



## PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DA INFORMAÇÃO TRANSMITIDA DO PROFISSIONAL CONTÁBIL PARA OS SEUS CLIENTES: UMA PROPOSTA PARA ELABORAÇÃO DE RELATÓRIO GERENCIAL

## PERCEPTION OF THE QUALITY OF THE INFORMATION TRANSMITTED FROM THE ACCOUNTING PROFESSIONAL TO THEIR CLIENTS: A PROPOSAL FOR PREPARING A MANAGEMENT REPORT

RIBASQUI, Patrícia da Silva <sup>1</sup>

SILVA, Filipe Martins da <sup>2</sup>

**Resumo:** Durante muitos anos, se pensou que o contador tinha que ser apenas aquele profissional que estava ali para emitir guias e calcular impostos, embora seja de responsabilidade desse profissional a apuração destas informações assim como da folha de pagamento, livros fiscais e obrigações acessórias, ele não deve se atentar somente a isso, nos dias de hoje é necessário que o profissional contábil entenda as necessidades e particularidades de seus clientes, e se mantenha atualizado, muitos desafios surgem a cada dia, principalmente com a rapidez com que a tecnologia tende a evoluir, e os profissionais que anseiam se manter em atividade, devem acompanhar essa evolução, ultrapassando a barreira da burocracia e adaptando a informação técnica, para métodos e nomenclaturas que sejam mais compreensíveis pelos usuários finais, tornando a contabilidade acessível a todos. Com base no exposto, este estudo tem como objetivo analisar a percepção dos profissionais e seus clientes quanto à qualidade da informação produzida nos

<sup>1</sup> Bacharela em Ciências Contábeis, Centro Universitário Cesuca. E-mail: patty\_ribasqui@hotmail.com

<sup>2</sup> Mestre em Controladoria e Contabilidade. Professor do Centro Universitário CESUCA. E-mail: filipemdasilva@gmail.com

relatórios contábeis padrões, e baseado nas respostas adquiridas, identificar as possíveis falhas neste processo de comunicação, e definir métodos auxiliares, que possam vir a reduzir tais falhas. Para atingir tal objetivo será utilizado uma metodologia de pesquisa descritiva com abordagem quantitativa, e amostras coletadas por conveniência, por intermédio de dois questionários aplicados a grupos que definem ambos os perfis, clientes e profissionais contábeis.

**Palavras-chave:** Profissional Contábil. Cliente. Relatórios Contábeis.

**Abstract:** For many years, it was thought that the accountant had to be just that professional who was there to issue guides and calculate taxes, although it is the responsibility of this professional to ascertain this information as well as the payroll, tax books and ancillary obligations, he did not attention should only be paid to this, nowadays it is necessary for the accounting professional to understand the needs and particularities of their clients, and to keep up to date, many challenges arise every day, especially with the speed with which technology tends to evolve, and professionals who wish to remain in activity must follow this evolution, overcoming the bureaucracy barrier and adapting technical information to methods and nomenclatures that are more understandable by end users, making accounting accessible to all. Based on the above, this study aims to analyze the perception of professionals and their clients regarding the quality of the information produced in the standard accounting reports, and based on the answers acquired, to identify possible flaws in this communication process, and to define auxiliary methods, which may reduce such failures. To achieve this objective, a descriptive research methodology with a quantitative approach will be used, and samples collected for convenience, through two questionnaires applied to groups that define both profiles, clients and accounting professionals.

**Keywords:** Accounting Professional. Client. Accounting Reports.

## 1 INTRODUÇÃO

A contabilidade é uma ciência aplicada, que tem como objeto de estudo o patrimônio das entidades, e suas variações, embora não exista unanimidade sobre sua natureza. Santos, Schimidt e Machado (2011 p. 18) classificam a contabilidade como uma disciplina de natureza científica, que se enquadra como uma ciência factual - social, considerando que o fator social é preponderante na atividade contábil, traduzindo a natureza social da contabilidade na preocupação com a compreensão da maneira com que os indivíduos ligados à área criam, modificam e interpretam os fenômenos contábeis sobre os quais informam seus usuários.

Os autores ainda acrescentam que a preocupação do contabilista não está apenas em apreender, quantificar, registrar e informar os fatos contábeis da

entidade, mas também em analisar e revisar esses fatos, demonstrando suas causas determinantes ou constitutivas.

Segundo Hendriksen e Breda (1999 p. 91), o primeiro enfoque à definição dos objetivos da contabilidade concentrou-se no cálculo e na apresentação do lucro líquido resultante de regras específicas de realização e vinculação num balanço que relacionasse o período corrente a períodos futuros. Desse modo, dava-se ênfase ao processo de coleta de dados e ao formato das demonstrações financeiras.

Contudo há uma dificuldade encontrada neste processo de contabilização e na estrutura convencional de divulgação, e em relação a certos termos contábeis, que não são familiares e frequentes para os usuários finais das demonstrações, embora tais termos sejam rotineiros no dia a dia dos contadores, para os clientes, essas informações tornam-se menos compreensíveis, pois muitos desses usuários atuam em áreas distantes da contabilidade, profissionais da área da saúde, advogados, decoradores, entre outros, tendo essas dificuldades em utilizar destas informações, nas tomadas de decisão, evidenciando que a estrutura atual da contabilidade, pode não estar atingindo seu objetivo básico.

Com base no exposto foi definido a seguinte questão problema: quais as dificuldades que os clientes percebem na interpretação das informações enviadas pela contabilidade?

A partir da questão problema foi definido o seguinte objetivo geral: analisar a percepção dos profissionais contábeis e clientes em relação à informação gerada pela contabilidade.

Para atender o objetivo geral foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Comparar a percepção que os profissionais e os clientes têm, em relação a periodicidade das informações encaminhadas;
- Mensurar a qualidade e utilidade da informação para os usuários finais;
- Propor um modelo de relatório que melhore a qualidade da informação recebida pelo cliente, baseado nas dificuldades mencionadas pelos respondentes.

A escolha do tema deu-se devido a relevância do mesmo, a contabilidade é utilizada todos os dias por usuários distintos, que possuem objetivos diversos e necessitam de informações apropriadas, e como explicam Hendriksen e Breda (1999 p. 94), se for adotada a ideia de produzir uma série de relatórios de finalidade

específica, será preciso selecionar a informação relevante para os vários modelos de predição e tomada de decisão dos usuários.

A estrutura deste estudo apresenta-se da seguinte forma: uma introdução que descreve os objetivos gerais deste trabalho, seguida de um referencial teórico que busca embasar o conteúdo abordado, logo apresenta-se a metodologia que foi aplicada para o desenvolvimento.

No que segue, serão apresentados os tópicos que descrevem e analisam os resultados obtidos através dos questionários, e por fim serão feitas as considerações que resultam da interpretação dos dados coletados e apresentados por este estudo, seguida da bibliografia completa utilizada como fonte de pesquisa e citações no desenvolvimento deste trabalho.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesta seção, será trabalhado o embasamento teórico através de uma bibliografia que exemplifique o tema abordado por este trabalho, evidenciando os conceitos de profissional contábil, cliente, e a comunicação entre eles.

### **2.1 Profissional contábil**

Inicialmente de acordo com Capistrano (2001), o contador era designado como “guarda-livros”, por ser geralmente um homem de formação técnica que adquirira seu conhecimento principalmente através da prática a autora ainda acrescenta que:

No tempo do guarda-livros predominava a prática, sendo função deste realizar a contabilidade da firma, sua escrituração, a correspondência, os contratos, preenchimento dos cheques, realização de pagamentos e recebimentos, enfim, o contador tinha como principal função realizar registros por “detrás de uma mesa. (CAPISTRANO, 2001)

Souza (2013) complementa explicando que, a regulamentação da Profissão Contábil no Brasil ocorreu em 1946 por meio da publicação do Decreto-Lei 9.295, onde foram criados os Conselhos Federal e Regionais de Contabilidade, com a determinação de fiscalizar e reger a profissão contábil, definindo um perfil dos contabilistas onde: contadores eram os graduados em cursos universitários de

Ciências Contábeis; técnicos de contabilidade eram os de nível médio, das escolas comerciais; e guarda-livros não tinham escolaridade formal, exerciam atividades de escrituração mercantil.

Contudo esse perfil sofreu uma evolução, conforme explicam Reis e Silva (2008), antigamente, o mercado de trabalho não exigia dos profissionais da área de Contabilidade o ensino superior, por isso a figura do técnico de Contabilidade supria as necessidades deste mercado. Diante das expectativas em torno do crescimento do profissional contábil, podemos verificar que este vem buscando a evolução e amadurecimento para atender o mercado.

Souza (2013) também evidencia essa evolução, ao complementar que atualmente o contador deve possuir uma formação mais humanística, ampla e uma visão global para compreender o meio social, político, econômico e cultural, preparado para tomar decisões em mundo globalizado, diversificado e interdependente.

A Norma Brasileira de contabilidade PG 01 define:

São deveres do contador: (a) exercer a profissão com zelo, diligência, honestidade e capacidade técnica, observando as Normas Brasileiras de Contabilidade e a legislação vigente, resguardando o interesse público, os interesses de seus clientes ou empregadores, sem prejuízo da dignidade e independência profissional. (DIÁRIO OFICIAL, 2019, p. 84)

Por sua vez Kounrouzan (2017), destaca o profissional da área contábil deve exercer com ética as atribuições e prerrogativas que lhes são prescritas através do Código de Ética editado pelo CFC, assim como, desenvolver uma consciência voltada a atender as responsabilidades para com a sociedade enquanto indivíduo, a autora ainda acrescenta:

A Contabilidade tem papel de destaque nas empresas, uma vez que ao tratar os fatos patrimoniais, transformando-os em informações, exercita a sua principal função. Porém, o Contador não pode ficar limitado ao desempenho da função de informante. Deve, pelo contrário, estar preparado para a participação na tomada de decisões, visando identificar e corrigir as dificuldades e adversidades que surgem ao longo do caminho, através de ações proativas, baseadas nas informações geradas pela Contabilidade. (KOUNROUZAN, 2017)

Portanto, na visão da autora cabe ao profissional contábil, a responsabilidade na maximização da utilidade da informação contábil e todo o trabalho de procurar atender aos diferentes usuários desta informação.

## 2.2 Conceito de cliente

Benveniste (2020) define: o termo “cliente” – também conhecido como “comprador” – é, geralmente, utilizado para se referir a um efetivo ou potencial usuário de produtos, e/ou serviços oferecidos por um indivíduo ou por uma organização denominado de fornecedor ou vendedor.

Para Silva e Zambon (2015) é objetivo das organizações obterem êxito. O que por sua vez, pode depender de muitos fatores, mas um dos principais é simples: as organizações necessitam ter clientes.

O cliente é uma figura que existe, ou ao menos deveria existir, em toda e qualquer organização. Não há como imaginar a existência de qualquer organização, pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, que não tenha clientes, os autores enfatizam que “saber identificar quem são os seus clientes é o primeiro passo para o sucesso de toda organização.” (SILVA; ZAMBON, 2015, p. 1)

Em suma, o significado da palavra cliente pode ser diferente para diferentes organizações, e entender isso é fundamental para quem busca um elevado grau de satisfação dos seus clientes, Sveiby acrescenta que:

Quando uma empresa é formada em grande parte por profissionais qualificados que utilizam sua criatividade para solucionar problemas complexos para seus clientes, essa empresa opera de uma forma especial que reflete as forças que influenciam e controlam a organização. (SVEIBY 1998, p. 63)

Todos os clientes têm necessidades, desejos ou expectativas que, de alguma forma, podem ser identificados e atendidos. Conforme Silva e Zambon (2015) entendê-los é um passo fundamental para quem deseja estabelecer relacionamentos duradouros com os clientes.

## 2.3 Comunicação empresarial

Para Kounrouzan (2017), o mundo atual vive na “Era da informação” e os profissionais que a possuem, ocupam um lugar de destaque, sendo o profissional contábil o detentor das informações em primeira mão das entidades, em vista disso, o mercado tem exigido deste uma adequação a novas necessidades, desenvolver

ações proativas, demais competências e habilidades para atender a essas demandas.

Por sua vez, Rego acrescenta:

Como técnica a comunicação direciona naturalmente seus estudos para a procura de mensagens adequadas, corretas oportunas, claras, concisas, precisas, que possam ser assimiladas sem ruídos pelos participantes organizacionais. Para atingir tal meta, a comunicação procurará ajustar o seu discurso, estudando as habilidades e disposições das fontes e receptores, a natureza técnica dos canais, a complexidade e/ ou simplicidade dos conteúdos, a oportunidade e regularidade dos fluxos, o tamanho dos grupos. (REGO, 1986, p. 16)

Segundo Filho (2000) em um processo de comunicação, o problema semântico diz respeito à distância existente entre o significado que um emissor pretende transmitir através de determinado código e a interpretação que o receptor atribui à mensagem recebida. Filho (2000) complementa que na área contábil a principal dificuldade se manifesta quando o significado que o contador pretende atribuir a termos e expressões veiculados nas demonstrações contábeis se distancia daquele que realmente lhes é atribuído pelos respectivos destinatários.

O autor argumenta que a identificação dos problemas de comunicação existentes na área contábil já significa um grande passo para se obter uma maior aproximação entre a contabilidade e seus usuários, o que é verdadeiro, mas crê que a concretização desse objetivo ainda está a depender do manuseio de ferramentas mais eficazes.

### **3 METODOLOGIA**

O presente estudo se dará em forma de pesquisa descritiva, que segundo Gil (2017 p. 26), têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Matias (2016 p. 67) complementa que, esses estudos buscam examinar um fenômeno para descrevê-lo de forma integral ou diferenciá-lo de outro. O autor explica que este tipo de pesquisa faz uso de técnicas padronizadas para a coleta de dados, como questionários e observações sistemáticas assumindo em geral uma forma de levantamento.

A pesquisa de levantamento é um tipo de estudo que visa a coleta de dados investigando o objeto de estudo no seu meio, são adequadas para pesquisas descritivas, pois se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cuja opinião se deseja conhecer.

Portanto, as informações obtidas de um grupo significativo de pessoas sobre o problema em questão serão analisadas de forma quantitativa.

Embora, na maioria das pesquisas de levantamento, não são pesquisados todos os integrantes de uma determinada população, mediante procedimentos estatísticos, contendo uma quantidade significativa de amostras, os resultados obtidos baseados nas amostras podem ser projetados para a totalidade do universo, desde que seja levado em consideração a margem de erro, que é obtida mediante estes cálculos, e por isso esse método se adequa ao presente estudo.

Foi escolhido este método pois na pesquisa descritiva, cabe ao pesquisador fazer a análise, o registro e a interpretação dos fatos, sem manipular ou interferir, busca-se apenas descobrir a frequência com que os fatos ocorrem ou como se estruturam dentro de um determinado sistema, normalmente utilizando de técnicas padronizadas para a coleta de dados estando estas ligadas às características socioeconômicas de um grupo.

O método será misto utilizando tanto técnicas quantitativas como qualitativas para coleta dos dados, o delineamento será convergente, o propósito desse delineamento é aliar as vantagens dos métodos quantitativos (amostragem representativa, quantificação, generalização etc.) às vantagens dos métodos qualitativos (pequenas amostras, profundidade etc.) (GIL, 2019, p. 149)

As amostras serão coletadas por conveniência, que é definido por Lozada (2019, p.187) como o método onde o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que representam um universo, e a coleta dos dados será feita através de questionários, “o questionário consiste em um elenco de questões que são submetidas a certo número de pessoas com o intuito de coletar informações.” (FACHIN, 2017, p. 147)

Esta técnica é comumente utilizada, pois a partir de um pequeno número de questões aplicadas, já é possível extrair uma quantidade significativa de informações, em um espaço de tempo relativamente curto, questionários são ministrados facilmente, podendo abranger um público-alvo sem limitações geográficas, e, facilitando para que os pesquisados, se sintam mais confortáveis

para responder no momento que lhes for mais conveniente, e não os expõe a influência da presença do pesquisador.

O fato de o questionário ser preenchido pelo próprio pesquisado, sem a presença do pesquisador, garante o anonimato muitas vezes necessário. O anonimato contribui para que o pesquisado se sinta mais seguro e, conseqüentemente, favorece respostas mais verdadeiras. Nos questionários, as instruções aparecem, geralmente, por escrito, obedecendo a parâmetros metodológicos, o que significa que essas instruções são apresentadas da mesma maneira para toda a população pesquisada. (FACHIN, 2017, p. 151)

Serão elaborados dois questionários com questões abertas e fechadas, um deles será aplicado aos profissionais da área contábil, e o outro será aplicado aos empresários, gestores e administradores de diferentes empresas com diferentes portes e naturezas jurídicas, visando o comparativo destas respostas para uma análise dos pontos de convergência e divergência destas informações.

#### **4 APRESENTAÇÃO DO ESTUDO**

O presente estudo foi realizado por meio de questionários aplicados em dois grupos, um de profissionais da área contábil e o outro a pessoas que atuam dentro das empresas, em um período de 10 dias entre os dias 17 e 27 de abril de 2022, de forma digital e anônima, visando uma liberdade para os questionados apresentarem suas respostas.

O questionário elaborado com o objetivo de definir o perfil dos profissionais contábeis foi aplicado a um grupo de profissionais que já atuam na área contábil, e também a grupos de estudantes da área de negócios, estima-se o alcance em média de 65 questionados, sendo inviável estimar ao certo este número, devido a coleta ter sido realizada de forma online, enviada por e-mail ou redes sociais a escritórios e empresas com números diversos de colaboradores, tendo sido alcançado nesse um total de 31 respostas.

O questionário elaborado com o objetivo de definir o perfil do cliente, direcionado a administradores, gerentes, sócios, entre outros profissionais que atuam dentro das organizações, foi aplicado a um total de 77 empresas, e obteve um total de 48 respostas, apesar de ambos os grupos terem sido selecionados por conveniência, tomou-se o cuidado de direcionar os questionários para respondentes

sem correlação, mas não há como obter certeza desta ausência de contato entre os grupos, pois como citado anteriormente, as respostas foram coletadas anonimamente.

Os questionários foram elaborados com 8 perguntas cada, mistas entre respostas de múltipla escolha e dissertativas.

Para o questionário aplicado aos clientes buscou-se elaborar questões que identifiquem a percepção deste grupo quanto a compreensão dos relatórios contábeis que lhe são apresentados, a periodicidade e qualidade pelo qual os recebem, se atendem as necessidades que possuem, e características que destacam como importantes, para elaboração de outros relatórios acessórios que os auxiliem a fazer melhor uso das informações contábeis.

Para o questionário aplicado aos profissionais da área contábil, buscou-se elaborar questões que identifiquem a percepção deste grupo quanto a compreensão de seus clientes aos relatórios contábeis enviados, avaliar a qualidade e periodicidade que costumam trabalhar estas informações, e quais são as características consideradas por esse grupo ao elaborar os relatórios que apresentam aos seus clientes.

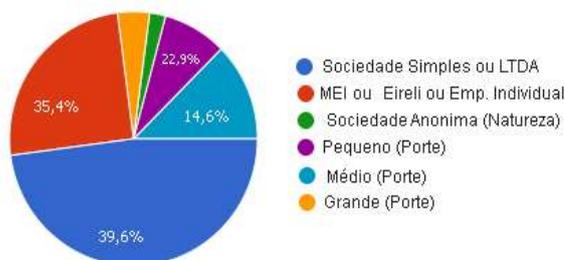
#### **4.1 Caracterização dos respondentes**

Como já citado, foram aplicados 2 questionários, um direcionado a profissionais atuantes na área contábil e o outro aplicado a pessoas que atuam dentro das organizações, definidos aqui como “clientes”, o objetivo destes, visa definir o perfil desses grupos, e ao transpor as respostas identificar as falhas que ocorrem na comunicação entre eles.

Nos gráficos 1 e 2 a seguir, serão apresentados o perfil dos questionados, baseado na área em que atuam, no porte e natureza jurídica das empresas ao qual fazem parte, no caso dos clientes, ou que estão mais habituados a prestar serviço para o caso dos profissionais contábeis.

**Gráfico 1 – Clientes – Quanto ao porte e a natureza jurídica**

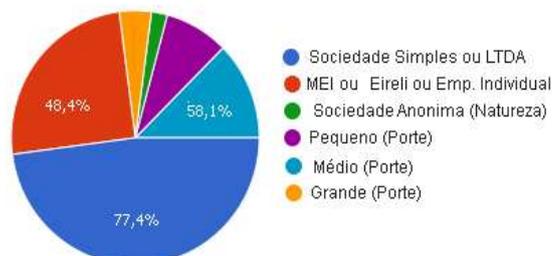
Qual a natureza jurídica e porte da sua empresa?  
48 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

**Gráfico 2 – Profissionais – Quanto natureza jurídica**

Com quais portes de empresa e natureza jurídica, esta mais acostumado a trabalhar?  
31 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

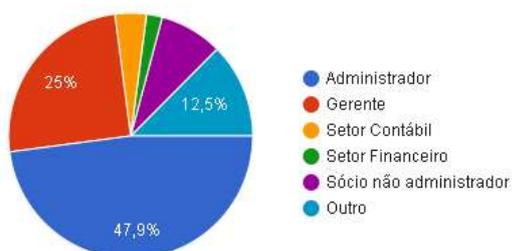
Ao relacionar os gráficos 1 e 2 é possível observar que empresas com características de pequeno e médio porte, e com natureza jurídica Eireli, LTDA, de sociedade simples ou individual, representam as maiores porcentagens dentre os respondentes tanto clientes, quanto profissionais atuantes, convergindo com os dados apresentados no Mapa das Empresas 3º quadrimestre 2021, divulgado pelo governo federal, evidenciando que acima de 90% das empresas ativas no Brasil fazem parte deste grupo.

Embora não seja mais possível registrar empresas de natureza Eireli, desde a lei 14.195, as empresas assim registradas antes da publicação desta lei não sofrem alterações em seus atos constitutivos, por isso foram consideradas neste estudo.

Os gráficos 3 e 4, classificam estes respondentes, por área de atuação, e visam definir a relevância que os relatórios das demonstrações contábeis têm em suas rotinas.

**Gráfico 3 – Clientes - atuação**

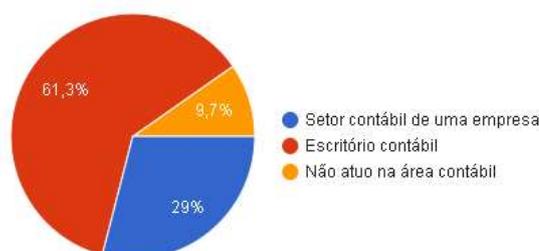
Qual cargo você ocupa dentro desta organização?  
48 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

**Gráfico 4 - Profissionais – atuação**

Em qual área você atua?  
31 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Ao analisar os gráficos 3 e 4 respectivamente, pode-se identificar que os respondentes que configuram o perfil dos clientes, são em sua maior parte administradores e gerentes, sendo assim é possível considerar que este grupo atua ativamente na tomada de decisões destas organizações.

Quanto aos respondentes que configuram o perfil dos profissionais contábeis, observa-se que em sua maioria atuam dentro de escritórios de contabilidade, sendo favorável ao objetivo de extrair desse grupo os métodos trabalhados para apresentação dos relatórios contábeis às empresas, alguns respondentes informaram que não se identificaram pessoalmente com a pergunta, pois apesar de trabalharem em escritório contábil, não atuam dentro do setor contábil, trabalham no societário, fiscal, departamento pessoal, ou outro, associa-se a esses então a parcela de 9,7% de respostas “não atuo na área contábil”.

## 4.2 Periodicidade e compreensão

Nos gráficos que seguem, serão apresentados a periodicidade em que são enviados os relatórios contábeis pelo grupo dos profissionais da área, assim como a periodicidade que o grupo de clientes costuma receber este mesmo tipo de relatório.

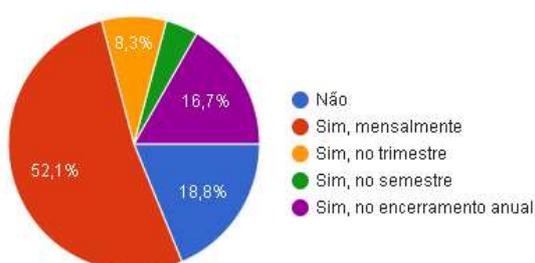
Serão apresentados também a percepção de cada grupo referente ao entendimento das informações contidas nestes relatórios.

O gráfico 5 representa a periodicidade que os clientes responderam que recebem os relatórios com as informações contábeis de suas empresas, por sua vez o gráfico 6 representa a periodicidade que o grupo de profissionais contábeis informou que costuma enviar relatórios aos seus clientes.

**Gráfico 5 – Clientes – Periodicidade**

Recebe relatórios contábeis periódicos?

48 respostas

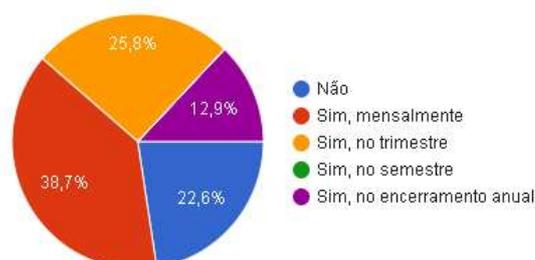


Fonte: Dados da pesquisa (2022)

**Gráfico 6 – Profissionais – Periodicidade**

Costuma enviar relatórios contábeis periódicos ao(s) cliente(s)?

31 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Nos gráficos 5 e 6 respectivamente, é possível verificar que a periodicidade que o grupo de clientes relatou que recebe os relatórios contábeis, se assemelha a periodicidade que o grupo de profissionais informou que costuma enviar relatórios deste tipo, ficando a média entre 60% e 65% destes relatórios sendo transmitidos entre mensal e trimestralmente, mas há um outro ponto significativo, evidenciado também nestes gráficos, podemos perceber que, em ambos os grupos uma média próxima a 20% não envia, ou não recebe relatórios contábeis com frequência, o que por sua vez já sinaliza uma falha dentro desta comunicação.

Nos gráficos 7 e 8 estão representados a percepção que estes grupos têm quanto a compreensão das informações contidas nestes relatórios.

**Gráfico 7 – Clientes – Compreensão das informações**

Existe algum termo ou nomenclatura nas demonstrações contábeis que você não compreende?

48 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

**Gráfico 8 – Profissionais – Compreensão das informações**

Você percebe dificuldades em seu(s) cliente(s) de compreender os relatórios enviados?

31 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Nos gráficos 7 e 8 apresentados, destaca-se uma divergência significativa entre a percepção dos grupos quanto a compreensão dos relatórios contábeis.

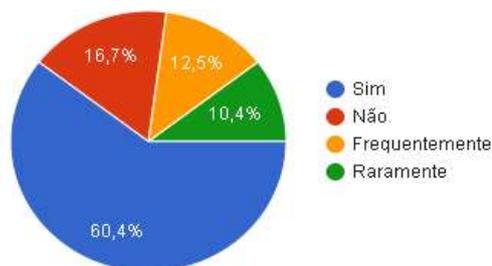
Analisando primeiramente os respondentes do grupo de clientes, neste grupo 72,9% relatam que compreende com facilidade as informações contidas nos relatórios contábeis, enquanto por sua vez o grupo dos profissionais informa uma percepção inteiramente oposta, onde em média 80,6% de seus clientes não compreendem partes, ou o relatório como um todo, e que apenas 19,4% conseguem compreender todas as informações contidas nos relatórios padrões.

Outro ponto a ser considerado sobre a compreensão dos relatórios contábeis, é a capacidade de se extrair as informações relevantes para as tomadas de decisão, as informações geradas pela contabilidade devem fornecer dados confiáveis para que os gestores tenham condições de mensurar corretamente o desempenho de suas organizações.

**Gráfico 9** - Clientes– Extraíndo informações dos relatórios

Você consegue extrair as informações necessárias, para as tomadas de decisão da empresa, a partir destes relatórios?

48 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

O gráfico 9 demonstra que embora a maioria dos clientes tenha informado que compreende as informações contidas nos relatórios, apenas 60 % destes conseguem afirmar que extraem informações relevantes destes relatórios, ou seja, uma parte significativa deste grupo não consegue fazer uso destas informações em suas rotinas, transformando os relatórios contábeis em uma ferramenta falha.

### 4.3 Avaliando a qualidade da informação

Os gráficos a seguir retratam as perguntas que foram elaboradas com o intuito de avaliar a satisfação dos clientes quanto a qualidade dos relatórios recebidos, e os critérios com que os profissionais da área utilizam para elaborar seus relatórios.

O gráfico 10 busca avaliar o contentamento dos clientes quanto aos recebimentos dos relatórios, aludindo a periodicidade e também a forma com que são expostas estas informações, por sua vez o gráfico 11 avalia se os profissionais contábeis priorizam algum grupo de clientes para apresentar as demonstrações, ou se as trabalham de forma equivalente para todos os clientes independente do porte, natureza jurídica ou tributação.

**Gráfico 10- Clientes – Quanto ao recebimento**

Gostaria de receber relatórios contábeis mais objetivos, e/ou com mais frequência?

48 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

**Gráfico 11- Profissionais – Quanto ao envio**

Você diferencia a quantidade de informações, e/ou a periodicidade que as envia, conforme o tipo, porte ou regime tributário do(s) cliente(s)?

31 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Pela análise dos gráficos 10 e 11, podemos identificar que apenas 25% dos clientes estão satisfeitos com a frequência e o formato pelo qual são lhe apresentadas as informações contábeis, e que por sua vez 75% citam, que gostariam de receber com mais frequência e/ou, em formato mais simplificado estas informações.

Em contrapartida, pelas respostas adquiridas no questionário aplicado aos profissionais, identificamos que esse grupo, apresenta estes relatórios de forma diferenciada em grande parte, apenas para as empresas consideradas de grande porte, ou tributadas pelo lucro real, ou então somente conforme cumprem demais exigências do fisco, o que poderia caracterizar uma certa negligência por parte destes profissionais, em perceber as necessidades dos clientes.

O gráfico 12 a seguir evidencia mais uma falha nesta percepção dos profissionais quanto às necessidades dos clientes.

**Gráfico 12 – Profissionais – Relatórios diferenciados ou padrões.**

Você trabalha algum relatório diferenciado com seu(s) cliente(s), com informações mais evidenciadas do que os padrões de relatório contábil?

31 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Embora tenha sido observado anteriormente no gráfico 8, que os profissionais identificam dificuldades significativas por parte dos clientes em interpretar as informações apresentadas nos relatórios contábeis, o gráfico 12, por sua vez mostra que estes mesmos profissionais ainda em grande parte optam por apresentar estes relatórios somente no formato padrão de contabilização, e que somente uma pequena parte, 25,8% destes profissionais, preocupam-se em extrair dos clientes informações que consideram relevantes para elaborar relatórios e demonstrações adicionais mais simplificadas, que servem de apoio para tomadas de decisões.

#### 4.4 Colaborando para o entendimento das informações

Os gráficos 13, 14 e 15 a seguir representam a importância que os grupos de respondentes dão às informações contidas nas demonstrações contábeis, assim como, quais informações classificam como necessárias para estar em destaque visando uma estrutura de relatório à parte dos padrões técnicos.

O gráfico 13 representa o número de profissionais atuantes na área contábil que acreditam que ao gerar relatórios adicionais, com informações mais direcionadas ao perfil dos clientes, auxiliam para que os mesmos compreendam melhor as informações recebidas.

**Gráfico 13** - Profissionais - relatórios informais ajudariam

Você acredita que relatórios, com informações mais evidenciadas, fora dos termos técnicos contábeis, ajudariam o seu cliente a compreender melhor estas informações?

31 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Como é possível verificar pelo gráfico 13 embora mais de 80% dos profissionais respondentes, tenha informado que acredita na importância de criar relatórios mais personalizados ao perfil dos clientes e que inclusive 51,6% destes já aplicam essa técnica no seu dia a dia, ainda 32,3% apesar de acreditar na importância, não dominam uma forma de fazer esse tipo de relatório.

E ainda 16,1% dos respondentes acreditam que os termos técnicos padrões são a forma correta de apresentar os dados aos seus clientes, sendo isso contrário ao número de clientes que relataram interesse em receber relatórios mais personalizados.

Como identificado anteriormente no gráfico 10, mais de 65% dos clientes respondentes gostariam de receber relatórios mais simplificados, e apenas 25% dos clientes respondentes estão totalmente satisfeitos com o formato e a periodicidade dos relatórios que recebem, e mesmo estes ainda podem ser relacionados a parcela de profissionais que já praticam relatórios personalizados, sendo possível então que uma parte destes respondentes que se dizem satisfeitos, se encontram assim porque já recebam relatórios neste formato.

O gráfico 14 demonstra quais informações o grupo de clientes julgam necessárias, estarem em evidência nos relatórios, e das quais gostariam de receber instruções mais detalhadas para auxiliar nas tomadas de decisão.

Este gráfico servirá também como base para o exemplo de relatório simplificado que será proposto neste estudo.

**Gráfico 14 - Clientes - Informações em evidência**

Quais informações gostaria de ter mais evidenciadas em seus relatórios?

48 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Fica identificado então pelo gráfico 14 que informações referentes a tributos e impostos são as que os clientes mais sentem necessidades de entender, seguidas das informações referente a custos e também as contas a receber e a pagar.

Foi questionado também ao grupo de clientes, com resposta de forma opcional o porquê eles identificaram esses pontos como mais relevantes a serem evidenciados nos relatórios, no que segue são as respostas obtidas:

**Quadro 1: Porque as tais informações evidenciadas são relevantes**

- “Muitos tributos parecem, ou quase que estão direcionados ao mesmo fim.”	Respondente anônimo
- “A identificação real do que são custos e despesas.”	Respondente anônimo
- “Mantendo os mesmos valores de impostos a longo prazo, se conseguiria planejar a médio e curto prazo um diferencial na empresa.”	Respondente anônimo
- “Saber mais detalhadamente os gastos com impostos ajudaria a decidir sobre compras e investimentos.”	Respondente anônimo
- “Ter um controle mais enxuto sobre os custos fixos e operacionais e contaminar o mínimo possível o custo dos produtos.”	Respondente anônimo

Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

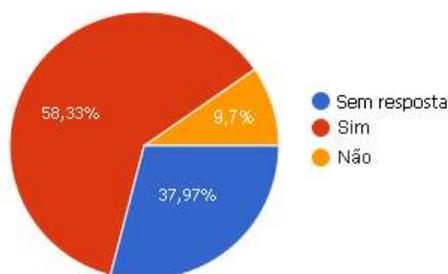
Embora não seja possível vincular estas respostas ao porte e a natureza jurídica dos respondentes, pois como citado anteriormente a pesquisa foi realizada de forma anônima, sendo essa uma pergunta de resposta opcional, mas independente destas informações é possível identificar que, no geral, os

responsáveis pelas tomadas de decisões dentro das empresas enxergam relevância nos relatórios contábeis, dando a devida importância de compreendê-los em sua totalidade.

E por fim o gráfico 15, demonstra o quanto os clientes acreditam que informações personalizadas influenciam nas suas tomadas de decisão.

Gráfico 15 - Clientes - Informações evidenciadas auxiliam

Você acha que estas informações mais evidenciadas, auxiliariam melhor nas tomadas de decisões?



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Avaliando o gráfico 15, percebe-se que a maioria dos clientes crê que as informações contábeis, sendo transmitidas num formato personalizado com dados mais evidentes e nomenclaturas menos técnicas, ajudariam na compreensão, e isso impacta diretamente em suas tomadas de decisão.

Foi questionado também a este grupo, em formato de resposta opcional, de que forma eles acreditam que isso impactaria em suas decisões, e estas são algumas das respostas obtidas.

Quadro 2: O quanto compreender totalmente a informação, ajudaria na tomada de decisão

- "Me ajudaria a entender melhor como funciona o meu negócio".	Respondente anônimo
- "Sim, afinal, os números movem uma empresa, quanto mais claro forem as informações, maiores serão as decisões acertadas."	Respondente anônimo
- "Sim, as informações mais claras e objetivas ajudam o administrador na tomada de decisões, sejam elas de investimento ou distribuição de recursos para cada setor na empresa".	Respondente anônimo
- "Sim. Hoje não recebo informações contábeis, mas tenho alguns relatórios no próprio ERP. Isso ajuda muito nas decisões administrativas".	Respondente anônimo
- "Planejamento a curto e médio prazo".	Respondente anônimo

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A partir destes relatos, é possível identificar que a comunicação entre o profissional contábil e seus clientes pode ser simples, no momento em que o profissional identifica quais são as necessidades dos seus clientes, e se preocupa em simplificar a informação para termos que sejam mais usuais no dia a dia dos clientes, ambos os lados tendem a ganhar.

#### 4.5 Proposta de relatórios que auxiliem o entendimento

Tendo como base o gráfico 14, e as respostas dos clientes sobre o porquê consideram tais informações importantes, pode-se montar um relatório complementar às demonstrações padrões, visando ajudar os clientes a compreender melhor tais demonstrações.

A Tabela 3, demonstra sugestões de relatórios complementares, que podem vir a serem anexados às demonstrações padrões já enviados nas rotinas, o que facilitaria o entendimento dos clientes quanto às informações que constam nestas demonstrações.

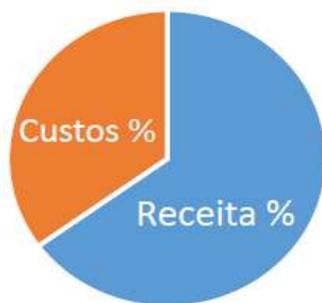
Quadro 3: Sugestão de relatórios complementares

<b><u>Demonstrações Padrões</u></b>	<b><u>Sugestão para anexos complementares</u></b>
DRE/ Balancete	Razão das contas que o cliente tem mais dificuldade de identificar
Balanço Patrimonial	Índices de Liquidez e Endividamento
DFC / DMPL	Fluxo de Caixa e Controles de Estoque

Fonte: Elaboração própria (2022)

Para evidenciar os custos é possível criar um gráfico que identifique a % que representam sobre a receita bruta, e também anexar ao DRE e/ou Balancete mensal, um livro razão detalhado da conta custos para que o cliente identifique, quais fatos estão incidindo sobre o custo dos produtos, tendo em vista que alguns clientes relataram que não sabem diferenciar custos de despesas, essa é uma informação importante a se esclarecer.

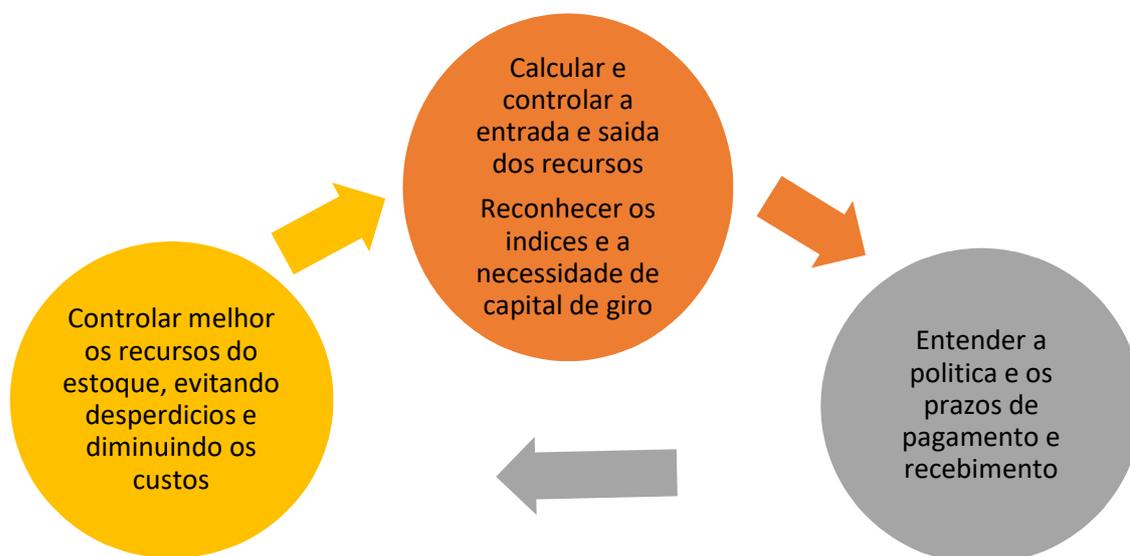
Gráfico 16 – Sugestão para melhor entendimento do Cliente



Fonte: Elaboração Própria (2022)

Para evidenciar Tributos e Impostos é importante esclarecer para o cliente, quais incidem sobre as operações e quais incidem sobre o lucro, em determinados períodos, simular quais seriam os resultados em outra forma de tributação, comparando o Simples Nacional com Lucro Presumido, ou o Presumido x Real, pode vir a ser uma boa opção para que o cliente entenda as opções disponíveis e faça a melhor opção visando o futuro da empresa.

Figura 1 – Os Benefícios de bons controles internos



Fonte: Elaboração própria (2022)

Entender as rotinas internas da empresa, também pode ser um detalhe importante, identificar os controles internos usados pelo cliente e auxiliar para que a informação já seja registrada corretamente na fonte, ajudar o cliente a preencher corretamente o seu fluxo de caixa, assim como o seu controle de estoque facilita a conciliação das informações e reduz os ajustes necessários para se enquadrar nas exigências do fisco, e das normas brasileiras de contabilidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mundo vem passando por uma série de transformações, trazendo novos desafios para diversas áreas, e na contabilidade isso não seria diferente.

É certo que desde muito tempo o profissional da área contábil não é visto com bons olhos, e carrega o fardo de ser o portador de más notícias, muitos clientes os veem apenas como o calculador de impostos, e isso se dá ao fato do Brasil ser um país com pouca “cultura contábil”, e ter um sistema tributário e social burocrático que contribui para que isto se mantenha.

Muito se houve sobre o fim da profissão contábil, e que a contabilidade digital irá tornar esse profissional obsoleto, é fato que a cada dia os processos ficam mais automatizados e os dados necessitam ser mais rapidamente processados, mas não será a tecnologia que findará com a profissão do contador, pois ela já faz parte há muitos anos da rotina do profissional contábil, e sempre dependerá de um ser humano qualificado por detrás, para avaliar e validar toda essa informação, e mesmo que o papel do contador, seja o mesmo há décadas, o profissional que procura se atualizar jamais ficará fora do mercado.

A comunicação é uma habilidade que o contador precisa desenvolver, no sentido de informar melhor ao seu cliente, muitos profissionais se queixam da desvalorização, e da dificuldade de fazer o cliente entender a importância dos serviços prestados pela contabilidade, mas muitos destes profissionais evitam sair da sua zona de conforto, não apresentam relatórios com informações mais evidentes, e não se atentam em anexar análises complementares que facilitariam o entendimento de seus clientes.

Esta pesquisa evidenciou que o profissional da contabilidade deve exercer suas funções de acordo com a ética contábil, mas não pode mais se ater apenas às obrigações fiscais, cálculo dos impostos e emissões de guias, o profissional deve estar sempre em atualização, e como cada cliente possui suas singularidades, faz-se necessário criar análises mais criteriosas destas informações trazendo uma apresentação mais individualizada conforme o perfil de cada cliente.

Ambos os grupos de respondentes evidenciaram que os relatórios padrões da contabilidade, não são acessíveis a todos os usuários da informação, e para que se possa obter plena utilização dos mesmos é necessário que os profissionais da área, compreendam as particularidades de seus clientes e anexem a estes, documentos

auxiliares que facilitem a compreensão, e tornem a contabilidade mais descomplicada.

Gerar este tipo de informação, pode não ser uma tarefa inicialmente fácil, mas ela certamente irá agregar mais valor ao serviço contábil, e somente é possível identificar o valor, quando se tem conhecimento sobre o que está sendo adquirido, para isso se faz necessário “educar” o cliente para que ele possa identificar a qualidade da informação que está recebendo.

Pequenas ações como, anexar relatórios complementares às demonstrações, que evidenciem os índices positivos e negativos das operações, apresentar a natureza das contas utilizadas, diluindo a complexidade dos termos técnicos e legais utilizados, para que o cliente entenda de quais documentos estão sendo extraídas as informações e o porquê desta utilização, são exemplos de atitudes que não implicam em grandes mudanças nas rotinas diárias do contador e facilitam a compreensão.

O cliente tendo um conhecimento claro do que é, e para que serve a contabilidade, faz com que ele tome as decisões mais assertivas para o seu negócio, fortalecendo o elo de confiança, e tornando o profissional contábil, uma extensão da empresa.

Deixa-se como sugestão para estudos futuros, a aplicabilidade de métodos complementares às demonstrações contábeis padrão, e a comparabilidade entre a assertividade nas tomadas de decisões a partir destes métodos, sendo considerado o acréscimo de afazeres exigidos dos profissionais, e a provável satisfação por parte dos clientes.

## REFERÊNCIAS

BENVENISTE, David Leslie. **Cliente... o que é o que é?** Brasilturis, São Paulo, ano 2020, 10 jun. 2020. Turismo, Disponível em: <https://brasilturis.com.br/cliente-o-que-e-o-que-e/>. Acesso em: 21 mar. 2022.

CAPISTRANO, Lucimara Maranhão. **O Papel do contador**. Orientador: Joisse Antonio Lorandi M. 2001. TCC (Graduação) - Curso de Ciências contábeis, Departamento de ciências contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, 2001. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/110207/CCN0460-M.pdf?sequence=1>. Acesso em: 30 mar. 2022.

RIBASQUI, P. S.; SILVA, F. M. Percepção da qualidade da informação transmitida do profissional contábil para os seus clientes: uma proposta para elaboração de relatório gerencial. **RGSN - Revista Gestão, Sustentabilidade e Negócios**, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 166-191, out. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, **NBC PG 01** de 07 de fevereiro de 2019- Código de Ética Profissional do Contador. Diário Oficial da União. 14/02/2019. Edição:32. Seção: 1 p.84 Disponível em: [https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/63361653/do1-2019-02-14-norma-brasileira-de-contabilidade-nbc-pg-01-de-7-de-fevereiro-de-2019-63361329](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/63361653/do1-2019-02-14-norma-brasileira-de-contabilidade-nbc-pg-01-de-7-de-fevereiro-de-2019-63361329). Acesso em: 21 mar. 2022

CORDEIRO, Rafaela Q. F.; COSTA, Marina; ARAÚJO, André C. da Silva D.; CAMPOS, Cláudia R. P D. **Teorias da comunicação**. Porto Alegre: Grupo A, 2017. 9788595022379. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595022379/>. Acesso em: 10 maio 2022.

DIAS FILHO, J. M. **A linguagem utilizada na evidenciação contábil**: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. Caderno de Estudos, [S. l.], n. 24, p. 38-49, 2000. DOI: 10.1590/S1413-92512000000200003. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cest/article/view/5660>. Acesso em: 21 mar. 2022.

DIAS FILHO, J. M.; NAKAGAWA, M. **Análise do processo da comunicação contábil**: uma contribuição para a solução de problemas semânticos, utilizando conceitos da teoria da comunicação. Revista Contabilidade & Finanças, [S. l.], v. 12, n. 26, p. 42-57, 2001. DOI: 10.1590/S1519-70772001000200003. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/34055>. Acesso em: 28 mar. 2022.

E. EDITORIAL. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, [S. l.], v. 10, n. 14, 2014. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/ccsa/article/view/1990>. Acesso em: 21 mar. 2022

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2017. 9788502636552. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636552/>. Acesso em: 04 abr. 2022.

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W.; BREWER, Peter C. **Contabilidade gerencial**. Porto Alegre: Grupo A, 2012. 9788580551624. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580551624/>. Acesso em: 19 mar. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6.ed. São Paulo: Grupo GEN/Atlas, 2017. 9788597012934. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/>. Acesso em: 29 maio 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Grupo GEN/Atlas, 2022. 9786559771653. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771653/>. Acesso em: 29 mai. 2022.

RIBASQUI, P. S.; SILVA, F. M. Percepção da qualidade da informação transmitida do profissional contábil para os seus clientes: uma proposta para elaboração de relatório gerencial. **RGSN - Revista Gestão, Sustentabilidade e Negócios**, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 166-191, out. 2022.

GOMES, Luiz Flavio Autran M. **Princípios e métodos para tomada de decisão enfoque multicritério**. São Paulo: Grupo GEN/Atlas, 2019. 9788597021592. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021592/>. Acesso em: 29 maio 2022.

HASTINGS, David F. **Contabilidade em contexto - uma novela contábil**. São Paulo: Saraiva, 2012. 9788502137813. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502137813/>. Acesso em: 19 maio 2022.

HENDRIKSEN, Eldon S.; BREDÁ, Michael F V. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999. 9786559770250. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770250/>. Acesso em: 19 maio 2022.

KOUNROUZAN, Márcia Covaciuc. **O perfil do profissional contábil**: exigido pelo novo contexto econômico brasileiro, a partir da década de 80. Orientador: Antônio Benedito Silva Oliveira. 160 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Controladoria e Contabilidade Estratégica., FECAP-Pós, Faculdades Oswaldo Cruz, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.oswaldocruz.br/download/artigos/social17.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2022.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina da S. **Metodologia científica**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. 9788595029576. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029576/>. Acesso em: 04 abr. 2022.

MARQUES, Cristina M. **O profissional do amanhã**. São Paulo: Saraiva, 2021. 9786587958309. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587958309/>. Acesso em: 19 mar. 2022.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2016. 9788597008821. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008821/>. Acesso em: 29 maio 2022.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração. **Boletim Mapa De Empresas 3º quadrimestre**. Secretaria de Governo Digital: Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital, ano 2021, 9 fev. 2022.

PASSOS, Quismara Corrêa dos. **A importância da contabilidade no processo de tomada de decisão nas empresas**. 2010. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, UFRGS, Porto Alegre/RS, 2010. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25741/000751647.pdf?sequence=1>. Acesso em: 21 mar. 2022.

RIBASQUI, P. S.; SILVA, F. M. Percepção da qualidade da informação transmitida do profissional contábil para os seus clientes: uma proposta para elaboração de relatório gerencial. **RGSN - Revista Gestão, Sustentabilidade e Negócios**, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 166-191, out. 2022.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA SECRETARIA-GERAL SUBCHEFIA PARA ASSUNTOS JURÍDICOS. **Lei nº 14.195**, de 26 de agosto de 2021. Diário Oficial da União. seção 1, Brasília, p. 4-12, 27 ago. 2021. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2021/lei/L14195.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14195.htm). Acesso em: 20 maio 2022.

RAIFUR KOS, S.; DOS SANTOS BORTOLOCCI ESPEJO, M. M.; RAIFUR, L.; PREDIGER ANJOS, R. Compreensão e utilização da informação contábil pelos micros e pequenos empreendedores em seu processo de gestão. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v. 33, n. 3, p. 35-50, 19 dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/view/21069>. Acesso em: 28 mar. 2022.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial/ Comunicação institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus Editorial, 1986. 179 p. ISBN: 9788532302403, 8532302408.

REIS, Aline de Jesus; SILVA, Selma Leal da. A história da contabilidade no Brasil. **Revistas Unifacs**, Salvador, Trabalho apresentado no Seminário Estudantil de Produção Acadêmica, Bahia, 2008. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/234555017.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2022.

SANTOS, José Luiz dos; SCHIMIDT, Paulo; MACHADO, Nilson P. **Fundamentos da teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2011. v. 6. 9788522471256. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522471256/>. Acesso em: 19 maio 2022.

SILVA, Fábio Gomes da; ZAMBON, Marcelo S. **Gestão de relacionamento com o cliente**. 3.ed. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2015. 9788522119349. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522119349/>. Acesso em: 19 mar. 2022.

SOUZA, Simarli Pereira de. O novo perfil do profissional de contabilidade na nova era. **Revista Científica Semana Acadêmica**, Fortaleza, ano MMXII, Nº. 000017, 10/07/2013. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/o-novo-perfil-do-profissional-de-contabilidade-na-nova-era>. Acesso em: 30 mar. 2022.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus LTDA, 1998. Título original: The, New Organizational Wealth. ISBN: 85-352-0277-3. Tradução: Luís Euclides Trindade Frozão Filho.