

**Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis: Um estudo com micro e pequenos empresários da cidade mineira de Uberlândia**

**Level of satisfaction regarding accounting services: A study with micro and small entrepreneurs in the city of Uberlândia**

Erika Rodrigues dos Reis<sup>1</sup>  
Geovane Camilo dos Santos<sup>2</sup>  
Marcelo Tavares<sup>3</sup>

**RESUMO:** Esta pesquisa buscou identificar a satisfação dos micro e pequenos empresários, associados ao Grupo Empreender da cidade de Uberlândia, quanto aos serviços prestados pelos contadores externos. O estudo justifica em orientar e auxiliar os pretendidos contadores, quanto à importância da prestação de um bom serviço contábil, além de orientar os micro e pequenos empresários dos principais serviços que devem ser prestados pelos profissionais contábeis. Para a coleta de dados foi aplicado 60 questionários aos micro e pequenos empresários associados ao Grupo Empreender, sendo validados 54 questionários, porém para a comparação das médias foi utilizado apenas 41, em decorrência de 13 empresários não possuem contadores. Como estatística utilizou-se a estatística descritiva, o teste de Kolmogorov-Smirnov para averiguar a normalidade, e em decorrência da não existência de normalidade utilizou-se o teste de Mann-Whitney, para comparar a satisfação de cada serviço contábil com o tamanho da empresa e o teste de Kruskal-Wallis para a comparação do tempo de funcionamento das organizações com a satisfação dos serviços. Identificou-se que os empresários possuem maior satisfação no relatório de Folha de Pagamento, já o Plano de Negócios e o Plano de Expansão de Preços de Vendas demonstraram-se menos satisfeitos. O Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício, o Livro Caixa e o Relatório de Faturamento ficaram com uma satisfação mediana. Contudo se percebe a necessidade dos contadores manterem uma relação de proximidade com os micros e pequenos empresários, para ocorrer uma melhor troca de informações para a tomada de decisão.

**Palavras-chave:** Micro e Pequenas empresas. Satisfação. Serviços contábeis.

**ABSTRACT:** This research sought to identify the satisfaction of micro and small entrepreneurs, associated to the Empreender Group of the city of Uberlândia, regarding the services provided by external accountants. The study justifies guiding and assisting pretended accountants regarding the importance of providing a good accounting service, as well as guiding the micro and small business owners of the main services that must be provided by accounting professionals. For the data collection, 60 questionnaires were applied to the micro and small entrepreneurs associated with the Empreender Group, 54 questionnaires were validated, but for the comparison of the averages only 41 were used, as a result of 13 entrepreneurs who do not have accountants. As statistic, descriptive statistics, the Kolmogorov-Smirnov test were used to ascertain normality, and as a result of the non-existence of normality, the Mann-Whitney test was used to compare the satisfaction of each accounting service with the size of the and the Kruskal-Wallis test for comparing the operating time of organizations with service satisfaction. It was identified that the entrepreneurs have greater satisfaction in the Payroll report, since the Business Plan and the Sales Price Expansion Plan were less satisfied. The Balance Sheet, the Statement of Income for the Year, the Cash Book and the Billing Report were medically satisfactory. However, it is noticed that accountants need to maintain a close relationship with micro and small entrepreneurs, so that a better information exchange can take place for decision making.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Uberlândia, estudante, Av. João Naves de Ávila, 2121, Bairro Santa Mônica, Uberlândia, Minas Gerais, MG.

<sup>2</sup> Mestre em Ciências Contábeis – Docente – Pontifícia Universidade Católica de Goiás – e-mail: geovane\_camilo@yahoo.com.br. Rua 235, n. 722, Setor Leste Universitário, Goiânia, Goiás.

<sup>3</sup> Doutorado em Agronomia – Docente – Universidade Federal de Uberlândia – Docente mtavares@ufu.br. Avenida João Naves de Ávila, 2.121, Santa Mônica, Uberlândia

**Keywords:** Micro and Small enterprises. Satisfaction. Accounting services.

## 1 INTRODUÇÃO

A qualidade dos serviços prestados está diretamente ligada à satisfação dos clientes, sendo que os serviços em geral devem transparecer confiança, agilidade, credibilidade, competência, comunicação, cortesia, compreensão e respeito, tendo por objetivo oferecer maior qualidade, para obter maior satisfação por parte do cliente, sendo importante à opinião do mesmo para o crescimento empresarial. (BRANDÃO JUNIOR; LIRA; GONÇALVES, 2004). Para uma entidade alcançar estes objetivos são necessárias informações contábeis relevantes, que auxilie e justifique as tomadas de decisões pelos empresários em parceria com seus contadores, uma vez que estes possuem conhecimento integral da vida das empresas, ou pelo menos deveria possuir.

Nesse sentido, o profissional contábil é importante em um empreendimento, sendo que algumas de suas funções básicas são produções de informações e dados úteis para as tomadas de decisões e o planejamento financeiro (HENRIQUE, 2008). Logo, constata-se a necessidade das empresas possuírem profissionais qualificados para este serviço, pois assim serão produzidas informações com maior relevância e importância para um melhor desenvolvimento empresarial.

Marcucci (2010) afirma que as empresas comerciais de pequeno porte normalmente não possuem contadores internos, mas que em geral elas recorrem aos contadores externos. Da mesma forma, que ocorre com o contador interno, o externo deve fornecer informações econômicas e financeiras relevantes da entidade auxiliando no desenvolvimento de seus clientes.

Farber *et al.* (2014) afirmam que as micro e pequenas empresas estão desempenhando um papel fundamental na economia e no desenvolvimento, isso se explica, principalmente, pelos índices representativos na geração de trabalhos, aproximadamente 84% dos empregos. Por outro lado, normalmente, esses empreendimentos não são duradouros, ocasionados, principalmente, pela falta de conhecimento dos empresários em utilizar as ferramentas de gestão contábeis.

A competitividade entre as empresas é cada vez mais acirrada, exigindo que os empresários sejam mais qualificados para o controle e a gestão de seus negócios, bem como possuam contadores com conhecimento suficiente para desenvolver e, analisar os demonstrativos contábeis e principalmente utilizando esses dados para auxiliar nas tomadas de decisões.

Para Rathke *et al.* (2010), a competitividade no mercado tem um crescimento relevante, obrigando as empresas possuírem informações mais precisas e relevantes, para as tomadas de decisões prolongando a vida das empresas. Por isso, as entidades estão mais dependentes da contabilidade, uma vez que essa ciência emite informações essenciais ao processo de tomada de decisão.

Nesse sentido, o profissional contratado deve prestar informações claras e relevantes, para que o cliente entenda as demonstrações contábeis e assim em parceria tomem decisões pautadas nos pareceres apresentados pelo contador. Desse modo, o empresário pode até ter interesse em saber mais do estado financeiro e econômico de sua entidade.

Percebe-se que a área contábil constantemente ganha mais relevância, sendo usada com maior frequência. Por outro lado, é necessário que o profissional contábil reconheça seu valor e preste o seu serviço pautado em uma conduta ética, para que forneça a satisfação dos seus clientes. Assim, Marcucci (2010) defende a ideia que os contadores terceirizados devem conhecer os ensejos de cada cliente, fazendo assim um planejamento para saber quais são os pontos mais importantes para cada empresa. Logo, além de processar os serviços rapidamente, ainda ajudará o cliente nas tomadas de decisões.

De acordo com Caneca *et al.* (2008) os contadores que obtiverem um melhor relacionamento com seus clientes terão melhores vantagens competitivas diante de seus concorrentes. Os referidos autores constataram também, que há uma relação entre satisfação dos clientes e a manutenção do contador com o cliente, sendo que o escritório sempre procura ter uma relação positiva com o cliente.

Desse modo, a presente pesquisa tem como problema: qual é a satisfação dos micro e pequenos empresários associados ao Grupo Empreender, programa ligado a Associação Comercial e Industrial de Uberlândia (ACIUB), da cidade de Uberlândia? Diante, deste problema de pesquisa, o estudo visa identificar a satisfação dos micro e pequenos empresários associados ao Grupo Empreender da cidade de Uberlândia, quanto aos serviços prestados pelos contadores.

## Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis:

O estudo apresenta duas justificativas: a primeira é orientar e ajudar os pretensos profissionais, que ainda estão na academia se preparando para no futuro exercer a profissão contábil, e a segunda é nortear os micro e pequenos empresários sobre os serviços que estão sendo prestados a eles.

Conforme retocitado a pesquisa possui a justificativa de orientar e ajudar os graduandos, disseminando maior conhecimento da forma que os serviços contábeis estão sendo avaliados pelos micro e pequenos empresários. Essa informação é relevante, uma vez que a maior parte das empresas do Brasil são classificadas nesses tipos de porte (MTE, 2014). Dessa forma os pretensos contadores prestarem algum serviço contábil para empresas com esse porte, e eles já possuindo o conhecimento prévio dos fatores que causam a satisfação dos empresários, poderão programar-se com antecedência, para proporcionar melhor trabalho e conseqüentemente alcançar a vantagem competitiva.

A pesquisa também se justifica em apresentar aos micro e pequenos empresários tanto os que já possuem algum empreendimento quanto aqueles que irão abrir negócios, a importância de se ter um contador que esteja presente nas tomadas de decisões da empresa. Dessa forma, são apresentados os principais relatórios que os contadores deveriam auxiliá-los, e com o conhecimento desses relatórios, há uma possibilidade deles exigirem dos seus contadores essas informações.

A estrutura da presente pesquisa é composta por esta introdução, seguida pelo referencial teórico, abordando os seguintes pontos: satisfação, satisfação dos clientes, Microempresas e Empresa de Pequeno Porte; serviços contábeis e estudos anteriores. Em seqüência se apresenta os aspectos metodológicos, detalhando o formato da pesquisa, da coleta de dados e do tratamento estatístico realizado. Após apresenta-se os resultados encontrados na fase de coleta de dados e por fim têm-se as considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A revisão da literatura foi dividida em quatro tópicos, contemplando inicialmente a definição de satisfação, sendo esse subdividido em satisfação do cliente. Em seqüência apresentam as principais informações sobre as micros e pequenas empresa, após aborda os serviços contábeis e por fim apresenta um tópico de estudos anteriores.

### 2.1 Satisfação

Segundo Brandão Junior, Lira e Gonçalves (2004), com as mudanças científicas e tecnológicas e com o aumento do número de microempresas, o mercado está cada vez mais concorrido, com isso, as mudanças estão ocorrendo de forma mais acelerada. Logo, percebe-se que o momento atual apresenta variação, em que as informações e os conhecimentos estão se difundindo rapidamente, fazendo com que as organizações empresariais tenham que aderir a uma nova filosofia de gestão visando absorver as mudanças e se manterem atualizada, pois a qualidade é uma preocupação das entidades.

Numa visão semelhante, Portaluppi *et al.* (2006), afirmam que as mudanças tecnológicas e o aumento da concorrência, têm estimulado as empresas a se unirem e transformarem os desafios em oportunidade de crescimento. Ainda segundo os autores, com esse desenvolvimento elas crescem economicamente, necessitando assim de objetivos a serem cumpridos, envolvendo os colaboradores internos e externos no processo de decisão e implantando uma integração vertical. Neste processo de decisão é importante ter-se uma abordagem sistemática, avaliando os processos, e caso seja necessário modifica-os por meio de *marketing* e de sistemas de comunicação.

Denton (1990) delinea algumas maneiras para se alcançar o sucesso de seu negócio. De acordo com ele, a empresa precisa ter um excelente administrador que saiba todo o processo interno e externo da empresa, para assim, tomar as decisões que melhor privilegie o empreendimento. O empresário também deve saber transmitir suas orientações aos funcionários, ensinando-os a fazer escolhas, para assim medir seu esforço e recompensá-lo pelo seu melhor serviço.

Brandão Junior, Lira e Gonçalves (2004), afirmam que em meio à globalização econômica é importante que as empresas forneçam serviços de qualidade e diferenciado das demais, considerando que esses dois tópicos estão bem ligados à satisfação dos clientes. Ainda segundo Brandão Junior, Lira e Gonçalves (2004, p.12), devendo o serviço oferecer “tranquilidade, confiabilidade, competência, cortesia, agilidade, credibilidade, segurança, acesso, comunicação e compreensão a respeito do cliente”.

De acordo com Alflen, Louback e Ferreira (2014) valorização, motivação e sucesso no trabalho são fatores precípuos para se obter resultados positivos no serviço. Assim, os funcionários trabalharão satisfeitos e valorizados, passando uma boa imagem para o cliente, fazendo com que a empresa alcance melhores resultados e satisfação dos clientes. Diante desse contexto, da definição de satisfação e sua importância, para a sobrevivência das empresas, o próximo tópico possui o objetivo de trazer as informações, com foco na satisfação dos clientes.

### 2.1.1 Satisfação dos clientes

Para Moreno e Caceffo (2010) e Rathke *et al.* (2010), as empresas estão buscando constantemente um diferencial competitivo, enfrentando diversas mudanças no mercado, o que as vem obrigando a adotarem as ferramentas contábeis, que lhes permitem alcançar uma vantagem competitiva. Desse modo, Rathke *et al.* (2010) afirmam que as empresas estão buscando escritórios contábeis com maiores competências e com capacidade de os auxiliarem em mudanças na organização empresarial, afim de ganhar vantagem competitiva. Contudo, os autores destacam que o número de respondentes com nível de escolaridade de ensino superior é grande. Logo, mesmo os empresários possuindo uma graduação estão recorrendo e reconhecendo a importância dos serviços contábeis para auferir melhores resultados.

Cestari e Gimenez (2008) afirmam que atualmente, devido ao aumento da concorrência e da escassez de recursos, as empresas possuem maiores necessidades de atenderem as exigências, ou nesse trabalho, traduzida, como satisfação de seus clientes. Ainda na visão dos autores supramencionados é relevante, as entidades buscarem as melhores formas de atenderem seus clientes, considerando que as organizações estão sempre querendo manter seus negócios mais desenvolvidos e se destacando do concorrente, para assim, obter uma vantagem sobre ele.

Diante desse ponto, para que as expectativas dos clientes sejam supridas, as empresas não devem se preocupar tão somente com a qualidade, mas também levar em consideração, o bom atendimento e a boa informação prestada. Esse fato ocorre, pois os compradores vivem em um mercado vasto, e se deparam com inúmeras marcas, produtos, preços e fornecedores. Portanto, é preciso que a organização se destaque em vários sentidos, buscando novas tecnologias, bom atendimento, satisfação dos clientes e aprendizado contínuo. (CESTARI; GIMENEZ, 2008; SCHIMANKO; KLOSOWSKI, 2009).

Nesse sentido, Sabatino (2003, p. 10) afirma que “satisfação é um estado de espírito, enquanto que a fidelidade é uma conduta que requer disciplina e determinação”. Desse modo, percebe-se que a obtenção da satisfação, embora não seja um trabalho fácil, pois é algo que parte do emocional, ainda assim não é uma garantia de que os clientes irão se fidelizar com determinada empresa, pelo fato de que a fidelidade é uma satisfação contínua. Entretanto, quando o cliente se mantém fiel, a determinada empresa, necessariamente ocorre a satisfação da organização consumidora do serviço, em relação à empresa prestadora do serviço.

Ainda segundo Sabatino (2003), o processo de fidelização de um consumidor para com uma determinada organização vendedora, se inicia a partir da disposição do cliente, podendo ser estimulado ou não pela outra organização. Desse modo, percebe-se que esse processo se caracteriza pela escolha do cliente em investir seus recursos de tempo e dinheiro na empresa para a realização do serviço desejado. Corrêa e Caon (2002) complementam que, para um empreendimento possuir excelência de preço, maiores números de consumidores e alta lucratividade, é necessária a expansão da quantidade de clientes retidos, ou seja, conseguir fidelizar os consumidores à preferência pelo serviço, bem como conseguir que a empresa (consumidora) indique a prestadora do serviço a outras.

Cabe ressaltar que, Moreno e Caceffo (2010) afirmam que os empresários vêm se atentando, constantemente a maior qualidade dos demonstrativos contábeis. Eles ainda ressaltam que os gestores vão até os escritórios contábeis não só para buscar serviços ligados a área propriamente dita, mas também para procurar outros recursos como, recrutamento e seleção de pessoal, assessoria jurídica e treinamentos empresariais. Contudo, os escritórios devem sempre procurar manter a qualidade e, também, funcionários qualificados, para assim conseguir uma maior satisfação do cliente.

Após retratar a questão da satisfação, tanto no contexto geral como específico aos clientes, faz-se necessário entender a realidade das micro e pequenas empresas, para assim, poder verificar a importância dos serviços contábeis a elas.

Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis:

## 2.2 Microempresas e Empresa de Pequeno Porte

Segundo o SEBRAE (2014), as micro e pequenas empresas são importantes para o país, de forma especial nos últimos 30 anos, elas aumentaram essa relevância. Esse fato é justificado por elas gerarem 27% do valor adicionado em conjunto com as atividades pesquisadas no PIB em 2011 e este valor vem aumentando com o tempo. Em relação ao emprego, elas formalizaram 44% de serviços, sendo que 70% dos empregos foram gerados no comércio. Aproximadamente 50% de remuneração paga em 2011, em empregos formais foram pagas em comércios das micro e pequenas empresas.

Segundo Lemes Junior e Pisa (2010) as micro e pequenas empresas apresentam crescimento diário, proporcionado, principalmente em decorrência desse tipo de organização ser uma das principais formas na geração de serviços e renda para o país, contribuindo para o desenvolvimento da economia, tanto nacional quanto mundial. Portanto, é necessário que essas empresas consigam manterem-se ativas, para a geração de emprego e renda, o que contribui para o incremento da economia.

Desse modo, ao iniciar um empreendimento é importante o empresário realizar uma análise de todo seu negócio, observando o ramo da atividade que será desenvolvida, o local, os custos de produção, os gastos com investimento, se atentar as leis vigentes na região referente ao negócio pretendido, conhecer o público-alvo, enfim fazer uma análise detalhada dos riscos e benefícios que o negócio trará. Logo, o empreendimento será feito com mais bases concretas, se assegurando de que terá lucro futuro. (LEMES JUNIOR; PISA, 2010).

O SEBRAE (2007) também classifica as micro e pequenas empresas pelo seu número de funcionários para fins bancários, não possuindo respaldo em lei. As indústrias no contexto das microempresas podem ter no máximo 19 empregados, as pequenas empresas de 20 a 99 empregados, as médias empresas de 100 a 499 e as grandes mais de 500 empregados. No contexto comercial e prestação de serviço as microempresas possuem até 9 funcionários, as pequenas precisam conter de 10 a 49 funcionários, as médias de 50 a 99 funcionários e as grandes empresas contam com mais de 100 funcionários.

De acordo com SEBRAE (2015), um estudo realizado entre os anos de 2009 e 2011 revelou a relação das micro e pequenas empresas na região de Minas Gerais. Os resultados apresentaram que 14% representam as indústrias, o setor de serviços, que são representados pelo comércio, transporte, armazenagem e correio e outros serviços, representa 86%, sendo que o comércio compõe essa porcentagem com 49%.

Ferronato e Kasznar (2009) citam que um fator que vem influenciando na falência das micro e pequenas empresas é o fato dos escritórios contábeis se limitarem em elaborar apenas as demonstrações exigidas pelas legislações do país. Os autores encontraram em sua pesquisa, que muitos dos empresários, dizem que pagam por um serviço que não gera retorno. Portanto, se analisar as definições anteriores, sobre a importância de satisfazer as necessidades dos clientes, percebe-se que os escritórios deveriam apresentar uma preocupação em melhorar o atendimento aos seus clientes, e Ferronato e Kasznar (2009) afirmam que os empresários esperam, por informações que os auxiliem na tomada de decisão.

Desse modo, após demonstrar a relevância das micro e pequenas empresas, buscando atingir ao objetivo desta pesquisa faz-se importante ser apresentada uma referência bibliográfica sobre os serviços contábeis, em que se contemplarão assuntos relevantes ao tema proposto.

## 2.3 Serviços Contábeis

Schimanko e Klosowski (2009), afirmam que a qualidade nos serviços contábeis se apresenta como um diferencial necessário, para que uma entidade contábil seja “escolhida”, entre uma gama de empresas nesse segmento, por determinada empresa, para a prestação do serviço. Ainda na visão desses autores, para que ocorra o diferencial é necessário que o profissional sempre esteja atualizado, o que lhe permite ofertar aos seus clientes, uma maior qualidade em seus serviços contábeis.

De acordo com Laurentino *et al.* (2008), os pequenos empresários devem ter conhecimento da importância da contabilidade para a elaboração dos demonstrativos contábeis, que reflitam a realidade da empresa e gerem dados úteis para a gestão no negócio. Nesse sentido, as empresas devem analisar, mensurar e interpretar os dados, com a finalidade de se tomar uma melhor decisão, facilitando o

desenvolvimento de estratégias de negócio, o planejamento e controle das operações para um crescimento econômico.

Moreira *et al.* (2013) asseguram que, as informações contábeis são importantes para auxiliar os administradores a tomarem as melhores decisões para a entidade. No entanto, os autores encontraram em sua pesquisa, que alguns respondentes afirmaram que o foco dos serviços contábeis está ligado ao processo da área fiscal, ou seja, o objetivo da contabilidade é a geração de guias, para atender a “necessidade do governo”. Logo, ao se questionar qual o motivo dessa afirmação, muitos relatam que não recebem os relatórios contábeis, o que não favorece a tomada de decisão.

Silva *et al.* (2010) asseguram que quase a totalidade das empresas, independente do tamanho, contam com os serviços contábeis. E que a maioria dos empresários confia nos serviços contábeis oferecidos, o que facilita a inserção dos relatórios para a tomada de decisão. Porém, os gestores não utilizam esses dados para medir o desenvolvimento da organização, acompanhar metas e avaliar impactos financeiros, o que não ajuda nas tomadas de decisões, e por isso diversas empresas ficam com dificuldades quanto aos seus objetivos.

Nesse sentido, Moreira *et al.* (2013) complementam que muitas das vezes os gestores deixam de tomar uma decisão baseada em fatos relatados nos demonstrativos prestados pelos contadores, que foram baseadas em estudos, para tomar suas próprias decisões, pois acham que com a experiência que tem, suas escolhas serão mais eficientes. Ainda segundo, os referidos autores, boa parte das micro e pequenas empresas consideram que os contadores são meros profissionais que fornecem serviços e demonstrativos direcionados ao recolhimento de imposto e contribuição social. Com isso percebe-se que os profissionais da área não estão fornecendo relatórios pertinente em que se é capaz de tomar decisões relevantes e coerentes.

Contudo, Moreira *et al.* (2013) concluíram que, é perceptível que os contadores devem se atentar mais para seus relatórios, mostrando mais detalhes nos mesmo, para que os gestores possam tomar decisões baseados em dados reais, e não apenas em ideias. Fazendo com que o contador fique mais visível no meio empresarial como um profissional capacitado a tomar decisões e fazer uma maior diferença na empresa, e não apenas de alguém que elabora demonstrativos fiscais e trabalhistas.

De acordo com Rapozo (2004), a contabilidade não é apenas importante para fins fiscais, mas, também, é um grande auxiliador para as tomadas de decisões conscientes, transformando dados em informações relevantes, levando a empresa a ter continuidade. Em tempos que a tecnologia e inovações estão sempre em crescimento, estreitar laços de relações entre o empresário e o contador é importante, buscando assim, estratégias para uma administração, que proporcione aumento nos lucros da empresa.

Segundo Rapozo (2004) e Caneca e Rodrigues (2008), mesmo em época de grande desenvolvimento, em que se necessita de serviços gerenciais para o crescimento de uma empresa, estas, porém, demandam na maioria das vezes serviços contábeis para fins fiscais e legais, ou seja, para o cálculo de tributos, folha de pagamento e semelhantes. Desse modo, percebe-se uma baixa procura dos serviços contábeis para fins internos por parte das empresas. Para Caneca e Rodrigues (2008) a maioria dos gestores desconhece o quanto de relatórios e serviços um contador por fornecer para ajudar nas decisões gerenciais.

Caneca e Rodrigues (2008) apontam, com base em sua pesquisa, que os gestores das micro e pequenas empresas, admitem que as informações contábeis sejam úteis para tomada de decisão da empresa. Por outro lado, 10% dos respondentes à pesquisa admitiram que mesmo sabendo de tal importância não às aplica na condução dos seus negócios.

Caneca *et al.* (2008) pesquisaram os serviços contábeis ligados a área gerencial, e notaram que em relação as variáveis analisadas: conhecimento sobre planejamento tributário, conhecimento para ajudar a calcular o caixa do mês, conhecimento para ajudar a calcular o lucro do mês, conhecimento para gerar informações que ajudem no gerenciamento da empresa, entregar relatórios diferentes dos atuais que ajudem do negócio, os gestores avaliam que esses serviços exercem uma influência positiva para a empresa. Notou também, que os serviços prestados pelos contadores que possuem maior qualidade trazem benefícios econômicos tanto para a empresa, que saberá tomar decisões mais conscientes, levando-a a um crescimento empresarial, tanto para o contador, que terá um retorno da empresa em que prestou o serviço.

## Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis:

O estudo de Lucas, Prowle e Lowth (2013), propõe pontos em que a educação contábil poderia contribuir para melhorias nas micro e pequenas empresas. Em um primeiro momento os autores propõe uma maior interação entre o contador e o empresário, onde o contador teria maiores informações e ainda poderia auxiliar o empresário a criar planilhas, onde teria maior controle e num futuro poderia ter dados para pesquisas.

Em um segundo momento Lucas, Prowle e Lowth (2013) afirmam que os empresários poderiam adquirir maior conhecimento em ferramentas e gestão, como análise de custos relevantes, avaliação das finanças e ferramentas para lidar com riscos e incertezas. Eles também sugerem o conhecimento de técnicas de sobrevivência, com base a análise das empresas já existentes, que são concorrentes e está há muito tempo no mercado.

Por fim, em empresas que estão no início de seu desenvolvimento, é importante que elas tenham conhecimento de todo seu orçamento, dos responsáveis por cada departamento e então, alocar os custos indiretos, para assim saber ao certo o quão vantajoso é o negócio, para ter conhecimento do mercado, das receitas e despesas que a empresa proporcionará, podendo assim, traçar estratégias para o negócio. (LUCAS; PROWLE; LOWTH, 2013).

Desse modo, após ter estudados os serviços contábeis, entraremos no último tópico do referencial teórico, em que se abordarão os estudos realizados anteriormente, que ajudará a ter uma maior compreensão do resultado.

### 2.3 Estudos Anteriores

Caneca *et al.* (2008) pesquisaram a importância da contabilidade gerencial, na percepção da qualidade dos serviços prestados, por gestores de micro e pequenas empresas, que atuavam na região metropolitana de Recife. Para a coleta de dados, os autores utilizaram um questionário, sendo a amostra constituída de 130 respondentes. Os resultados revelaram, mediante os testes estatísticos, que em relação aos serviços contábeis prestados, as empresas estão satisfeitas. Por fim, concluíram que aqueles contadores que prestam maiores esclarecimentos e oferecem serviços gerenciais aos empresários apresentam maior vantagem competitiva.

Ricini e Zanchet (2008) analisaram os determinantes para a escolha da terceirização dos serviços contábeis na cidade de Palotina (PR). Para a coleta de dados foi utilizado um questionário e uma entrevista semiestruturada, que contou com uma amostragem por conveniência, de 20 micros e pequenos empresários, sendo 10 que possuem serviço terceirizado e 10 próprios. Os aspectos que mais influenciam, na decisão das empresas terceirizarem os serviços são: porte (pequeno), pelo pouco conhecimento que os gestores têm desta área, pela comodidade e pelo custo elevado na contratação desse profissional. Por outro lado, as empresas com contabilidade interna possuem maior porte, gestores com conhecimento suficiente sobre contabilidade devido a dedicação exclusiva do funcionário. Em relação à satisfação dos serviços contábeis oferecidos ambos os casos estão satisfeitos e possuem um bom relacionamento com os mesmos.

Marcucci (2010) pesquisou a qualidade dos serviços contábeis terceirizados em empresas comerciais sediadas nos *shoppings centers* de Florianópolis. Para a coleta de dados foi utilizado um questionário, que teve 40 respostas. Os resultados mostram predominância de Microempresas em relação às de Pequeno Porte, os respondentes também apresentaram que não utilizam os demonstrativos contábeis para fins decisórios. Os empresários não estão satisfeitos com os processos contábeis, principalmente, para fins de auxílio à administração e 63% dos empresários só utilizam os serviços contábeis, devido à obrigatoriedade.

Moreno e Caceffo (2010) avaliaram a satisfação que os empresários têm sobre os serviços contábeis, este estudo foi realizado com as empresas atendidas por três escritórios: ADCON (Consultoria em Negócios Ltda), a R4 ADCON – Consultoria em negócios, localizada em Valinhos/SP, a empresa ACCOUNTING PLUS – localizada na cidade de Campinas/SP, e a empresa AGP & EGP Assessoria Contábil Ltda localizada na cidade de Valinhos. Os resultados revelaram que 64% estão satisfeitos, 25% estão muito satisfeitos, 5% pouco satisfeito e os outros 5% insatisfeitos, os pesquisados relatam que, em relação críticas, isso se deve a falta de atenção ao atraso na entrega dos demonstrativos, a falta de disponibilidade dos funcionários em atender bem o cliente. A contabilidade deve sempre se atentar as necessidades dos clientes, pois cada vez mais as empresas estão necessitando de mais informações prestadas pela a contabilidade, devendo os escritórios estar atentos a

satisfação dos clientes, possibilitando melhorias no atendimento para cumprir as expectativas dos clientes.

De acordo com a pesquisa realizada por Rathke *et al.* (2010) que teve por finalidade avaliar como as microindústrias avaliam os serviços contábeis em relação à gestão, sendo o estudo feito em Santa Catarina, por meio de 64 questionários. As empresas que responderam, consideram os serviços prestados como de relevância, para o auxílio ao processo de tomada de decisão e continuidade da empresa, e que estão buscando embasamento nos relatórios para fins de gerir melhor o empreendimento. Em uma avaliação sobre a satisfação 40% dos empresários consideraram os serviços contábeis como bom, 25% considerou esses serviços ótimo, 16% consideraram como satisfatório, outros 16% como regular e 5% considerou que os serviços prestados são ruins.

Farber *et al.* (2014) realizaram uma pesquisa que teve por objetivo analisar as decisões gerenciais acerca da qualidade da prestação dos serviços contábeis, na cidade de Iguape, sendo a amostra de 40 questionários. Os serviços mais fornecidos pelos contadores são de caráter fiscal e legal, desconhecendo as principais finalidades contábeis, que é de controlar, orientar e administrar. Em um questionamento sobre a satisfação dos serviços contábeis, que varia entre ótimo, bom, satisfatório e regular verificou que 38% consideram os serviços contábeis como bom e 37% como ótimo, assim, o que o autor considera que é preciso aperfeiçoar os trabalhos contábeis para atingir uma satisfação maior. Percebeu-se, portanto, uma falta de informação por parte da contabilidade, no que diz respeito a informações relevantes para gerenciamento e planejamento.

### 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa, quanto aos procedimentos foi classificada como bibliográfica, que segundo Gil (2002) é aquela pautada em textos já escritos, composto principalmente por artigos científicos e livros. Desse modo, esse tipo de pesquisa é vantajoso pelo fato de permitir ao pesquisador ponderar-se de uma grande quantidade de fenômenos já escritos anteriormente, além de oferecer um embasamento teórico sobre o assunto pesquisado.

Logo, este estudo fez uso da pesquisa bibliográfica para definição do referencial teórico, da metodologia e na comparação com outros estudos nos resultados encontrados. Os principais meios pesquisados foram: artigos publicados em revistas, livros, teses e dissertações e fontes disponíveis em na internet.

No que refere aos objetivos utilizou-se a pesquisa descritiva, com a finalidade de apresentar a descrição dos dados coletados. Gil (2002) afirma que essa forma de pesquisa tem como objetivo a descrição de informações coletadas, principalmente com a utilização de questionário e a observação sistemática.

Quanto à abordagem, fez uso da pesquisa quantitativa, Beuren (2008) define-a como aquela em que terá o uso de instrumentos estatísticos, seja na coleta ou no tratamento dos dados. Neste estudo, a sua aplicação foi usada no momento do tratamento dos dados coletados, por meio do questionário.

Para a coleta dos dados referentes à satisfação dos micro e pequenos empresários em relação aos serviços contábeis recebidos dos contadores externos foi utilizado um questionário. Severino (2007) afirma que esse instrumento de coleta de dados precisa ser composto por perguntas claras e objetivas, com a finalidade de levantar informações que objetive a pesquisa em questão.

O questionário foi elaborado pelos autores com base em fontes bibliográficas, principalmente na pesquisa de Caneca (2008). O questionário foi composto por duas etapas, à primeira teve o propósito de analisar o perfil dos respondentes e das empresas, onde se obteve informações como o cargo que a pessoa ocupa, quanto tempo a empresa possui, seu tamanho e qual é a forma de contador (externo e interno). No segundo momento levantou-se a satisfação dos empresários em relação aos serviços contábeis.

Foram feitos dois pré-testes, no primeiro foram aplicados cinco questionários, com os proprietários de empresas próximas a autora da pesquisa, pois assim, haveria maior facilidade de contato e facilidade de comunicação para um melhor levantamento de sugestões, sendo assim, uma amostragem por conveniência. Após os ajustes sugeridos pelos empresários, procedeu-se a uma segunda análise onde se distribuiu 28 questionários, com os resultados coletados realizou-se os últimos ajustes para chegar à versão final do instrumento de pesquisa.

Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis:

Os questionários definitivos foram aplicados na cidade de Uberlândia, aos micro e pequenos empresários vinculados com o Grupo Empreender, que é um programa que realiza reuniões entre os empresários. Nas reuniões os micros e pequenos empresários podem trocar experiências com os consultores do referido grupo, o que auxilia na conquista de mercado, pois os consultores atuam como agente estratégico no desenvolvimento em empresas e da cidade. É importante ressaltar que o Grupo Empreender é vinculado a Associação Comercial e Industrial de Uberlândia (ACIUB).

O Grupo empreender, mediante a ACIUB e também do SEBRAE, formam Núcleos Setoriais de empresários do mesmo ramo de atividades, onde eles têm assessoria técnica, consultaria, palestras, formação profissional e toda a orientação necessária, além de poderem trocar experiências entre eles. O objetivo é contribuir com o crescimento empresarial de cada organização empresarial e aumentar a competitividade entre Micro Pequenas e Médias Empresas.

A população da presente pesquisa era composta de 522 Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual (MEI). Porém, em decorrência dos MEIs não terem obrigatoriedade de possuir contador mensalmente, esses foram descartados da pesquisa, sendo retirados 86 MEIs, o que totaliza a amostra da pesquisa em 436 empresas.

A princípio foram enviados 200 questionários para a ACIUB, pois a referida instituição aplicou o instrumento de coleta de dados aos empresários, uma vez que no momento de aplicação do questionário, o pesquisador não deve está presente. Da quantidade enviada foram recebidos 60 questionários e destes 6 foram excluídos, por apresentar informações incompletas, sendo analisados o perfil desses 54 empreendedores e empresas. E a amostra final ficou constituída de 41 MPE, devido a 13 questionados apresentarem que não possuem contadores.

A primeira análise foi mediante a elaboração de gráficos para mostrar o perfil dos empresários analisados, bem como de suas empresas. Em sequência realizou-se a estatística descritiva dos dados obtidos na pesquisa, sendo que os principais pontos estudados foram: média, desvio padrão, mediana, modo, assimetria e curtose. Correia (2003) descreve estatística descritiva como sendo aquela que tem por finalidade coletar, organizar, apresentar, analisar e sintetizar os dados obtidos em uma amostra ou até mesmo uma população.

Posteriormente foi usado o teste de Kolmogorov-Smirnov para verificar a normalidade da amostra. Bussab e Morettin (2010) afirmam que este teste tem como objetivo medir a distância entre os pontos, tomando como medida o máximo dos valores absolutos das diferenças  $F(x_i) - Fe(x_i)$ ,  $i = 1, \dots, n$ . Ainda segundo Bussab e Morettin (2010, p. 415), “nessas diferenças, calculadas nos valores amostrais,  $F(x_i)$  é o valor calculado sob a hipótese nula  $H_0$ , ou seja, é o valor que a f.d.a. hipotetizada toma no ponto  $x_i$ . Formalmente, a estatística a ser usada no teste é  $D = \max |F(x_i) - Fe(x_i)|$ .” Caso o valor encontrado seja superior a 5% (nível nominal de significância considerado na presente pesquisa) é que há normalidade na distribuição, caso contrário não existe normalidade.

Em sequência buscando verificar se havia igualdade das médias entre o tempo da empresa e a satisfação dos micro e pequenos empresários com cada serviço prestado fez-se uso do teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, uma vez que havia mais de duas variáveis, e a Análise de Variância não poderia ser aplicada, pois o teste de Kolmogorov-Smirnov revelou que os resíduos não possuíam normalidade. Usou-se também o teste de Mann-Whitney, para verifica se há igualdade de média entre a satisfação e o porte da empresa.

Foi feito, também o teste Alfa de Cronbach, para medir a consistência interna dos dados da pesquisa, sendo encontrado um resultado de 0,906, o que significa que os dados possuem consistência interna e confiabilidade.

#### **4 ANÁLISE DE RESULTADOS**

Para melhor compreender o perfil das empresas verificou-se junto aos proprietários/sócios se eles já possuíam outras empresas anteriormente, caso a resposta fosse positiva buscava-se saber a área de atuação da entidade. Após esse processo buscou saber sobre a entidade atual, sendo questionado o tempo de funcionamento da mesma, o porte da empresa e a classificação do contador (externo, interno ou não possui contador).

Os resultados revelaram que 40,7% dos entrevistados já possuíam um empreendimento anterior, enquanto 59,3% não tiveram outro negócio. Entre aqueles que já haviam sido proprietários de

empresas verificou-se que 20,4% eram do setor de comércio, 18,5% no âmbito de serviços, enquanto que 1,9% na área de indústria.

Quanto ao tempo que a empresa está inserida no mercado percebe-se que a maior porcentagem está com idade de quatro a seis anos, sendo 33,3%, em seqüência se apresenta aquelas que estão há mais de dez anos, sendo representado por 29,6%. Verificou-se ainda que 1,9% dos micro e pequenos empresários não responderam o tempo que a empresa está atuando no mercado, e 3,7% afirmaram que a empresa possui menos de um ano de atuação.

Observou-se que a maioria das entidades avaliadas são classificadas como microempresas, contemplando 83,3%, percebe-se ainda que as empresas de pequeno porte representam 14,8% em relação a amostra analisada, e por fim constata que o menor percentual é das Empresas de Pequeno Porte, com 1,9%.

Verificou-se que, 74,1% das empresas possuem contadores externos, 24,1% relataram que não possuem contador, sendo esse um fator preocupante, pois assim, a entidade não terá informações suficientes para a tomada de decisão, sendo que esse fator pode resultar até na falência das entidades.

De acordo com Stroehler e Freitas (2008), é inegável a importância da contabilidade para uma empresa, pois ela pode ajudar com processo decisório desenvolvendo relatórios de ponto de equilíbrio, endividamento, faturamento, custos, despesas, preço de venda e margem de lucro, sem contar com relatórios mais comumente conhecidos, como toda parte fiscal e folha de pagamento. Esses demonstrativos podem auxiliar na boa gestão da empresa, deixando-a mais rentável. Porém, na maior parte das vezes, os micros e pequenos empresários não possui conhecimento sobre o que faz e qual a importância da contabilidade em uma empresa, o que dificulta uma boa administração empresarial.

Após o detalhamento do perfil das micro e pequenas empresas que compõe a amostra analisada, procedeu-se a análise descritiva da percepção dos empresários quanto à satisfação com os referidos relatórios contábil-financeiros: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Livro Caixa, Relatório de Faturamento, Relatório de Compras e Estoques, Relatório de Aplicações Financeiras, Relatório de Análise de Investimentos, Controle de Saldo de Extrato Bancário, Controle de Pagamento e Empréstimos Tomados, Controle de Contas a Receber e a Pagar, Folha de Pagamento, Formação de Preço de Vendas, Plano de Negócio e Plano Expansão.

Na Tabela 1 apresenta-se a relação dos elementos citados anteriormente.

Tabela 1 – Estatística Descritiva

	Média	Mediana	Modo	DV	CV	Assimetria	Curtose
Balanço Patrimonial	5,951	7	8	3,542	60%	-0,674	-0,908
Demonstração do Resultado do Exercício	5,488	7	8	3,716	68%	-0,471	-1,375
Livro Caixa	5,366	7	,0 <sup>a</sup>	3,904	73%	-0,359	-1,564
Relatório de Faturamento	5,878	7	8	3,473	59%	-0,687	-0,926
Relatório de Compras e Estoques	3,854	3	0	3,972	103%	0,413	-1,484
Relatório de Aplicações Financeiras	3,171	1	0	3,605	114%	0,666	-1,052
Relatório de Análise de Investimentos	3,024	1	0	3,857	128%	0,841	-0,939
Controle do Saldo e Extrato Bancário	3,927	3	0	3,869	99%	0,344	-1,45
Controle Pagamento de Empréstimos Tomados	3,61	2	0	3,911	108%	0,53	-1,293
Controle de Contas a Receber e a Pagar	3,927	3	0	3,977	101%	0,3	-1,596
Folha de Pagamento	8,122	9	10	2,304	28%	-1,703	3,319
Formação de Preço de Vendas	2,268	0	0	3,3168	146%	1,243	0,228
Plano de Negócios e Plano de Expansão	2,146	0	0	3,3953	158%	1,467	,727

Fonte: Dados da pesquisa.

CV= Coeficiente de Variação e DV = Desvio Padrão.

a = vários modos, o valor mostrado é o menor

Ao analisar a Tabela 1 verifica-se que o relatório de Folha de Pagamento obteve a maior média, 8,122, cujo modo ficou em 10, ou seja, foi a alternativa com maior número de respostas, mostrando assim, que os empresários estudados estão satisfeitos neste quesito. E para ressaltar a percepção de satisfação dos micro e pequenos empresários com esse serviço contábil, o coeficiente de variação foi o menor, o que permite concluir que a opinião dos empresários sobre esse relatório é a que possui maior homogeneidade.

No entanto, o Plano de Negócios e Plano de Expansão e a Formação de Preço de Vendas apresentaram respectivamente a menor média, com isto entende-se que este relatório é aquele que

## Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis:

menos atende a satisfação dos micro e pequenos empresários. Percebe-se ainda que esses dois serviços apresentam o maior coeficiente de variação, 158% e 146% respectivamente para o Plano de Negócios e Plano de Expansão e a Formação de Preço de Vendas, além de possuir assimetria a direita, ou seja, houve uma concentração das respostas à esquerda da média, justificando o modo e a mediana igual a 0. Portanto, esses dois serviços contábeis são aqueles que possuem menor satisfação dos empresários pesquisados, ou seja, os contadores necessitam melhorar esse serviço.

Já o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício, o Livro Caixa e o Relatório de Faturamento obtiveram uma satisfação mediana, contando com uma média acima de 5. A mediana desses serviços foram de 7, porém demonstraram um valor acima de 50% de coeficiente de variação, ou seja, existiu uma variação considerável em relação a média. Desse modo, para que a média desses serviços possa ser melhor e os empresários tenham maior satisfação é importante os contadores modificarem a forma da prestação desses serviços.

A curtose segundo Correia (2003) representa o achatamento de uma distribuição em comparação com a curva normal. Os dados analisados é uma curtose com distribuição Platicústica na maioria dos indicadores, com exceção de: Folha de Pagamento, Formação de Preço de Vendas e Plano de Negócios e Plano de Expansão, isso quer disse que as curvas das frequências encontram-se mais abertas do que a sua distribuição normal, ou seja, sua frequência tem uma maior dispersão ao longo da reta de distribuição. Por outro lado, os três serviços que foram exceção teve uma curtose Leptocúrtica, ou seja, a curva foi mais fechada que a curva normal, ou seja, houve menor variação na distribuição.

A Tabela 2 mostra o teste de Kolmogorov-Smirnov, que apresenta se a distribuição possui normalidade. A finalidade desse teste é verificar se irá fazer uso de estatística de comparação de médias paramétrica ou não paramétrica.

Tabela 2 – Teste de Kolmogorov-Smirnov

	<b>Kolmogorov-Smirnov</b>	<b>Sig.</b>
Balanço Patrimonial	0,202	0,000
Demonstração do Resultado do Exercício	0,190	0,001
Livro Caixa	0,214	0,000
Relatório de Faturamento	0,236	0,000
Relatório de Compras e Estoques	0,227	0,000
Relatório de Aplicações Financeiras	0,249	0,000
Relatório de Análise de Investimentos	0,286	0,000
Controle do Saldo e Extrato Bancário	0,235	0,000
Controle Pagamento de Empréstimos Tomados	0,261	0,000
Controle de Contas a Receber e a Pagar	0,253	0,000
Folha de Pagamento	0,211	0,000
Formação de Preço de Vendas	0,338	0,000
Plano de Negócios e Plano de Expansão	0,315	0,000

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os resultados da Tabela 2 revelaram que considerando um nível nominal de significância de 5% houve a rejeição da hipótese nula de que a amostra é proveniente de uma população com distribuição normal. Desse modo, para a comparação de média serão utilizados os testes não paramétricos, sendo para a análise de duas variáveis o teste de Mann-Whitney. Enquanto, que para a análise com mais de duas variáveis usou-se o teste de Kruskal Wallis, sendo que se verificou a normalidade dos resíduos, apresentando que a amostra não é oriunda de uma população com distribuição normal, necessitando utilizar um teste não paramétrico e não a análise de variância.

A Tabela 3 apresenta os resultados do teste de Kruskal Wallis, medindo as variáveis de satisfação dos micro e pequenos empresários e tempo que a empresa está em funcionamento.

Tabela 3 – Teste de Kruskal Wallis

	<b>Qui-quadrado</b>	<b>Sig.</b>
Balanço Patrimonial	3,261	0,515
Demonstração do Resultado do Exercício	1,788	0,775
Livro Caixa	4,686	0,321
Relatório de Faturamento	4,623	0,328
Relatório de Compras e Estoques	6,912	0,141

Relatório de Aplicações Financeiras	6,729	0,151
Relatório de Análise de Investimentos	7,079	0,132
Controle do Saldo e Extrato Bancário	4,096	0,393
Controle Pagamento de Empréstimos Tomados	7,180	0,127
Controle de Contas a Receber e a Pagar	4,006	0,405
Folha de Pagamento	8,234	0,083
Formação de Preço de Vendas	10,781	0,029
Plano de Negócios e Plano de Expansão	9,862	0,043

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os dados da Tabela 3 revelam que apenas a Formação do Preço de Venda e Plano de Negócios e Plano de Expansão tiveram a significância inferior a 0,05, ou seja, houve a rejeição da hipótese nula de igualdade de média entre as variáveis, assim, percebe-se que esses dois serviços contábeis possuem diferença de satisfação dos micro e pequenos empresários ao considerar o tempo de atuação da empresa.

Para visualizar a diferença entre as médias desses dois serviços apresenta-se na Tabela 4, a média de cada um dos serviços separados por tempo de empresa.

Tabela 4 – Média por tempo de empresa

Tempo de empresa	Formação do Preço de Venda	Plano de Negócios e Plano de Expansão
Até 1 ano	7,67	8,00
Entre 1 ano e 3 anos	3,67	3,33
Entre 4 e 6 anos	1,18	1,45
Entre 7 e 10 anos	2,57	1,57
Acima de 10 anos	1,21	1,21

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme visualizado na Tabela 4, percebe-se a diferença entre as médias de satisfação e o tempo de empresa dos respondentes. A análise mostra que os empresários com um período inferior a 1 ano apresenta uma satisfação de 7,67 e 8,00, respectivamente para Formação do Preço de Vendas e Plano de Negócio e Plano de Expansão, enquanto aqueles com maior tempo utilizando-se dos serviços contábeis tendem a possuírem uma média menor de satisfação.

Por outro lado, os demais serviços contábeis apresentaram igualdade das médias, ou seja, o tempo que a empresa é cliente do escritório não influencia na satisfação com os serviços prestados. Logo, independentemente do escritório está realizando o trabalho contábil há 1 ano ou acima de 10 anos, a média da satisfação dos empresários é igual.

Na Tabela 5 apresenta-se o teste de Mann-Whitney para verificar se existe igualdade de média entre a satisfação dos empresários e o porte da empresa.

Tabela 5 – Teste de Mann-Whitney

	U de Mann-Whitney	Wilcoxon W	Z	Sig. (2 extremida
Balço Patrimonial	138,000	183,000	-0,192	0,848
Demonstração do Resultado do Exercício	131,500	659,500	-0,399	0,690
Livro Caixa	130,000	175,000	-0,449	0,654
Relatório de Faturamento	108,500	636,500	-1,134	0,257
Relatório de Compras e Estoques	144,000	189,000	0,000	1,000
Relatório de Aplicações Financeiras	131,500	659,500	-0,412	0,680
Relatório de Análise de Investimentos	144,000	189,000	0,000	1,000
Controle do Saldo e Extrato Bancário	128,500	173,500	-0,505	0,614
Controle Pagamento de Empréstimos Tomados	114,500	159,500	-0,975	0,330
Controle de Contas a Receber e a Pagar	128,000	173,000	-0,525	0,600
Folha de Pagamento	123,500	168,500	-0,671	0,502
Formação de Preço de Vendas	127,500	172,500	-0,582	0,561
Plano de Negócios e Plano de Expansão	118,500	163,500	-0,887	0,429

Fonte: Dados da Pesquisa.

Com o teste apresentado na Tabela 5 verifica-se que o grau de significância de todos os demonstrativos foi acima de 5%, com isto não se rejeita a hipótese de nulidade de igualdade de média. Portanto, a satisfação dos empresários e o porte da empresa possuem igualdade de média, ou seja, independentemente do porte da empresa o nível da satisfação é estatisticamente igual.

Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis:

Na Tabela 6 é apresentado as médias da satisfação com os serviços contábeis entre os portes das empresas.

Tabela 6 – Média por porte da empresa

Serviços	Microempresa	Empresa de Pequeno Porte
Balanço Patrimonial	5,87500	6,22222
Demonstração do Resultado do Exercício	5,21875	6,44444
Livro Caixa	5,34375	5,44444
Relatório de Faturamento	5,4375	7,44444
Relatório de Compras e Estoques	3,87500	3,77778
Relatório de Aplicações Financeiras	3,09375	3,44444
Relatório de Análise de Investimentos	3,06250	2,88889
Controle do Saldo e Extrato Bancário	4,06250	3,44444
Controle Pagamento de Empréstimos Tomados	3,96875	2,33333
Controle de Contas a Receber e a Pagar	4,03125	3,55556
Folha de Pagamento	8,12500	8,11111
Formação de Preço de Vendas	2,437500	1,66667
Plano de Negócios e Plano de Expansão	2,437500	1,11111

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados apresentados na Tabela 6 revelam que as médias de satisfação atribuídas pelos micro e pequenos empresários e pelos empresários de pequeno porte possuem uma proximidade. Logo, entende-se o motivo da aceitação da hipótese de nulidade de igualdade de médias entre o porte das entidades estudadas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou demonstrar a satisfação dos micro e pequenos empresários associados ao Grupo Empreender em relação aos serviços contábeis prestados por seus contadores. O estudo justifica em auxiliar e orientar os profissionais que ainda estão na academia, da importância de disponibilizar aos clientes um serviço de qualidade e que atenda as necessidades dos empreendedores. Também em apresentar aos empresários a importância de possuir um contador nas tomadas de decisões da empresa, de forma a mostrar os relatórios que podem auxiliá-los nesta tarefa.

Encontrou-se na pesquisa que a maioria dos respondentes eram Microempresas, seguido das Empresas de Pequeno Porte. Esse resultado corrobora ao estudo do MTE (2014), que apresentou que a maioria das empresas no Brasil são micros e pequenas empresas, sendo que no presente estudo os resultados foram análogos. Constatou-se ainda que a maioria das empresas já estão no mercado há mais de 4 anos, ou seja, elas conseguiram sobreviver aos dois primeiros anos, que é um período que possui um elevado número de falência das entidades.

Quanto aos contadores percebeu-se que a maioria das entidades o possui externamente, o que é um fato esperado, uma vez que para se manter o profissional internamente o gasto da entidade seria maior do que ter a prestação do serviço externamente. Entretanto, há um fato preocupante, pois praticamente 25% dos respondentes apresentaram que não possuem contadores, o que pode prejudicar a empresa a ter uma boa administração empresarial, uma vez que os empresários não possuem várias informações contábeis.

Observou-se que o serviço contábil que os micro e pequenos empresários demonstraram satisfação foi a Folha de Pagamento, sendo que apresentou a maior média e o menor coeficiente de variação. Por outro lado, o Plano de Negócios e Plano de Expansão e a Formação de Preços de Vendas tiveram as menores médias de satisfação e maiores coeficientes de variação, ou seja, além de ter uma média pequena ainda houve uma variação grande, uma vez que alguns empresários demonstraram satisfação com esses serviços. E os demais serviços contábeis estudados tiveram uma satisfação próxima a 5, porém é necessário que esses serviços possam ser melhorados, para aumentar a média de satisfação dos clientes.

O teste não paramétrico de Mann-Whitney revelou que existe igualdade de média entre o porte da empresa e a satisfação dos clientes, desse modo, independentemente do porte da empresa as médias de satisfação com os serviços contábeis prestados pelos contadores externos das micro e pequenas empresas estudadas são iguais.

Quanto ao tempo de funcionamento da empresa e o nível de satisfação percebeu-se que houve igualdade de média em praticamente todos os serviços analisados, com exceção da Formação do Preço de Vendas e do Plano de Negócio e Plano de Expansão. A diferença ocorreu em decorrência dos empresários com até 1 ano de empresa terem atribuído uma nota alta para esses dois serviços, sendo que num contexto geral a média da FPV e PNPE foram as menores.

Portanto, percebe-se que os empresários não estão satisfeitos com a maioria dos serviços prestados pelos contadores. No entanto, verifica-se que a empresa e o contador devem estar sempre ligados um ao outro nas tomadas de decisão, sendo necessário que o profissional contábil conheça as necessidades da empresa e a entidade dos relatórios prestados pelos contadores, buscando resultados que traga maior rentabilidade à empresa, e satisfação pelos serviços prestados dos contadores.

Esta pesquisa apresenta como limitação a amostra ser restrita a ACIUB, sendo que para solucionar esse ponto é importante a realização de uma pesquisa com os micro e pequenos empresários de Uberlândia, uma vez que a população era de 522, incluindo os MEIs que não fizeram parte da pesquisa. Desse modo, é importante que se faça uma pesquisa com vários empresários na cidade em estudo, para verificar se os resultados serão semelhantes aos encontrados nesta pesquisa.

Como futuros trabalhos é interessante se fazer um comparativo do rendimento entre as empresas que utilizam os demonstrativos prestados pela contabilidade para a tomada de decisão e as que não os usam. Relevante também seria pesquisar o motivo de um empresário escolher um contador, e mais ainda o motivo no qual as micro e pequenas empresas continua com um escritório que não estão satisfeito. Por fim é importante conhecer o diferencial dos contadores em que as empresas se sintam satisfeitas com seus serviços contábeis.

## REFERÊNCIAS

- ALFLEN, Dayana Vitória; LOUBACK, Ligiane; FERREIRA, Jorge Leandro. A Satisfação dos Profissionais Contadores: Um Estudo Aplicado em Escritórios de Campo Mourão. In: ENCONTRO DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA, 9, 2014, Campo Mourão. **Anais....** Campo Mourão: UNESPAR, 2014.
- BRANDÃO JUNIOR, Antonio; LIRA, Waleska Silveira; GONÇALVES, Geuda Anazile da Costa. A satisfação do cliente como base para a qualidade em serviços: O caso de um supermercado de pequeno porte. **Qualit@s Revista Eletrônica**, Campina Grande – PB, v. 3, n.1, p. 1-13, 2004.
- BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Poder Legislativo, Brasília, DF, 15 dez. 2006. Seção 1. p. 1. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/leicom/2006/leicomplementar-123-14-dezembro-2006-548099-norma-actualizada-pl.html>>. Acesso em: 05 out. 2016.
- BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A.. **Estatística Básica**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- CORREIA, Sonia Maria Barros Barbosa. **Probabilidade e Estatística**. 2. ed. Belo Horizonte: PUC Minas Virtual, 2003.
- CANECA, Roberta Lira *et al.* A Influência da Oferta de Contabilidade Gerencial na Percepção da Qualidade dos Serviços Contábeis Prestados aos Gestores de Micro, Pequenas e Médias Empresas. In: Congresso Brasileiro de Custos, 15, 2008, Curitiba. **Anais....** Curitiba, 2008.
- CANECA, Roberta Lira; RODRIGUES, Raimundo Nonato. **Oferta e Procura de Serviços Contábeis para Micro, Pequenas e Médias Empresas: Um estudo comparativo das percepções dos empresários e contadores**. 2008. 181 f. Dissertação (Pós-Graduação em Ciências Contábeis) – Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade de Brasília; Universidade Federal da Paraíba; Universidade Federal de Pernambuco; Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Recife, 2008.
- CESTARI, Tainara; GIMENEZ, Edson Leite Lopes. **A importância da satisfação dos clientes: um estudo de caso na envelopex artes gráficas**. 2008. 8 f. Graduação (Administração) - Faculdade Network, São Paulo, 2008.

Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis:

CORRÊA, Henrique L.; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços: Lucratividades por meio de operações e de satisfação dos clientes.** São Paulo: Atlas, 2002.

DENTON, D. Keith. **Qualidade em Serviços: o atendimento ao cliente como fator de vantagem competitiva.** Tradução Flavio Deny Steffen. Revisão José Carlos de Waeny. São Paulo: McGraw-Hill Ltda., 1990.

FARBER, João Carlos; LUZ, Miguel Ferreira; LIMA, Igor Gabriel; PINTO, Denise Maria Almada de Oliveira; MORAES, Patrícia Regina de. A contabilidade como geradora de informações na gestão de micros e pequenas empresas em Iguape/SP. **Revista Ampla de Gestão Empresarial.** Iguape, v. 3, n.1, p. 245-259, abr., 2014.

FERRONATO, Airto João; KASZNAR, Istvan Karoly. **A Micro e Pequena Empresa – desafios, sobrevivência e prosperidade: Uma busca de soluções integradas.** 2009. 424. Dissertação (Mestrado em Gestão de Empresas) – Escola de Formação Acadêmica e Pesquisa, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro.

FARBER, João Carlos et al. A Contabilidade como Geradora de Informações na Gestão de Micros e Pequenas Empresas em Iguape/SP. **Revista Ampla de Gestão Empresarial,** Registro, v. 3, n. 1, p. 245-259, abr. 2014. Disponível em: <[http://www.revistareage.com.br/artigos/quarta\\_edicao/15.pdf](http://www.revistareage.com.br/artigos/quarta_edicao/15.pdf)>. Acesso em: 6 dez. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HENRIQUE, Marco Antonio. **A importância da contabilidade gerencial para micro e pequena empresa.** 2008. 82. Monografia (Especialização em Gestão Contábil, Auditoria e Controladoria) – Universidade de Taubaté, Departamento de Economia, Contabilidade e Administração, Taubaté.

LAURENTINO, Anderson José; LESTENSKY, Douglas Laureano; NOGORA, João Guilherme; PRIA, Thiago Dalla. **A importância da contabilidade gerencial para as micro e pequenas empresas no século XXI no Brasil.** 2008. 76f. Monografia (Ciências Contábeis) – FAE Centro Universitário. Curitiba, 2008.

LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LUCAS, Michael; PROWLE, Malcolm; LOWTH, Glynn. Management Accounting Practices of (UK) Small-Medium-Sized Enterprises (SMEs): Improving SME performance through Management Accounting Education. **Chartered Institute of Management Accountants.** London, v.9, n. 4, July 2013.

MARCUCCI, Fabiano. **Avaliação pelo usuário da qualidade dos serviços contábeis prestados as micro e pequenas empresas comerciais com sede nos principais shoppings centers da cidade de Florianópolis.** 2010 Monografia (Ciências Contábeis) -Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010.

MOREIRA, Rafael de Lacerda; ENCARNAÇÃO, Luana Vogel; BISPO, Oscar Neto de Almeida; ANGOTTI, Marcello; COLAUTO, Romualdo Douglas. A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. **Revista Contemporânea de Contabilidade.** Florianópolis, v. 10, n. 18, p. 119-140, jan./abr., 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

MORENO, Diego Henrique; CACEFFO, Rodrigo Eduardo. **Pesquisa de percepção da satisfação dos usuários dos serviços de contabilidade.** 2010. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) – Faculdades Integradas Metropolitanas de Campinas. Campinas, 2010.

PORTALUPPI, Jussara et al. Análise do atendimento e satisfação dos clientes: estudo de caso de uma empresa de insumos agrícolas. **Revista Ciência Empresariais da UNIPAR,** Umuarama, v. 7, n. 1, p. 75-91, jan./jun., 2006.

RAPOZO, Flávia de Oliveira. **O Uso das Informações Contábeis para Fins Gerenciais – Nas Micro e Pequenas Empresas de Teresópolis.** 2004. 110 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Centro de Ciências Humanas e Sociais, Fundação Educacional Serra dos Órgãos, Teresópolis, 2004.

RATHKE, Adriana Luiza; SCHNEIDER, Aline Botelho; CARNEIRO, Marcelo Lopes; PARENTE, Edna Ghiorzsi Varela. O Papel da Gestão Contábil em Microindústrias: um Estudo Empírico em uma Capital Brasileira. **Revista Pensar contábil,** Rio de Janeiro, v.12, n. 48, p. 36-45, maio/ago., 2010.

RICINI, Caren Daniele; ZANCHET, Aládio. Fatores determinantes nas decisões de terceirização dos serviços contábeis das empresas da cidade de Palotina-PR. *In: Seminário do Centro de Ciências Sociais Aplicadas Campus de Cascavel*, 7., 2008, Cascavel. **Anais...** Cascavel, 2008.

SABATINO, Luiz. **Fidelização**: a ferramenta de marketing que promove relacionamentos duradouros com o cliente. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2003.

SCHIMANKO, Grazieli Dalmarco; KLOSOWSKI, Ana Léa Macohon. Qualidade e satisfação dos serviços contábeis na percepção dos gestores das empresas de médio e pequeno porte situadas no município de Irati-PR. *In: SEMANA DE INTEGRAÇÃO, ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO*, 1., 2009, Guarapuava. **Anais...** UNICENTRO: Guarapuava, 2009. Disponível em: <[http://anais.unicentro.br/siepe/isiepe/pdf/resumo\\_1184.pdf](http://anais.unicentro.br/siepe/isiepe/pdf/resumo_1184.pdf)>. Acesso em: 17 jan. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Crítérios de classificação de empresas**: MEI – ME – EPP. Disponível em: < <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 05 out. 2016.

\_\_\_\_\_. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**, Jul. 2014. Disponível

em:<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2016.

. \_\_\_\_\_. **Anuário do trabalho na Micro e Pequena Empresa**. Brasília: SEBRAE, 2015. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario-do%20trabalho-na%20micro-e-pequena%20empresa-2014.pdf>>. Acesso em: 13 jan. 2016.

\_\_\_\_\_. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira: Região Sudeste**, fev. 2015. Disponível

em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjhp7uMspLQAhWEiZAKHTGOC5EQFggbMAA&url=http%3A%2F%2Fobservatorio.sebraego.com.br%2Fmidias%2Fdownloads%2F11022016114423.pdf&usg=AFQjCNHmgWU-oroS2aeom0W2I8aUviWDow&sig2=Kql2geQllRotiDCIc4bOaQ&bvm=bv.137904068,d.Y2I>>. Acesso em: 5 out. 2016.

SILVA, Daniel José Cardoso da; MIRANDA, Luiz Carlos; FREIRE, Deivisson Rattacaso; ANJOS, Luiz Carlos Marques dos. Para que Serve a Informação Contábil nas Micro e Pequenas Empresas?. **Revista Contemporânea de Contabilidade**. Florianópolis, v. 1, n. 13, p. 89-106, jan./jun., 2010.

SOUSA, Antonio de. **Gerência financeira para micro e pequenas empresas**: Um manual simplificado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TASCA, Bob; CALDWELL, Peter. **Clientes satisfeitos**: Liderança em satisfação do cliente: A experiência de sucesso do distribuidor “Bob Tasca”. São Paulo: Atlas, 1997.