

GESTÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE CASCAVEL - PR

RESUMO O objetivo deste estudo foi analisar os fatores que influenciam o grau de importância e satisfação dos gestores das micro e pequenas empresas, no Município de Cascavel-PR, com relação aos serviços de contabilidade oferecidos pelos seus respectivos contadores. Adotou-se como metodologia a pesquisa de campo, com entrevistas realizadas no Banco Bradesco entre agosto e dezembro de 2012. A amostra foi composta por 64 (sessenta e quatro) gestores de um universo de 922 (novecentos e vinte e dois). O questionário foi estruturado com perguntas fechadas e escala de avaliação (pontuada de um a nove), que medem o grau de importância e de satisfação dos serviços prestados, utilizando a matriz “importância-satisfação”, desenvolvida por Slack *et al* (2008). Os principais resultados indicaram que os empresários consideram os fatores pesquisados como sendo importantes na hora da escolha do profissional contábil. A média geral de importância foi de 7,55 pontos. Destacam-se: “Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa”, com 7,85 pontos; “Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência”, com 7,81 pontos. Quanto ao grau de satisfação a média geral foi de 6,03 pontos. De forma geral, os micros e pequenos empresários de Cascavel estão satisfeitos com os serviços oferecidos pelos profissionais contábeis.

Palavras-chave: Informação. Satisfação. Serviços Contábeis.

Recebido em 15 / janeiro / 2014

Aprovado em 04 / novembro / 2014

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editor Científico: Simone Pereira Silva Bastos

Revista de Administração da UEG – ISSN 2236 1197

Nilton Marques de Oliveira, doutorando em Desenvolvimento Regional e Agronegócio pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), professor adjunto na Universidade Federal do Tocantins (UFT), e-mail: niltonmarques@uft.edu.br.

Claudiomir Debiazi, graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, e-mail: debiazi@hotmail.com.

Udo Strassburg, doutorando em Desenvolvimento Regional e Agronegócio e professor pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), e-mail: udo.strassburg@unioeste.br

Elias Garcia, professor na Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), e-mail: elias.garcia@unioeste.br

**MANAGEMENT OF MICRO AND SMALL COMPANIES:
A CASE STUDY IN CASCAVEL MUNICIPALITY – PARANÁ STATE-PR, BRAZIL**

ABSTRACT This study aimed to analyze the factors that affect the importance degree and managers satisfaction of micro and small companies, in Cascavel City, Paraná State-PR, Brazil, with respect to bookkeeping services offered by their accountants. The adopted methodology was field research with interviews held in Bradesco Bank, from August to December, 2012. The sample consisted of 64 (sixty four) managers from a universe of 922 (nine hundred twenty-two) people. The questionnaire was structured with closed questions and rating scale (scored from one to nine) measuring the importance degree and services satisfaction, using the "importance-satisfaction" matrix developed by Slack *et al.* (2008). Results indicated that entrepreneurs consider the studied factors important when choosing the accounting professional. The overall meaning value was 7.55 points. The highlights are "Guidance on best tax option for the company" with 7.85 points and "Technical competence - experience, qualifications, and efficiency" - with 7.81 points. Regarding the satisfaction degree, the overall average was 6.03. In general, the micro and small companies of Cascavel City are satisfied with the services offered by accounting professionals.

Keywords: Information. Satisfaction. Accounting Services.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade, na primeira década do Século XXI, passou por diversas transformações tecnológicas, científicas, políticas, econômicas, culturais e sociais. A geração de riqueza e os processos de produção e consumo massificados acabaram por alterar o comportamento das pessoas e a maneira de se relacionarem. Essas mudanças tornam crescente a importância do setor de serviços na economia nacional e mundial. No entanto, a qualidade dos serviços, apesar de representar um fator importante na competitividade das empresas, nem sempre é considerada com o devido cuidado. As empresas, frequentemente, focalizam os aspectos relacionados ao processo de produção dos serviços sem uma preocupação maior com a qualidade com que são realizados.

Essas transformações ocorridas no mercado mundial constituem um grande desafio para as empresas, já que afetam diretamente o desempenho da gestão, influenciada pelo redimensionamento do mercado e, conseqüentemente, pelo aumento da competitividade. Diante desses fatos, o profissional contábil não pode se restringir apenas ao atendimento das exigências governamentais. Ele deve, além disso, estar preparado para oferecer subsídios e até participar na tomada de decisões nas empresas, objetivando identificar e corrigir os problemas que possam surgir ao longo do tempo por meio de ações proativas, baseadas nas informações geradas pela contabilidade. Nesse sentido, Sá (1998, p. 1) afirma que as empresas estão em

permanentes desafios e há necessidade de competência, habilidade e criatividade dos profissionais contábeis para superar as expectativas dos clientes.

As reivindicações aos profissionais e empresas contábeis são ascendentes e desafiadoras, algo que exige a união da capacidade técnica à uma constante renovação e a um alto padrão de qualidade em seus serviços para enfrentar os desafios e ter sucesso em sua profissão. Diante dessas novas exigências, o profissional de contabilidade deverá ter iniciativa, ética, capacidade de negociação, rapidez, habilidade de lidar com mudanças, flexibilidade, entender as novas realidades políticas, sociais e financeiras e saber orientar as empresas de maneira que elas sobrevivam às fortes oscilações geradas pela globalização da economia.

Produtos e serviços de qualidade superior podem proporcionar a uma empresa uma considerável vantagem competitiva, uma vez que a qualidade adequada reduz gastos com retrabalhos e, o mais importante, produz consumidores satisfeitos. Alguns executivos acreditam que, a longo prazo, a qualidade será o mais importante atributo que afeta a atuação de uma empresa em relação aos seus concorrentes (SLACK et. al. 2008, p. 598).

Nesse contexto, o sucesso das empresas prestadoras de serviços contábeis deveria estar pautado na dedicação, excelência e diferenciação dos serviços oferecidos, sendo de competência do escritório contábil conhecer sua capacidade de serviços e com que qualidade devem chegar ao cliente, tornando possível atingir de forma gradual a excelência nos serviços prestados.

Dessa forma, o presente estudo se justifica por procurar identificar qual o grau de importância e de satisfação que os gestores das micro e pequenas empresas pesquisadas atribuem aos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade no município de Cascavel - PR.

A questão central deste estudo é: Que fatores determinam o grau de importância e de satisfação que os gestores das empresas atribuem aos serviços de contabilidade por eles contratados?

Assim sendo, o seu objetivo é: analisar os fatores que influenciam o grau de importância e satisfação dos gestores das micro e pequenas empresas, em relação aos serviços de contabilidade oferecidos pelos seus contadores.

Para contemplar tais metas, este artigo está dividido em 5 partes. Além desta introdução, na seção 2 descreve-se a metodologia, na 3 a fundamentação teórica da Matriz

importância-desempenho, a seguir os principais resultados da pesquisa e, por fim, as considerações finais.

2 METODOLOGIA

A metodologia usada neste trabalho foi a pesquisa de campo. Trata-se de um estudo descritivo que, segundo Triviños (1987), tem como objetivo descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Tal recurso se faz necessário para responder à questão levantada pela pesquisa, que visa identificar os fatores que determinam o grau de importância em relação aos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade.

Para Lakatos e Marconi (1996, p. 57), são vários os procedimentos para a realização da coleta de dados, que variam de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação. Neste estudo, o levantamento dos dados se deu com base na aplicação de questionário estruturado com perguntas fechadas: treze questões com escala de avaliação (pontuada de um a nove), que medem o grau de importância e de satisfação dos serviços prestados, utilizando a matriz “importância-satisfação”, adaptada de Slack et. al. (2008, p. 599), “sendo que a escala de 1 – 3 foi definida como pouco satisfeito e pouco importante, de 4 – 6 satisfeito e importante e de 7 – 9 muito satisfeito e muito importante”. Há uma pergunta de múltipla escolha com cinco alternativas para identificar qual foi o principal fator que influenciou na escolha do escritório de contabilidade.

Com o resultado dos questionários calculou-se uma média para cada fator, definindo assim, os mais importantes e os que traziam maior satisfação para os empresários. Posteriormente foi efetuado o cruzamento entre a média dos fatores que mediam a importância e os que mediam a satisfação dos mesmos, na matriz Importância-satisfação dos fatores, conforme Figura 1.

De acordo com a pontuação dos fatores na matriz pode-se verificar a posição de cada um e dar um diagnóstico de como eles se encontram, identificando a necessidade de ações.

A amostra pesquisada foi composta pelos gestores das micro e pequenas empresas que compareceram ao Banco Bradesco S.A, Agência 0438, localizada na Av. Brasil, 6435 – Cascavel – Paraná, de segunda a sexta-feira, em horário comercial, entre agosto e dezembro

de 2012, atingindo um total de sessenta e quatro empresas de um universo de novecentos e vinte e duas empresas.

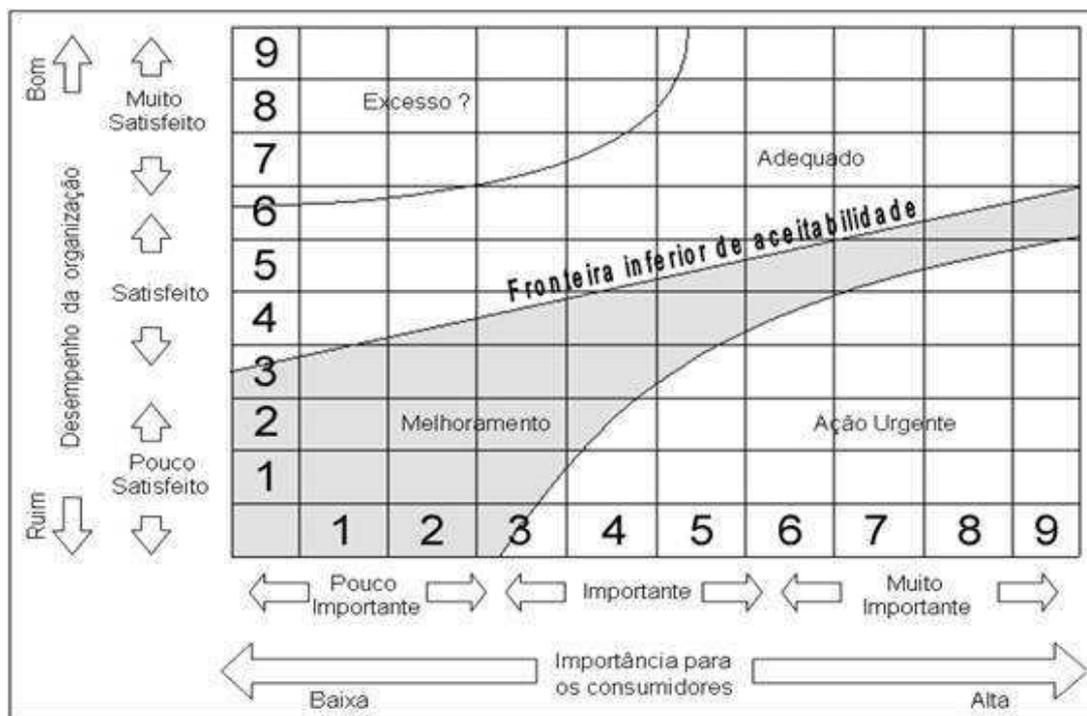


Figura1 – Matriz Importância-Satisfação

Fonte: Adaptado de Slack et. al. (2008, p. 599).

Para se chegar a esse número foi utilizada a técnica de amostragem não probabilística, denominada de intencional, na qual o pesquisador está interessado na opinião (ação, intenção etc.) de determinados elementos da população. Para identificar a quantidade de clientes que deveriam ser entrevistados, adotou-se a seguinte fórmula descrita por Richardson (2010, p. 170):

$$n = \frac{N \times p \times q \times Z^2}{p \times q \times Z^2 + (N - 1) \times E^2}$$

Onde:

N = Tamanho da População.

Z = Abcissa da Normal Padrão. Para um nível de confiança de 90%, o valor de Z deve ser 1,645.

p = estimativa da proporção, no caso foi utilizada a proporção padrão que é 50%.

q = 1 - p

n = tamanho da amostra aleatória simples a ser selecionada da população.

E = Erro amostral admitido, no caso 10%.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DA MATRIZ IMPORTÂNCIA-DESEMPENHO

Por ser um modelo testado, validado na literatura e aplicado no desenvolvimento de trabalhos que têm essa mesma finalidade, o modelo conceitual escolhido foi a matriz “importância-desempenho” de (SLACK et. al. 2008, p. 598), que, no caso desta pesquisa, foi adaptado para importância-satisfação. A importância dessa matriz para análise dos dados se deve à sua capacidade em agrupar as perspectivas do cliente em relação à importância e à satisfação dos serviços prestados, com o objetivo de avaliar as melhorias que precisam ser realizadas nos fatores analisados. Dessa forma, fica assegurado que cada fator de serviço será avaliado pela importância e pela satisfação do cliente.

O grau de importância dos serviços para os consumidores pode ser apontado por meio dos fatores competitivos ganhadores de pedidos, qualificadores e menos importantes, conforme ilustra a Figura 1. Os fatores ganhadores de pedido são aqueles que diretamente contribuem para o fechamento de negócios e são vistos pelos consumidores como a principal razão para adquirir o produto/serviço. Aumentando seu desempenho em objetivos ganhadores de pedido, a empresa aumentará as possibilidades de ganhar mais negócios (SLACK et. al. 2008).

Os fatores qualificadores são aqueles que podem não ganhar negócios novos se a empresa melhorar seu desempenho, mas podem, com certeza, perder negócios se o desempenho cair abaixo de um ponto particular, conhecido como nível de qualificação. Já os fatores menos importantes são aqueles que não influenciam o consumidor de forma significativa e são relativamente menos importantes, pois, habitualmente, não são levados em consideração pelos consumidores quando tomam decisões de compra (SLACK et. al. 2008).

Slack et. al. (2008) propõem uma escala de nove pontos tomados em três categorias de fatores competitivos (ganhadores de pedidos, qualificadores e menos importantes), dividindo cada categoria em posições forte, média e fraca para mensurar o nível de importância e o nível de desempenho dos critérios competitivos. Após atribuir a pontuação relativa a cada critério competitivo, os resultados são transferidos para a matriz “importância-desempenho”.

Ganhadores de pedidos	Forte 9 Proporciona uma vantagem crucial Médio 8 Proporciona uma vantagem importante Fraco 7 Proporciona uma vantagem útil
Qualificador	Forte 6 Precisa estar dentro do bom padrão de serviços Médio 5 Precisa estar dentro do médio padrão de serviços Fraco 4 Precisa estar a pouca distância atrás do resto do escritório
Menos Importante	Forte 3 Não usualmente importante, mas pode ser Médio 2 Muito raramente considerado pelos clientes Fraco 1 Nunca considerado pelos clientes

Figura 2 – Escala de nove pontos de importância

Fonte: Adaptado de Slack et. al. (2008, p. 599).

Na figura 1, a matriz está dividida em quatro zonas de prioridade de melhoramento, que são: a zona adequada é separada em sua margem inferior pela fronteira de aceitabilidade, sendo esta o nível mínimo de desempenho da empresa, aceitável pelo mercado. Qualquer fator competitivo que cair na região de melhoramento é um candidato a ser aprimorado, mas se estiver no canto inferior esquerdo da matriz poderá ser um caso não urgente de melhoramento (SLACK et. al. 2008).

A situação mais crítica é quando um fator competitivo encontra-se na zona de ação urgente, requerendo, em curto prazo, a fixação de programas de melhoria, pois provavelmente clientes estão sendo perdidos em razão disso. Por último, existe também a “zona de excesso”, onde o desempenho alcançado é superior ao necessário. Isso não significa que recursos em demasia estão sendo empregados para atingir tal nível, mas pode ser que sim. Se fosse este o caso, parte dos recursos poderia ser direcionada para a melhoria dos fatores localizados na região de ação urgente (SLACK et. al. 2008).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Fatores considerados como importantes pelos micro e pequenos empresários

Nesta seção são apresentados e discutidos os principais resultados da pesquisa. As informações coletadas sobre as médias de importância que os gestores atribuem aos fatores estudados estão na Tabela 1 e possibilitam identificar quais são as necessidades e preferências dos empresários. Essas informações mostram que todos os fatores pesquisados foram avaliados como importantes e/ou muito importantes pelos gestores. O valor mínimo

observado foi de 6,98 pontos, enquanto o valor máximo foi de 7,85 pontos. A média geral foi de 7,55 pontos, mostrando que, de modo geral, os empresários consideram os atributos pesquisados como sendo muito importantes na hora da escolha do profissional contábil. E, nenhum fator obteve média inferior a 3 pontos, que estaria dentro da faixa de melhoramento da matriz.

Os fatores pesquisados alcançaram média relativamente elevada, mas foi identificado um conjunto desses fatores considerados pelos gestores como mais importantes que outros. Portanto, são esses fatores que, de modo direto, são os responsáveis pela contratação dos serviços de um ou outro profissional contábil.

Tabela 1 – Grau de importância dos serviços oferecidos

FATORES	IMPORTÂNCIA
	Média
a) Assessoria para a gestão da empresa	7,23
b) Pontualidade na entrega das demonstrações	7,63
c) Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência	7,81
d) Atualização referente a legislação e impostos	7,74
e) Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos	7,81
f) Disponibilidade para atendimento	7,42
g) Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa	7,85
h) Qualidade dos serviços de RH oferecidos	7,58
i) Honorários compatíveis com os serviços oferecidos	6,98
j) Auxílio na análise e interpretação das demonstrações contábeis	7,40
k) Orientação sobre questões trabalhistas	7,55
l) Agilidade na solução de problemas	7,48
m) Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa	7,61
Média geral dos fatores pesquisados	7,55

Fonte: Dados da Pesquisa, 2012

De acordo com a Figura 2, os fatores que atingiram média superior a 7 pontos são denominados fatores ganhadores de pedidos, isto é, o principal motivo que fazem os gestores das micro e pequenas empresas contratarem os serviços de determinado profissional contábil. Oito fatores foram considerados essenciais que são: i) Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa, ii) Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência, iii) Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos, iv) Atualização referente à

legislação e impostos, v) Pontualidade na entrega das demonstrações, vi) Fornecimento de relatórios periódicos sobre a empresa, vii) Qualidade dos serviços de RH oferecidos e, viii) Orientação sobre questões trabalhistas. Esses atributos atingiram média igual ou superior a 7,55 pontos.

Os atributos: Agilidade na solução de problemas; Disponibilidade para atendimento; Acompanhamento na análise e interpretação das demonstrações contábeis; Assessoria para a gestão da empresa e Honorários compatíveis com os serviços oferecidos obtiveram média de importância abaixo da média geral (7,55 pontos). Os fatores foram ordenados em grupos de importância, sendo que de 1 a 3 o fator é considerado como “pouco importante”, de 4 a 6, como “importante” e de 7 a 9 como “muito importante”.

O fator “Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa” foi avaliado por 80,65% dos micro e pequenos empresários como sendo muito importante, atribuindo de 7 a 9 pontos. Em segundo lugar ficou o fator “Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência”, que apresentou média de 7,81 pontos na escala de importância, pois 83,87% consideram-no muito importante. Em terceiro lugar está “Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos” com 7,81 pontos, 83,86% atribuíram notas entre 7 e 9, avaliando-o como muito importante.

O fator “Atualização referente à legislação e impostos” tem como objetivo avaliar como o contador está atualizado com relação às mudanças na legislação e é o quarto colocado, com a média de 7,74 pontos na escala. O fator “Pontualidade na entrega das demonstrações” avalia se o profissional contábil entrega as demonstrações financeiras no prazo e obteve média de 7,63 pontos. O item “Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa”, que tem como objetivo avaliar se os empresários receberam informações constantes a respeito da situação econômica/financeira da empresa, obteve média de 7,61 pontos.

O fator “Qualidade dos serviços de RH oferecidos” tem como objetivo avaliar como os empresários atribuem a competência na execução dos serviços de recursos humanos oferecidos pelos escritórios de contabilidade. Esse item ficou com 7,58 pontos na escala de importância. E, para completar a análise, o fator “Orientação sobre questões trabalhistas”, que avalia a orientação recebida pelos contadores na orientação sobre questões trabalhistas, obteve média de 7,55 pontos na escala de importância.

4.2 Satisfação dos micro e pequenos empresários em relação aos fatores pesquisados

As médias de satisfação de todos os fatores encontram-se na Tabela 2. A média geral de satisfação dos clientes foi de 6,03 pontos. Segundo a matriz “importância-satisfação”,

adaptada de Slack et. al. (2008 p. 599), os empresários se consideraram satisfeitos com os serviços oferecidos pelos profissionais contábeis. E nenhum dos atributos apresentou média abaixo de 3 pontos. O valor mínimo observado foi de 4,73 e 6,92 como valor máximo. Nenhum dos atributos pesquisados foi considerado como muito satisfeito, pois não atingiram média entre 7 e 9 pontos.

Tabela 2 – Grau de satisfação dos serviços oferecidos

FATORES	Satisfação
	Média
a) Assessoria para a gestão da empresa	5,21
b) Pontualidade na entrega das demonstrações contábeis	6,40
c) Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência	6,29
d) Atualização referente á legislação e impostos	6,48
e) Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos	6,90
f) Disponibilidade para atendimento	6,92
g) Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa	5,71
h) Qualidade dos serviços de Departamento de Pessoal oferecidos	6,55
i) Honorários compatíveis com os serviços oferecidos	5,94
j) Auxílio na análise e interpretação das demonstrações contábeis	5,37
k) Orientação sobre questões trabalhistas	6,11
l) Agilidade na solução de problemas	5,84
m) Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa	4,73
Média Geral dos Fatores Pesquisados	6,03

Fonte: Dados da Pesquisa, 2012

Como todos os atributos alcançaram média de satisfação razoável, foi possível verificar a existência de um conjunto desses fatores avaliados como de maior satisfação que outros. Nessa parte do questionário foram encontrados 07 (sete) fatores competitivos considerados como satisfeitos pelos empresários, que são: i) “Disponibilidade para atendimento”; ii) “Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos”; iii) “Qualidade dos serviços de RH oferecidos”; iv) “Atualização referente à legislação e impostos”; v) “Pontualidade na entrega das demonstrações”; vi) “Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência” e , vii) “Orientação sobre questões trabalhistas”. Estes fatores obtiveram média igual ou superior a 6,03 pontos.

O fator competitivo “Disponibilidade para atendimento” atingiu 6,92 pontos, a maior média de satisfação. Já o item “Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa” obteve a menor média geral de satisfação: 4,73 pontos. Em segundo lugar ficou o item “Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos”, com média de 6,90 pontos.

Em terceiro lugar está o fator “Qualidade dos serviços de recursos humanos oferecidos”, que obteve média de 6,55 pontos na escala de satisfação. O fator “Atualização referente à legislação e impostos” obteve 6,48 pontos. O fator “Pontualidade na entrega das demonstrações” tem como finalidade avaliar a satisfação dos empresários com relação à pontualidade dos contadores na entrega dos demonstrativos contábeis. Este fator obteve média de 6,40 pontos na escala de satisfação.

O fator “Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência” tem como finalidade identificar qual o grau de importância que os entrevistados atribuem à competência técnica, experiência, qualificação, iniciativa, ética, visão de futuro, habilidade de negociação, flexibilidade, capacidade de inovar e criar. Este fator apresentou uma média de 6,29 pontos na escala de satisfação. Por fim, o fator “Orientação sobre questões trabalhistas” apresentou média de 6,11 pontos na mesma escala.

Os atributos que não atingiram média superior a 6,03 foram: “Honorários compatíveis com os serviços oferecidos”, com 5,94 pontos; “Agilidade na solução de problemas”, com 5,84 pontos; “Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa”, com 5,71 pontos; “Auxílio na análise e interpretação das demonstrações contábeis”, com 5,37 pontos; “Assessoria para a gestão da empresa”, com média de 5,21 e “Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa”, com 4,74 pontos. Os fatores “Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa”, com média 4,74 e “Assessoria para a gestão da empresa”, com média 5,21 obtiveram os menores desempenhos. Mesmo assim, são tidos pelos gestores como satisfatórios, segundo a matriz “importância-satisfação”, adaptada de (SLACK et. al., 2008).

4.3 Localização dos fatores na Matriz Importância-Satisfação

A Tabela 3 apresenta a matriz “importância-satisfação”, que é o cruzamento das médias da Tabela 1 (importância) com os dados da Tabela 2 (satisfação). O objetivo é fazer um diagnóstico mais elaborado. Dessa forma, tem-se a possibilidade de identificar na matriz a localização de cada um dos fatores pesquisados, o que permitirá uma análise sobre a necessidade de ação em cada um dos atributos.

Tabela 3 - Relação Importância – Satisfação

FATORES	Relação	
	Importância	Satisfação
a) Assessoria para a gestão da empresa	7,23	5,21
b) Pontualidade na entrega das demonstrações	7,63	6,40
c) Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência	7,81	6,29
d) Atualização referente à legislação e impostos	7,74	6,48
e) Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos	7,81	6,90
f) Disponibilidade para atendimento	7,42	6,92
g) Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa	7,85	5,71
h) Qualidade dos serviços de RH oferecidos	7,58	6,55
i) Honorários compatíveis com os serviços oferecidos	6,98	5,94
j) Auxílio na análise e interpretação das demonstrações contábeis	7,40	5,37
k) Orientação sobre questões trabalhistas	7,55	6,11
l) Agilidade na solução de problemas	7,48	5,84
m) Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa	7,61	4,73
Média geral dos fatores pesquisados	7,55	6,03

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Os atributos “Atualização referente à legislação e impostos”; “Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos”; “Disponibilidade para atendimento”, “Qualidade dos serviços de RH oferecidos”, estão posicionados acima da “fronteira inferior de aceitabilidade”. Ou seja, na “zona adequada”, onde não há necessidade de ação para melhorar seu desempenho. Para Slack et. al. (2008, p. 600), “os atributos localizados nesta área devem ser considerados como satisfatórios”.

Como forma de ilustração, a Figura 3 complementa a análise dos resultados.

Os atributos “Pontualidade na entrega das demonstrações” e “Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência”, estão muito próximos da “fronteira inferior de aceitabilidade”. Apesar de não estarem na “zona de melhoramento”, necessitam de uma atenção especial, pois são fortes candidatos a entrarem nessa área. Sendo assim, é necessário que os profissionais contábeis adotem medidas de correção e estabeleçam novas estratégias para melhorar seu desempenho e mantê-los na zona “adequada”.

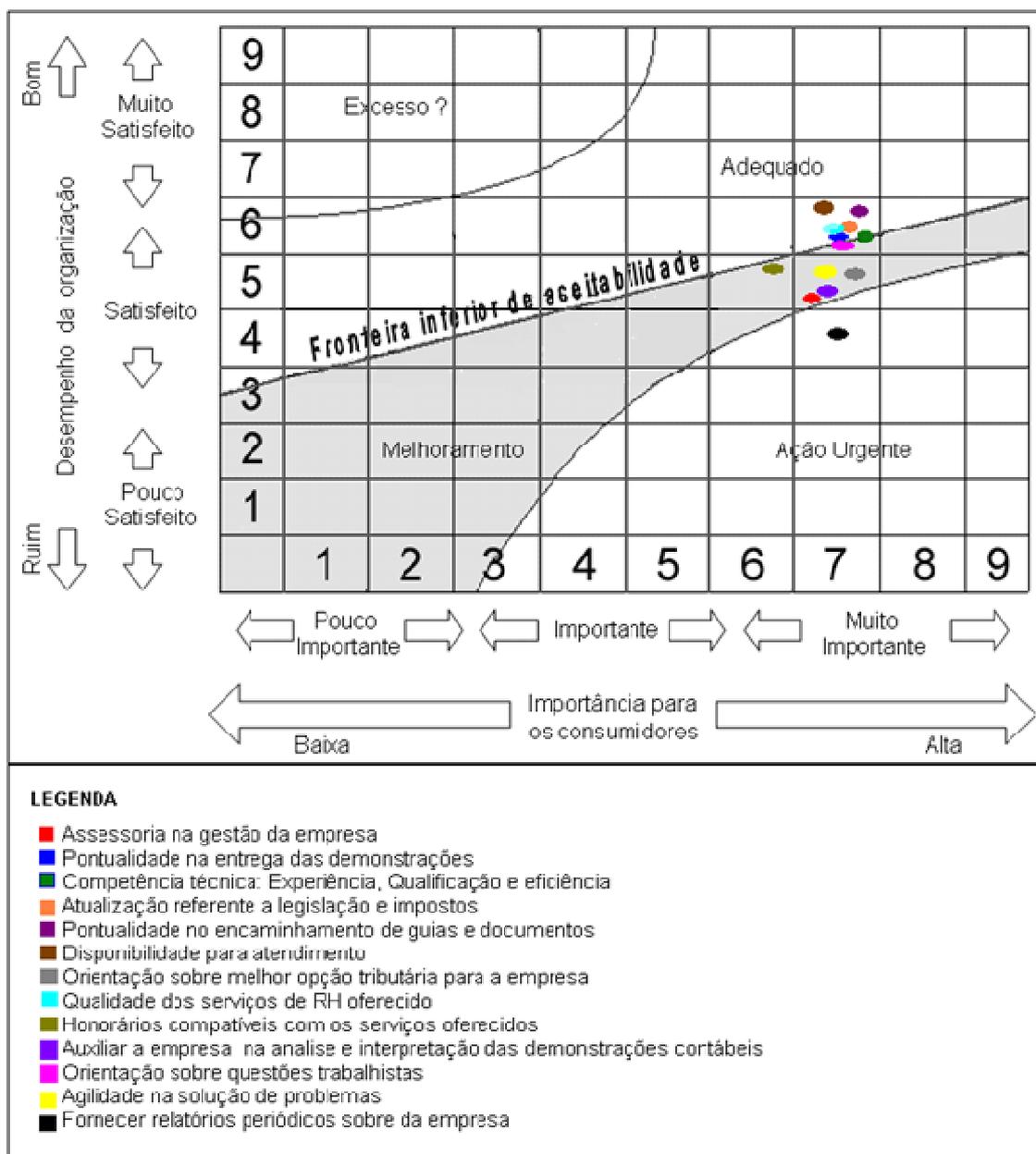


Figura 3 – Matriz “importância e satisfação dos fatores

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Já os fatores “Assessoria para a gestão da empresa”, “Orientação sobre a melhor opção tributária para a empresa”, “Honorários compatíveis com os serviços oferecidos”, “Auxiliar a empresa na análise e interpretação das demonstrações contábeis”, “Orientação sobre questões trabalhistas” e “Agilidade na solução de problemas”, estão localizados na “zona de melhoramento”, sendo necessária uma ação por parte dos profissionais contábeis para melhorar o desempenho desses fatores e deslocá-los para zona “adequada”.

Segundo Slack et. al. (2008, p. 598), “a prioridade para melhoramento que se deve dar a cada fator competitivo pode ser avaliada com base em sua importância e em seu desempenho”. Os atributos que são apontados pelos clientes como muito importantes e estão com desempenho considerado pelos empresários como pouco satisfeito têm prioridade no melhoramento.

No entanto, o fator “Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa” está localizado na “zona de ação urgente”, sendo necessária uma ação por parte dos profissionais contábeis para aumentar o desempenho desses fatores e deslocá-los para “zona adequada”, visto que, de acordo com Slack et. al. (2008, p. 600), “os fatores que estão na zona de ação urgente são fatores considerados importantes para os clientes, mas seu desempenho é bem inferior à necessidade”.

4.4 Fatores que influenciaram na escolha do profissional contábil

De acordo com o resultado da pergunta objetiva, 51,67% dos respondentes declararam que a “Influência ou indicação de amigos” foi o principal fator que “pesou” em sua decisão no momento da escolha do profissional contábil e 25,00% foi a “capacitação técnica dos funcionários”. Já 5,00% afirmaram que o fator que mais contribuiu para a seleção do profissional foi “Valor dos honorários”, 6,67% disseram que foi a “localização do escritório” e 11,67% alegaram “outros motivos”, os quais não foram identificados pelos respondentes.

Verifica-se que o fator que mais influenciou os pesquisados no momento da escolha do profissional foi a “Influência ou indicação de amigos”, indicando que além de prestar um bom serviço o profissional da contabilidade e o seu escritório precisam ser vistos com bons olhos pelos seus clientes.

Analisando os treze fatores para verificação do grau de importância e satisfação dos serviços oferecidos, os resultados evidenciaram que doze dos treze atributos foram avaliados como muito importantes, ou seja, receberam pontuação superior a 7,0. Apenas um dos atributos recebeu nota entre 4 e 6 pontos na escala de importância. No entanto, em relação à satisfação, os resultados foram inferiores. Todos os treze fatores ficaram entre 4 e 6 – satisfeitos, com três ultrapassando os 6,5.

Analisando individualmente as respostas relacionadas à importância e satisfação, com o cruzamento dos dados (Tabela 3), foi possível posicioná-los na matriz “importância-

satisfação”, permitindo uma melhor visualização dos resultados. Segundo Slack et. al. (2008, p.597), “tanto a importância quanto à satisfação precisam ser consideradas em conjunto, antes que qualquer julgamento possa ser feito quanto às prioridades para melhoramento”.

Na Tabela 4 encontram-se os fatores localizados na “zona adequada” da Matriz “importância-satisfação”. “Os fatores “Pontualidade na entrega das demonstrações” e “Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência” estão localizados na “zona adequada”; esses fatores têm desempenho satisfatório, mas precisam de atenção especial a curto prazo, pois estão muito próximos da “fronteira inferior de aceitabilidade”, sendo grandes candidatos a cair para “zona de melhoramento” caso não melhorem seus desempenhos.

Tabela 4 – Fatores localizados na zona adequada da matriz importância-satisfação

FATORES	Relação		
	Importância	Satisfação	Diferença
b) Pontualidade na entrega das demonstrações	7,63	6,40	1,23
c) Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência	7,81	6,29	1,52
d) Atualização referente à legislação e impostos	7,74	6,48	1,26
e) Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos	7,81	6,90	0,91
f) Disponibilidade para atendimento	7,42	6,92	0,50
h) Qualidade dos serviços de RH oferecidos	7,58	6,55	1,03

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Os fatores “Atualização referente à legislação e impostos” e “Pontualidade no encaminhamento de guias e documentos” também estão localizados na “zona adequada” da matriz “importância-satisfação”, significando que têm desempenho satisfatório e não precisam de ações de melhoramento. Entretanto, faz-se necessário ao profissional contábil manter-se sempre atualizado, conhecer as normas contábeis e estar atento às mudanças na legislação tributária, pois o mercado está exigindo do profissional contábil um perfil cada vez mais autodidata para acompanhar as necessidades constantes de mudança. Com isso, será possível aumentar a satisfação dos empresários no sentido de equilibrar o grau de satisfação ao grau de importância atribuída pelos mesmos.

Os fatores, “Disponibilidade para atendimento” e “Qualidade dos serviços de RH oferecidos”, apesar de estarem localizados na “zona adequada”, precisam de atenção especial, pois qualquer queda no grau de satisfação destes atributos será direcionada para a “zona de

melhoramento”. Movimentar estes fatores de forma ascendente e verticalmente, aumentando e elevando seu grau de satisfação a um patamar mais alto dentro da “zona adequada” deve ser considerado.

Na Tabela 5 encontram-se os fatores localizados na “zona de melhoramento” da Matriz “importância-satisfação”. Os atributos “Assessoria para a gestão da empresa” e “Auxiliar a empresa na análise e interpretação das demonstrações contábeis” estão com desempenho abaixo das expectativas dos clientes e muito próximos da zona de “ação urgente” da matriz “importância-satisfação”. Apesar de não estarem entre os principais fatores levados em consideração pelos empresários, ações para melhorar o desempenho nesses atributos devem ser consideradas e realizadas pelos profissionais contábeis, deslocando-os, a curto prazo, para a “zona adequada” da matriz.

Tabela 5 – Fatores localizados na zona de melhoramento da matriz importância-satisfação

FATORES	Relação		
	Importância	Satisfação	Diferença
a) Assessoria para a gestão da empresa	7,23	5,21	2,02
g) Orientação sobre melhor opção tributária para a empresa	7,85	5,71	2,14
i) Honorários compatíveis com os serviços oferecidos	6,98	5,94	1,04
j) Auxiliar a empresa na análise e interpretação das demonstrações contábeis	7,40	5,37	2,03
k) Orientação sobre questões trabalhistas	7,55	6,11	1,44
l) Agilidade na solução de problemas	7,48	5,84	1,64

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Os atributos “Honorários compatíveis com os serviços oferecidos” e “Orientação sobre a melhor opção tributária para a empresa” estão localizados na “zona de melhoramento” da matriz “importância-satisfação”, significando que não têm desempenho satisfatório e necessitam que os profissionais contábeis melhorem seu desempenho nesses itens. No caso do fator “Honorários compatíveis com os serviços oferecidos”, ele está muito próximo da “fronteira inferior de aceitabilidade”; com o aumento no desempenho desse fator será possível deslocá-lo a curto prazo para a “zona adequada”. O fator “Orientação sobre a melhor opção tributária para a empresa” está em situação delicada, visto estar muito próximo da “zona de ação urgente”, sendo necessária a realização de ações e estratégias direcionadas para elevar o desempenho desse atributo para “zona adequada” da matriz “importância-satisfação”.

Os fatores “Orientação sobre questões trabalhistas” e “Agilidade na solução de problemas” também estão localizados na “zona melhoramento” da matriz. É importante ressaltar que eles são considerados como muito importantes pelos gestores. Assim, faz-se necessário que estes atributos sejam movimentados para “zona adequada”, por meio do aumento da satisfação dos gestores.

Na Tabela 6 encontram-se os fatores localizados na zona de “ação urgente” da Matriz “importância-satisfação”. Neste estudo, apenas o atributo “Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa” está localizado nesta área; trata-se de um fator considerado muito importante pelos clientes e seu desempenho está bem abaixo do esperado.

Tabela 6 – Fatores localizados na zona de ação urgente da matriz importância-satisfação

FATORES	Relação		
	Importância	Satisfação	Diferença
m) Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa	7,61	4,73	2,88

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Portanto, é imprescindível que os profissionais contábeis revejam seu desempenho nesse atributo e procurem melhorá-lo, no sentido de levá-lo para “zona adequada”, pois esse atributo está entre os seis mais importantes, de acordo com a pontuação atribuída pelos clientes

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como propósito analisar os fatores que influenciam o grau de importância e satisfação dos gestores das micro e pequenas empresas, em relação aos serviços de contabilidade oferecidos pelos seus contadores.

Foi possível observar que 12 dos 13 atributos avaliados, que medem a importância e a satisfação dos serviços prestados pelos profissionais contábeis, são considerados pelos gestores das empresas como muito importantes.

Pode se concluir que o profissional contábil precisa desenvolver ações, aumentar o grau de satisfação dos gestores, de modo que procure contribuir com seu papel adequadamente nos itens, “Pontualidade na entrega das demonstrações”, “Competência técnica: experiência, qualificação e eficiência”, “Atualização referente à legislação e impostos” e “Qualidade dos serviços de RH oferecido”, os quais precisam de maior atenção

por parte do profissional contábil, pois estes, apesar de estarem em “zona adequada”, encontram-se muito próximos à “fronteira inferior de aceitabilidade” da matriz “importância-satisfação”.

Outros aspectos que devem ser levados em conta pelo profissional contábil é que 6 fatores, dos 13 que foram avaliados, estão localizados na “zona de melhoramento” da matriz importância-satisfação, mostrando que, embora os gestores das micro e pequenas empresas tenham avaliado 5 destes 6 itens como muito importantes, o grau de satisfação atribuído por eles encontra-se abaixo das suas expectativas. Isso aponta para o fato de que o profissional contábil precisa desenvolver estratégias urgentes no sentido de melhorar o desempenho nesses serviços, com o objetivo de elevar estes itens para a “zona adequada”, da matriz. E ainda, há fatores que precisam de maior atenção, devido ao fato de estarem muito próximos da “zona de ação urgente”, como os fatores “Assessoria para a gestão da empresa” e “Auxiliar a empresa na análise e interpretação das demonstrações contábeis”, assim como o fator “Fornecer relatórios periódicos sobre a empresa”, o qual já se encontra na “zona de ação urgente”.

Desta forma, conclui-se que esta pesquisa respondeu a sua questão inicial, uma vez que os serviços prestados pelos profissionais contábeis no município de Cascavel - PR, são importantes para a classe empresarial. Também foi possível verificar que o profissional deve se preocupar com a melhoria dos serviços prestados, uma vez que, embora esses empresários considerem fundamentais os serviços prestados pelos profissionais contábeis, os mesmos encontram-se insatisfeitos, pois dos 13 fatores avaliados, apenas 6 encontram-se na “zona adequada” da matriz “importância-satisfação”, mostrando que os serviços precisam ser melhorados, uma vez que 12 dos 13 fatores são considerados como muito importantes pelos gestores.

Os dados mostraram que os fatores que influenciam na decisão de escolha do profissional contábil, pelos micros e pequenos empresários, são a indicação de amigos e a capacitação técnica dos funcionários. Consequentemente, depreende-se que um serviço contábil de boa qualidade e que atenda às expectativas dos gestores das empresas, com certeza, terá um cliente satisfeito e que estará disposto a indicar o serviço a outros. O propósito fundamental de toda empresa deve ser o de criar produtos/serviços que satisfaçam as necessidades dos seus clientes, considerando o que os clientes elegem como pontos importantes.

REFERÊNCIAS

- BRETZKE, Miriam. **Gestão de marketing**. In: MACHLINE, Claude. São Paulo: Editora Saraiva, 2003.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnica de pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 1996.
- LAMB JUNIOR, Charles W., HAIR JUNIOR, Joseph F., e MCDANIEL, Carl. **Princípios de marketing**. São Paulo: Editora Thomson, 2004.
- LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **Gestão de Marketing**. In: MACHLINE, Claude. São Paulo: Editora Saraiva, 2003.
- MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- SALOMON, Délcio Vieira. **Como fazer uma monografia**. 9ª Ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999.
- SÁ, Antonio Lopes de. **Evolução e futuro do profissional contábil**. 1998. Disponível em: <http://www.lopesdesa.com.br/?s=evolu%C3%A7%C3%A3o+e+futuro+do+&x=7&y=14>. Acessado em 02 de setembro de 2012.
- SLACK, Nigel et. al. **Administração da Produção**. 2ª Ed. Editora Atlas. São Paulo: 2008.
- TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

