

ABRACICON

Publicação Trimestral da Academia
Brasileira de Ciências Contábeis

SABER

Dificuldades e elementos priorizados no planejamento tributário:

Análise a partir da percepção dos profissionais da contabilidade

Por Maiane Barbosa, Stephanie Maciel Riechter, Antônio Nadson Mascarenhas Souza e Alison Martins Meurer



Conversa Afinada

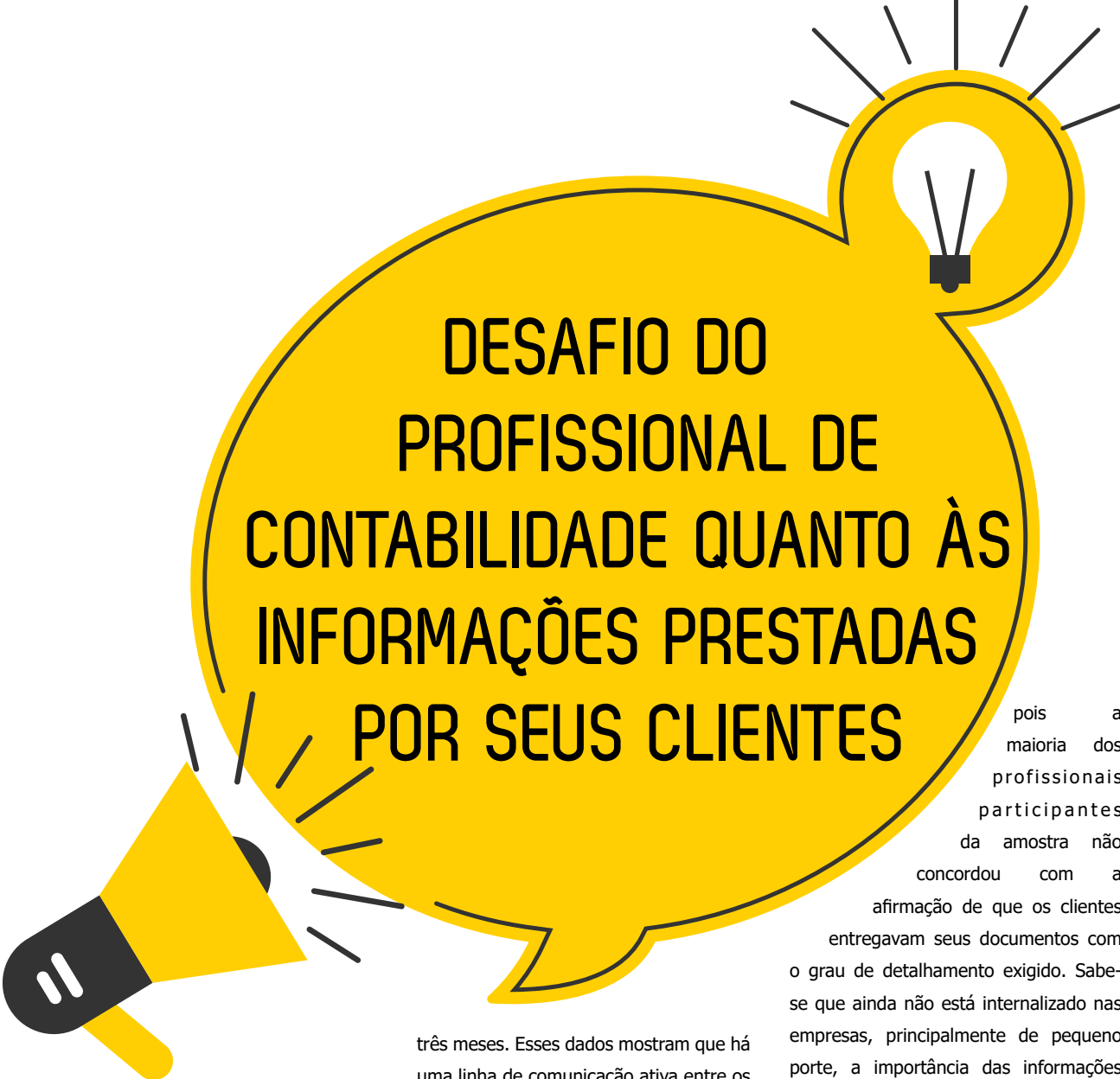
Professor Dr. José Antônio
de França

Exclusiva Abracicon

Nível de conhecimento dos
estudantes de Ciências
Contábeis sobre a demonstração
do valor adicionado

Perfil

Joaquim de Alencar
Bezerra Filho



DESAFIO DO PROFISSIONAL DE CONTABILIDADE QUANTO ÀS INFORMAÇÕES PRESTADAS POR SEUS CLIENTES

pois a maioria dos profissionais participantes da amostra não concordou com a afirmação de que os clientes entregavam seus documentos com o grau de detalhamento exigido. Sabe-se que ainda não está internalizado nas empresas, principalmente de pequeno porte, a importância das informações contábeis, bem como a entrega nos prazos e nos padrões exigidos. Essa pesquisa é de suma importância para a classe contábil, pois aponta os principais desafios que a contabilidade enfrenta na obtenção das informações que são entregues. A partir deste estudo é possível verificar formas mais eficazes de receber as informações dos clientes, bem como direcionar a melhor maneira de organizar as documentações para serem tratadas nos escritórios. Esse assunto deve ser pauta constante nas reuniões entre gestores e contabilistas.

Palavras-chave:

Empreendedores. Mercado de trabalho. Profissional Contábil.

Resumo: Este artigo teve como objetivo identificar se os profissionais da área contábil que atuam na cidade de Itabaiana possuem dificuldades em levantar as informações dos clientes. Para alcance desse objetivo, foi elaborado um questionário com perguntas objetivas, analisado pela metodologia quantitativa. Ao avaliar os resultados, percebe-se que há certa coerência nas opiniões dos contadores entrevistados. Dentre as perguntas aplicadas, pode-se destacar a que trata da frequência de reuniões com seus clientes. Verificou-se que mais de cinquenta por cento dos profissionais fazem reuniões com intervalo inferior a

três meses. Esses dados mostram que há uma linha de comunicação ativa entre os clientes e os profissionais da área contábil, entendendo-se que esse ponto abordado não seja impeditivo para a obtenção das informações. Esse dado é antagônico a resultados obtidos por outras pesquisas realizadas que tratam da presença do contador nas empresas que concluíam que existe uma falta de acompanhamento dos contadores nas organizações. Quanto à organização dos documentos recebidos pelos profissionais da Contabilidade e o grau de detalhamento dos documentos requeridos, percebe-se que os empresários e administradores não enxergam a importância das informações que devem emitir para a contabilidade, mesmo com a presença frequente do contador nessas empresas,

01 – INTRODUÇÃO

O termo "empreendedor" tem sua origem na França, século XVI e surgiu da palavra *entrepreneur*. Inicialmente era atribuído para homens envolvidos em operações militares. Com o passar do tempo, foi relacionado às pessoas que assumiam os riscos de comprar produtos para vender pessoalmente para outras pessoas (COLOSSI, 2014). Apesar de ser difícil definir empreendedorismo no contexto atual, Baron e Shane (2016) resumem que esse termo se refere à atividade executada por indivíduos que enxergam oportunidades e identificam formas de explorar e desenvolver tais oportunidades.

A atividade empreendedora é sem dúvida muito importante para um país, do ponto de vista econômico e de desenvolvimento do PIB de uma nação. Mesmo sendo tratada por algumas nações com menor importância, ela tem a capacidade de geração de emprego, renda e de novos produtos para a população que à medida que se desenvolve tem novas demandas que podem ser supridas por atividades empreendedoras (BERNARDO; VIEIRA; ARAÚJO, 2013).

Atualmente, dois em cada cinco brasileiros estão exercendo alguma atividade empreendedora. Pode-se notar um crescimento desta realidade na população mais jovem do país (EBC; 2019). Esse novo mercado demanda informações para tomada de decisões. Adicionalmente, apesar do aumento do interesse em empreender no país, há ainda muitos desafios para se manter no mercado. De acordo com Eslabão e Vecchio (2016), destacam-se a burocracia do Estado, excesso de impostos e a complexidade na entrega das obrigações acessórias como algumas delas. Nesse

contexto, surge a necessidade de o profissional da contabilidade assessorar os empresários.

Há relatos que a contabilidade é tão antiga quanto à escrita, desde a época do homem das cavernas. No início das civilizações, o homem já fazia registros mesmo de forma rudimentar, controlando seus rebanhos e contabilizando em tábuas de argilas. Ao longo do tempo, tais práticas foram aperfeiçoadas em paralelo ao desenvolvimento comercial (IUDÍCIBUS, 2015). Ao longo desse período, a contabilidade passou por diversas transformações que fizeram dela uma ciência social adaptável à medida que a sociedade também evoluía. Como marco histórico, tem-se o método das partidas dobradas introduzido pelo Frei Luca Pacioli, utilizado ainda na contabilidade contemporânea (HENDRIKSEN; VANBREDA; 2007).

Um ponto a ser observado é que os empreendedores notam a figura do contador apenas na abertura e fechamento das empresas ou no pagamento dos impostos (SABRA; ALVES; NEGREIROS, 2018). Segundo Kos et al. (2014), esse afastamento se dá por conta de que as informações passadas pelo contador aos gestores nem sempre são entendidas como necessárias para a tomada de decisões, ou seja, não são consideradas úteis por esse usuário da informação. O que se percebe é que os contadores possuem as informações pertinentes para a tomada de decisões, sendo o que deve ser melhorado é a forma como elas são repassadas aos gestores (ANDRADE; OLIVEIRA, 2017). Em contraponto, os profissionais da Contabilidade afirmam que seu trabalho é pouco valorizado

e que os seus clientes não entregam os documentos necessários em tempo hábil para que eles possam elaborar as informações contábeis (CARVALHO et al.; 2009).

Assim, diante deste contexto surge o seguinte problema de pesquisa: *Quais as dificuldades encontradas por profissionais da área contábil no levantamento de informações junto aos seus clientes?* Este artigo tem como objetivo geral identificar se os profissionais da área contábil que atuam na cidade de Itabaiana, localizada no Agreste do estado de Sergipe, respectivamente, possuem dificuldade em levantar as informações dos clientes e, caso haja, compreender quais os desafios que esses prestadores de serviços contábeis enfrentam para a execução de suas atividades.

Com isto, os objetivos específicos convertem-se em:

- compreender as dificuldades quanto ao prazo de entrega das informações por parte dos clientes;
- entender as dificuldades quanto a forma de entrega das informações por parte dos clientes;
- entender as dificuldades quanto à qualidade das informações entregue por parte dos clientes.

Essa pesquisa poderá apoiar aqueles que trabalham na área de Contabilidade, pois estes poderão refletir sobre sua atual situação e assim discutir melhores formas de dialogar com seus clientes. Também poderá promover um melhor entendimento para empreendedores de que estes precisam colaborar para que ocorra uma boa prestação de serviços por parte do escritório. O Conselho Regional de Contabilidade também poderá utilizar

esta pesquisa para realizar campanhas de conscientização entre empreendedores e profissionais contábeis, visando unir esses dois grupos em prol de uma melhor percepção da contabilidade por parte dos seus usuários, bem como de uma melhor entrega de informações por

parte dos contabilistas.

O trabalho está subdividido em cinco seções, sendo esta uma introdução onde foi apresentado o objetivo da pesquisa e discutido seu contexto. Em seguida será apresentada a revisão de literatura com os conceitos necessários para uma

completa compreensão do trabalho. A terceira seção trata da metodologia, ou seja, dos passos realizados para a realização do estudo. Os resultados alcançados compõem a quarta seção, cujas conclusões são evidenciadas no quinto e último bloco.

02 – REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A CONTABILIDADE COMO CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Para Iudícibus (2015), a contabilidade desempenha ao longo do tempo o mesmo papel que tem a história no desenvolver da vida da humanidade. Ao longo dos anos, ela tem contribuído muito para tomada de decisão e o futuro das organizações que necessitam das informações geradas por essa ciência. Todas as movimentações existentes no patrimônio de uma entidade são registradas por essa área de conhecimento que resume os fatos em forma de relatórios e destinados aos interessados usuários internos e externos.

Segundo Marion (2009), a Contabilidade é o instrumento que fornece o máximo

de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa. Conforme Ribeiro (2013), o objeto de estudo da Contabilidade é o patrimônio das entidades, ou seja, o patrimônio de pessoas jurídicas e físicas. Sendo ele analisado e trabalhado de forma separada, onde o patrimônio das pessoas físicas não se confunde com o das pessoas jurídicas.

Nesse sentido, o objetivo da contabilidade é apurar as informações através dos seus registros contábeis, mantendo a veracidade e integridade das informações para uso dos seus usuários, sejam eles internos ou externos.

Com base nessas informações, é possível ter uma maior confiabilidade e segurança e assim poder fazer um planejamento estratégico de curto, médio e longo prazo para as organizações (MARION, 2009).

Com base em Lagioia (2012), na Estrutura Conceitual da Contabilidade, a informação contábil, em especial aquela contida nas demonstrações contábeis, notadamente as previstas em legislação, deve propiciar revelação suficiente sobre a entidade, de modo a facilitar a concretização dos propósitos do usuário, revestindo-se de atributos, entre os quais os indispensáveis são apresentados no Quadro 1.

Relevância	Refere-se ao fato de que a informação contábil deve chegar ao conhecimento do usuário em tempo hábil, a fim de que este possa utilizá-la para seus fins.
Fidedignidade	Para ser útil, a informação contábil-financeira não tem só que representar um fenômeno relevante, mas tem também que representar com fidedignidade o fenômeno que se propõe representar. Para ser representação perfeitamente fidedigna, a realidade retratada precisa ter três atributos. Ela tem que ser completa neutra e livre de erro.

Quadro 1 - Características qualitativas fundamentais

Fonte: adaptado de Lagioia (2012)

Além dessas características citadas acima outras possuem grande importância para a contabilidade, elas juntas fazem com que a informação seja mais precisa, as quais são conhecidas como características de melhoria, conforme abordado no Quadro 2.

Comparabilidade	Deve possibilitar a o usuário o conhecimento da evolução entre determinada informação ao longo do tempo, numa mesma entidade ou em diversas entidades, ou a situação destas num momento dado, com vistas a possibilitar o conhecimento das suas posições relativas.
Verificabilidade	A verificabilidade ajuda a assegurar aos usuários que a informação representa fidedignamente o fenômeno econômico que se propõe representar.
Tempestividade	Refere-se ao fato de que a informação contábil deve chegar ao conhecimento do usuário em tempo hábil, a fim de que este possa utilizá-la para seus fins.
Compreensibilidade	Presume que o usuário disponha de conhecimentos de Contabilidade e dos negócios e atividades da entidade, em nível que o habilite ao entendimento das informações colocadas à sua disposição, desde que se proponha analisá-las pelo tempo e com a profundidade necessários.

Diante do exposto entende-se que a contabilidade é indispensável aos seus usuários, assim oferecendo maior controle e gerenciamento de todas as informações necessárias para a tomada de decisão, possibilitando um planejamento e crescimento com maior segurança e confiabilidade.

Quadro 2 - Características qualitativas de melhoria Fonte: Lagioia (2012)

2.1 A CONTABILIDADE COMO CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

O empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar em uma ideia ou modelo de negócio já existente a fim de resolver um problema visto como oportu-

nidade, diante das necessidades que a sociedade exige. Ele consegue enxergar oportunidades que dificilmente outros não veem, aposta suas fichas em sua ideia e assim cria um diferencial perante

as tecnologias disponíveis no mercado. (BARON, 2007).

No Brasil, a partir dos anos 1990, com a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Em-

presas (Sebrae), é que a atividade empreendedora começou a se desenvolver e ser pauta de assuntos relevantes perante a classe política em apoio à jornada empreendedora. Ela foi criada justamente com a finalidade de ajudar na resolução e apoio aos problemas que inicialmente o empreendedor passa ao começar suas atividades (DORNELAS, 1971). Existem alguns tipos de empreendedores, os quais são resumidos no Quadro 3.

Tipo 1 O Empreendedor Nato	Em sua grande maioria são aqueles que montam um negócio do zero mas com muito foco e determinação conseguem alcançar grandes objetivos; gostam de desafios e arriscam muito na sua ideia mesmo muitos não acreditando, mas se mantêm focados e dispostos a pagar o preço que for pelo seu sucesso.
Tipo 2 O Empreendedor Social	Esse tipo de empreendedor constrói um negócio com a missão de resolver algum problema social, eles conseguem enxergar oportunidades que muitos não veem, e assim conseguem sucesso para vida pessoal e causam impacto positivo na vida das pessoas.
Tipo 3 O Empreendedorismo por necessidade	Esse tipo de empreendedor tem uma relação direta com a economia do País visto que em momento de crise o desemprego aumenta e as pessoas veem na prática empreendedora uma solução para a obtenção de renda e acabam montando seu próprio negócio.
Tipo 4 O empreendedor Corporativo	É o tipo de pessoa que gosta de desafios, que é movida por conquistas e tem a capacidade de motivar aqueles ao seu redor por sua missão. São na verdade os verdadeiros líderes.
Tipo 5 O Empreendedor Herdeiro	São aqueles que dão continuidade ao legado dos seus pais. Desde cedo já participam do negócio e adquirem experiências. Alguns buscam se atualizar para dar prosseguimento ao negócio e outros por ter tido uma vida mais tranquila acabam sofrendo e não conseguem levar o legado da família adiante.
Tipo 6 O Empreendedor Normal	Esse tem como principal característica a percepção, estudo e análise do risco; são mais estratégicos e visionários.
Tipo 7 O Empreendedor que aprende	É aquela que enxerga uma oportunidade, tem a coragem de mudar de rumo e aprende com seus erros e acertos, e ao longo da sua carreira torna-o maduro.
Tipo 8 O Empreendedor Serial	Seria aquele cuja arte de empreender e criar negócio o deixa cada vez mais inspirado pelos desafios. Sua energia é renovada com os empreendimentos que cria, sua capacidade de criar e despertar uma equipe é incrível, tem o dom de gestão de equipes.

Quadro 3 – Tipos de empreendedores Fonte: Dornelas (1971).

Segundo o Monitor Global de Empreendimentos (GEM, 2018) estima-se que, aproximadamente, 52 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos estavam liderando alguma atividade empreendedora, seja na criação e consolidação de um novo negócio ou realizando esforços para a manutenção de negócios já estabelecidos, tal como destacado na Tabela 1.

Ainda segundo GEM, o empreendedorismo brasileiro cumpre a função social de propiciar ocupação e renda, sobretudo para o empreendedor e sua família, pois mais de 80% dos empreendedores afirmam faturar na média entre 1 e 3 salários mínimos mensais. Um faturamento mais expressivo, superior a cinco mil reais por mês (ou 60 mil por ano), é alcançado por aproximadamente 2,5% dos empreendedores iniciais e 5% dos estabelecidos.

<i>Pontos abordados</i>	<i>Taxa %</i>	<i>Estimativas</i>
Empreendedorismo total	38	51.972.100
Empreendedorismo total	17,9	24.456.016
Novos	16,4	22.473.982
Nascentes	1,7	2.264.472
Empreendedorismo estabelecido	20,2	27.697.118

Tabelas 1 - Estimativas em unidades de empreendedorismo segundo o estágio - Brasil – 2018

Fonte: (GEM, 2018)

Com o passar do tempo e diante do que foi identificado, o empreendedorismo torna-se indispensável quando trabalhado nas melhores práticas, pois, além de impactar a economia, ele também

pode proporcionar aos seus adeptos uma realização, seja de uma ideia, um produto, um sonho, com geração de renda, emprego e oportunidade de trabalho.

03 – METODOLOGIA

Este artigo tem como objetivo identificar se os profissionais que atuam na cidade de Itabaiana na área contábil, localizadas no agreste do Estado de Sergipe, possuem dificuldade em levantar as informações dos clientes e, caso haja, compreender quais os desafios que esses prestadores de serviços contábeis enfrentam para a execução de suas atividades. Os artigos científicos são pequenos estudos, porém completos, que tratam de uma questão verdadeiramente científica, mas que não se constituem em matéria de um livro (MARCONI, LAKATOS; 1992).

Para isso, foi desenvolvido um questionário próprio contendo quatro perguntas objetivas e uma subjetiva. O

uso dessa opção de coleta de informações possibilitou a análise mais eficaz das informações, além de assegurar que cada pessoa veja as questões formuladas da mesma maneira, na mesma ordem e acompanhadas da mesma opção de respostas, o que facilita a compilação e a comparação das respostas escolhidas e permite recorrer ao aparelho estatístico quando chega o momento da análise (LAVILLE; DIONNE, 1999).

Segundo Flick (2013, p. 87):

Os estudos quantitativos em geral têm por objetivo testar uma suposição já anteriormente formulada na forma de uma hipótese. Aqui o objetivo será avaliar as conexões entre as variáveis ou identificar as causas de eventos

específicos.

A pesquisa é de natureza exploratória, pois têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como alvo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições (GIL, 2009, p. 41). Ainda sobre pesquisa exploratória Prondanov e Freitas (2013, P. 51) afirmam que a pesquisa exploratória tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos estudar, possibilitando sua definição e seu delineamento, isto é, facilitar a delimitação do tema da pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir

um novo tipo de enfoque para o assunto. A amostra da pesquisa foi formada por profissionais que atuam em escritórios contábeis prestando serviços para os empreendedores locais do município de Itabaiana, que, por sua vez, se destaca como polo comercial no Estado de Sergipe, com a economia girando principalmente em torno das empresas varejistas (G1, 2015). Ao observar este fato, é notável a demanda por profissionais da área contábil para atender às necessidades das empresas desse município. Além desse fato, há na cidade de Itabaiana um campus da Universidade Federal de Sergipe (UFS),

que oferta o curso de Ciências Contábeis. Esses aspectos fazem com que surjam relações peculiares entre empresas e profissionais da Contabilidade. Algumas destas interações podem afetar a rotina dos profissionais da contabilidade.

O questionário foi elaborado pelos autores e apresentado para três docentes da área contábil, sendo dois com título de mestrado e um com título de doutorado que fizeram considerações sobre a consistência do instrumento de pesquisa. Em seguida, houve a aplicação do formulário com dois profissionais da Contabilidade para validação

da eficiência das perguntas. Após avaliação dos pontos que precisavam de correção, foi gerado o formulário final aplicado com uma amostra de 39 questionários respondentes. O primeiro bloco do questionário trazia perguntas que verificavam o perfil profissional do contabilista participante da pesquisa. Já o segundo bloco trazia questões objetivas que foram desenvolvidas com a intenção de classificar, em cada aspecto, o nível e a qualidade das informações recebidas pelos profissionais da área contábil por seus clientes, resumindo-se o que foi apresentado nesse segundo bloco no Quadro 4:

<i>Pontos abordados</i>	<i>Objetivo</i>
Forma de obtenção	Classificar o meio que os contabilistas têm acesso aos documentos dos seus clientes.
Pontualidade na entrega	Esse ponto objetiva compreender se o tempo de entrega dos documentos atrapalha na rotina de suas atividades.
Nível de organização dos documentos recebidos	Entender como as informações chegam aos profissionais da contabilidade.
Consistência dos dados	Apurar como os documentos são disponibilizados, além de classificar a dificuldade em tratá-los

Os dados foram coletados no segundo semestre de 2019 e tabulados em uma planilha Excel. A análise se deu por meio da estatística descritiva e os resultados alcançados são resumidos na próxima seção.

04 – RESULTADOS

4.1 PERFIL DO RESPONDENTE

Tal como já discutido, a amostra do presente estudo foi formada por profissionais da área contábil atuantes na cidade de Itabaiana, localizada no agreste de Sergipe. Esses profissionais trabalhavam, no momento da pesquisa, em escritórios contábeis no município supracitado, sendo que 12,82% dos respondentes informaram trabalhar em

uma organização contábil que possui filial em outra região, a saber, na cidade de Carira, no sertão sergipano. Ressalta-se que os profissionais que assim responderam trabalhavam todos em um mesmo escritório. Torna-se relevante elucidar que o foco da pesquisa não foram os donos dos escritórios, mas os seus funcionários que trabalham

diretamente com a prestação de serviços aos clientes.

Foi identificado que 17,94% desses profissionais trabalhavam em escritório que tinha, no momento da pesquisa, entre 5 e 10 anos de funcionamento, e 82,06% atuavam em organização contábil com mais de 10 anos de

mercado. Em relação ao tempo de atuação na área contábil do próprio profissional participante da amostra, 64,11% possuía até 5 anos de experiência, 20,51% entre 5 e 10 anos e 15,38% mais de 10 anos de atuação.

Também foi interrogado qual o principal

regime tributário que o profissional atende no escritório que trabalha, sendo que 43,60% apenas atende empresa com regime Simples Nacional, 5,12% Simples e Presumido, 2,56% Real e 48,72% todos os regimes, ou seja, atende em quantidade igual empresas do Simples Nacional, Presumido e Lucro

Real. Em relação à quantidade de clientes atendidos por esses profissionais da contabilidade 35,91% atendem entre 60 e 100 clientes, 2,56% atendem entre 101 a 200 clientes, 10,25% responderam que são encarregados por um quantitativo entre 150 e 250 clientes e 51,28% atendem entre 250 e 300 clientes.

4.2 RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

O perfil dos clientes atendidos pelos profissionais participantes da pesquisa é em sua maioria do gênero masculino (97,44% masculino e 2,56% feminino). Esse resultado pode ser explicado, pois a maioria dos empreendedores é do sexo masculino (GEM, 2018). Em relação à forma de envio da

documentação necessária para o trabalho da contabilidade, 51,29% mandam as informações impressas, 30,76% por e-mail, 17,95% mandam por mais de um modo citado.

As reuniões feitas com os clientes dos escritórios obtiveram os seguintes

resultados: 33,33% se reúnem com seus clientes mensalmente, 23,10% trimestralmente, 15,38% semestralmente, 10,26% mais de uma das modalidades citadas, 5,12% semanal, 2,56% sempre que necessário e 2,56% apenas na contratação dos serviços.

O Gráfico 1 apresenta as frequências das reuniões.

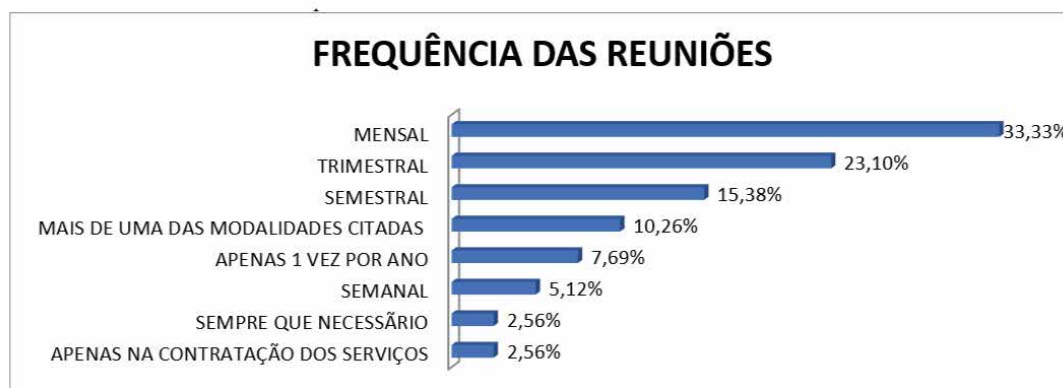


Gráfico 1 – Frequência de reuniões entre o escritório e seus clientes

Fonte: dados da pesquisa

Na afirmação "A maioria dos meus clientes entregam suas informações dentro do prazo estabelecido", a média da amostra foi de 3,38, o que denota que a maioria dos respondentes não tem uma percepção exata sobre o prazo de entrega das informações por parte dos clientes, sendo essa uma variável importante para a execução e cumprimento das obrigações fiscais que os profissionais necessitam diariamente.

Na assertiva "A maioria dos meus clientes entregam todas as informações organizadas e separadas por obrigação", a média foi de 2,64, ou seja, diante da análise do questionário

aplicados, os clientes entregam de forma desorganizada, deixando essa situação na responsabilidade por conta da contabilidade.

Por fim, na sentença "A maioria dos meus clientes entregam os documentos de acordo com as exigências e com grau de detalhamento satisfatório" a média foi 3,00, ou seja, mais uma vez os profissionais não possuem uma percepção exata sobre o grau de atendimento das exigências e de detalhamento das informações entregues pelos clientes.

Segundo Muller e Oliveira (2015) em muitos casos os empresários não se conscientizam

das mudanças que o Governo está implantando para combater a sonegação fiscal, assim, não fornecem muitas das informações básicas ao escritório. Outro ponto relevante no estudo citado foi a sonegação dos documentos contábeis por parte dos empresários ao escritório. Sendo assim, a falta de documentação e a demora do envio ao escritório são um grande empecilho para o fechamento da contabilidade das empresas.

Os resultados obtidos estão sumarizados na Tabela 2, onde pode ser verificado o percentual de resposta para cada item, por nível de concordância e discordância.

<i>Afirmações</i>	<i>01</i>	<i>02</i>	<i>03</i>	<i>04</i>	<i>05</i>
A maioria dos meus clientes entregam suas informações dentro do prazo estabelecido	5,12%	5,12%	38,47%	46,17%	46,17%
A maioria dos meus clientes entregam todas as informações organizadas e separadas por obrigação	5,12%	30,77%	58,99%	5,12%	5,12%
A maioria dos meus clientes entregam os documentos de acordo com as exigências e com grau de detalhamento satisfatório	2,56%	23,07%	48,72%	23,09%	23,09%

Tabela 2. Resultados dos questionários aplicados aos escritórios de contabilidades da cidade Itabaiana-SEConsistência dos dados

Fonte: Dados da pesquisa

05 – CONCLUSÃO

Este artigo teve como objetivo identificar se os profissionais da área contábil que atuam na cidade de Itabaiana possuem dificuldades em levantar as informações dos clientes. Para alcance desse objetivo, foi elaborado um questionário com perguntas objetivas, analisado pela metodologia quantitativa.

Ao avaliar os resultados, percebe-se que há certa coerência nas opiniões dos contadores entrevistados. Dentre as perguntas aplicadas, pode-se destacar a que trata da frequência de reuniões com seus clientes. Verificou-se que mais de cinquenta por cento dos profissionais fazem reuniões com intervalo inferior a três meses. Esses dados mostram que há uma linha de comunicação ativa entre os clientes e os profissionais da área contábil, entendendo-se que esse ponto abordado não seja impeditivo para a obtenção das informações. Esse dado é antagônico a resultados obtidos por outras pesquisas realizadas que tratam da presença do contador nas empresas que concluíam que existe uma falta de

acompanhamento dos contadores nas organizações.

Quanto à organização dos documentos recebidos pelos profissionais da contabilidade e o grau de detalhamento dos documentos requeridos, percebe-se que os empresários e administradores não enxergam a importância das informações que devem emitir para a contabilidade, mesmo com a presença frequente do contador nessas empresas, pois a maioria dos profissionais participantes da amostra não concordaram com a afirmação de que os clientes entregavam seus documentos com o grau de detalhamento exigido.

Sabe-se que ainda não está internalizado nas empresas, principalmente de pequeno porte, a importância das informações contábeis, bem como a entrega nos prazos e nos padrões exigidos. Essa pesquisa é de suma importância para a classe contábil, pois aponta os principais desafios que a contabilidade enfrenta na obtenção das informações que são

entregues. A partir deste estudo, é possível verificar formas mais eficazes de recepcionar as informações dos clientes, bem como direcionar a melhor maneira de organizar as documentações para serem tratadas nos escritórios. Esse assunto deve ser pauta constante nas reuniões entre gestores e contabilistas.

Por se tratar de pesquisa realizada por meio de questionário, as respostas podem não refletir a total realidade das situações abordadas. Isso pode ser explicado pelo fato de que, mesmo informando aos entrevistados que a pesquisa não expõe nenhum dos envolvidos, é possível que tenha ocorrido certo desconforto por parte de alguns participantes da amostra quando questionados sobre assuntos que envolvem suas atividades. No entanto, tal limitação não invalida os resultados. Como sugestão para futuros trabalhos, tem-se a aplicação com um número maior de entrevistados para que os resultados sejam mais fiéis à realidade, bem como a comparação em outras regiões do estado e até mesmo do país.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE; P.H.T.; OLIVEIRA; A.S. Qualidade da Informação Contábil em Micro e Pequenas Empresas: Uma Investigação Sobre a Óptica De Gestores. Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco, V. 3, N°2, jul.-dez. 2017.
- BARON, R. A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- BERNARDO; N.R.R.; VIEIRA; E.T.; ARAUJO; E.A.S. A Relevância Da Atividade Empreendedora Para O Desenvolvimento Econômico De Um País. Revista Científica Online – tecnologia, gestão e humanismo, v.2, n.1, p.2 – 11, 2013
- CAMPELLI; M.G.R.; CAROTTO FILHO; N.; BARBEJAT; M.E.R.P.; MORITZ; G.O. Empreendedorismo no Brasil: situação e tendência. Revista de Ciências da Administração, v. 13, n. 29, p. 112-132, jan/abr 2011.
- CARVALHO; J.R.M.; SILVA; J.A.A.; MARTINS; J.D.M.; CURI; W.F.; ALBUQUERQUE; L.S. Dificuldades dos Profissionais de Contabilidade em Relação à Prestação dos Serviços Contábeis. In: XVI Congresso Brasileiro de Custos – Fortaleza - Ceará, Brasil, 03 a 05 de novembro de 2009.
- COLOSSI; N. Empreendedorismo Contemporâneo. Visão, v.3, n.1, p.33-47, janeiro a junho de 2014.
- COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro. Disponível em: <http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf> Acesso em 18/07/2019.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- EBC. Brasil teve 2º melhor desempenho em empreendedorismo em 2018. EBC ONLINE. Publicado Em 29 de fevereiro de 2019. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-02/brasil-teve-2o-melhor-desempenho-em-empreendedorismo-em-2018>> Acesso em 02 de agosto de 2019.
- ESLABÃO; D.R.; VECCHIO; F.B. Condições e Obstáculos ao Empreendedorismo no Brasil. Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP, v.2, n.2, p. 79-90, 2016.
- FLICK, U. Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso, 2013.
- GIL, A. C.. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Relatório Executivo 2018. Empreendedorismo no Brasil Publicado em 2018. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. >Acesso em 18/07/2019
- HENDRIKSEN; E.S. VAN BREDA; M.F. Teoria da Contabilidade. São Paulo: Atlas, 2007.
- IUDÍCIBUS; S. Teoria da Contabilidade. 11º Ed. São Paulo. Atlas. 2015.
- KOS; S.R.; RAIFUR; L.; ESPEJO; M.M.S.B.; ANJOS; R.P. Compreensão e utilização da informação contábil pelos micro e pequenos empreendedores em seu processo de gestão. Enfoque: Reflexão Contábil, v. 33, n. 3, p. 35-50, setembro / dezembro 2014.
- LAGIOIA, U. C. T.. Pronunciamentos contábeis na prática, volume 1. 2. Ed. – São Paulo: Atlas, 1992
- MARCONI, M. A. LAKATOS, E. M.. Metodologia do Trabalho Científico. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- LAVILLE, C.; DIONE, J. A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.
- MARION, J. C.. Contabilidade Básica. 11º Ed. São Paulo. Atlas, 2009.
- MULLER; C.B.; OLIVEIRA; C. As Dificuldades Enfrentadas pelos Escritórios Contábeis no dia-a-dia para Execução de seu Trabalho. Revista da Faculdade Dom Alberto v. 13, n. 2, 2015.
- NAVARRO; F. Itabaiana celebra 127 anos e comemora crescimento do comércio. G1. Publicado em 24 de agosto de 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2015/08/itabaiana-celebra-127-anos-e-comemora-crescimento-do-comercio.html>> Acesso em 22 de agosto de 2019
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, C. F. Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2 ed. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013.
- RIBEIRO, O. M. Contabilidade Geral Fácil - 9ª Ed. São Paulo. Saraiva, 2013.
- SABRA; M.A.R.; ALVES; A.T.; NEGREIROS; M.C.V. Contabilidade e Empreendedorismo: de que Forma o Empreendedorismo pode ajudar na valorização Profissional do Contador? Empreendedorismo, Gestão e Negócios, v. 7, n. 7, p. 503-512, Mar. 2018.



DAYVIDSON LIMA DE JESUS

Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) campus de Itabaiana.



JANILO DOS SANTOS SÁ

Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) campus de Itabaiana.



NADIELLI MARIA DOS SANTOS GALVÃO

Professora Assistente da Universidade Federal de Sergipe (UFS), campus de Itabaiana. Mestra e Bacharela em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Pernambuco. Membro Acadêmico da Academia Sergipana de Ciências Contábeis.



CARLOS ALBERTO NUNES SANTOS

Bacharelado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) campus de Itabaiana.