

## **QUALIDADE EM SERVIÇOS CONTÁBEIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO NO MUNICÍPIO DE SOUSA-PB**

Francilene Araujo Silva Tomaz<sup>1</sup>

Descartes Almeida Fontes<sup>2</sup>

### **RESUMO**

As empresas começaram a refletir sobre a implantação da qualidade como forma efetiva nos processos produtivos. O objetivo geral propôs analisar quais os requisitos de satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção, em relação à prestação de serviços contábil na cidade de Sousa-PB. A metodologia utilizada foi composta por técnicas da estatística descritiva. O foco do setor esteve centrado nas empresas do segmento varejista do comércio de materiais de construção. Foi utilizado um questionário com assertivas para detectar a qualidade dos serviços contábeis prestados pelos profissionais de contabilidade. Os resultados apontam que: as informações contábeis elaboradas para o auxílio das decisões dessas empresas, não estão servindo de auxílio como deveriam, visto que apenas 29,2% consideraram muito bom e 33,3% bom. A maioria dos profissionais da contabilidade não está proporcionando às empresas o seu objetivo principal, que é o de gerar informações relevantes para tomada de decisão, fato que pode comprometer a qualidade da prestação do serviço. Foram encontrados 3 fatores: o fator 1 relacionado a confiança, agilidade e interesse em prestar o serviço contábil; o fator 2 relacionado à competência, atualização e ética profissional; e o fator 3 a honorários contábeis e informações elaboradas.

**Palavras-chave:** Serviços contábeis. Qualidade. Comércio Varejista de Material de Construção.

### **ABSTRACT**

Companies began to reflect on the implementation of quality as an effective way in production processes. The general objective was to analyze the satisfaction requirements of companies in the retail sector of construction material in relation to the provision of accounting services in the city of Sousa-PB. The methodology used was composed of descriptive statistics techniques. The focus of the sector was centered on companies in the retail segment of the construction materials trade. A questionnaire with assertions was used to detect the quality of accounting services provided by accounting professionals. The results indicate that: the accounting information prepared to aid the decisions of these companies, are not serving as they should, since only 29.2% considered very good and 33.3% good. Most accounting professionals are not providing companies with their primary purpose, which is to

---

<sup>1</sup> Graduado no Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande Paraiba – UFCG. [francilenejuy@hotmail.com](mailto:francilenejuy@hotmail.com).

<sup>2</sup> Professor da FAFIC – Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Cajazeiras. [profdescartes@gmail.com](mailto:profdescartes@gmail.com).

generate information relevant to decision making, a fact that can compromise the quality of service delivery. Three factors were found: factor 1 related to trust, agility and interest in providing accounting services; The factor 2 related to competence, updating and professional ethics; And factor 3 to accounting fees and information.

**Keywords:** Accounting services. Quality. Retail Sale of Construction Material.

## 1 INTRODUÇÃO

Em um mercado tão competitivo, o sucesso de qualquer profissional depende da qualidade do serviço que estar sendo oferecido. No entanto, a realidade no campo profissional alerta para a necessidade de uma adaptação a um mundo em que os profissionais de contabilidade precisam buscar novos caminhos para que adquiram vantagem competitiva.

Portanto, com o aumento da demanda pela prestação de serviços do profissional contábil, o setor passou por um processo de transformação que tende a ser modificado. Acrescenta-se a isso a concorrência acirrada, que surgiu como um novo elemento a influenciar os profissionais desta área. Com isso, torna-se importante o aperfeiçoamento dos profissionais, para que estes possam mostrar um serviço de qualidade.

Neste sentido, os profissionais da área contábil devem estar em constante atualização, em busca de novos conhecimentos, para aumentar a demanda de ofertas de serviços, em que, cada vez mais, destaca-se a sua importância no crescimento das empresas.

Logo se revela a problemática da pesquisa: a qualidade dos serviços contábeis, podem ajudar as empresas do setor de comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB?

O objetivo geral da pesquisa visa demonstrar a importância da qualidade em serviços contábeis: um estudo nas empresas do setor de comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB.

Ressalta-se ainda a importância dos sistemas de informações contábeis, que são considerados pelos clientes de grande relevância para obtenção da qualidade dos serviços contábeis oferecidos a sua empresa, o qual consiste em preparar, de maneira simples e objetiva, as informações financeiras da empresa necessárias para auxiliar na tomada de decisão. Nesse contexto, o profissional contábil deve além de

prestar informações com qualidade e clareza, explicar aos gestores os aspectos que trazem riscos as empresas, passando o contador a auxiliar de maneira mais benéfica no processo decisório das empresas.

## 1 QUALIDADE EM SERVIÇOS

Qualidade em serviços está ligada à satisfação da necessidade do cliente, que precisa ser direcionada com responsabilidade, coerência, conhecimento e clareza naquilo que está sendo oferecido.

Kotler (2000 apud PELEIAS 2007) ressalta que a qualidade é o grande valor que os usuários esperam dos fornecedores de bens e serviços, pois que no mundo atual muitos consumidores não aceitam e não toleram serviços de qualidade mediana. Para o autor existe uma estreita ligação entre a qualidade do serviço e a satisfação do cliente, já que os serviços que são de qualidade superior resultam em consumidores bem mais satisfeitos.

Na percepção de Bateson e Hoffman (2001, p. 363 apud ROCHA; OLIVEIRA, 2003, P.4):

a qualidade de serviço proporciona uma maneira de obter sucesso entre serviços concorrentes. Principalmente quando várias empresas que fornecem serviços quase idênticos concorrem em uma área pequena, como acontece com bancos, estabelecer qualidade de serviço pode ser a única maneira de se diferenciar.

Percebe-se, então, que a busca pela qualidade nos serviços é o fator decisivo na escolha do cliente, bem como na aprovação ou desaprovação dos serviços oferecidos. Assim, é importante estar atento se o cliente está satisfeito ou não com os produtos ou serviços que estão sendo adquiridos.

Las Casas (2007) afirma ainda que a qualidade é um importante diferencial e, por isso, deve ser constantemente avaliada, pois uma empresa pode conduzir sua avaliação tanto de forma interna, entre os seus funcionários, como também de forma externa, junto aos clientes.

Portanto, evidencia-se a importância de obter qualidade na execução dos serviços de grande relevância, pois a qualidade é o fator decisivo na escolha do consumidor. Atualmente, as empresas têm se mostrado preocupadas em demonstrar um desempenho satisfatório de sua organização a seus clientes, já que visam se manter no mercado com credibilidade.

## 2 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS

### 2.1 AS EMPRESAS DE SERVIÇOS CONTÁBEIS

As empresas de serviços contábeis precisam buscar uma gestão perfeita, procurando sempre qualidade em seus serviços, e, assim, satisfazendo as necessidades de seus clientes. Espera-se do profissional contábil que ele esteja constantemente em formação, buscando novos conhecimentos para aumentar a oferta de serviços e melhorar a qualidade destes.

Verifica-se que as atribuições estão bem focadas na responsabilidade perante o usuário e conseqüentemente a sociedade. Sobre isso, Thomé (2001, p. 21) afirma que as empresas de serviços contábeis precisam ter uma visão holística, pois 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, etc.

Assim, o profissional contábil deve, além de realizar a execução dos serviços contábeis, oferecer assessoria a seus clientes, devendo ter como tarefa essencial orientar e aconselhar os clientes, em busca do gerenciamento do seu patrimônio.

### 2.2 QUALIDADE NAS EMPRESAS DE SRVIÇOS CONTABEIS

Na atual situação do mercado, o diferencial das organizações é a qualidade. Na estrutura da empresa contábil não é diferente, começando com o relacionamento entre cliente e empresa, seu serviço precisa ser de alto padrão. Não é necessário apenas que o serviço prestado seja excelente, mas também que a ligação da organização contábil com o ambiente externo seja o melhor possível. Por isso, o cliente empresarial precisa conhecer a estrutura da empresa contábil, o ambiente de trabalho, os colaboradores e a tecnologia que é utilizada para que haja uma ligação mais duradoura e com perfeição entre ambos (OLIVEIRA, 2008).

Verifica-se, então, que o empresário contábil deve se preocupar com a qualidade dos serviços que estão sendo oferecidos aos seus clientes, procurando manter uma ligação de confiança e credibilidade com os clientes, passando

informações que superem as expectativas dos gestores. Atualmente, os profissionais dessa área vivem momentos de grande expectativa em relação ao mercado de serviços contábeis, já que na era do conhecimento, faz-se necessário buscar novas estratégias em prol da qualificação profissional.

Para a realização dos serviços contábeis com qualidade, é preciso que se tenha conhecimento acerca do serviço em execução. Segundo Thomé (2001) a profissão contábil lida muito com assuntos fiscais, tributários, trabalhistas e previdenciários, e nessas áreas a legislação sofre alterações constantemente. Alterações essas que para serem devidamente entendidas e aplicadas, necessita de decretos que regulamentam portarias, instruções normativas, etc. Dessa forma, surge a necessidade de atualização constantemente, para continuar a orientar corretamente os usuários que estão interessados nas informações contábeis.

Em relação aos produtos e relatórios, a qualidade desses serviços, quando entregues aos clientes ou a repartições fiscais, é de extrema importância para a avaliação na qualidade dos serviços prestados, por ser o resultado final de todo o trabalho executado, e que para o usuário, o trabalho contábil é tão bom quanto a aparência daquele produto que ele tem em mãos

Desse modo, após a realização desta análise, a organização deve propor alterações e adaptação de novas práticas de trabalho, que serão implementadas para que a organização contábil seja bem vista no mercado de trabalho, oferecendo mais qualidade na execução dos serviços contábeis, colocando em prática sua nova concepção.

### 2.3 QUALIDADE NO SISTEMA DE INFORMAÇÃO CONTABIL

A informação contábil com qualidade é aquela que causa clareza ao usuário, ela é esperada e desejada, é uma base onde é avaliada a situação patrimonial da empresa, abrindo alternativas, fornecendo maior confiabilidade e segurança no processo de tomada de decisão. Porém, a qualidade da informação depende muito da confiança do usuário no sistema que a gerou.

Conforme Rossi e Slongo (1998 apud GALLON et al., 2008) vários são os benefícios que são proporcionados pela pesquisa de satisfação dos clientes,

destacando-se o acesso à informações precisas e atualizadas quanto às necessidades dos clientes, podendo, assim, desencadear ações corretivas.

No entanto, para que essas informações sejam consideradas precisas e atualizadas é necessário que o profissional veja se essas informações não contêm erros, pois tais informações, quando passadas ao cliente, são utilizadas como ferramenta de ajuda no processo decisório, e é através dela que o usuário vai fazer um levantamento de todas as ocorrências financeiras ocorridas e analisar se há ou não necessidade de alguma correção.

Assim, o sistema de informação contábil, por gerar dados e informação financeira das empresas, 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.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 OBJETO DE ESTUDO, POPULAÇÃO E AMOSTRA**

A fim de analisar a satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção em relação à qualidade dos serviços prestados pelo profissional contábil, tendo como objeto de estudo desta pesquisa é a área de empresas do setor de comércio varejista de material de construção no município de Sousa-PB.

Segundo Beuren *et al.* (2008) é bastante comum o uso da abordagem qualitativa como tipologia de pesquisa na Contabilidade. Apesar de a Contabilidade lidar intensamente com números, ela é uma ciência social, e não uma ciência exata como alguns pensam, o que justifica a relevância do uso da abordagem qualitativa. Essa tipologia de pesquisa é essencial para o aprofundamento de questões relacionadas ao desenvolvimento da Contabilidade, seja no âmbito teórico ou prático.

#### **3.2 COLETA DOS DADOS**

A presente pesquisa elaborou um questionário para identificar se empresas do setor de comércio varejista de material de construção da cidade de Sousa-PB, estavam satisfeitas com a qualidade prestados dos serviços contábeis.

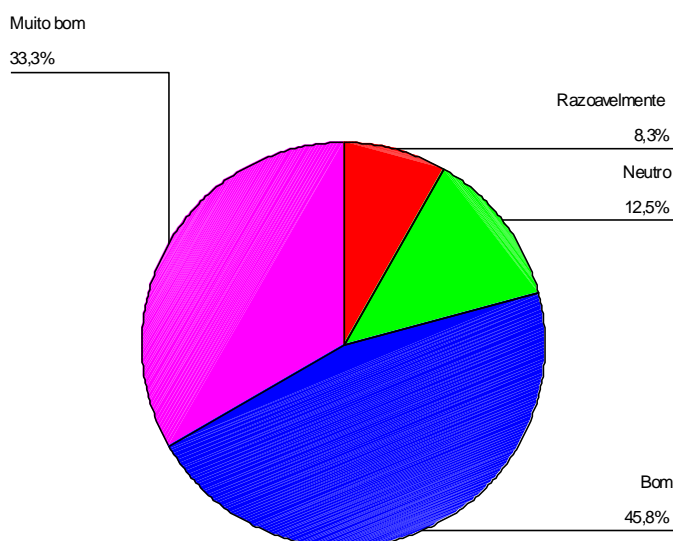
#### **4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Nessa fase, são discutidos os resultados relacionados à qualidade dos serviços contábeis oferecidos pelos profissionais de contabilidade da cidade de Sousa, PB, conforme questionamento direcionado aos gestores do setor em estudo.

O gráfico abaixo mostra o resultado dos entrevistados que foram questionados sobre se os serviços contábeis oferecidos estão atendendo satisfatoriamente às necessidades do seu empreendimento. Verifica-se que 45,8% apontam que os serviços oferecidos pelo profissional contábil é bom, 33,3% é muito bom, 12,5% tem opinião neutra e 8,3% consideraram os serviços como razoáveis.

Os serviços, quando oferecidos, têm o propósito de manter e atrair os clientes, uma vez que maximiza as vendas e os lucros. Os usuários procuram sempre por indicativos de serviços com qualidade, que é o diferencial na avaliação dos clientes. Eis o gráfico a seguir:

GRÁFICO 1 – Satisfação das empresas



Fonte: Pesquisa de Campo.

Foram evidenciadas as opiniões das empresas em relação ao profissional contábil, ou seja, se consideram o profissional atualizado, competente e prestativo para com sua empresa. Sobre isso 37,5% consideram muito bom, 45,8% bom, 8,3% neutros e 8,3% razoáveis. Com este resultado evidencia-se que os clientes mostram-se relativamente satisfeitos com o profissional que controla a gestão financeira de seu empreendimento.

Também foi analisado a opinião dos gestores em relação às informações contábeis, ou seja, se as informações elaboradas estão subsidiando no processo de decisão. Verifica-se a satisfação dos empresários, onde 62,5% demonstram satisfação neste ponto, 33,3% consideram boas as informações, 29,2% muito boas e 29,2% consideram razoáveis.

Outra questão levantada foi em relação à realização dos serviços do escritório de contabilidade, se estão sendo realizados corretamente e com agilidade. De acordo com os dados obtidos, em relação a satisfação dos gestores sobre tais serviços, verifica-se que 54,2% consideram muito bom e 25% bom. Os dados apontam que maior parte dos usuários mostram-se satisfeitos com os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade e apenas 20,8% não demonstraram muita satisfação.

Na questão seguinte foi questionado aos gestores se o contador mantém em dia a movimentação contábil e financeira da empresa. E 58,3% dos entrevistados

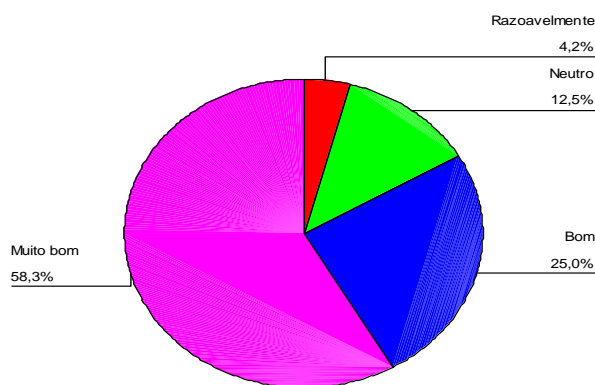


consideram ser muito bom e 25% bom. Este resultado aponta que os gestores das empresas em estudo estão satisfeitos com a movimentação financeira e contábil de seu empreendimento.

Também se procurou saber das empresas se são informadas quando o serviço contábil é concluído, para, assim, poderem acompanhar melhor a movimentação financeira da empresa. Sobre este ponto 50% disseram ser muito bom e 37,5% bom. Esse resultado aponta que as empresas em estudo são muito bem informadas sobre a situação financeira do empreendimento, visto que, quando os serviços são concluídos as empresas são logo comunicadas, para poderem tomar decisões quando necessário.

No Gráfico a seguir apresentam-se os dados que revelam sobre os serviços prestados pelos funcionários do escritório, se transmitem confiança às empresas. No resultado da pesquisa foi visto que 58,3% consideram ser muito bom, 25% bom e apenas 12,5% ficaram neutros.

GRÁFICO 2 – Confiança no funcionário.



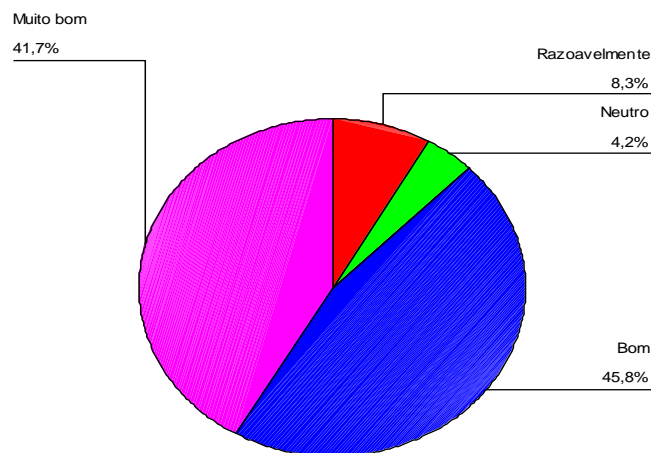
Fonte: Pesquisa de Campo.

Outro fator importante relacionado ao objeto investigado, diz respeito às alterações ocorridas na legislação contábil e fiscal. Foi questionado às empresas se elas são informadas quanto à existência dessas alterações. Verifica-se que as empresas nem sempre são informadas sobre essas alterações. No entanto, os contadores têm a obrigação de, não apenas informar, como também de orientar os gestores em relação às mudanças ocorridas no setor contábil e fiscal. O contador

deve sempre estar em contato com as empresas para a qual presta serviços, deixando-os sempre informados de toda e qualquer alteração ocorrida, facilitando, assim, a interação entre empresa e contador.

Levando em consideração a importância da ética profissional, em qualquer ramo de atividade, foi questionado aos clientes se eles consideram que o contador da sua empresa atende aos propósitos da ética na prática contábil. Sobre isso 41,7% responderam ser muito bom, 45,8% bom, 8,3% razoável e apenas 4,2% ficaram neutros.

GRÁFICO 3 – Ética Profissional



Fonte: Pesquisa de Campo

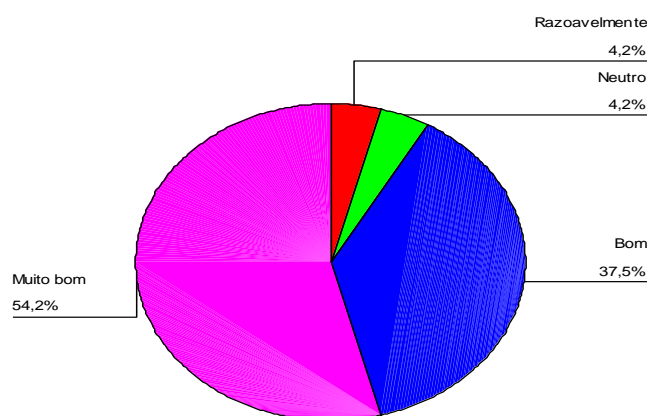
Em relação à prestação do serviço contábil, os entrevistados foram interrogados se o tempo de espera da execução desses serviços estava atendendo às exigências e expectativas da empresa. Quanto a isso 33,3% disseram ser muito bom, 45,8% bom, 8,3% ficaram neutro, 8,3% razoável e apenas 4,2% acham que atende pouco. Esse resultado demonstra que as empresas mostram-se satisfeitas com o tempo esperado na realização dos serviços contábeis.

Outro fator considerado de grande relevância diz respeito aos honorários pagos aos serviços prestados pelo profissional contábil. Evidencia-se se os gestores consideram os honorários pagos ao seu contador compatível com o serviço que é prestado a sua empresa. Sobre isso 41,7% consideram ser muito bom, 41,7% bom, 8,3% neutro, 4,2% razoável e também apenas 4,2% disseram ser pouco,

considerando que os que disseram ser pouco e razoável é devido ao movimento financeiro da empresa ser muito baixo, não necessitando, por isso, de muito esforço na realização de sua contabilidade.

No gráfico abaixo evidencia-se sobre o tratamento que os usuários dos serviços contábeis recebem do profissional contábil e dos funcionários dele, se são tratados de maneira atenciosa por esses colaboradores. O resultado mostra a satisfação das empresas em relação ao tratamento da equipe que lhes prestam os serviços contábeis. 54,2% dos entrevistados consideram ser muito bom, 37,5% bom, 4,2% ficaram neutros e 4,2% consideram razoável. O resultado mostra que os usuários dos serviços contábeis são muito bem tratados, quando procuram o profissional do setor contábil, ou mesmo os seus funcionários, sendo atenciosos e prestativos sempre que solicitados.

GRÁFICO 4 – Tratamento do profissional contábil

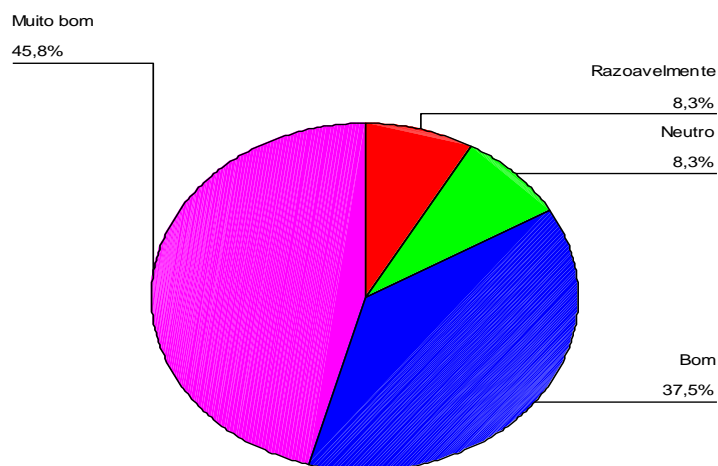


Fonte: Pesquisa de Campo.

No decorrer da pesquisa foram questionados as empresas em análise sobre os funcionários do escritório contábil, se demonstram interesse em solucionar os problemas de seu empreendimento. O gráfico 5 demonstra que as empresas consideram os funcionários do escritório contábil interessados em solucionar os problemas de sua empresa sempre que solicitados. E 45,8% apontam ser muito bom, 37,5% bom, 8,3% neutro e também 8,3% razoável. O resultado aponta para este cenário devido à maioria das empresas de serviços contábeis serem

consideradas pelos seus usuários como sendo organizadas, no sentido de colocar sempre o cliente em primeiro plano, procurando satisfazer suas necessidades na medida do possível.

GRÁFICO 5 – Interesse em solucionar problemas



Fonte: Pesquisa de Campo.

Outra questão de grande relevância apresentada também foi sobre a compreensão das dificuldades enfrentadas pelas empresas as quais prestam serviços o contador e os funcionários de seu escritório. Evidenciou-se que 37,5% dos entrevistados consideram esse ponto muito bom, 45,8% acham bom e 8,3% ficaram neutros. É perceptível, com esse resultado, que os prestadores dos serviços contábeis compreendem bem as dificuldades apresentadas pelos usuários desses serviços, visto que procuram sempre resolver os problemas e as dificuldades apresentadas pelas empresas.

Finalizando, foi verificado se o escritório de contabilidade estabelece estratégias para a empresa. Sobre isso, 33,3% disseram ser muito bom, 29,2% razoável, 20,8% bom, 8,3% neutro e 8,3% pouco. O resultado deste cenário mostra que os contadores deixam um pouco a desejar neste sentido, pois nem todos os profissionais dessa área auxiliam as empresas, atribuindo pontos benéficos e sugerindo aos gestores, para que colaborem para a tomada de decisão.

O profissional contábil deve estabelecer estratégias para os gestores das empresas pra quem presta serviços, sendo um ponto utilizado como diferencial na

competitividade neste setor atualmente. Castro e Sanabio (2005) ressaltam que a profissão contábil evoluiu muito ao longo dos anos, isso devido à evolução do próprio mercado e alterações impostas às empresas de um modo geral. O que faz surgir a necessidade de um profissional contábil estratégico, que participe das decisões da empresa e também procure entender melhor o negócio de que faz parte ou para o qual presta os seus serviços.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No decorrer desta pesquisa procurou-se analisar quais os requisitos de satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção do município de Sousa PB em relação à prestação dos serviços contábeis prestados pelos profissionais deste município, verificando se estes serviços estão atendendo às necessidades destas empresas.

A interpretação dos dados obtidos através dessa pesquisa possibilitou algumas conclusões, que respondem ao problema de pesquisa, exposto anteriormente, com o intuito de facilitar a gestão das mesmas.

Os resultados evidenciados apontam para um certo nível de satisfação, uma vez que, 45,8% apontam que os serviços atendem as necessidades empresariais. Esse resultado mostra que o serviço prestado às empresas em estudo precisam ser melhorados, visto que o profissional contábil tem a função de gerar informações financeiras e patrimoniais, que propiciem uma base segura aos gestores para que, assim, estes possam tomar decisões, se baseando no estado em que se encontra o empreendimento, demonstrado nos dados passados pelo profissional contábil.

Em seguida foi analisado se estas empresas consideram o profissional contábil atualizado, competente e prestativo para com sua empresa. Entende-se que as empresas consideram o profissional bom neste sentido, 45,8%. No entanto, elas mostram que estes profissionais precisam aprimorar-se cada vez mais, não se preocupando apenas em calcular impostos, mas também em mostrar soluções para as dificuldades enfrentadas por estas empresas.

Constatou-se também que as informações contábeis elaboradas para o auxílio das decisões dessas empresas, não estão servindo de auxílio como deveriam, visto que apenas 29,2% consideraram muito bons e 33,3% bom. Ainda denota que a maioria dos profissionais da contabilidade não está proporcionando às

empresas o seu objetivo principal, que é o de gerar informações relevantes para tomada de decisão, fato que pode comprometer a qualidade da prestação do serviço.

Evidencia-se que o profissional Contábil deve ser um parceiro do cliente na gestão da empresa, procurando sempre conhecer o grau de satisfação delas. As informações colhidas revelam que os profissionais contábeis só estão se preocupando em oferecer apenas os serviços obrigatórios, ou seja, o cálculo de impostos, satisfazendo apenas a vontade de um dos seus usuários – o governo, não vendo a relevância que é gerar informações a estas empresas, orientando-as para que possam dispor de um serviço com maior qualidade. Diante desta realidade apresentada, faz-se necessária a conscientização dos profissionais contábeis acerca da necessidade de ofertas destes novos serviços, uma vez que existe uma demanda considerável.

A permanência no mercado de trabalho exige o aperfeiçoamento de conhecimentos, uma vez que são constantes os novos desafios, e, neste cenário, o empresário busca ajuda para facilitar os processos de soluções de problemas e tomadas de decisões. Por isso, há a necessidade desses profissionais contábeis que prestam serviços as empresas em estudo, procurarem adquirir novos conhecimentos, para assim orientá-las melhor, não esquecendo de fazerem visitas com mais frequência a essas empresas, gerando informações relevantes que sirvam de apoio na tomada de decisão destas.

Acredita-se que os resultados aqui apresentados constituem uma importante fonte de informações acerca da visão de um determinado grupo clientes em relação à prestação do serviço contábil, especificamente no segmento em estudo da cidade de Sousa, PB. Fornecem elementos que podem está sendo discutidos e avaliados por profissionais da área e ainda apresenta, portanto, uma contribuição acadêmica – geração de fatores correlacionados ao assunto, que poderá ser utilizada e aperfeiçoada em outros estudos futuros.

Enfim, pretendeu-se com este trabalho também contribuir com o profissional da área contábil, alertando-os para a importância de preocupar-se permanentemente com a qualidade dos serviços prestados, ressaltando a importância dessa qualidade para garantir a sobrevivência da organização no mercado.

## **6 REFERÊNCIAS**

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BEUREN, Ilse Maria (Org.) et al. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

BORINELLI, Márcio Luiz; BEUREN, Ilse Maria. **Contabilidade e ciclo de vida organizacional: uma contribuição recíproca**. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília: Revista do Conselho Federal de Contabilidade, n. 140, p. 33-47, Mar/Abr/2003. BRASIL. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor**. Brasília, 2006.

CARVALHO, J. R. M. de. et al. **Determinando Padrões de Qualidade dos Serviços Contábeis no Setor de Comércio: Uma Aplicação Utilizando a Análise Fatorial**. In: Anais do II Seminário UFPE de Ciências Contábeis. Recife, PE, 2008.

CASTRO, Gisele de Souza; SANABIO, Marcos Tanure. **O profissional de contabilidade e as micro e pequenas empresas-MPE's: mudanças e posicionamento**. Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 4. 2005, Curitiba, Anais, 2005, p. 1356-1370.

GALLON, Alessandra Vasconcelos et al.. **Avaliação da importância dos atributos e a satisfação dos clientes de supermercados do médio vale do Itajaí-SC**. Revista Brasileira de Gestão de negócios. São Paulo, v.10, n.27, p. 150-160, abr./jun. 2008.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi . **Marketing de serviços**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Hermeliano de. **Marketing do escritório contábil**. Joinville/SC, Ago. 2008. Disponível em <http://www.classecontabil.com.br/servlet.art.php?id=1690&query=>. Acesso em 29.11.2013.

PAIVA, Simone Bastos. **O processo decisório e a informação contábil: Entre objetividades e subjetividades**. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília: Revista do Conselho Federal de Contabilidade, n. 123, p. 76-82 Mai/jun/ 2000.

PELEIAS, Ivam Ricardo et al. **Marketing nos escritórios de contabilidade do estado de São Paulo**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios. São Paulo, v.9, n.23, p.61-77, jan./abr. 2007.

SOUZA, Antonio Carlos de; FIALHO, Francisco Antonio Pereira; OTANI, Nilo. **TCC: Métodos e Técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.