renovações futuras, diminuindo os custos relacionados aos serviços que utilizaram.

Visto que a diminuição de custo é um fator importante para os empresários do país diante do momento que se vivencia, em que grande parte das empresas não estão conseguindo evoluir com suas atividades devido à crise econômica, a contabilidade se apresenta enquanto possibilidade às empresas, com suas ferramentas de relatórios e demonstrativos

para apresentar onde o empresário pode diminuir seus custos.

Portanto, ainda se percebe o quanto é importante os profissionais de contabilidade oferecerem serviços que possam auxiliar as empresas na tomada de decisões corretas, no sentido de auxiliar na obtenção de resultados positivos, gerando satisfações aos clientes, para que eles sobrevivam no mercado, pois isso agrega valores e fortalece ainda mais a prestação de serviço que foi realizada.

Assim, serviços contábeis de qualidade, diante da atual conjuntura, são um fator importante, essencial e determinante para o sucesso do empreendimento contábil. Portanto, o escritório prestador de serviços tem que se atentar às necessidades do seu público alvo, entendendo o cliente em suas necessidades, para atingir suas expectativas. Nesse sentido, diante da competitividade do mercado contábil, somado às suas peculiaridades, interessa saber qual a percepção dos clientes de Escritórios de Contabilidade acerca da qualidade da prestação de serviços, e ainda: I) verificar se os clientes estão satisfeitos com o serviço contábil desempenhado pelo escritório; e, II) analisar se os serviços prestados em escritórios de contabilidade atendem às necessidades de seus clientes.

O estudo se realizou com base em abordagem qualitativa-exploratória-explicativa, na perspectiva de pesquisa de campo, envolvendo um universo de 840 (oitocentas e quarenta) empresas, de diversos ramos de atividades, estabelecidas no comércio do município de Alta Floresta - MT, sendo que, desse total, foi feita uma escolha aleatória, resgatando a pesquisa em 23 (vinte e

três) empresas, representando, portanto, 3% do universo.

Os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado com 10 (dez) questões, sendo 7 (sete) do tipo múltipla escolha e 3 (três) abertas. Após a coleta, os dados foram tabulados em percentuais. Em seguida, utilizou-se o programa Excel de Planilhas Eletrônicas para fazer a concretização dos dados pesquisados, os quais foram expostos na pesquisa com os resultados obtidos junto aos empresários pesquisados.

## **2 A QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÁBEIS**

A qualidade é algo que satisfaz o cliente e atende suas necessidades, buscando resolver o problema demandado. Segundo Las Casas (2004), a qualidade em serviço é a capacidade de resolver um problema ou proporcionar benefício, pois tende a satisfazer uma necessidade do cliente, resolver o problema e fornecer vantagens a quem o está recebendo.

Em relato, Atkinson, Banker, Kaplan e Young (2011) mencionaram que a qualidade é um fator extremamente importante, pois é algo em que o cliente espera ser atendido de maneira que favoreça o que ele necessita no momento, porque realmente todos esperam receber por aquilo que pagam.

Portanto, para obter sucesso em um serviço de qualidade, um dos quesitos é conhecer o cliente, visto que, quando a empresa prestadora de serviço tem esse conhecimento, facilita o desenvolvimento das atividades, pois, a partir desse ponto, cria-se um vínculo com ambas as partes e faz com que se entregue um trabalho com a qualidade que o cliente espera, pois as informações são passadas de maneira eficiente. De acordo com Atkinson, Banker, Kaplan e Young (2011), é importante as empresas prestadoras de serviço conhecerem seus clientes no sentido do que realmente almejam, para não correrem o risco de prometer algo diferente do que eles queiram receber.

Para Keller e Kotler (2006), o serviço, quando atende à expectativa do cliente naquilo esperado, tende a produzir uma satisfação, podendo, com isso, levar à contratação novamente daquele trabalho quando assim necessitar. E, no momento atual, em que empresas estão encerrando suas atividades dado às consequências da crise econômica e política do país, se torna essencial que os prestadores de serviços possam ajudar os empresários a tomarem decisões corretas para poderem superar a crise atendendo às expectativas. Kotler e Armstrong (2007), nesse sentido, afirmam que um dos motivos de envolver mais o cliente e a empresa é focar em qualidade na prestação de serviço, pois, a partir desse princípio, pode-se ter mais credibilidade com os clientes e a confiabilidade nos serviços, pois gera satisfação em os quem recebe.

Argumenta Las Casas (2009) que a qualidade é algo com que as empresas vêm se preocupando cada vez mais através de apresentação de bons serviços, para que possam fidelizar seu cliente, para obter os resultados esperados. Nesse sentido, no caso específico do escritório de contabilidade, entende-se que não é diverso das demais empresas, pois qualquer serviço de qualidade gera uma satisfação no cliente, porque é algo que ele espera receber e isso acaba atendendo suas expectativas.

Em relato, Vitoriano (1999) afirma que um serviço de qualidade encanta clientes e certamente o faz felizes, em razão das melhorias permanentes e contínuas proporcionadas pela informação gerada ao mesmo. Contudo, é fundamental que o escritório de contabilidade esteja preparado tecnicamente para ter condições de atender sua clientela; portanto, o contador necessita realmente deter competências e habilidades profissionais suficientes para fazer frente à demanda de exigências de seus clientes, a fim de satisfazê-los. Assim, conhecer quem é o público alvo que o escritório tem que atender e compreender a sua percepção acerca dos serviços prestados são aspectos fundamentais.

De acordo com Green (1995), a satisfação do cliente está relacionada ao resultado que ele espera receber do escritório, portanto, é fundamental conhecer quem é o público alvo para poder fazer essa integração e melhorar o atendimento.

Falando em satisfação, é um quesito que os clientes esperam receber no sentido do desempenho esperado pelos serviços visando a atender suas expectativas. Segundo Kotler (1998, p. 53), “satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo um serviço (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa”. Portanto, a satisfação do empresário vem através do resultado que ele obtém na prestação que ele recebe, ou seja, quando atende suas expectativas, o objetivo daquele serviço é alcançado.

Portanto, para fidelizar o cliente, o escritório de contabilidade tem que estar sempre padronizando a excelência na qualidade dos serviços que oferece para seu público, que possa cada vez mais atender melhor as empresas, visto que, quando isso acontece, gera um cliente fiel, retornando sempre em busca daquele serviço quando precisar, pois sabe que seus problemas foram resolvidos.

A qualidade no serviço é um direcionador que deixa as empresas mais competitivas, de forma que as faz sobreviver no mercado atual, para isso, as prestações de serviços têm que dar um parecer satisfatório ao cliente, fazendo com que ele esteja sempre disposto a procurar nos serviços futuros e se fidelize a esse escritório. Segundo Kotler e Armstrong (2009, p. 477): “Clientes muito satisfeitos produzem diversos benefícios para a empresa. Clientes satisfeitos são menos sensíveis aos preços, falam bem da empresa e de seus produtos a outras pessoas e permanecem fiéis por um período mais longo”.

A fidelização é um fator muito importante para o escritório de contabilidade, pois, mantendo uma carteira boa de clientes, possivelmente se dá crescimento das prestações de serviços, pois eles sempre irão

estar dispostos a trazer mais serviço à instituição pelo nível de confiabilidade dos serviços prestados.

O conceito de fidelidade significa que os clientes continuam a comprar de uma empresa porque acreditam que ela tenha bons produtos ou serviços. Não a abandonam e, muito pelo contrário, estão geralmente dispostos a cooperar. (LAS CASAS, 2008, p. 28).

Portanto, se faz necessário que o escritório de contabilidade fidelize seus clientes para criar um vínculo com as prestações de serviço que recebem, visto que, quando isso acontece, gera uma satisfação ao empresário e também traz confiança às pessoas que recebem o serviço, pois sabem que cliente fiel sempre estará cooperando com o escritório que faz o trabalho com qualidade.

### 3 RESULTADOS

Esta seção está dividida em três subseções, sendo que, na primeira, apresenta-se o perfil dos pesquisados; na sequência, mostram-se as percepções dos clientes quanto às prestações de serviços dos escritórios de contabilidade; e, na terceira e última seção, abre-se espaço para exposição das opiniões decorrentes de perguntas abertas.

#### 3.1 PERFIL DOS PESQUISADOS

A presente pesquisa relata que, dos 23 entrevistados, 56,52%, ou seja, a maioria, são do gênero masculino. Em nível nacional, percebe-se que, nos últimos anos, o desemprego das mulheres veio aumentando; reflexo disso foram os dados levantados na pesquisa. “Incrementa-se, nessa última década, o desemprego feminino, indicando que o aumento de postos de trabalho para mulheres não foi suficiente para absorver a totalidade do crescimento da PEA feminina População Economicamente Ativa”. (HOFFMANN; LEONE, 2004). Portanto, com esse índice, no município pesquisado não foi diferente; em



reflexo mostrou na pesquisa e também confirmou que os homens ainda estão com os cargos superiores como gerentes, gestores e diretores. Isso demonstra uma desigualdade no nível de salários entre ambos, ou seja, a grande parte das mulheres, levando em consideração o mercado contábil, está dentro do escritório, submissa aos homens. Demonstra, ainda, que as mulheres estão ocupando novos espaços de trabalho, nos quais suas características são similares às dos homens, mas ainda permanecem submetidas a uma desigualdade de escalão no mercado de trabalho na área contábil (BRUSCHINI; PUPPIN, 2004).

No que diz respeito à faixa etária, constata-se que a maioria dos entrevistados se encontra com idade entre 20 e 40 anos, o que representa um percentual de 83%. Percebe-se que, na atualidade, as pessoas mais jovens estão sempre atuando à frente de um negócio, visto que grande parte das empresas está apostando na juventude capacitada para tomar conta dos cargos que exigem mais responsabilidade dentro das empresas; e no meio contábil também vem acontecendo muito isso, pois, dos recém formados, grande parte ingressa ao mercado de trabalho e tem novas ideias e conhecimentos atualizados do meio contábil que vai exercer, e isso ajuda a crescer nos seus âmbitos de trabalhos.

Em relação à escolaridade, os resultados revelam que a maioria dos entrevistados, isto é, 86%, são graduados, demonstrando que as empresas estão sendo gerenciadas por líderes com formação advinda de ensino superior. Isso mostra que, na atualidade, grande parte das pessoas está se capacitando, pois, dentro da pesquisa mesmo, há a um reflexo dizendo quanto às exigências das empresas em questão de formação, ou seja, parte delas está optando por pessoas capacitadas para exercer os cargos maiores e de responsabilidade.

Referindo-se a essa pequena amostragem, neste estudo, percebe-se que cada vez mais há uma exigência do mercado de trabalho e isto demonstra a competitividade entre os profissionais que estão atuando nas empresas, pois, com o passar dos tempos, fez

com que os profissionais buscassem novos conhecimentos e novas técnicas para aplicar no seu trabalho, para gerar mais credibilidade aos clientes e trazer resultados satisfatórios.

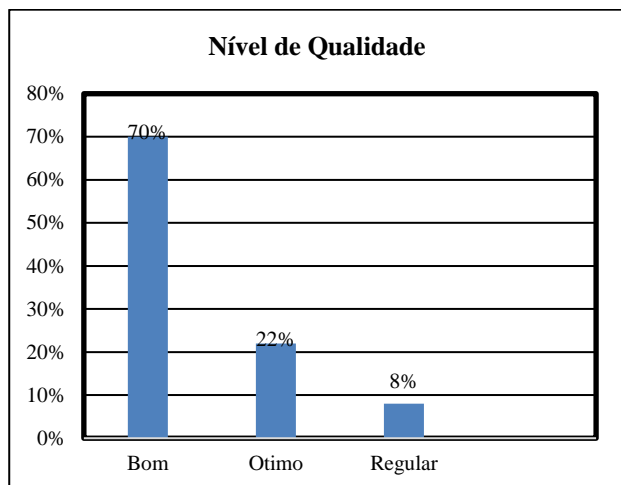
### 3.2 RESULTADOS DAS QUESTÕES ABERTAS

De acordo com as opiniões dos empresários ao avaliarem os serviços prestados pelos contadores, grande parte disse que recebem um atendimento eficiente e excelente e que esse serviço tem agilidade e qualidade. Segundo Dalledonne (2008), nesses tempos de grande competitividade no mercado, um bom atendimento ao cliente está além de um sorriso no rosto. O bom atendimento ao cliente é uma combinação entre os elementos: qualidade, eficiência, custo do produto, distribuição e rapidez; isso, dentro do escritório de contabilidade, é muito importante, pois se sabe que um serviço com eficiência gera uma satisfação ao cliente e proporciona a qualidade. Segundo Albrecht (1992, p. 24), proporcionar qualidade total em serviços é “uma situação na qual uma organização fornece qualidade e serviços superiores a seus clientes, proprietários e funcionários”.

Sobre o nível de satisfação dos serviços contábeis prestados pelos escritórios de contabilidade estabelecidos em Alta Floresta, a pesquisa revelou que 57% dos empresários disseram que são bons, sendo que, para 26%, tais prestações de serviços se enquadram como ótimas. O restante dos percentuais ainda considera as prestações de serviços regulares. Ou seja, 83% afirmam estarem satisfeitos com os serviços oferecidos e prestados pelos contadores. Isso relata que os profissionais estão executando os trabalhos da forma que os clientes estão esperando receber, pois os resultados deles têm sido positivos.

Acerca da qualidade dos serviços contábeis em Alta Floresta - MT, a maioria dos vinte e três pesquisados, ou seja, 92% classificaram ora como sendo bom ora como ótimo, conforme se vê no gráfico a seguir.

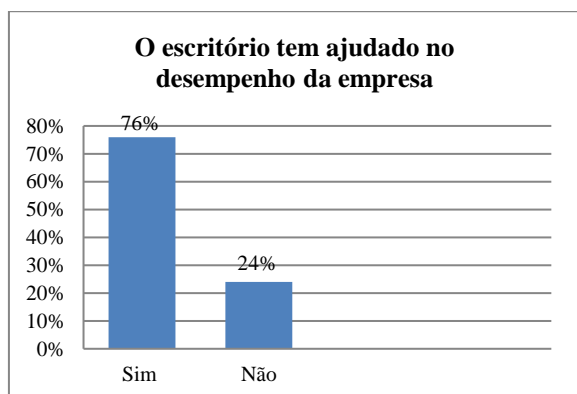
Fonte: Questionário



Fonte: Questionário

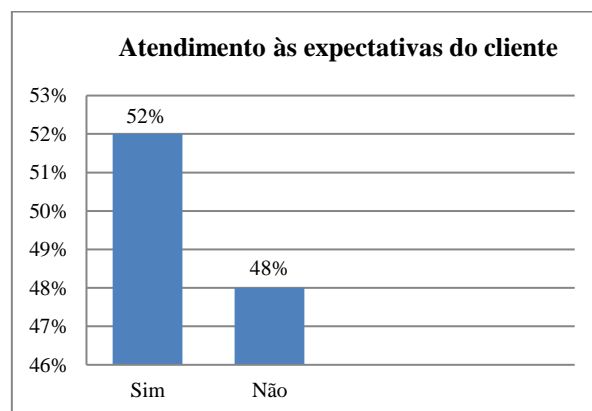
Por meio da pesquisa de campo, verificou-se que os serviços prestados pelos escritórios contábeis têm ajudado no dia a dia empresarial. Segundo a maioria dos empresários, os contadores são eficientes no desempenho de seus trabalhos, uma vez que revelaram que estão tendo auxílio quando solicitado, atingindo um nível de qualidade mediante o atendimento da demanda do seu público alvo. De acordo com Horovitz (1993, p. 22), “um serviço atinge seu nível de excelência quando corresponde à demanda de seu público alvo”. Sendo assim, há excelências nos trabalhos contábeis desempenhados pelos escritórios de contabilidade.

Em relação à utilização das informações fornecidas pelos contadores nas tomadas de decisões das empresas, grande parte dos empresários afirmaram a existência dessa aplicabilidade, conforme apresenta o gráfico a seguir:



Para os pesquisados, os contadores estão cada vez mais eficientes em suas funções, sobretudo no fornecimento de informações passadas para a sua clientela, somadas às orientações aos empresários do município. Sá (2002), juntamente com Marion (2003), afirma que o profissional da Contabilidade deve possuir a função de orientar sua clientela, oferecendo opiniões e direcionamento sobre os negócios da empresa, para que possa auxiliar os diretores nas tomadas de decisões. O contador deve ser um tradutor de informações, capaz de interpretá-las e associá-las ao processo de tomada de decisão. Assim poderá, cada vez mais, ajudar a empresa a crescer e mencionar o bom acompanhamento que os contadores fazem da gestão dos negócios somada ao atendimento das expectativas dos clientes mediante realização das exigências estabelecidas pelos mesmos.

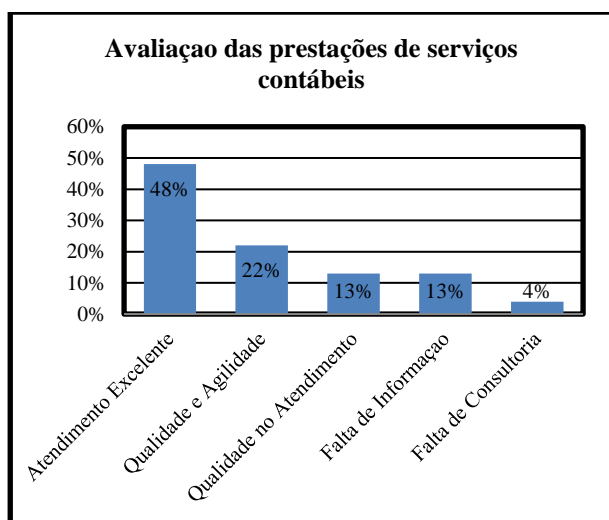
O gráfico a seguir demonstra os dados coletados dos empresários do município de Alta Floresta com relação às prestações de serviços que os escritórios de contabilidade oferecem, e se eles têm atendido às expectativas da comunidade, pois todos que contratam um trabalho esperam um resultado positivo e que traga satisfação, portanto, nos dados a seguir, pode-se acompanhar o que foi relatado pelos entrevistados.



Fonte: Questionário

Os índices apresentados nesse levantamento mostram, em relação aos serviços contábeis, se têm atendido às

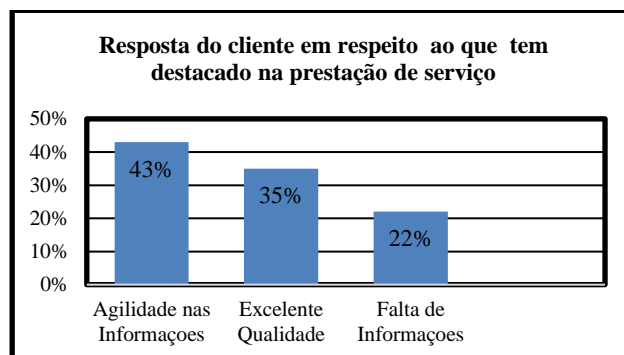
expectativas dos empresários, e a maioria disse que sim, pois os serviços são de qualidade e as informações precisas diante do que eles pedem para fazer, e isso, mais uma vez, afirma o grau de eficiência dos contadores do município nos serviços que eles executam, pois, quando isso acontece, gera uma satisfação e mostra a excelência do atendimento que a organização tem com seu cliente, o que tem superado as expectativas dos empresários do município. Gouvêa et al. (2004) afirmam que a qualidade dos processos e serviços, é definida pelo cliente e corresponde ao grau em que o serviço atende ou supera suas expectativas.



Fonte: Questionário

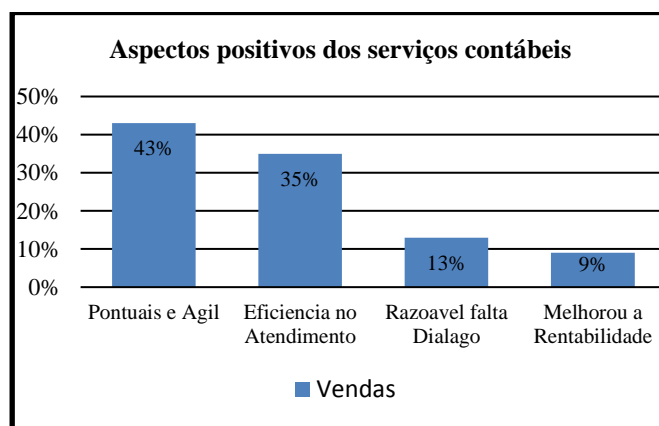
Os índices expostos no gráfico acima, referentes à amostra dos serviços contábeis no que se refere à qualidade, foram relatados os seguintes, se têm atendido às expectativas dos empresários do município, e a maioria das respostas confirma que o atendimento é considerado excelente; e uma outra parte dos pesquisados também aprovou a qualidade e agilidade da execução dos serviços contábeis; esses fatores certamente são motivos que fazem com que os clientes continuem mantendo essas prestações de serviços. Desse diagnóstico, tem-se a confirmação da relação da demanda com a qualidade, a pontualidade de entrega dos serviços e a credibilidade com os clientes, quando promete algo; isso sim traz satisfação aos empresários e os incentiva a

retornarem à procura novamente daquele serviço.



Fonte: Questionário

Distribuições da amostra referente aos serviços contábeis têm atendido às expectativas dos Clientes, pois a maioria das respostas mostrou isto; os empresários expressaram que os Escritórios são pontuais e ágeis; que estão preparados para prestar um serviço de qualidade, não devendo, os Contadores, se acomodarem na profissão, pois a mesma passa por constantes atualizações, assim como, os colaboradores dos Escritórios contábeis estarem qualificados para atenderem o público alvo.



Fonte: Questionário

Diante dos resultados apurados, analisados e demonstrados, verifica-se que os empresários e gerentes das empresas pesquisadas, em Alta Floresta - MT, estão satisfeitos com os serviços recebidos dos escritórios de contabilidade, visto que, no decorrer da pesquisa, já veio mostrando isto, ou seja, em comparação com os gráficos

anteriores, grande parte afirmara a satisfação dos clientes que recebem os serviços contábeis.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo apresentar a percepção dos empresários das pequenas e médias empresas do município de Alta Floresta, em relação à qualidade dos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

Pelos dados levantados, grande parte das empresas entrevistadas está satisfeita com os serviços prestados pelos Contadores, sendo que classificaram os mesmos como sendo ótimo e bom (93% dos empresários), portanto, há uma aprovação dos serviços efetuados pelos escritórios de contabilidade altaflorestenses e isso é importante para a classe contábil do município.

Ademais, os pesquisados informam que os escritórios têm ajudado as empresas nos seus resultados finais, além dos Contadores estarem atendendo mediante serviços prestados às necessidades dos contratantes.

Mas, ainda é bom lembrar que, mesmo com essa afirmação dos empresários, é muito importante os contadores se capacitarem cada vez mais para gerar satisfação ao cliente e, conseqüentemente, sua fidelização; e o Profissional contábil, estando sempre atualizado, propicia informações essenciais para os negócios, ao público que se beneficia dos serviços prestados com clareza, certeza e precisão.

#### REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl; BRADFORD, Lawrence J. **Serviços com qualidade – a vantagem competitiva**. São Paulo: Makron Books, 1992.

ANDERSON, Eugene W.; FORNELL, Claes; RUST, Roland T. Customer satisfaction, productivity, and profitability: differences between goods and services. **Marketing**

**Science**, INFORMS, Catonsville, MD, USA, v. 16, p. 129-145, 1997.

ATKINSON, Anthony; BANKER, Rajiv; KAPLAN, Robert; YOUNG, Mark S. **Contabilidade gerencial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BRUSCHINI, Cristina; PUPPIN, Andrea Brandão. Trabalho de mulheres executivas no Brasil no final do século XX. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 34, n. 121, p. 105-138, jan./abr. 2004.

DALLEDONNE, Jorge. **Gestão de serviços: a chave do sucesso nos negócios**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

GALBRAITH, Jay; LAWLER III, Edward. **Organizando para competir no futuro**. São Paulo: Makron Books, 1995.

GOUVÊA, Maria Aparecida; TOLEDO, Geraldo Luciano; RODRIGUES FILHO, Lino Nogueira. Administração das rodovias do Estado de São Paulo. ANPAD, Rio de Janeiro. **Anais...** 2004.

GREEN, Cyntia. **Os caminhos da qualidade**. São Paulo: Makron Books, 1995.

HOFFMANN, Rodolfo; LEONE, Eugênia Troncoso. **Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade de renda domiciliar per capita no Brasil: 1981 – 2002**. Nova Economia, UFMG, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 35-58, maio-agosto de 2004. Disponível em: <<http://revistas.face.ufmg.br/index.php/novaeconomia/article/view/430>>. Acesso em: 25 set. 2016.

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

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



KOTLER, Philip: **Administração e marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

\_\_\_\_\_; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing: conceitos, planejamentos e aplicações à realidade brasileira**. 1. ed. São Paulo: Atlas 2008.

\_\_\_\_\_. **Marketing**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

\_\_\_\_\_. **Qualidade total em serviços**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MARION, José Carlos. Preparando-se para a Profissão do Futuro. **Portal da Classe Contábil**, [on line], 29 de maio de 2003. Disponível em: <<http://www.classecontabil.com.br/artigos/preparando-se-para-a-profissao-do-futuro>>. Acesso em: 04 set. 2016.

PIAZZA, Adilson. **Qualidade no atendimento**: a chave para o seu sucesso pessoal e empresarial. São Paulo: Nobel, 1999.

SÁ, Antônio Lopes de. Evolução e Futuro da Profissão Contábil. **Bahia**, p. 1-3, 21 de outubro de 2002. Disponível em: <<http://www.ictaba.org.br/>>. Acesso em: 21 out. 2016.