

QUALIDADE EM SERVIÇOS CONTÁBEIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

José Ribamar Marques de Carvalho

Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis - UFCG

Mestre em Ciências Contábeis pela UnB/UFPB/UFPE/UFRN. Líder do Grupo de Estudos e Pesquisas em Contabilidade da UFCG. Professor Assistente da Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande. Coordenador Administrativo da UACC.
profribamar@gmail.com

Francilene Araújo Silva Tomaz

Universidade Federal de Campina Grande

Graduada em Ciências Contábeis na Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis da

Universidade Federal de Campina Grande

francilenejuy@hotmail.com

Submetido em: 14 de março de 2009

Aprovado em: 24 de março de 2010

RESUMO

O presente estudo procurou identificar e analisar os requisitos de qualidade em relação à prestação de serviço contábil oferecida ao setor de comércio varejista de material de construção da cidade de Sousa, PB, no intuito de propor dimensões/fatores latentes que possam direcionar melhor o trabalho dos profissionais de Contabilidade. Para tanto, foi realizado um estudo de campo, de natureza descritiva, com abordagem qualitativa. A coleta de informações se deu por meio da aplicação de um questionário estruturado com assertivas relacionadas ao objeto de estudo. O procedimento estatístico foi composto pelas técnicas de análise fatorial. Os resultados apontam 3 fatores latentes: o Fator 1 relacionado à confiança, agilidade e interesse em prestar o serviço contábil; o Fator 2 à competência, atualização e ética profissional; e o Fator 3 aos honorários contábeis e informações elaboradas, demonstrando que segundo a percepção dos gestores entrevistados, estas são as variáveis que devem ser consideradas como relevantes na prestação do serviço de contabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Serviços contábeis; Qualidade; Comércio Varejista de Material de Construção.

ABSTRACT

This study identifies and analyzes the quality requirements for the provision of accounting services offered to the construction materials retail sector in the city of Sousa, PB, proposing size/ latent factors that can guide the work of Accounting Professionals. A field study was carried out, using a descriptive, qualitative approach. Data was collected through the application of a structured questionnaire with probes related to the object of study. The statistical analysis consisted of factor analysis. The results show 3 latent factors: Factor 1 was related to trust, flexibility and interest in providing the accounting service, Factor 2 was related

to competence, professional development, and professional ethics, and Factor 3 was related to accounting fees and the information compiled, showing that according to the perceptions of managers interviewed, these are the variables that are considered most relevant in the provision of the accounting service.

KEY WORDS: Accounting services. Quality. Construction Materials Retail.

RESUMEN

El presente estudio intentó identificar y analizar los requisitos de calidad en relación a la prestación de servicio contable ofrecida al sector de comercio minorista de materiales de construcción de la ciudad de Sousa, PB, con el propósito de proponer dimensiones/factores latentes que puedan direccionar mejor el trabajo de los profesionales de Contabilidad. Para ello fue realizado un estudio de campo, de naturaleza descriptiva, con abordaje cualitativo. La recolección de informaciones se realizó por medio de la aplicación de un cuestionario estructurado con aseveraciones relacionadas al objeto de estudio. El procedimiento estadístico estaba compuesto por las técnicas de análisis factorial. Los resultados apuntan a 3 factores latentes: el Factor 1 relacionado a la confianza, agilidad e interés en prestar el servicio contable; el Factor 2 a la competencia, actualización y ética profesional; y el Factor 3 a los honorarios contables e informaciones elaboradas, demostrando que según la percepción de los gestores entrevistados, estas son las variables que deben ser consideradas como relevantes en la prestación del servicio de contabilidad.

PALABRAS CLAVE: Servicios contables; Calidad; Comercio Minorista de Materiales de Construcción.

1. INTRODUÇÃO

Nos mercados competitivos, o sucesso de qualquer profissional depende da qualidade do serviço que está sendo oferecido, mas a realidade no campo de atuação alerta para a necessidade de uma adaptação a um mundo em que os profissionais de contabilidade precisam buscar novos caminhos para que adquiram vantagem competitiva e, conseqüentemente, possam continuar realizando suas atividades.

Carvalho *et al.* (2008a) dizem que a qualidade dos serviços é vista pelos gestores como instrumento importante para as empresas. Sendo assim, devido ao grande número de empresas que prestam serviços contábeis, torna-se essencial para essas organizações definir metas para maximizar a qualidade dos seus serviços, como forma de manterem-se no mercado, supostamente ampliando seu campo de atuação.

Com o aumento da concorrência entre os mercados emerge o interesse dos gestores por informações contábeis úteis que possam subsidiar o processo de decisão empresarial e a continuidade de seus empreendimentos.

Nesse sentido, os profissionais da área contábil devem ficar atentos a esse novo panorama, buscando novos conhecimentos para aumentar a demanda de ofertas de serviços. Todavia, não é suficiente apenas prestar bons serviços, nem tampouco ser apenas um bom profissional, é preciso ser o melhor, ter a melhor estrutura, ter credibilidade, atualizar-se constantemente e buscar sempre novas oportunidades.

Ressalta-se, ainda, a relevância de que as empresas necessitam de sistemas de informações contábeis que representem a realidade de seus empreendimentos, uma vez que as técnicas contábeis são consideradas fundamentais para o acompanhamento das atividades empresariais. Nesse contexto, o profissional contábil deve concentrar esforços para que a prestação de seus serviços seja efetivamente capaz de contribuir para a maximização de riqueza das organizações.

Acrescente-se ainda a escassez de estudos no setor de comércio, especificamente no atual contexto paraibano, motivo pelo qual se justifica o presente estudo. Face ao exposto e devido ao

importante papel que o profissional contábil ocupa no âmbito empresarial e na sociedade, o presente estudo tem por objetivo identificar e analisar os requisitos de qualidade em relação à prestação de serviço contábil oferecida ao setor de comércio varejista de material de construção da cidade de Sousa, PB, no intuito de propor dimensões/fatores latentes que possam direcionar melhor o trabalho dos profissionais de Contabilidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceitos de qualidade

A qualidade, conforme é conhecida hoje, surgiu de um processo evolutivo ao longo dos tempos, estruturado a partir da década de 1960 e alcançando seu auge na década de 1980, quando as empresas começaram a refletir sobre a implantação da qualidade como forma efetiva nos processos produtivos.

Dessa forma, entende-se que a qualidade é reconhecida como um fator decisivo para a escolha do cliente, servindo como instrumento de avaliação, aprovação ou não de um produto ou serviço. Por sua vez, acredita-se que a qualidade, por ser um termo de grande importância na satisfação dos clientes, passou a ser um tema muito discutido nas organizações. Verifica-se que, o interesse pelo controle da qualidade está crescendo nas empresas, e em todo o mundo. Os clientes e usuários estão ficando cada dia mais exigentes; insistindo por uma melhora na qualidade dos serviços, visto que os serviços de boa qualidade aumentam a credibilidade e, conseqüentemente, geram fidelidade e confiança empresarial.

Nesse contexto, Rolim (2006) quando cita Cerqueira (1994, p. 14) afirma que “a maneira mais simples de falar sobre Qualidade é conceituá-la como o conjunto de todas as ações ou atividades desenvolvidas numa organização, para que ela atenda às expectativas de seus clientes ou superiores”. Cabe ressaltar a importância da qualidade numa organização, haja vista que esse se configura como um fator exigido pelos usuários, pois o cliente não admite erros ou desculpas, para ele é essencial que a empresa não tenha falhas em nenhum ponto.

O processo de melhoria de qualidade nas empresas tem os seguintes objetivos: a busca de conformidade com as exigências do cliente, prevenção de falhas, perda zero e eliminação dos custos que não agregam valor. Todas estas metas são feitas sob lideranças participativas, em que as empresas se aparelham para implementar, monitorar e corrigir os programas de qualidade total, montando, assim, equipes de melhoria de qualidade (LISBOA, 2007).

Desse modo, pode-se considerar a qualidade de acordo com as exigências e as necessidades do cliente, as quais estão em permanentes mudanças e suas especificações precisam ser alteradas frequentemente. Também a qualidade é obtida por intermédio de cada membro que constitui uma empresa, o qual deve ser consciente do seu papel a cumprir, na prestação de serviços diferenciados, visando a satisfazer às expectativas do cliente.

2.2 Particularidades do serviço

O setor de serviços tem se expandido, o que tem aumentado também a preocupação das empresas em melhorar os serviços e a qualificação do pessoal envolvido na prestação desses serviços, pois a exigência dos consumidores e a concorrência do mercado crescem juntamente com a importância no setor.

De acordo com Limeira (2006, p. 106) “serviço é um bem intangível, podendo ser entendido como uma ação ou um desempenho que cria valor por meio de uma mudança desejada no cliente ou em seu benefício”. Desse modo, o serviço é considerado intangível por não poder ser tocado, ele é desejado, sendo que, o que melhor agrega valor a um serviço é a confiança do cliente, onde, na execução desses serviços, o autor destes deve ter fidelidade para com os clientes, extrapolando suas expectativas, devendo, para tanto, entendê-las claramente e colocá-las em primeiro lugar.

A definição para serviços, segundo Las Casas (1999) é que são atos, ações e desempenhos desenvolvidos, uma vez que englobam de forma simples, clara e objetiva todas as categorias de

serviços. A partir do momento em que se considera o serviço um ato, fica fácil definir e diferenciar o objeto de transação, pois o ato precisa atender às exigências, expectativas e satisfação do cliente. Observa-se que o serviço tem como objetivo criar valores, e assim poder atrair e manter os clientes para a maximização das vendas. São, portanto, intangíveis e os consumidores procuram constantemente por indicativos de serviços com qualidade, que é imprescindível na avaliação dos clientes.

Gronroos (1999, *apud* PELEIAS, 2007) destaca, ainda, que a essência do serviço consiste na intangibilidade do próprio fenômeno, a qual é, provavelmente, o critério mais frequentemente citado, no tocante à questão da avaliação dos serviços. Para este autor, na mente do cliente, o que conta são as partes visíveis das atividades, que são vivenciadas e avaliadas em cada detalhe.

Para Berry e Parasuraman (1991, *apud* ROCHA e OLIVEIRA, 2003) um ingrediente crítico da infraestrutura de um serviço livre de erros, diz respeito às pessoas responsáveis pela entrega desses serviços, sendo muitos deles caracterizados pelo contato intenso com os clientes e a interação entre a equipe de empregados, que assim acaba se tornando parte significativa no serviço oferecido. Pode-se analisar, desse modo, que é necessário compreender o que o cliente realmente quer para oferecer serviços com precisão, livre de erros, pois para que o empreendimento continue desenvolvendo sua atividade, é necessário o encantamento e a satisfação plena do usuário, já que isso é um fator determinante para o crescimento da empresa.

Considerando isso, é necessário que as pessoas que exercem esses serviços tenham como fator principal o contato com o cliente, transmitindo confiança e procurando sempre atender às suas exigências e necessidades, sendo atenciosos, mostrando-se sempre interessados em solucionar os problemas, visto que, nos serviços, a produção e o consumo ocorrem ao mesmo tempo.

Nesse contexto, Parasuraman, Zeithami e Berry (2006) comentam que poucos pesquisadores acadêmicos procuram definir e modelar a qualidade devido às dificuldades existentes na delimitação e mensuração do constructo. Ademais, apesar de o crescimento fenomenal do setor de serviços, apenas uma pequena parte desses pesquisadores se concentrou em sua qualidade.

2.3 Qualidade na Prestação dos Serviços Contábeis

As empresas de serviços contábeis precisam buscar uma gestão adequada, procurando sempre qualidade em seus serviços, e, assim, satisfazendo as necessidades de seus clientes, e com isso, espera-se do profissional contábil que ele esteja constantemente em formação, buscando novos conhecimentos para aumentar a oferta de serviços e melhorar sua qualidade. Sobre isso, Thomé (2001) afirma que as empresas de serviços contábeis precisam ter uma visão holística, pois prestam serviços tanto para pessoas jurídicas como para pessoas físicas que atuam em todos os ramos da atividade econômica, sendo elas empresas industriais, comerciais, prestadoras de serviços, agrícolas, pecuárias, sociedades sem fins lucrativos, etc.

Na visão de Augusto (2006), o serviço contábil deve ser visto pelo empresário como sendo de boa qualidade, e para isso deve-se atender a alguns requisitos necessários, que são eles: atender às normas fiscais; pôr em prática os princípios contábeis; cumprir os prazos estabelecidos pelo ente Federal; Estadual e Municipal; ter uma boa apresentação; executar os serviços em tempo hábil e com segurança; além de manter um total controle na parte gerencial das empresas.

Segundo Thomé (2001) a profissão contábil lida muito com assuntos fiscais, tributários, trabalhistas e previdenciários, e nestas áreas a legislação sofre alterações constantemente. Alterações essas que para serem devidamente entendidas e aplicadas, necessitam de decretos que regulamentam portarias, instruções normativas, etc.

Lopes e Martins (2007) corroboram com esse entendimento quando afirmam que a contabilidade deve fornecer informações para uma ampla gama de usuários. Por outro lado, para se obter uma boa qualidade nos serviços prestados pelo profissional contábil, é necessário que o contador saiba o que está fazendo, pois a boa qualidade depende diretamente do conhecimento e do comprometimento em exercer a profissão.

Desse modo, evidencia-se que a qualidade do atendimento depende da rapidez e eficiência de quem atende, e as informações que estão sendo solicitadas devem ser disponibilizadas imediatamente.

Os serviços rotineiros devem ser de pleno conhecimento dos funcionários. Se o assunto não for de seu conhecimento, deve comunicar ao cliente que no momento não está em condições de fornecer tal informação, mas que vai consultar e que retornará quando tiver a resposta, o que deve ser feito o mais rapidamente possível.

No entanto, a implantação da qualidade numa organização contábil depende muito de dedicação do profissional, do background para que este processo possa obter êxito. Sobre esse aspecto, Castro e Sanabio (2005) afirmam que, na realização da organização contábil, seus dirigentes devem recorrer a uma análise profunda dos fatores que compõem a empresa, devendo ser vistos e adaptados. Nesse diagnóstico, deve-se avaliar o nível de capacitação e motivação dos colaboradores, o clima organizacional da empresa, a satisfação dos clientes e as adequações as novas demandas do mercado.

A informação contábil com qualidade é aquela que causa clareza ao usuário, ela é esperada e desejada. Porém, a qualidade da informação depende muito da confiança do usuário no sistema que a gerou, e de acordo com Rezende (2005 *apud* CAVALCANTE e RECKZIEGEL, 2007), a informação é muito importante para as organizações, quando planejada e disponibilizada, de forma personalizada, com qualidade. E para isto, faz-se necessário que o contador acompanhe as mudanças e os avanços tecnológicos e, assim, busque alternativas para melhor auxiliar e facilitar a tomada de decisões nas empresas.

Oliveira, Perez Jr. e Silva (2007) afirmam que as informações geradas pela contabilidade devem propiciar a seus usuários uma base segura para as suas decisões, pela compreensão da situação em que se encontra a entidade. No entanto, o sistema de informação contábil, por gerar dados e informação financeira das empresas, representa um instrumento de grande apoio na gestão empresarial, desde que essas informações sejam geradas com qualidade, com base nas doutrinas, suprimindo as necessidades dos usuários.

Nessa direção, Padoveze (2007) considera a contabilidade como sendo o sistema de informações e também avaliação, destinada a informar a seus usuários as demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, abrangendo elementos importantes no crescimento da empresa e no processo decisório. Além disso, Paiva (2000) destaca que a utilização das informações contábeis no processo decisório só ocorrerá se ela estiver revestida de características de qualidade, não apenas em termos quantitativos, mas também qualitativos.

Dessa forma, para se obter a qualidade nas informações contábeis é preciso que o contador não apenas calcule, masque, relate, descreva e explique os aspectos que trazem riscos à empresa, mostrando os erros e também os acertos, a partir do que passará a atender melhor às expectativas dos seus usuários, auxiliando-os de maneira mais benéfica na tomada de decisão.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de identificar e analisar satisfação das empresas do setor de comércio varejista de material de construção, em relação à qualidade dos serviços prestados pelo profissional contábil no município de Sousa/PB, optou-se por um estudo de campo, de natureza descritiva, com abordagem qualitativa.

O estudo foi desenvolvido nas micro e pequenas empresas do comércio varejista de material de construção no município de Sousa/PB, devido a sua representatividade econômica. Haga e Abiko (2008) argumentam que o setor da construção civil no Brasil vem apresentando um ritmo intenso de crescimento, cujo dinamismo se deve às mudanças institucionais e a evolução do cenário macroeconômico. Este cenário começou a se desenhar há aproximadamente três anos, junto com o processo de aquecimento dos negócios da construção, que se deve, em grande medida, à expansão do crédito imobiliário. Nas empresas de construção, a perspectiva do bom desempenho é acompanhada de uma percepção de diminuição de dificuldades financeiras, apesar de uma previsão de aumento de custos da construção. Outro fator que complementa tal perspectiva é o sucesso da política econômica, acompanhada de crescimento econômico e inflação baixa.

Acrescentam ainda de acordo com dados da União Nacional da Construção (UNC, 2006), que o setor de insumos da construção, em termos de valor adicionado, destaca-se por representar algo em torno de 5,7% do PIB nacional no ano de 2003. (HAGA; ABIKO, 2008)

Dadas essas argumentações verifica-se a relevância do setor e conseqüentemente o motivo que justifica a realização desse estudo.

Para cálculo da amostra da pesquisa foi utilizado o cadastro da Coletoria Estadual de Sousa/PB – Secretaria de Finanças 5º Núcleo. A partir do referido cadastro detectou-se que existem 65 empresas do setor, todavia, foram localizadas 24 organizações, visto que, apesar de estarem ainda cadastradas, os endereços não correspondiam ao que estava exposto no cadastro da Fazenda Estadual.

No tocante a coleta dos dados o instrumento utilizado foi um questionário estruturado com assertivas relacionadas à satisfação da prestação do serviço contábil, contendo 16 assertivas, nas quais foram utilizadas a escala do tipo Likert de 1 variando a 5, onde: 1 = pouco; 2 = razoavelmente; 3 = neutro; 4 = bom; e 5 = muito bom.

Após a coleta dos dados e durante a fase de análise, foi utilizada a técnica de análise fatorial a fim de serem encontradas significâncias relacionadas à qualidade da prestação do serviço contábil segundo a percepção dos gestores como maneira de propor dimensões/fatores latentes relacionados que possam contribuir para minimizar ou maximizar o trabalho dos profissionais de Contabilidade.

Para executar a análise dos dados foi utilizado o software SPSS versão 8.0, e seus resultados foram transpostos para planilhas Excel ou tabelas Word (mecanismo para formatação das mesmas) a fim de serem apresentados neste estudo.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com a técnica de análise fatorial, objetivou-se substituir o conjunto inicial de variáveis por outro de menor número denominado de fatores, de modo a identificar os fatores latentes nas variáveis em estudo (identificar a interdependência entre elas), com o intuito de obter uma interpretação mais compreensível a partir das 384 opiniões das 16 assertivas (16 assertivas x 24 opiniões). Diante disso, Hair *et al* (2005) argumentam que quando se utiliza a análise fatorial, espera-se que o número de casos seja, no mínimo, cinco vezes o número de variáveis sob análise, considerando-se que o mais aceitável seja uma relação de 10 vezes o número de variáveis.

Por sua vez, considerando a amostra desta pesquisa, composta de 24 entrevistados, verifica-se que ela atende em termos de tamanho as exigências da análise fatorial (10 x 16 = 160), e que os dados da pesquisa podem ser considerados aceitáveis. Todavia, Hair *et al* (2005) afirmam que alguns cuidados antecedentes à análise fatorial devem ser tomados, como a realização do teste de esfericidade de *Bartlett*, valor de KMO (medida de adequação da amostra) e adequação dos itens à análise fatorial, por meio da verificação dos valores obtidos na matriz *anti-image*.

O KMO é um teste que examina o ajuste dos dados, tomando todas as variáveis simultaneamente, e provê uma informação sintética sobre eles (PEREIRA, 2004). No que se refere ao teste de esfericidade de *Bartlett* o mesmo autor complementa quando diz que outro teste, precedente da análise fatorial com vistas à verificação de suas premissas, é o *Bartlett Test of Sphericity* (BTS), que testa a hipótese de que a matriz correlação é uma matriz identidade (diagonal igual a 1 e todas as outras medidas igual a zero).

Dessa forma, o teste de esfericidade de *Bartlett* revelou-se significativa a um nível de 0,000 (Sig), ou seja, obteve valores significativos a (<) 0,001 de probabilidade, indicando uma grande probabilidade de os dados se ajustarem ao método de análise fatorial e o KMO = 0,67 (Ver tabela 1). Os valores obtidos para os MSA's – *measure of sampling adequacy* (medidas de adequação da amostra) identificam a adequação de cada item ao modelo de análise fatorial, com exceção da variável 12 (Var12), resultantes da matriz *anti-image*, já que foram superiores a 0,50 (Tabela 2).

Tabela 1 – Teste KMO e Bartlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,67
Bartlett's Test of Sphericity	507,874
df	120
Sig.	0,00

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

A Tabela 2 permite realizar uma análise do poder de explicação dos fatores em relação a cada variável, e uma análise sobre sua diagonal, mostra o MSA para cada uma das variáveis analisadas, no qual se verifica que apenas a variável 12 obteve o MSA inferior a 0,50, evidenciando quão é adequada à aplicação da Análise Fatorial.

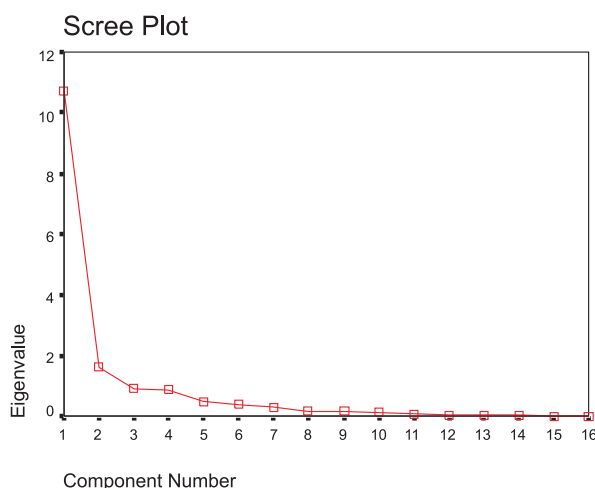
Tabela 2 – Matriz Anti-imagem

	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var12	Var13	Var14	Var15	Var16
Var1	0,30	-0,68	-0,09	-0,05	0,627	0,482	-0,23	-0,08	-0,33	0,661	-0,3	0,138	0,063	-0,28	0,131	0,399
Var2	-0,68	0,659	0,632	0,292	-0,57	-0,61	-0,21	0,647	-0,16	-0,78	-0,27	-0,61	0,452	0,349	-0,28	-0,83
Var3	-0,09	0,632	0,533	0,553	0,131	-0,02	-0,75	0,916	-0,75	-0,35	-0,82	-0,82	0,469	0,293	-0,53	-0,58
Var4	-0,05	0,292	0,553	0,80	-0,1	-0,01	-0,38	0,438	-0,64	-0,14	-0,42	-0,56	0,087	-0,06	-0,49	-0,06
Var5	0,627	-0,57	0,131	-0,1	0,731	0,813	-0,57	0,063	-0,43	0,618	-0,46	0,054	-0,05	0,099	-0,28	0,416
Var6	0,482	-0,61	-0,02	-0,01	0,813	0,708	-0,44	-0,08	-0,38	0,607	-0,26	0,074	-0,33	0,091	-0,27	0,596
Var7	-0,23	-0,21	-0,75	-0,38	-0,57	-0,44	0,652	-0,67	0,798	-0,14	0,805	0,619	-0,45	-0,27	0,578	0,175
Var8	-0,08	0,647	0,916	0,438	0,063	-0,08	-0,67	0,587	-0,69	-0,38	-0,79	-0,78	0,481	0,27	-0,39	-0,66
Var9	-0,33	-0,16	-0,75	-0,64	-0,43	-0,38	0,798	-0,69	0,547	-0,16	0,837	0,728	-0,37	-0,04	0,475	0,029
Var10	0,661	-0,78	-0,35	-0,14	0,618	0,607	-0,14	-0,38	-0,16	0,688	-0,11	0,3	0,017	-0,18	0,136	0,678
Var11	-0,3	-0,27	-0,82	-0,42	-0,46	-0,26	0,805	-0,79	0,837	-0,11	0,671	0,701	-0,55	-0,36	0,324	0,268
Var12	0,138	-0,61	-0,82	-0,56	0,054	0,074	0,619	-0,78	0,728	0,3	0,701	0,193	-0,57	-0,14	0,408	0,373
Var13	0,063	0,452	0,469	0,087	-0,05	-0,33	-0,45	0,481	-0,37	0,017	-0,55	-0,57	0,724	0,059	-0,07	-0,45
Var14	-0,28	0,349	0,293	-0,06	0,099	0,091	-0,27	0,27	-0,04	-0,18	-0,36	-0,14	0,059	0,87	-0,2	-0,33
Var15	0,131	-0,28	-0,53	-0,49	-0,28	-0,27	0,578	-0,39	0,475	0,136	0,324	0,408	-0,07	-0,2	0,80	0,15
Var16	0,399	-0,83	-0,58	-0,06	0,416	0,596	0,175	-0,66	0,029	0,678	0,268	0,373	-0,45	-0,33	0,15	0,682

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

A escolha do número de fatores é um ponto fundamental na execução da AF, para condensar todas as variáveis em menor número de dados (fatores). Visando facilitar as observações, adotou-se 3 Fatores no intuito de elucidar os dados, com base no resultado apresentado pelo critério do gráfico de *Scree Plot* (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Gráfico *Scree Plot*



Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

O Gráfico 1 foi constituído com o propósito de ajudar o pesquisador a definir a quantidade de fatores que vão compor a análise. Consoante Bezerra (2007, p. 86) o gráfico *Scree Plot* estabelece que a

“[...] definição dos fatores segue o raciocínio de que grande parcela da variância será explicada pelos primeiros fatores e que entre eles haverá sempre uma diferença significativa. Quando essa

diferença se torna pequena, este ponto determina o número de fatores a serem considerados" (BEZERRA, 2007, p. 86).

Com base nos argumentações do autor, foram selecionados 3 componentes do Gráfico 1, por possuírem maior capacidade de explicação das variáveis, uma vez que do quarto ponto em diante (de cima para baixo) do gráfico, houve uma suavização do declive (curva), diminuindo a diferença entre os pontos. Neste caso, entendeu-se que, a partir do quarto ponto os fatores assumem um baixo poder de explicação em relação à variância total dos dados, com valores ou percentuais praticamente idênticos.

Segundo Dancey e Reidy (2006) a ideia da análise desse gráfico (nomeado pelos autores como diagrama de declividade) é que os fatores decrescem até certo nível e depois formam uma linha quase horizontal. A regra é olhar para o gráfico e ver onde está o ponto em que o gráfico começa a ficar quase horizontal e a pegar todos os valores anteriores a esse ponto.

Segundo Bezerra e Corrar (2006) outra análise que pode ser feita antes de serem realizados outros testes é o grau de explicação atingido pelos fatores que foram calculadas na análise fatorial. Nesse sentido, os três fatores adotados no modelo, calculadas pela AF, conseguem explicar 83,05%, da variância total, conforme evidencia a tabela abaixo (Variância Total Explicada) denotando um razoável poder de explicação em relação aos fatores. Dancey e Reidy (2006) corroboram com o entendimento de Bezerra e Corrar (2006) quando dizem que é importante observar quanto da variância os fatores conseguem extrair. Dessa forma, os dados da pesquisa mostram quanto da variância dos dados em torno dos fatores (Tabela 3).

Tabela 3 – Variância Total Explicada (3 fatores)

Fatores	% of Variance	Cumulative %
1	66,99	66,99
2	10,26	77,25
3	5,80	83,05
4	5,42	88,47
5	2,99	91,46
6	2,45	93,91
7	1,82	95,73
8	1,20	96,93
9	1,09	98,02
10	0,81	98,83
11	0,43	99,26
12	0,34	99,60
13	0,20	99,80
14	0,17	99,97
15	0,02	99,99
16	0,01	100,00

Extração: Método dos Componentes Principais

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

Após a escolha do número de fatores, optou-se por realizar uma rotação ortogonal de forma a preservar a orientação original entre os fatores. Para tanto foi escolhido o método de Rotação Varimax (tabela 4) que maximiza a soma das variâncias das cargas fatoriais, fornecendo uma clara separação entre os fatores (MALHOTRA, 2001).

Para a interpretação dos fatores obtidos deve-se observar o valor da carga fatorial de cada uma das variáveis. Posteriormente foi medido o coeficiente *Alfa de Cronbach* para cada fator com o objetivo de se verificar a consistência interna dos fatores obtidos. Já que segundo Rodrigues e Paulo (2007, p.64) "Uma das perguntas mais frequentemente feitas pelos leitores e pelos próprios pesquisadores é: até onde podemos confiar nos dados coletados para desenvolvimento da pesquisa?" No caso

desse estudo pode-se perguntar: Será que medidas escolhidas para mensurar as perspectivas dos clientes em relação aos serviços prestados pelos profissionais de contabilidade estão coerentes com os propósitos da pesquisa?

O *Alfa de Cronbach* é frequentemente utilizado em pesquisas empíricas que envolvem testes com vários itens, que abrangem variáveis aleatórias latentes, por exemplo, a avaliação da qualidade de um questionário (RODRIGUES; PAULO, 2007). Assim, quando da aplicação do referido teste para verificar a consistência interna dos dados, pode-se verificar que todos os valores são superiores a 0,90, o que é satisfatório segundo Hair et al. (2005). Os autores dizem que 0,7 devem ser considerados o mínimo ideal, por sua vez, verifica-se que a consistência interna do Fator 1 é 0,913, Fator 2 0,906 e do Fator 3 é 0,92.

Tabela 4 – Matriz Rotacionada – Varimax (Método dos Componentes Principais)

Variáveis	Fatores/Cargas Fatoriais			
	1	2	3	
Var7 - Confiança no funcionário	0,78			
Var4 - Agilidade	0,77			
Var11 - Tempo de espera	0,76			
Var13 - Tratamento do profissional contábil	0,76			
Var15 - Compreensão de dificuldades	0,76			
Var5 - Escrituração contábil financeira	0,75			
Var6 - Tempestividade do serviço concluído	0,70			
Var14 - Interesse em solucionar problemas	0,69			
Var10 - Ética profissional	↓	0,83		
Var9 - Contato direto com a empresa		0,82		
Var2 - Atualização e competência		0,78		
Var1 - Satisfação		0,76		
Var16 - Estratégias para a empresa		0,66		
Var8 - Legislação fiscal e contábil		0,55		
Var12 - Honorários contábeis			0,89	
Var3 - Confiança nas informações elaboradas			0,54	
% da Variância do Fator		66,99%	10,26%	5,80%
% Total da Variância explicada pelos fatores adotados			83,05%	
Teste de Significância Interna das Variáveis Alpha de Cronbach	0,913	0,906	0,92	

Método: Varimax

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008.

Pasquali (2003) diz que para definir a qualidade de representação dos fatores pelas assertivas que o compõem é recomendado o teste de comunalidades que representa a porcentagem da variância da variável explicada pelos fatores. Diante disso, Hair *et al.* (2005) entendem que as variáveis com comunalidades inferiores a 0,50 não tem poder explicativo suficiente, e para esta situação ele propõe duas opções: interpretar a solução como ela é e simplesmente ignorar estas variáveis; ou avaliar cada uma dessas variáveis para possível exclusão.

Contudo, na Tabela 5 verifica-se que nenhuma das variáveis possui cargas baixas em todos os 3 Fatores encontrados. É importante destacar que algumas variáveis obtiveram maiores coeficiente (acima de 0,90), como é o caso das variáveis: 2, 3, 4, 7, 15 e 16.

Tabela 5 – Comunalidades

	Initial	Extraction
Var1 - Satisfação	1	0,79
Var2 - Atualização e competência	1	0,93
Var3 - Confiança nas informações elaboradas	1	0,93
Var4 - Agilidade	1	0,93
Var5 - Escrituração contábil financeira	1	0,70
Var6 - Tempestividade do serviço concluído	1	0,85
Var7 - Confiança no funcionário	1	0,92
Var8 - Lesgiação fiscal e contábil	1	0,65
Var9 - Contato direto com a empresa	1	0,83
Var10 - Ética profissional	1	0,75
Var11 - Tempo de espera	1	0,71
Var12 - Honorários contábeis	1	0,85
Var13 - Tratamento do profissional contábil	1	0,86
Var14 - Interesse em solucionar problemas	1	0,77
Var15 - Compreensão de dificuldades	1	0,92
Var16 - Estratégias para a empresa	1	0,91

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008.

O agrupamento das variáveis nos leva à interpretação dos fatores obtidos neste estudo, com a seguinte nomeação e características para eles:

Fator 1: Confiança, agilidade e interesse em prestar o serviço contábil – Fica evidente que o profissional contábil deve dispor de competências relacionadas à confiança, sempre procurando identificar problemas e desenvolver soluções, aplicando os conhecimentos técnicos adquiridos, utilizando ferramentas e metodologias adequadas, como maneira de tornar o serviço ágil e útil ao usuário da informação contábil. Esse fator é o mais importante já que é responsável por 66,99% da variância. Os resultados encontrados mantêm uma lógica devido ao fato de que quanto maior o nível de confiança, agilidade e interesse por parte do profissional, maior tende a ser a satisfação da prestação do serviço.

Fator 2: Competência, atualização e ética profissional – Entende-se que o profissional contabilista na visão do gestor do comércio varejista de material de construção da cidade de Sousa, PB, deve ser ético, capaz e necessita manter-se sempre atualizado. É necessário ter a capacidade de pensar estrategicamente e quais informações tendem a satisfazer as necessidades empresarias.

Fator 3: Honorários contábeis e informações elaboradas – Entende-se que o honorário contábil do profissional da contabilidade no atual contexto do setor em estudo está diretamente relacionado ao nível de informações que são elaboradas.

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

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve por objetivo identificar e analisar os requisitos de qualidade em relação à prestação de serviço contábil oferecida ao setor de comércio varejista de material de construção da cidade de Sousa, PB, no intuito de propor dimensões latentes que possam direcionar melhor o trabalho dos profissionais de Contabilidade. Para atingir esse propósito, realizou-se um estudo de campo junto a 24 gestores, conforme exposto na metodologia deste estudo.

Aplicou-se a técnica estatística da análise fatorial (AF), objetivando, através da avaliação das variáveis determinadas e seus respectivos índices, sintetizar e reagrupar as informações em fatores, tornando-se possível verificar as correlações existentes entre cada fator/dimensão selecionado, bem como, as contribuições destes para determinar o nível de satisfação da qualidade dos serviços contábeis.

Os resultados apontam 3 fatores distintos relacionados à qualidade dos serviços contábeis: o Fator 1 relacionado à confiança, agilidade e interesse em prestar o serviço contábil; o Fator 2 relacionado à competência, atualização e ética profissional; e o Fator 3 honorários contábeis e informações elaboradas.

Os fatores encontrados evidenciam as principais preocupações que podem estar sendo discutidas pelos profissionais de Contabilidade na cidade de Sousa, PB, como maneira de vislumbrar resultados mais satisfatórios para o auxílio do gerenciamento das informações juntos aos gestores. Acredita-se que os resultados aqui apresentados constituem uma importante fonte de informações acerca da visão de um determinado grupo clientes em relação à prestação do serviço contábil, especificamente no segmento em estudo, fornecendo elementos que podem estar sendo discutidos e avaliados por profissionais da área.

Fica evidente que é preciso definir novas estratégias por parte desses profissionais como maneira de tornar a prestação de serviços contábeis eficientes e adequados à necessidade de cada usuário.

Dessa forma, os resultados obtidos por meio desta pesquisa apontam contribuições significativas tanto para os estudos acadêmicos da temática, quanto para os profissionais contábeis atuantes, visto que pode auxiliar no monitoramento do seu desempenho, como maneira de direcionar suas ações a partir das correlações existentes entre as variáveis analisadas.

Recomenda-se que em pesquisas futuras sejam aplicadas as técnicas da AF e da análise descritiva, envolvendo tanto a visão do cliente, quanto a visão do contador, de forma a confrontá-las para então vislumbrar resultados elucidativos para ambas as partes.

REFERÊNCIAS

- AUGUSTO, H. C. G. **Os serviços contábeis necessários à gestão das empresas do comércio varejista da cidade de Sousa-PB**. Monografia Curso Especialização em Gestão de Negócios Público e Gestão estratégica de negócios – Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, Universidade Federal de Campina Grande, Campus de Sousa/PB, 2006.
- BEZERRA, F. A. **Análise Fatorial**. In: Análise Multivariada para os Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. São Paulo: Atlas 2007. Cap.3
- BEZERRA, F. A.; CORRAR, L. J. Utilização da Análise Fatorial na Identificação dos Principais Indicadores para Avaliação do Desempenho Financeiro: Uma Aplicação nas Empresas de Seguros. **Revista de Contabilidade e Finanças – USP**. São Paulo, n.42, set/dez 2006.
- CAVALCANTE, C. H. L.; RECKZIEGEL, L. E.. Um estudo da imagem do contador no município de Itapiranga-SC. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília: Revista do Conselho Federal de Contabilidade, n. 165, p. 75-89, Mai/jun, 2007.
- CARVALHO, J. R. M. de. *et al.* Determinando Padrões de Qualidade dos Serviços Contábeis no Setor de Comércio: Uma Aplicação Utilizando a Análise Fatorial. **Anais... II Seminário UFPE de Ciências Contábeis**. Recife, PE, 2008a.
- CARVALHO, J. R. M. de. *et. al.* Requisitos de Qualidade em Serviços Contábeis no Setor de Comércio. **Revista de Contabilidade, Gestão e Governança**. Vol. 11, Nº 1-2, 2008. ISSN: 1984-3925.
- CASTRO, G. de S.; SANABIO, M. T. O profissional de contabilidade e as micro e pequenas empresas-MPE's: mudanças e posicionamento. Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 4. 2005, Curitiba, **Anais...**, 2005, p. 1356-1370.

DANCEY, C. P. REIDY, John. **Estatística sem Matemática para Psicologia Usando SPSS para Windows**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

HAGA, H. C. R.; ABIKO, A. **Diagnóstico do setor de materiais de construção: contribuições para estudos de prospecção tecnológica**. São Paulo: EPUSP, 2008. Disponível em: <http://alexabiko.pcc.usp.br/HagaBT507.pdf>. Acesso em: 02 ago. de 2009.

HAIR, J. F. Jr.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise Multivariada de Dados**. 5. ed. Bookman Editora, São Paulo, 2005.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade Total em Serviços**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMEIRA, T. M. V. **Administração de Produtos**. In: **Gestão de Marketing**. Coordenação Sérgio Roberto Dias. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

LISBOA, L. P. **Ética Geral e Profissional em Contabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LOPES, A. B.; MARTINS, E. **Teoria da Contabilidade – Uma nova abordagem**. São Paulo: Atlas, 2007.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, L. M. de; PEREZ JR., J. H.; SILVA, C. A. dos S.. **Controladoria Estratégica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PARASURAMAN, A. *et al.* Um modelo conceitual de qualidade de serviço e suas implicações para a pesquisa no futuro. **Revista Rae-Clássicos**. Out/Dez, 2006.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PASQUALI, L. **Psicometria: Teoria dos Testes na Psicologia e na Educação**, Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

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

PEREIRA, J. C. R. **Análise de Dados Qualitativos: Estratégias Metodológicas para as Ciências da Saúde, Humanas e Sociais**. São Paulo: EDUSP, 2004.

ROCHA, V. G. A. da; OLIVEIRA, P. A. da S. Avaliando a Qualidade de Serviço: Aplicação da Escala SERVQUAL numa Grande Instituição Bancária. **Anais... XXVII ENANPAD**, Atibaia/SP, Brasil, 24 a 27 de setembro de 2003.

RODRIGUES, A.; PAULO, E. **Introdução à Análise Multivariada**. In: **Análise Multivariada para os Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia**. São Paulo: Atlas 2007. Cap.1

ROLIM, F. D. **A qualidade da Gestão na Informação Radiofônica, na difusora Rádio Cajazeiras 1070 RHZ**. Monografia Curso Especialização em Gestão de Negócios e Negócios Públicos. Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, Universidade Federal de Campina Grande, Campus de Sousa/PB, 2006.

SOUZA, A. C. de; FIALHO, F. A. P.; OTANI, Nilo. **TCC: Métodos e Técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007

THOMÉ, Irineu. **Empresas de Serviços Contábeis: estrutura e funcionamento**. São Paulo: Atlas, 2001.

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Abaixo consta uma série de assertivas que tentam detectar qual a percepção do gestor em relação à qualidade da prestação dos serviços contábeis. Você deverá marcar o grau de concordância (numa escala de 1 a 5) de cada assertiva/questionamento, onde: 1 pouco; 2 razoavelmente; 3 neutro; 4 bom; e 5 muito bom.

ASSERTIVAS	Grau de concordância				
	01	02	03	04	05
Os serviços contábeis que estão sendo oferecidos estão atendendo satisfatoriamente as necessidades da empresa.	01	02	03	04	05
Considera o contador um profissional atualizado, competente e prestativo para a empresa.	01	02	03	04	05
As informações contábeis informadas estão subsidiando o processo de tomada de decisão na sua empresa.	01	02	03	04	05
Os serviços oferecidos pelo escritório de contabilidade são realizados corretamente e com agilidade.	01	02	03	04	05
O contador mantém em dia a movimentação contábil e financeira de minha empresa.	01	02	03	04	05
A empresa é informada quando o serviço contábil é concluído.	01	02	03	04	05
Os serviços prestados pelos funcionários do escritório de contabilidade transmitem confiança.	01	02	03	04	05
A empresa é informada sobre as alterações ocorridas na legislação contábil e fiscal.	01	02	03	04	05
O contador mantém um contato direto com sua empresa (visitas, orientações etc) periodicamente?	01	02	03	04	05
O contador da empresa atende aos propósitos da ética profissional.	01	02	03	04	05
O tempo de espera da prestação do serviço contábil atende as necessidades (exigências e expectativas) da empresa.	01	02	03	04	05
Os honorários pagos ao seu contador são compatíveis com os serviços prestados.	01	02	03	04	05
Há tratamento de maneira atenciosa pelo contador ou pelos funcionários dele.	01	02	03	04	05
Os funcionários do escritório demonstram interesse em solucionar os problemas de seus clientes.	01	02	03	04	05
O contador e os funcionários de seu escritório compreendem as dificuldades apresentadas pela sua empresa.	01	02	03	04	05
O escritório de contabilidade estabelece estratégias para a empresa.	01	02	03	04	05