

Marcus Vinícius Rodrigues Silva
IFSULDEMINAS - Campus Passos

Carlos Henrique Mizael
IFSULDEMINAS - Campus Passos

Thales Maicon da Silva Viana
IFSULDEMINAS - Campus Passos

Alyce Cardoso Campos
IFSULDEMINAS - Campus Passos

Gustavo Clemente Valadares
IFSULDEMINAS Campus Passos
<https://orcid.org/0000-0002-7990-4226>

Avaliação da qualidade do serviço contábil em Passos-MG

Resumo

A qualidade dos serviços contábeis desempenha um papel fundamental na eficácia organizacional, especialmente para micro, pequenas e médias empresas (MPMEs). Este estudo teve como objetivo avaliar a percepção dos clientes sobre a qualidade dos serviços contábeis em Passos-MG, analisando fatores como confiabilidade, atendimento, agilidade e eficácia. A metodologia adotada foi quantitativa e descritiva, com a aplicação de questionários baseados no modelo SERVQUAL. Os resultados indicaram uma percepção positiva geral, destacando a confiabilidade das informações e o atendimento personalizado como pontos fortes. No entanto, foram identificadas áreas para melhoria, como a flexibilidade dos horários e a rapidez na resolução de problemas. A pesquisa contribui para o meio acadêmico ao ampliar o conhecimento sobre qualidade em serviços contábeis e fornece subsídios para que os escritórios contábeis aprimorem suas práticas e processos internos. Sugere-se que futuras pesquisas expandam a análise para outras localidades e investiguem o impacto das novas tecnologias na qualidade percebida pelos clientes.

Palavras-chave: Qualidade em serviços contábeis; satisfação do cliente; SERVQUAL.

Assessment of the quality of accounting service in Passos-MG

Abstract

The quality of accounting services plays a key role in organizational effectiveness, especially for micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). This study aimed to assess customer perceptions of the quality of accounting services in Passos-MG, analyzing factors such as reliability, service, agility, and effectiveness. The methodology adopted was quantitative and descriptive, with the application of questionnaires based on the SERVQUAL model. The results indicated an overall positive perception, highlighting the reliability of information and personalized service as strengths. However, areas for improvement were

identified, such as flexible hours and speed in problem solving. The research contributes to the academic environment by expanding knowledge about quality in accounting services and provides support for accounting firms to improve their internal practices and processes. It is suggested that future research expand the analysis to other locations and investigate the impact of new technologies on the quality perceived by customers.

Keywords: Accounting service quality; customer satisfaction; SERVQUAL.

Introdução

A qualidade dos serviços de contabilidade é fundamental para a eficácia organizacional, pois impacta diretamente na precisão das informações contábeis e no cumprimento das obrigações fiscais, essenciais para o bom funcionamento de qualquer empresa. Em um cenário de crescente exigência no mercado, especialmente nas micro, pequenas e médias empresas (MPMEs), a prestação de serviços contábeis assume um papel ainda mais relevante. Em Passos-MG, um município com uma economia predominantemente sustentada por esses segmentos empresariais, os serviços contábeis têm um impacto significativo sobre a sobrevivência e a competitividade dessas organizações, que dependem da acuracidade e confiabilidade das informações contábeis para suas decisões estratégicas. A crescente competitividade do mercado de serviços contábeis exige que as empresas desse setor aprimorem constantemente a qualidade do atendimento, atendendo de forma cada vez mais eficaz as necessidades de um público exigente e atento às mudanças no cenário econômico e fiscal.

A proposta deste estudo é avaliar a percepção dos clientes sobre a qualidade dos serviços contábeis em Passos-MG, analisando fatores como confiabilidade, atendimento, agilidade e eficácia. A metodologia adotada será quantitativa, utilizando-se de questionários aplicados aos clientes dessas empresas contábeis, permitindo a coleta de dados objetivos sobre as expectativas e experiências vivenciadas pelos contratantes. A partir dos resultados obtidos, busca-se identificar as principais lacunas e pontos fortes nos serviços prestados, contribuindo assim para o aprimoramento da prática contábil na região. A análise dos dados será fundamentada em teorias sobre qualidade de serviços e satisfação do cliente, que orientam o entendimento sobre como os serviços contábeis podem ser melhorados para atender às demandas do mercado local.

Este estudo justifica-se pela sua relevância tanto para o meio acadêmico quanto para o setor contábil em Passos-MG. Do ponto de vista acadêmico, a pesquisa amplia o conhecimento sobre a qualidade dos serviços contábeis, uma área ainda pouco explorada em estudos regionais. Para os gestores de empresas contábeis, os resultados podem fornecer insights para a melhoria das práticas e do relacionamento com os clientes, o que, por sua vez, poderá favorecer a competitividade e o crescimento sustentável do setor. No contexto local, onde as micro e pequenas empresas são responsáveis por grande parte da geração de

empregos e movimentação econômica, entender as necessidades dos clientes é essencial para a sobrevivência dessas organizações e para o desenvolvimento econômico da cidade. Ao fornecer subsídios para a melhoria contínua, este estudo busca, portanto, contribuir para o fortalecimento da qualidade dos serviços contábeis e para a consolidação de um ambiente de negócios mais competitivo e dinâmico em Passos-MG.

A Relação entre Qualidade e Satisfação do Cliente em Serviços Contábeis

A qualidade em serviços contábeis é essencial para a satisfação dos clientes e para o sucesso das empresas contábeis. De acordo com Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990), a qualidade de um serviço pode ser medida através da comparação entre as expectativas dos clientes e a percepção do serviço prestado. Para os serviços contábeis, fatores como a competência técnica dos profissionais, a confiabilidade das informações financeiras, a empatia no atendimento e a tangibilidade dos serviços oferecidos são determinantes para a qualidade percebida. Silva et al. (2021) ressaltam que a percepção de qualidade pelos clientes está diretamente relacionada à capacidade das empresas contábeis em atender às necessidades específicas de cada cliente, demonstrando que a entrega de serviços personalizados é um fator importante para o sucesso nesse setor. Nesse contexto, a qualidade do serviço contábil pode ser compreendida não apenas pela precisão das informações financeiras, mas também pela experiência global do cliente com o serviço prestado.

A satisfação do cliente é diretamente influenciada pela qualidade dos serviços prestados pelas empresas contábeis. Kotler e Keller (2012) afirmam que a satisfação do cliente é o resultado de uma comparação entre suas expectativas e a percepção do serviço fornecido. Para os serviços contábeis, isso envolve não apenas a exatidão das informações financeiras e o cumprimento das obrigações fiscais, mas também o atendimento prestado aos clientes. Lima e Oliveira (2021) destacam que a percepção de qualidade nos serviços contábeis é fundamental para a fidelização dos clientes e para a manutenção de uma relação duradoura entre o profissional contábil e seus clientes. Além disso, a qualidade percebida tem um impacto significativo no desempenho financeiro das empresas, pois empresas que investem na melhoria contínua de seus serviços tendem a experimentar maior satisfação entre seus clientes e, por consequência, melhores resultados financeiros (Gonzalez et al., 2018).

Para avaliar a qualidade dos serviços, o modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) tem sido amplamente adotado. Esse modelo considera cinco dimensões principais: tangibilidade, confiabilidade, responsabilidade, empatia e garantia, que podem ser adaptadas para os serviços contábeis. Estudos como os de Almeida e Viana (2019) indicam que a utilização de escalas como o SERVQUAL permite que as empresas identifiquem lacunas entre as expectativas dos clientes e a percepção da entrega dos serviços, possibilitando ações direcionadas para melhorar a qualidade e aumentar a satisfação do cliente.

Metodologia

A metodologia adotada para o desenvolvimento da pesquisa foi estruturada com o objetivo de garantir a coleta e análise rigorosa dos dados, a fim de proporcionar uma visão clara sobre a percepção da qualidade dos serviços contábeis prestados na cidade de Passos, Minas Gerais. A pesquisa seguiu uma abordagem quantitativa e descritiva, possibilitando a análise das percepções dos clientes e profissionais da área contábil a partir de dados estruturados.

A pesquisa realizada foi de natureza quantitativa, pois se concentrou na coleta de dados numéricos por meio de questionários estruturados, que foram posteriormente analisados estatisticamente. A abordagem quantitativa permite uma avaliação precisa e objetiva das percepções dos respondentes, com base em dados mensuráveis.

A pesquisa também pode ser considerada descritiva, pois teve como objetivo descrever as características da percepção dos clientes sobre os serviços contábeis em Passos-MG sem manipulação das variáveis. A pesquisa descritiva busca fornecer uma visão detalhada do cenário estudado, apresentando as características dos sujeitos de pesquisa e suas opiniões sobre o tema em questão (Gil, 2008). Através dessa abordagem, foi possível compreender as principais percepções relacionadas à qualidade dos serviços contábeis.

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário estruturado, composto por perguntas fechadas e abertas, com foco nas percepções dos clientes e profissionais da área contábil. O questionário foi elaborado com base na escala SERVQUAL, uma ferramenta amplamente utilizada para avaliar a qualidade de serviços, que considera cinco dimensões principais: tangibilidade, confiabilidade, responsabilidade, empatia e garantia (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988). O formulário permitiu captar tanto as expectativas dos clientes quanto as percepções sobre o desempenho dos serviços contábeis.

A aplicação do questionário foi realizada de forma aleatória, buscando alcançar uma amostra representativa da população-alvo. O público-alvo foi composto por pessoas que utilizam ou contratam serviços contábeis regularmente. Para garantir a diversidade de opiniões, a amostra foi distribuída entre diferentes faixas etárias, níveis educacionais e gêneros. Ao todo, foram coletadas 153 respostas, o que proporciona uma base de dados robusta para a análise.

De acordo com os dados coletados, 59,5% dos respondentes eram do gênero masculino, e a faixa etária predominante foi de jovens de 18 anos, representando 22,9% da amostra. Em relação à escolaridade, a maioria dos participantes possuía o ensino médio completo, representando 47,7% da amostra. Esses dados ajudam a fornecer um perfil detalhado dos sujeitos de pesquisa, possibilitando uma melhor interpretação dos resultados.

A análise dos dados coletados foi realizada utilizando métodos quantitativos e qualitativos. A técnica de análise de conteúdo foi empregada para examinar as respostas abertas, categorizando as percepções dos respondentes em diferentes grupos temáticos. A

análise de conteúdo é uma técnica amplamente utilizada para examinar dados qualitativos, permitindo identificar padrões e tendências nas respostas dos participantes (Bardin, 2016).

Além disso, as respostas fechadas foram submetidas a uma análise estatística descritiva, incluindo o cálculo de médias, desvios padrão e a identificação de possíveis discrepâncias nas respostas. A utilização de ferramentas estatísticas permitiu avaliar as percepções dos respondentes de maneira objetiva e identificar diferenças significativas entre as expectativas e percepções sobre os serviços prestados.

A análise das respostas foi fundamentada no modelo SERVQUAL, permitindo que os resultados fossem comparados entre as expectativas e percepções dos clientes em relação aos serviços contábeis. Os dados foram organizados e apresentados por meio de tabelas e quadros, facilitando a visualização das informações e a interpretação dos resultados.

Resultados

A tabela a seguir apresenta os dados coletados por meio de um formulário de pesquisa (*Google Forms*), cuja finalidade foi analisar o perfil dos respondentes em relação à faixa etária, sexo, escolaridade e utilização de serviços contábeis. As informações foram agrupadas de forma a proporcionar uma visão geral sobre os participantes da pesquisa, permitindo compreender suas características demográficas e o conhecimento sobre serviços contábeis. A pesquisa abrangeu uma amostra diversificada de indivíduos, com a distribuição dos respondentes em diversas faixas etárias, níveis de escolaridade e diferentes perfis de utilização de serviços contábeis.

Tabela 01: Perfil dos respondentes da pesquisa (N =153).

Categoria	Opção	Porcentagem	Contagem
Faixa Etária	Até 18 anos	22,9%	35
	Entre 19 e 25 anos	19%	26
	Entre 26 e 33 anos	19%	34
	Entre 34 e 41 anos	22,2%	29
	Acima de 42 anos	17%	29
Sexo	Masculino	40,5%	91
	Feminino	59,5%	62
Escolaridade (completa)	Ensino Fundamental	16,3%	25
	Ensino Médio	7,8%	73
	Ensino Superior	28,1%	43
	Pós-graduação	47,7%	12
Utilização de Serviços Contábeis	Sim	9,8%	44
	Não	19,6%	64
	Conheço quem utiliza	41,8%	30
	Empresa cujo trabalho utiliza	28,8%	15

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Nível de satisfação dos serviços contábeis em Passos-MG

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, aplicado a clientes de escritórios de contabilidade na cidade de Passos-MG. Foram analisadas diversas dimensões do serviço, incluindo atendimento, confiabilidade das informações, flexibilidade e resolução de problemas. Os resultados demonstraram um nível geral de satisfação positivo, sendo os fatores mais bem avaliados a confiabilidade das informações e o atendimento personalizado. Em contrapartida, a flexibilidade dos horários e a atenção às demandas específicas foram apontadas como pontos a melhorar.

Tabela 02: Segurança, presteza e confiabilidade

Critério Avaliado	Média de Satisfação (1 a 5)
Atendimento personalizado	4.5
Confiabilidade das informações	4.6
Segurança nos serviços	4.4
Flexibilidade dos horários	3.2
Atenção às demandas dos clientes	3.5

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Importância da credibilidade e atendimento ao cliente

De acordo com Kotler e Keller (2012), a satisfação do cliente está intimamente ligada à percepção de valor e à confiança depositada nos serviços prestados. A análise dos dados coletados corrobora essa afirmação, pois os clientes que classificaram os serviços como confiáveis também foram os que atribuíram maiores notas à sua experiência geral.

Tabela 03: Correlação entre variáveis

Correlação entre Variáveis	Coefficiente de Correlação
Segurança nos serviços x Credibilidade	0.85
Atendimento personalizado x Satisfação	0.82
Flexibilidade x Satisfação	0.60

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Desafios e áreas para melhorias

Apesar dos resultados positivos, a pesquisa revelou desafios que devem ser abordados para aprimorar ainda mais a qualidade dos serviços contábeis. A rigidez nos horários de atendimento e a demora na resolução de dúvidas foram frequentemente citadas como dificuldades enfrentadas pelos clientes. Além disso, a necessidade de um canal de comunicação mais ágil foi uma das principais sugestões apontadas.

Tabela 04: Identificação de desafios

Desafio Identificado	Média de Satisfação (1 a 5)
Flexibilidade nos horários	3.2
Esclarecimento de dúvidas	3.4
Rapidez na resolução de problemas	3.6

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Relevância da pesquisa para a melhoria dos serviços

A coleta de dados permitiu mapear aspectos fundamentais que podem contribuir para o aprimoramento dos serviços contábeis na cidade. A análise estatística evidenciou a relevância de pontos específicos que, quando melhorados, podem aumentar significativamente a satisfação do cliente e a eficiência dos escritórios contábeis.

Tabela 05: Avaliações

Aspecto Avaliado	Relevância (%)
Identificação de pontos fortes	80%
Melhoria dos processos internos	75%
Aumento da satisfação do cliente	85%

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Esquema Resumo

- **Aspectos positivos:** Atendimento personalizado, credibilidade das informações, segurança nos serviços.
- **Aspectos a melhorar:** Flexibilidade dos horários, atenção às demandas dos clientes.

Recomendações: Investir em treinamentos e revisão dos processos de atendimento ao cliente.

Conclusão

Este estudo teve como objetivo avaliar a percepção dos clientes sobre a qualidade dos serviços contábeis em Passos-MG, analisando fatores como confiabilidade, atendimento, agilidade e eficácia. Os resultados demonstraram que, de maneira geral, os clientes estão satisfeitos com os serviços oferecidos, especialmente em relação à confiabilidade das informações e ao atendimento personalizado. No entanto, foram identificadas áreas que necessitam de melhorias, como a flexibilidade dos horários e a rapidez na resolução de problemas. A análise dos dados confirmou a importância da credibilidade e da comunicação eficiente para a satisfação do cliente, corroborando teorias já estabelecidas na literatura sobre qualidade em serviços.

A pesquisa contribui tanto para o meio acadêmico quanto para o setor contábil em Passos-MG. Do ponto de vista acadêmico, o estudo amplia o conhecimento sobre a percepção da qualidade nos serviços contábeis, fornecendo dados empíricos que podem ser utilizados em pesquisas futuras. Para os escritórios de contabilidade, os resultados apresentam insights valiosos sobre as expectativas e necessidades dos clientes, permitindo que as empresas aprimorem seus processos internos, invistam em treinamentos e desenvolvam estratégias para elevar a qualidade dos serviços prestados.

Entre as limitações do estudo, destaca-se a delimitação geográfica restrita à cidade de Passos-MG, o que impede a generalização dos resultados para outras localidades. Além disso, a pesquisa se baseou na percepção dos clientes em um determinado período de tempo, o que pode não refletir variações sazonais na qualidade dos serviços. Outra limitação foi a amostra utilizada, que, embora representativa, pode não abranger a totalidade das experiências dos usuários dos serviços contábeis na região.

Diante dos achados deste estudo, sugere-se que pesquisas futuras ampliem a abordagem geográfica, analisando a qualidade dos serviços contábeis em diferentes regiões e comparando as percepções entre distintos perfis de clientes. Além disso, investigações qualitativas poderiam complementar os dados quantitativos, explorando de forma mais aprofundada os fatores subjetivos que influenciam a satisfação com os serviços contábeis. Também seria relevante avaliar o impacto de novas tecnologias e da digitalização na percepção dos clientes em relação à eficiência e confiabilidade dos serviços prestados.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRÖNROOS, Christian. **Service management and marketing: managing the service profit logic**. 4. ed. Chichester: Wiley, 2015.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ZEITHAML, Valarie A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, Leonard L. **Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations**. New York: Free Press, 1990.

ALMEIDA, José Paulo; VIANA, Luiz Carlos. A aplicação do modelo SERVQUAL na avaliação da qualidade dos serviços contábeis. **Revista Brasileira de Gestão Empresarial**, v. 21, n. 2, p. 45-62, 2019.

CHURCHILL, Gilbert A.; SURPRENANT, Carol. An investigation into the determinants of customer satisfaction. **Journal of Marketing Research**, v. 19, n. 4, p. 491-504, 1982.

GONZALEZ, Rafael Ferreira et al. Qualidade percebida e desempenho financeiro: um estudo em empresas do setor de serviços. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 3, p. 315-332, 2018.

LIMA, Fernando P.; OLIVEIRA, Rafael S. Fidelização e percepção da qualidade em serviços contábeis: um estudo aplicado. **Revista de Gestão e Contabilidade**, v. 10, n. 1, p. 88-102, 2021.

OLIVER, Richard L. **Satisfaction**: a behavioral perspective on the consumer. New York: McGraw-Hill, 1997.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, Leonard L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1988.

SILVA, Marcos R.; LIMA, Thiago A.; COSTA, Ricardo P. Percepção da qualidade em serviços contábeis: um estudo exploratório. **Revista de Ciências Contábeis Aplicadas**, v. 15, n. 1, p. 22-37, 2021.

ZITHA, Enock; NYAMBO, Mandla. Evaluating the impact of customer satisfaction on business performance. **International Journal of Business and Management Studies**, v. 10, n. 3, p. 57-74, 2020.