



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

## FATORES PREPONDERANTES PARA ESCOLHA DO PROFISSIONAL CONTÁBIL NA VISÃO DO USUÁRIO DA CONTABILIDADE

Eder Rogério Stela,, Fecilcam, eder.rogerio@fecilcam.br  
André Luiz do Prado Silvério, Fecilcam  
Rafael Alves de Oliveira, Fecilcam

**RESUMO:** Este trabalho pretende revelar quais os fatores que levam o usuário da contabilidade em geral contratar um profissional contábil e quais os aspectos que influenciam nessa decisão, descobrindo os quesitos básicos que um contador deve possuir para que o empresário contrate seus serviços técnicos. Utilizou-se pesquisa bibliográfica e de campo para coleta de dados, o instrumento de pesquisa foi um questionário estruturado com questões fechadas de múltipla escolha aplicado uma amostra de 30 empresários associados à Associação Comercial e Industrial de Campo Mourão (ACICAM) que concordaram em contribuir com a pesquisa e as respectivas empresas tinham as características necessárias para participar. A pesquisa é de caráter descritivo, exploratório e quantitativo. O estudo identificou os indicadores que influenciam os usuários da contabilidade na escolha do profissional contábil e revelou a satisfação dos usuários da contabilidade com seus contadores atuais. Possibilitando a elaboração de ações específicas e diferenciais para satisfazer o cliente no mercado atual.

**Palavras-chave:** Serviços Contábeis. Contador. Contabilidade.

### 1 INTRODUÇÃO

Em uma análise do mercado atual, é possível notar que os empresários estão a cada dia buscando mais o serviço contábil, aumentando assim a concorrência e a necessidade de aperfeiçoamento e investimento por parte dos contadores, para que isso ocorra de maneira eficaz e eficiente, é necessário investigar sobre: Quais os quesitos preponderantes que levam um empresário a contratar um contador?

Seria de extrema importância que o empresário, ao decidir abrir um negócio, procurasse ajuda profissional qualificada para tal suporte, e uma das maneiras mais rápidas e práticas para isso seria uma consulta a um Contador, para que este pudesse dar suporte adequado ao cliente. Porém essa ideia de autonomia dos empresários vem de “berço”, ou seja, é de praxe que a pessoa simplesmente decida abrir um estabelecimento, sem ter um suporte gerencial que lhe dê apoio. Todavia, não se sabe ao certo se os contadores que estão no mercado estão capacitados para atenderem as reais necessidades dos clientes, como no caso, um assessoramento inicial para abertura de uma empresa.



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

O fluxo de informações se torna cada vez mais rápido exigindo do contador agilidade e perfeição. A contabilidade evolui e aprimora suas técnicas para se adequar ao mundo em constante globalização e competitivo, onde os detalhes fazem a diferença. É necessário que os profissionais contábeis acompanhem essa evolução garantindo aos usuários uma informação de qualidade, compreensiva e comparativa e que os satisfaça.

Para saber o que leva um empresário a contratar um serviço profissional contábil, precisam-se conhecer quais são suas reais necessidades. Para isso é necessário realizar um diálogo com os usuários contábeis, com o intuito de descobrir os fatores que o motivam a contratar um contador. Sendo assim, levanta-se a ideia de um projeto científico que visam quais são os fatores preponderantes que levam um empresário a contratar um profissional contábil.

Diante do exposto acima o objetivo deste trabalho é Identificar quais os fatores preponderantes que influenciam os empresários associados à ACICAM na escolha do profissional contábil.

A presente pesquisa foi realizada com empresários associados à ACICAM (Associação Comercial e Industrial de Campo Mourão). Os empresários foram divididos conforme o porte das entidades que comandam, em pequeno, médio e grande porte. O estudo trata-se de uma pesquisa de campo com delineamento descritivo/exploratório, transversal, e quantitativo.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 SURGIMENTO E EVOLUÇÃO DA CONTABILIDADE**

Pode-se dizer que a contabilidade é tão antiga quanto à necessidade do homem em avaliar sua riqueza, ou seja, desde o início da civilização. Até mesmo antes da invenção da moeda ou da escrita essa necessidade já existia.

Nas palavras de Ludícibus e Marion (2002) “a contabilidade existe desde o início da civilização. Alguns teóricos preferem dizer que ela existe, pelo menos, desde 4.000 antes de cristo”.



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

Segundo SÁ (1998) “há mais de 6.000 anos o comércio já era intenso, o controle religioso sobre o estado já era grande e poderoso, daí derivando grande quantidade de fatos a registrar, ensejando, também o desenvolvimento da escrita contábil”.

No entanto a Contabilidade só despertou realmente como ciência muito tempo depois, na Renascença.

[...] Não sabemos quem inventou a contabilidade. Sabemos, porém, que sistemas de escrituração por partidas dobradas começaram a surgir gradativamente nos séculos XIII e XIV em diversos centros de comércio no norte da Itália. (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 39).

O grande marco dessa época foram os estudos de Luca Pacioli, um frei franciscano. Pacioli foi quem consolidou o método das partidas dobradas, e também os termos débito e crédito.

Segundo Hendriksen e Breda (1999) o livro publicado por Pacioli em 1494, trazia quase toda a maquinaria da escrituração contábil como conhecemos hoje. Assim quando um congresso em 1934 determinou a criação da *Securities and Exchange Commission* (SEC) com a finalidade de regulamentar a contabilidade, não estavam criando um novo sistema, e sim apenas regulamentando-o.

A partir do final do Século XV, com o descobrimento do novo mundo e a mudança dos centros comerciais para Espanha e Portugal, a contabilidade viveu um período de estagnação.

[...] O historiador Raymond de Roover considerou o período de 1494 a 1800 uma fase de estagnação da contabilidade. Esta caracterização é um pouco injusta, porque esse período se iniciou como uma era de descobrimento e encerrou-se como uma era de revolução. O mundo foi transformado, e isso condicionou a contabilidade. (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 45).

Percebe-se então que a contabilidade acompanha o desenvolvimento econômico, sendo assim, esse período de estagnação teve fim com a revolução industrial, muitos foram os efeitos dessa revolução na contabilidade, tanto direto como indiretamente, o início das produções em massa e a invenção do sistema fabril, contribuíram sensivelmente para isso.

[...] À medida que aumentava a necessidade de informação gerencial sobre os custos de produção e os custos a serem atribuídos à avaliação de estoques, o mesmo acontecia com a necessidade de sistemas de contabilidade de custos (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 47).



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

O grande crescimento econômico americano, principalmente a partir de 1920, também foi primordial para o desenvolvimento da contabilidade. Sobre isso escreve Ludícibus e Marion (2002) “O surgimento das gigantescas *Corporations*, principalmente no início do século atual, constituiu um campo fértil para o avanço das teorias e práticas contábeis norte-americanas”.

## 2.2 O PERFIL DO CONTADOR BRASILEIRO

A Contabilidade brasileira passa por um processo de transformação. Há quem diga que ela vive sua fase áurea. E não é para menos. O processo contínuo de mudanças trouxe à tona a necessidade de constante atualização do contabilista. Ser contabilista, hoje, representa estar conectado com o mundo globalizado e com temas que até pouco tempo não refletiam no dia-a-dia do profissional, como, por exemplo, Responsabilidade Socioambiental, Crédito de Carbono, adaptação da legislação societária brasileira ao padrão contábil internacional (IFRS), além do domínio de outras línguas (CFC, 2010).

Neste cenário, é natural que a profissão de contabilista enfrente grandes desafios, e uma vez que tais desafios sejam ultrapassados, a profissão terá papel de grande projeção, nacional e internacionalmente. É preciso estar alerta, pois os desafios a serem vencidos nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil são imensamente maiores. Os problemas enfrentados pelos países desenvolvidos são menores e muitas vezes decorrentes do próprio prestígio da profissão. Os contadores são permanentemente cobrados pelos usuários de seus serviços, os quais exigem cada vez melhor qualidade e eficiência, não se conformando meramente com dados passados, mas demandando orientação e previsões para o futuro (CFC, 2010).

Nos países em desenvolvimento, os problemas são mais graves e decorrentes principalmente de falta de credibilidade da profissão, por insuficiente formação cultural e falta de treinamento adequado. Esses problemas representam, naturalmente, grandes desafios, mas são superáveis. Como nosso país encontra-se em estágio econômico inferior ao de países plenamente desenvolvidos, o espaço a ser conquistado pelo profissional contábil brasileiro é muito mais amplo do que em outros países, onde esses espaços já



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

estão ocupados, sendo necessário apenas que a profissão corrija o enfoque de seus serviços (CFC, 2010).

O Conselho Federal de Contabilidade (CFC) realizou, no período de 1º de dezembro de 2008 a 30 de março de 2009, uma pesquisa que contou com 19.918 entrevistados, entre contadores e técnicos em contabilidade, para traçar o perfil atual do profissional brasileiro. O levantamento anterior havia sido realizado há quase 15 anos (CFC, 2010).

Segundo dados da pesquisa a maioria dos contabilistas (44,1%) está na faixa etária de 31 a 49 anos de idade. O restante está assim distribuído: Dos profissionais entrevistados, 60,9% disseram ter curso superior e 38,8% participaram de cursos técnicos. Entre os que têm formação superior, 18,1% são pós-graduados; 1,6%, mestres e 0,2%, doutores (CFC, 2010).

Ainda segundo a pesquisa realizada pelo CFC, 38,7% dos profissionais contábeis são proprietários ou sócios de escritório de contabilidade; 22,8%, autônomos; e 22,2%, funcionários de empresas privadas. Essas três categorias, juntas, representam 83,7% do total (CFC, 2010).

## 2.3 O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O profissional contábil, assim como qualquer outro que presta serviços, precisa conhecer também o público a quem destina suas atividades. Sendo assim, é importante que conheça o comportamento desse consumidor, e o que o motiva a escolher entre um ou outro profissional.

Afirma Underhill (1999) que a maior ignorância dos homens de negócio centra-se no desconhecimento de quem são seus clientes. Segundo o autor, é comum o problema de varejistas que ignoram quem compra em suas lojas. Por isso, conhecer o que querem os consumidores e como eles tomam suas decisões sobre a compra e a utilização de produtos é fundamental para que as organizações tenham êxito em seu mercado.

A disciplina de comportamento do consumidor envolve o entendimento das ações tomadas pelas pessoas em situações de compra e consumo. De acordo com Limeira (2008) o comportamento do consumidor pode ser definido como um conjunto de reações ou



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

respostas dos indivíduos a determinados estímulos, os quais decorrem de fatores pessoais, ambientais, situacionais e de *marketing*.

Os fatores pessoais são o conjunto de estados fisiológicos e psicológicos, bem como os traços de personalidade. Já os fatores ambientais, são entendidos como aqueles de natureza cultural, social, econômica, política e legal.

Os fatores situacionais são condições circunstanciais e momentâneas que interferem no comportamento do consumidor. Os fatores ou estímulos de marketing são as decisões de produto, preço, distribuição e promoção que estão sob controle e que visam provocar certas respostas nos consumidores.

No entanto, nem só de comportamento faz-se a pesquisa do consumidor. É preciso entender, também, dos fatores que levam as pessoas a essas ações.

Entender o comportamento de consumo tem sido o desafio de muitos pesquisadores de diversos campos de conhecimento desde o século XIX. Assim, estudar a evolução da disciplina de comportamento do consumidor nos permite entender teoria surge dentro de um contexto histórico-social. Algumas dessas teorias, portanto, envelhecem, ou seja, perdem a capacidade de explicar os fatos e os comportamentos que observamos no mundo hoje. Outras, no entanto, continuam válidas, tendo o poder de explicar os acontecimentos atuais. (LIMEIRA, 2008, p. 13)

O conhecimento das variáveis de influência sobre o comportamento de compra é importante para que os empresários qualifiquem seus produtos e serviços, considerando efetivamente os desejos e as necessidades do consumidor e orientando suas ofertas para o mercado.

### 3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Observa-se no Gráfico 1 o porte das empresas pesquisadas. As entidades de médio porte representam a maioria, totalizando 50% (n= 15). As pequenas empresas representam 33,3% (n=10), já as grandes empresas são um total de 17,7% (n= 5).

# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

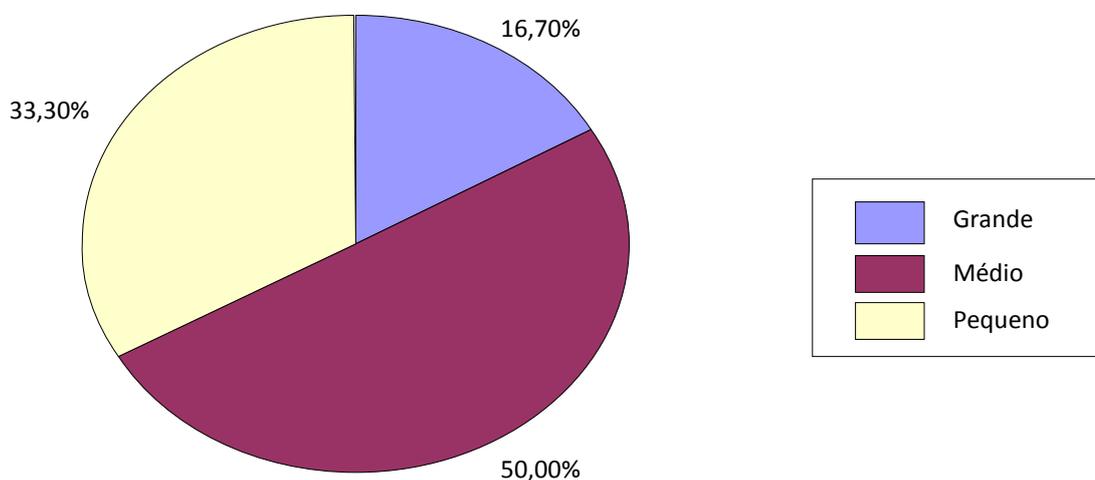


Gráfico 1 – Porte das empresas

Fonte: dados da pesquisa.

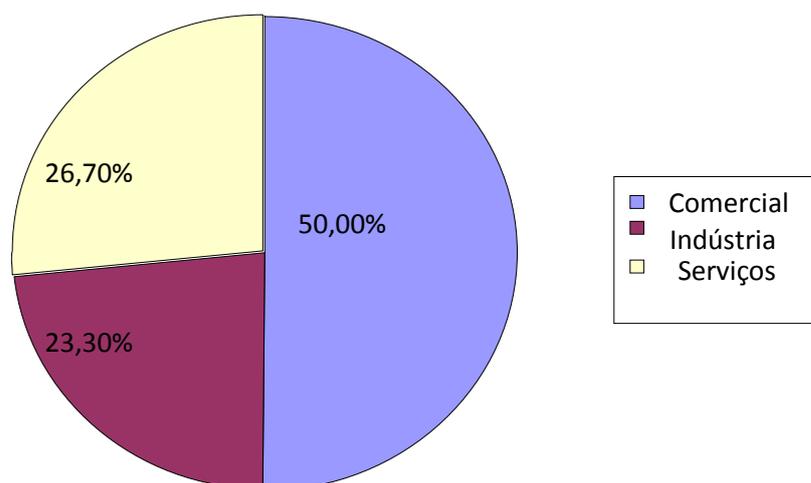


Gráfico 2– Ramo de atividade das empresas

Fonte: dados da pesquisa.

O Gráfico 2 apresenta o setor de atuação das empresas. Observa-se que as empresas do ramo comercial representam 50% (n=15) do total, as empresas prestadoras de

# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

serviços são um total de 26,7% (n=8), enquanto as entidades do ramo industrial representam 23,3% (n=7) das empresas pesquisadas.

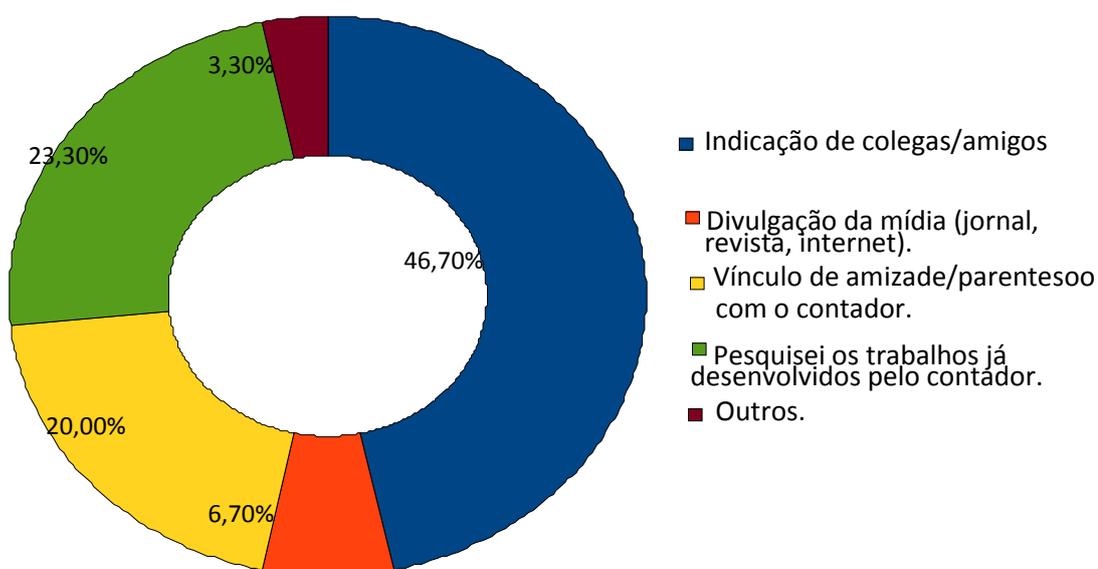


Gráfico 3– Como o empresário conheceu seu contador  
Fonte: dados da pesquisa.

O Gráfico 3 apresenta a maneira pela qual o empresário teve conhecimento dos de seu contador. Dentre os empresários pesquisados, 46,7% (n=14) conheceram os serviços do contador através da indicação de colegas/amigos. Enquanto 23,3% (n=7) pesquisaram referências de outros trabalhos realizados pelo profissional. Já 20% (n=6) dos empresários têm algum vínculo de amizade ou parentesco com seu contador; 6,7% (n=2) obtiveram informações de mídias (jornal, revista, internet); enquanto 3,3% (n=1) conheceram o contador de outras formas não citadas.

Observou-se também que a maneira pela qual o empresário conhece seu contador pode mudar de acordo com o porte da empresa. Os pequenos empresários em sua ampla maioria (80%) conheceram os serviços do contador através de indicações de amigos, outra pequena parcela (10%) tem vínculo de amizade com o mesmo, enquanto que nenhum dos que participaram da pesquisa alegou ter pesquisado trabalhos já desenvolvidos pelo profissional.

# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

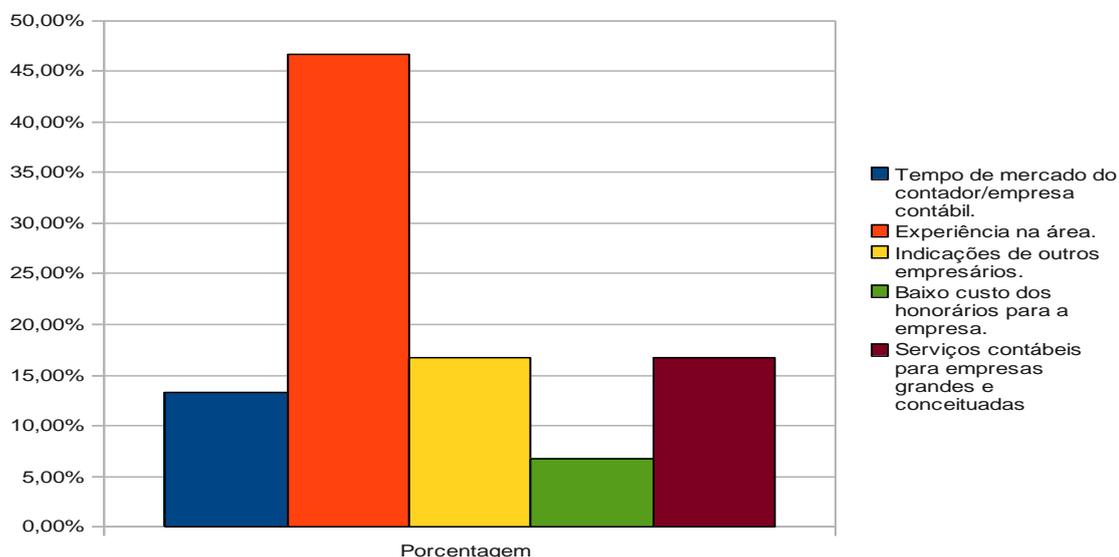
24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

Entre os empresários de porte médio, percebe-se que a indicação de amigos cai significativamente (40%). Já 20% pesquisaram trabalhos já desenvolvidos pelo profissional, enquanto 33% possuem vínculo de amizade com o contador.

Os grandes empresários em sua maioria (0%) conheceram o profissional contábil pesquisando trabalhos já desenvolvidos, e outros 20% tiveram conhecimento dos serviços do contador através de divulgação na mídia.

## 3.2 ANALISE DOS RESULTADOS

Gráfico 4 – O que o empresário considera importante para escolher um serviço contábil/contador-Geral



Fonte: dados da pesquisa.

O Gráfico 4 expõem que a maioria dos empresários considera que a experiência do profissional é o fator mais importante na escolha do serviço, 46,7% (n=14) dos que participaram da pesquisa responderam assim.

Há aqueles que acham que as escolhas são feitas a partir da indicação de outros empresários, é o caso de 16,7% (n=5) dos ouvidos na pesquisa. A mesma quantidade de



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

empresários (16,7%) considera que os trabalhos já realizados em empresas conceituadas é o melhor parâmetro para a escolha do serviço.

Para outros 13,3% (n=4) o tempo de mercado do profissional é o mais importante. Enquanto isso, uma minoria de 6,7% (n=2) acha que o custo dos honorários é o fator que mais pesa nessa escolha.

Quando levado em consideração o porte das empresas para 70% dos pequenos empresários, o que se considera mais importante para contratar o serviço contábil é a experiência na área.

Entre os empresários de médio porte, 33% consideram a experiência o fator mais importante para a escolha, outros 20% alegaram que a indicação de outros empresários é o que mais pesa na escolha, já 20% entendem que o tempo de mercado é o mais importante. Outros fatores ainda citados pelos empresários de porte médio foram: serviços contábeis para grandes empresas (13,33%) e baixo custo de honorários (13,33%).

As grandes empresas consideram que os serviços já prestados a outras empresas conceituadas é o fator mais importante para a escolha do profissional contábil, 60% dos empresários assim responderam. Para outros 40%, a experiência na área é que mais influencia na escolha.

Analisando o ramo de atividade percebe-se que o principal fator que os empresários consideram importante é a experiência, embora esse fator seja mais relevante entre as indústrias (72%), seguido pelo comércio (47%) e serviços (25%).

As empresas do ramo industrial são as únicas que não consideram a indicação de outros empresários como fator para escolha do contador, por outro lado são as que mais levam em consideração serviços realizados em grandes empresas (28%).

Os únicos a considerarem o baixo custo de honorários um fator importante para a escolha do profissional contábil foram os empresários prestadores de serviços, 25% dos participantes da pesquisa.

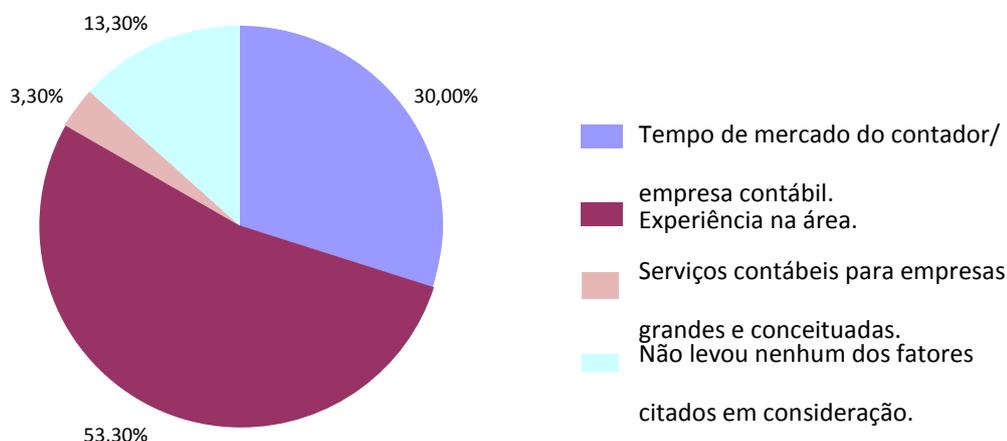
Já entre os empresários do ramo comercial, a indicação de outros empresários e os serviços já prestados a grandes empresas são considerados importantes por 20% dos empresários que responderam a pesquisa.

Gráfico 5 - O que o empresário considerou na hora de contratar o serviço contábil – geral.

# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011



Fonte: dados da pesquisa.

Visualiza-se no gráfico 5 o que o empresário de fato levou em consideração quando da contratação do serviço contábil. A experiência na área foi o fator que mais influenciou a decisão de 53,3% (n=16) dos empresários, já o tempo de mercado do contador foi o mais importante para 30% (n=9), enquanto 3,3% (n=1) consideraram outros trabalhos já realizados pelo profissional. Já 13,3% (n=4) não consideraram nenhum dos fatores citados na pesquisa.

Quando levado em consideração porte das empresas observa-se que entre os grandes empresários, o único fator levado em conta para contratar o contador foi a experiência na área.

Entre as pequenas empresas, 30% não levaram nenhum dos fatores citados na pesquisa em consideração, outros 30% contrataram o contador pelo tempo de mercado que o mesmo possuía, e outros 40% fizeram sua escolha baseando-se na experiência do profissional.

Os empresários de médio porte foram os únicos a considerar os serviços já realizados pelo profissional na hora de contratar. Seguindo a tendência dos grandes e pequenos empresários, a maioria (47%) considerou a experiência a fator mais importante na hora de contratar o profissional contábil.



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

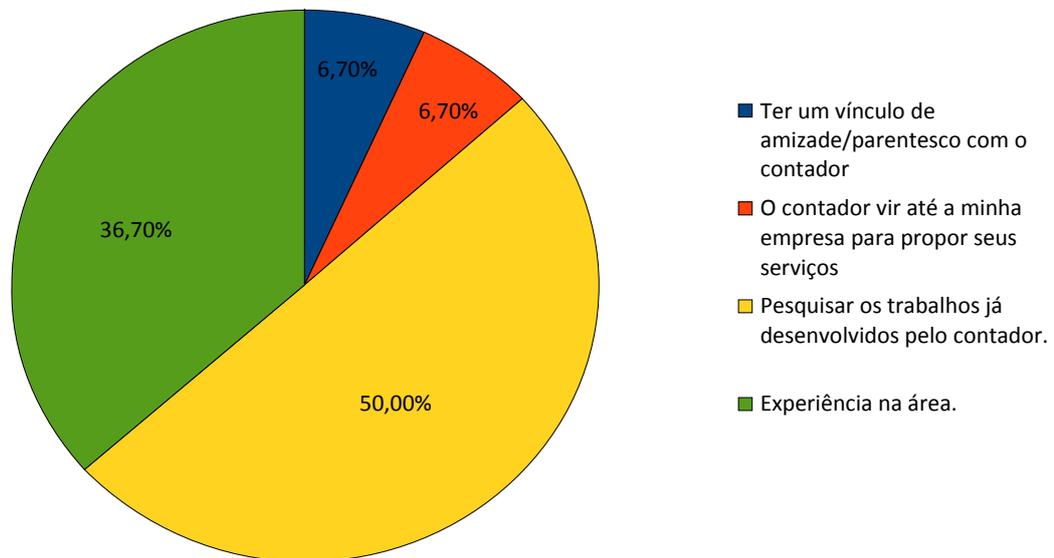
Já se separamos por ramo de atividade, a experiência na área e o tempo de mercado são fatores comuns na escolha dos empresários dos ramos de Comércio, Indústria e Serviços.

As empresas do ramo de comércio são os únicos que levaram em conta os serviços já realizados pelo profissional contábil na hora da escolha (6,67%), outros 20% das empresas comerciais não levaram nenhum dos fatores citados na pesquisa em consideração. A experiência foi o fator mais importante para 53% dos empresários desse ramo.

Entre as indústrias, 14% não levaram em consideração nenhum dos fatores citados, enquanto a maioria (57%) considerou a experiência na área o mais importante na hora de contratar.

Os empresários do ramo de serviços ficaram rigorosamente divididos entre a experiência na área e o tempo de mercado do contador, 50% para cada opção.

Gráfico 6 - Fatores que o empresário consideraria se fosse contratar um serviço contábil hoje – geral



Fonte: dados da pesquisa.

Como exposto no Gráfico 6, o fator que o empresário mais consideraria se fosse contratar um contador hoje são os trabalhos já realizados pelo profissional anteriormente.



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

Para os empresários de pequeno (70%) e grande (60%) porte, esse é o fator mais importante, enquanto que apenas 33% dos empresários de porte médio consideraram esse fator o mais importante.

No caso dos pequenos empresários há aqueles que considerariam outros aspectos como ter vínculo de amizade com o contador (10%) e o próprio profissional vir até o empresário oferecer os serviços (20%).

A experiência na área seria o fator mais importante para 60% dos empresários de médio porte e 40% dos grandes empresários, e não seria considerada por nenhum dos pequenos empresários que responderam ao questionário.

Já quando leva-se em consideração o porte da empresa o fator que o empresário mais consideraria se fosse contratar um contador hoje são os trabalhos já realizados pelo profissional anteriormente. Para os empresários de pequeno (70%) e grande (60%) porte, esse é o fator mais importante, enquanto que apenas 33% dos empresários de porte médio consideraram esse fator o mais importante.

No caso dos pequenos empresários há aqueles que considerariam outros aspectos como ter vínculo de amizade com o contador (10%) e o próprio profissional vir até o empresário oferecer os serviços (20%). A experiência na área seria o fator mais importante para 60% dos empresários de médio porte e 40% dos grandes empresários, e não seria considerada por nenhum dos pequenos empresários que responderam ao questionário.

Já quando se analisa a presente questão levando em consideração o ramo de atividade o fator que mais influenciaria os empresários pesquisados a contratar um contador hoje são os trabalhos já desenvolvidos pelo contador, sendo 47% entre as empresas do comércio, 57% entre as indústrias e 50% entre as prestadoras de serviço. A experiência na área seria o mais importante para 40% dos empresários do ramo comercial e 43% dos empresários do ramo industrial, entre os empresários do ramo de serviços, 25% entendem que esse é o fator que mais os influenciaria na escolha. As empresas comerciais seriam as únicas a considerarem vínculos de amizade com o contador. E as empresas de serviços seriam as únicas levarem em conta o fato de o contador ir até a empresa e oferecer seus serviços.

## 4 CONCLUSÃO



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

Ao todo 30 (trinta) empresas concordaram em contribuir com a pesquisa, respondendo atentamente ao questionário. Para investigação minuciosa considerando as particularidades das empresas, essas foram classificadas quanto o seu porte, onde 50% eram de médio, 33,3% eram de pequeno e 17,7% eram de grande porte. E, ainda, foram divididas segundo seu ramo de atividade, onde 50% eram do comercial, 26,7% eram de serviços e 23,3% eram do ramo industrial.

Entre as empresas pesquisadas, a maioria contratou o seu contador por indicações de amigos e colegas de trabalho e teve à experiência na área como o fator primordial quando contratou, bem como e se fosse contratar um serviço contábil. Por isso, é preciso alertar os contadores que estão ingressando no mercado a se aperfeiçoarem através de cursos e especializações a fim de adquirir qualificação ao divulgar e oferecer seu serviço, pois estes não terão experiência alguma no que diz respeito a atendimento direto às empresas.

A determinação do perfil de cada porte empresarial e ramo de atividade demonstraram as diferenças particulares em relação à escolha de um profissional ou serviço contábil. Independente do porte e ramo de cada empresa, o contador deve se empenhar em conquistar espaço no mercado com comprometimento à(s) empresa(s) que já fornece seus serviços, com o objetivo de trilhar uma carreira sem deslizes ou erros.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, T.L.; RIBES, L. **Pesquisa quantitativa ou qualitativa**: adjetivação necessária. Organizado por Ernani Lampert. Porto Alegre: Sulina, 2000.

ARAÚJO, P.H.; REDI, R. **Qualidade ao alcance de todos**: acesso rápido e fácil às técnicas de qualidade total. 2. ed. São Paulo: Gente, 1997.

CFC. **Perfil do contabilista brasileiro 2009**. Conselho Federal de Contabilidade. -- Brasília: CFC, 2010. Disponível em: <[http://www.cfc.org.br/uparq/miolo\\_perfil\\_grafica.pdf](http://www.cfc.org.br/uparq/miolo_perfil_grafica.pdf)>. Acesso em: 01 dez. 2010.

RESPALDE, S.A. **Curso básico de contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1995.

DOMENICO, E, B, L; BREVIDELLI, M. M. **Trabalho de conclusão de curso**: guia prático para docentes e alunos da área da saúde. São Paulo: Iátria, 2006.



# VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

FORTES, J.C. **Ética e responsabilidade profissional do contabilista**. Fortaleza: Fortes, 2002.

FRANCO, H. **Contabilidade geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

HENDRIKSEN, E. S.; BREDA, M.F.V. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, S. **Contabilidade: uma visão crítica e o caminho para o futuro**. Belo Horizonte: CRC/MG, 1991.

IUDÍCIBUS, S.; MARION, J.C. **Introdução à teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2002.

JACOMINO, D. Você é um profissional ético? **Revista Você S.A.**, Editora Abril, ed. 25, ano 3, p. 28-36, São Paulo: jul. 2000.

KRUL, A. **Caminhos para investigar: metodologia técnica de pesquisa**. Londrina: CEFIL. Fundação Horácio Hamaral de Estudos e Pesquisas, VIII Edição CEFIL, 2001.

LIMEIRA, T.M.V.I. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2008.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de Marketing 1: metodologia, planejamento**. São Paulo: Atlas, 1996.

NIYAMA, J.K.; SILVA, C.A.T. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, S.A.B. **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 1997.

RIBEIRO, M.A. O contador “profissional” e o Contador “aplicado”. **Revista CRC-RS**, nº 05, dezembro de 2007.

SÁ, A.L. **Contabilidade geral**. São Paulo: Nacional, 1966.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. Novembro de 2004.

SHIGUNOV, T.R.Z. A qualidade dos serviços contábeis como ferramenta de gestão para os escritórios de contabilidade. **Revista RBC- Revista Brasileira de Contabilidade**; ano XXXIII n 149 set/out, 2004.

SILVA, T.M. Currículo flexível: evolução e competência. **Revista Brasileira de Contabilidade do CFC**, edição Ano XXIX – Nº. 121 – Janeiro/Fevereiro 2000, p. 23-27.

UNDERHILL, P. **Vamos às compras: a ciência do consumo**. São Paulo: Campus, 1999.