



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E GESTÃO
DE POLÍTICAS PÚBLICAS - FACE

Principais fatores a influenciar a prestação de auxílio contábil ao Microempreendedor
Individual, na percepção dos escritórios de contabilidade

André Guilherme Martins Soares

Brasília, DF

2018

ANDRÉ GUILHERME MARTINS SOARES

Principais fatores a influenciar a prestação de auxílio contábil ao Microempreendedor Individual, na percepção dos escritórios de contabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito para obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis.

Professora orientadora: Prof. Clesia Camilo Pereira

Brasília, DF

2018

AGRADECIMENTOS

A Deus pelas oportunidades e aprendizados obtidos durante todo esse período, à minha mãe, responsável por incentivar e dar suporte nos momentos mais necessários, à Prof. Clésia pelo suporte quanto orientadora e pelo aprendizado que se estendeu além do conteúdo acadêmico e a todos que colaboraram e participaram dessa caminhada.

Obrigado.

“Nada temos a temer quanto ao futuro, a menos que esqueçamos a maneira como Deus nos tem conduzido desde o passado”

(Ellen G. White)

.

RESUMO

O presente estudo teve por objetivo identificar os principais fatores que influenciam o interesse dos escritórios de contabilidade em atender Microempreendedor Individual – MEI. Utilizando-se dos métodos observacional e comparativo a pesquisa, classificada como quantitativa se deu a partir de dados obtidos por meio da aplicação de um questionário junto a 125 escritórios de contabilidade de 15 regiões administrativas, segregados em três grupos baseados na classificação por renda domiciliar e per capita, conforme dados divulgados pela CODEPLAN (2015). A análise dos dados se deu por meio da utilização de técnicas de estatística descritiva com auxílio de software específico. Os resultados apresentaram que diversos fatores influenciam no interesse em prestar atendimento ao MEI, desses a pesquisa revelou alguns com destaque. O regime tributário é um fator referente ao perfil do escritório que tem influência significativa no interesse em atender MEI, observou-se que 50,0% dos escritórios optantes pelo Lucro Resumido possuem interesse em atender mais clientes MEI, enquanto 48,5% dos optantes pelo Simples Nacional, que por sua vez são obrigados a prestar determinados atendimentos de forma gratuita, possuem interesse em aumentar a quantidade MEI's atendidos. Entre os 8 fatores indicados na pesquisa quatro foram classificados por mais de 50,0% dos escritórios como fatores de influência positiva no interesse em oferecer atendimento ao MEI, os quais foram: a estrutura do escritório, o potencial de crescimento do MEI, o acatamento das sugestões fornecidas pelo escritório e o tempo despedido no atendimento.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual. Escritório de Contabilidade. Atendimento.

ABSTRACT

The present study aimed to identify the main factors that influence the interest of accounting offices in meeting Individual Microentrepreneur - MEI. Using the observational and comparative research methods, classified as quantitative, it was based on data obtained through the application of a questionnaire to 125 accounting offices of 15 administrative regions of the Federal District, segregated into three groups based on the classification by household income and per capita, according to data released by CODEPLAN (2015). The analysis of the data was made through the use of descriptive statistical techniques with the aid of specific software. The results showed that several factors influence the interest in providing service to the MEI, of which the research revealed some highlights. The tax regime is a factor related to the profile of the office that has a significant influence in the interest in meeting MEI, it was observed that 50.0% of Offices opting for the Summarized Profit are interested in serving more MEI clients, while 48.5% of the opponents by Simples Nacional, which in turn are required to provide certain services free of charge, have an interest in increasing the quantity MEI's served. Among the 8 factors indicated in the survey, four were classified by more than 50.0% of the offices as positive influence factors in the interest in offering MEI service, which were: the office structure, the growth potential of MEI, the suggestions provided by the office and the time spend in the service.

Keywords: Individual Microentrepreneur. Accounting Office. Attendance.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Controles financeiros direcionados às Microempresas.....	21
Quadro 2 - Critérios de qualidade segundo consumidores.....	26
Quadro 3 - Principais atividades oferecidas pelos escritórios de contabilidade	28

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil dos escritórios.....	35
Tabela 2 - Região econômica em que o escritório atua e sua influência no interesse em atender MEI.....	36
Tabela 3 - Região econômica e o interesse em atender MEI.....	37
Tabela 4 - Enquadramento fiscal e atendimento ao MEI	38
Tabela 5 - Influência da estrutura do escritório no interesse em atender MEI.....	39
Tabela 6 - Enquadramento fiscal do escritório e o interesse em atender MEI	39
Tabela 7 - Tipo de informação fornecida ao MEI	40
Tabela 8 - Importância do comprometimento com o crescimento do MEI.....	42
Tabela 9 - Influência de fatores no interesse em atender MEI	43
Tabela 10 - Enquadramento fiscal e influência do potencial de crescimento do MEI	45
Tabela 11 - Influência do interesse do MEI em receber assistência.....	46

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Contextualização.....	11
1.2	Problema de pesquisa.....	12
1.3	Objetivo Geral.....	12
1.4	Objetivos Específicos	13
1.5	Justificativa da pesquisa.....	13
1.6	Delimitação do tema	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	O Microempreendedor individual.....	15
2.2	Informação Contábil	17
2.3	Contabilidade Gerencial	19
2.3.1	Planejamento, controle e tomada de decisão.	19
2.4	Ferramentas contábeis aplicadas à gestão.....	20
2.5	Papel do contador na prestação de informação ao MEI.....	22
2.5.1	O escritório de contabilidade e o cliente	23
2.5.2	Fatores que influenciam a valorização da classe contábil pelo cliente	25
2.5.3	Principais serviços prestados pelos escritórios	28
2.5.4	Principais dificuldades dos escritórios de contabilidade.....	30
3	METODOLOGIA	32
3.1	Tipo de Pesquisa	32
3.2	Método	32
3.3	Instrumento de pesquisa.....	33
3.4	População e Amostra	34
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	35
4.1	Perfil Dos Respondentes	35

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.....	35
4.2 Região de atuação do escritório e sua influência no atendimento ao MEI	36
Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.....	37
4.3 Relação entre regime tributário e atendimento ao MEI.....	37
4.4 Tipo de informação fornecida pelos escritórios.....	40
4.5 Fatores que influenciam os escritórios no interesse em atender MEI.....	43
5 CONCLUSÃO	48
REFERÊNCIAS.....	50
APÊNDICE – INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	54

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Constituído como política pública para a redução da economia informal, o Microempreendedor Individual - MEI, criado pela lei nº 128 (BRASIL, 2008) com vigência a partir de 2009, foi concebido com o intuito de dar a oportunidade ao trabalhador “informal” de se tornar um empreendedor legalmente constituído (LOPES; *et al.*, 2014).

O crescimento considerável na quantidade de optantes pelo programa, que passou de 0 a 7.525.153 entre 2009 e 2018, segundo dados mais recentes disponibilizados e atualizados no Portal do Empreendedor, traz à tona a discussão a respeito do impacto dessa modalidade na economia e da importância de assistir de maneira mais presente e eficaz esses empresários, já que o desenvolvimento e o crescimento de um país sofrem grande impacto de atividades empreendedoras, como a representada pelo MEI (PORTUGAL; *et al.*, 2017).

Embasando a importância de tal discussão, Alcântara, Serrano e Wilbert (2015) trazem em sua pesquisa que o impacto econômico da desburocratização e da aplicação de regimes tributários simplificados não se detém apenas na diminuição da informalidade, segundo os autores essas ações representam uma renúncia inicial de arrecadação tributária considerável por parte do estado, que posteriormente é revertida em benefícios econômicos tanto por meio de arrecadação quanto por meio de geração de renda.

O alto índice de mortalidade das micro e pequenas empresas se dá por motivos variados como burocracia, falta de capital, concorrência e impostos, porém os principais problemas responsáveis pelo alto índice de mortalidade estão atrelados à parte gerencial (LOPES; *et al.*, 2014). Surge então a figura da contabilidade como principal fornecedor de ferramentas para o processo de gestão. Segundo afirmam Faria, Azevedo e Oliveira (2012) a importância da contabilidade se dá através de sua principal função que é o auxílio na tomada de decisão por meio do fornecimento de informações que garantam máxima segurança ao processo.

Mesmo tendo a capacidade de fornecimento de informações úteis para a gestão, a contabilidade ainda é um elemento pouco utilizado pelas microempresas que em sua maioria são geridas pelo próprio proprietário que, em grande parcela, não possui instrução contábil ou de gestão de negócio (FARIA; AZEVEDO; OLIVEIRA, 2012). Seja por

reflexo das práticas dos profissionais contábeis, seja por reflexo das práticas das próprias empresas, o observado é a utilização da contabilidade para fins quase que exclusivamente tributários, de forma que pouco se utiliza dentro dessas empresas a informação contábil para fins de gestão.

Segundo Faria, Azevedo e Oliveira (2012) existe uma visão distorcida da contabilidade e sua utilidade, na qual o principal papel da contabilidade é o atendimento das obrigações fiscais, fato esse que pode se explicar na conduta dos próprios profissionais do ramo contábil que limitam-se ao estreito e único atendimento desse tipo de demanda por parte das empresas.

Essa realidade gera resultados negativos para ambas as partes, tanto para contadores quanto para empresários. Para os contadores ocorre a perda de potenciais clientes e receitas com prestação de serviços que vão além do fechamento do balanço e apuração dos impostos. Admitindo que os mesmos visam manter clientes lucrativos é importante observar que reter bons clientes é algo que exige um conhecimento aprofundado do sistema gerencial dessas empresas, o que um conhecimento superficial baseado apenas em itens financeiros impossibilita (VICHROSKI; *et al.*, 2010).

Já para as empresas os resultados negativos centralizam-se na perda de forte aliado no processo de crescimento e manutenção do negócio, tendo em vista que para alcançar lucratividade, visando a perpetuidade da atividade, é imprescindível uma boa gestão financeira (BITTENCOURT; PALMEIRA, 2012).

1.2 Problema de pesquisa

Conforme exposto, o problema da falta de uso de informação contábil como ferramenta de controle gerencial por parte dos MEI's é uma questão multilateral, envolvendo profissionais contábeis e empresários. Fato esse que permite a análise da questão sob duas óticas distintas, a ótica do prestador da informação contábil e a ótica do usuário dessa informação na figura do proprietário e/ou gestor.

O presente trabalho busca estudar essa questão sob a ótica dos prestadores da informação contábil, na figura dos escritórios de contabilidade, originando então o problema da presente pesquisa: Quais são os principais fatores a influenciar os escritórios de contabilidade na decisão de prestar informação ao Microempreendedor Individual?

1.3 Objetivo Geral

Com o intuito de obter resposta que sacie a questão levantada no problema de pesquisa, delimita-se o objetivo geral do presente trabalho em identificar quais são os principais fatores, indicados pelos escritórios de contabilidade, que influenciam de forma direta e indireta a decisão dos mesmos de prestar ou não auxílio através da informação contábil aos optantes pela modalidade jurídica “Microempreendedor Individual”.

1.4 Objetivos Específicos

Para sistematizar o processo na busca da resposta esperada estabeleceram-se objetivos específicos pautados no objetivo geral.

- Analisar a legislação e as características relativas ao MEI, visando entender suas especificidades em comparação aos outros tipos de pessoas jurídicas.
- Entender as necessidades do MEI quanto usuário da informação contábil.
- Identificar os benefícios e desvantagens para os escritórios contábeis em atender ao Microempreendedor individual.
- Identificar os principais motivos, de acordo com a opinião dos escritórios que levam os mesmos a terem interesse ou não em prestar acessória através da informação contábil ao MEI.

Para os dois primeiros objetivos utilizou-se de revisão da legislação referente ao Microempreendedor Individual e análise de dados e pesquisas disponibilizados por órgãos diretamente ligados ao MEI e aos escritórios contábeis. Já para os dois últimos objetivos específicos, utilizou-se de dados levantados por meio de pesquisa e questionário elaborado e dirigido especificamente a escritórios de contabilidade.

1.5 Justificativa da pesquisa

A utilização da informação contábil como ferramenta de gestão é de extrema relevância para qualquer empresa que vise crescimento de sua atividade e continuidade em seu negócio. Assim tem-se notado o crescimento da quantidade de pesquisas que explanam sobre o quão importante e necessário é a utilização de controles e ferramentas gerenciais no ambiente das micro e pequenas empresas (LOPES; *et al.*, 2014).

Tal crescimento no interesse e na elaboração de pesquisas sobre informação contábil e sua utilização gerencial por parte das micro e pequenas empresas é justificado pela grande representatividade e importância dessas empresas na economia nacional, conforme observado na pesquisa realizada pelo SEBRAE (2017). Nota-se um fator comum entre

esses estudos e pesquisas, a maioria desses abordam essa discussão sob a perspectiva dos microempresários, sendo pouco o volume de publicações que abordam a mesma discussão sob o olhar do contador.

Sendo de extrema importância observar e analisar a perspectiva do profissional contábil já que o mesmo é responsável por se utilizar da contabilidade como sistema de informação para identificar, registrar e comunicar eventos de cunho econômico a seus usuários (TIBÚRCIO, 2012). De maneira que não compreender os motivos que levam o emissor da informação a prestá-la e decodificá-la para o uso correto, acaba por anular a relevância que existe em identificar as reivindicações dos usuários.

Assim, ao observar a carência de estudos que abordam o tema exposto sob a ótica do profissional contábil, o presente trabalho justifica-se por apresentar o posicionamento dos profissionais contábeis, na figura dos escritórios de contabilidade, quanto ao interesse dos mesmos em fornecer ou deixar de fornecer informação aos empresários optantes pelo programa Microempreendedor Individual.

1.6 Delimitação do tema

Com o fim de garantir maior grau de relevância e confiabilidade o presente trabalho se utiliza de pesquisa feita no âmbito de escritórios contábeis, excluindo-se contadores autônomos, constituídos no Distrito Federal, considerando-se os limites do mesmo e sua divisão em regiões administrativas.

Admitindo que o enquadramento tributário dos escritórios interfira em suas respostas, coletou-se amostras de optantes das três principais formas de tributação (Simples Nacional, Lucro Real e Lucro Presumido). Essa segregação se faz necessária, pois, conforme Art. 18 da Lei Complementar 123 (BRASIL,2006), escritórios contábeis optantes pelo Simples Nacional, são obrigados a prestarem determinados serviços de forma gratuita aos MEI's.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Microempreendedor individual.

As transformações na estrutura produtiva do Brasil ocorrida principalmente na década de 90 trouxeram consigo diversos fatores que ocasionaram em mudanças consideráveis na estrutura do mercado de trabalho e intensificaram a preocupação com a ampliação considerável da informalidade na economia brasileira (FEIJO; SILVA; SOUZA, 2011).

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (2002), os diversos grupos denominados informais são assim caracterizados por possuírem como característica comum o não reconhecimento e proteção nos parâmetros legais, o elevado grau de vulnerabilidade ao qual estão expostos e a incapacidade de cumprimento de contratos e exigibilidade de direitos, a OIT ainda afirma que esse grupo tem pouca capacidade de reconhecimento pelas atividades desenvolvidas e possuem dificuldade no acesso a benefícios públicos.

Segundo o IBGE (2003) a economia informal representava um percentual próximo do total de pequenas empresas, indicando que 98% das pequenas empresas nesse período eram informais. A relevância dessas empresas trouxe à tona a necessidade do estado de entender os motivos e buscar alternativas para solucionar tal problema, o que resultou em uma série de ações e políticas que visavam a diminuição da informalidade e a desburocratização do processo de formalização (LOPES; *et al.*, 2014).

Visando diminuir a quantidade de trabalhadores exercendo atividades informais criou-se no ano de 2008, através da Lei Complementar 128/2008, com vigência a partir de 2009 a figura do Microempreendedor Individual (JULIÃO; LEONE; NETO, 2014). Tendo por principais características a responsabilidade ilimitada; ser constituída e inscrita no nome de um único proprietário, utilizando o nome do empresário na identificação da empresa; limitação de apenas um funcionário, com remuneração de um salário mínimo ou o piso salarial estabelecido pela categoria e o faturamento anual limitado¹ (LOPES; *et al.*, 2014).

¹ Faturamento anual máximo disposto na Lei Complementar 125/2015 que aumentou de R\$60.000 para R\$81.000,00 a partir de 2018.

Julião, Leone e Neto (2014) destacam que o estado passou a promover uma série de serviços de baixo custo e benefícios aos indivíduos optantes pelo programa. Destacando-se benefícios como: emissão de nota fiscal, simplificação do recolhimento dos tributos, subsídios setoriais, acesso a garantias previdenciárias e facilitação no acesso a produtos e serviços bancários.

Alcântara, Serrano e Wilbert (2015) apontam que o impacto da adoção de tais medidas foi além da diminuição da informalidade, indicam que houve por parte do estado a renúncia de receita em prol do resultado positivo adquirido de outras formas, como através dos benefícios gerados no mercado de trabalho e incentivo à abertura e manutenção de novos empreendimentos.

Mesmo evidenciando-se tantos benefícios é importante salientar que existem no “Programa MEI” pontos criticados por autores e estudiosos do tema, como aponta Salgado (2012). É importante a observação crítica quanto ao interesse do estado em ampliar a arrecadação através da diminuição da atividade informal e o pertinente apoio por parte de instituições financeiras que visam obter ganhos por meio da concessão de créditos aos empresários.

Segundo Salgado (2012, p.134) a ênfase na divulgação do benefício de acesso ao crédito realizada constantemente mostra que a incitação da atividade empreendedora está ligada ao interesse das instituições financeiras em buscar o próprio benefício comercial, tendo em vista que esse estímulo ao empreendedorismo e suas facilidades crediárias permite o alcance de “um novo e promissor público”.

Assim, entre aspectos positivos e negativos Julião, Leone e Neto (2014) trazem sob a ótica do público alvo que a maioria dos optantes pelo MEI estão satisfeitos com o programa, mesmo apontando possíveis melhorias e ajustes.

A figura do MEI tomou grandes proporções e assumiu um papel de caráter relevante na economia nacional. Segundo o SEBRAE (2017) entre junho de 2009 e dezembro de 2016 o total de registros de adeptos ao MEI foi de 6.649.896, atualmente, segundo o Portal do Empreendedor, que atualiza esses dados periodicamente e disponibiliza de acordo com a quantidade de novos cadastros, o número de optantes pelo programa é de 7.525.153.

Uma das causas motivadoras para esse crescimento é a possibilidade de emissão de nota fiscal e a potencialização de crescimento do negócio proporcionada pela formalização da atividade, o que permite ao microempresário um melhor tratamento ante clientes, fornecedores e credores, além de possibilitar o acesso à segurança e a direitos não acessíveis à atividade informal (SEBRAE, 2017).

Ao descrever o perfil desses empreendedores a pesquisa do SEBRAE traz as principais áreas de atuação e os setores da economia em que esses profissionais se dividem. Essa distribuição se dá da seguinte forma: Serviços (38,3%), comércio (36,4%), indústria (15,2%), construção civil (9,5%) e agropecuária (0,6%).

Observa-se que comércio e serviço são os setores com maior concentração de MEI, sendo que a maior parte das atividades, antes exercidas na informalidade, gera um retorno individual relativamente baixo quando comparado ao todo e ao potencial de retorno do tipo de atividade. Complementando o entendimento, Lopes *et al.* (2014) apontam que, de forma geral, as atividades em que se encontram a maior concentração de MEI são atividades que possuem baixo valor agregado. Fato esse que corrobora com a necessidade de utilização da contabilidade para a manutenção e crescimento financeiro dessas atividades, “podendo garantir a permanência delas no mercado, desde que seja utilizada como ferramenta de gestão” (SARAIVA; *et al.*, 2016, p.106).

2.2 Informação Contábil

Segundo Eckert *et al.* (2013), estudo e análise das variações patrimoniais de um ente são as principais características que compõem a definição de contabilidade, ciência essa que tem por fim gerar informação que auxilie na tomada de decisão. Essa informação deve possuir características qualitativas indispensáveis para que exerça sua função de forma útil, conforme estabelece o CPC00 (2011) ao definir as seguintes características: relevância, representação fidedigna, comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade.

Conforme afirma Brizola (2004) é importante entender que o nível de informação é inversamente proporcional ao nível de incerteza, assim a informação contábil tem por papel diminuir a incerteza no ambiente de decisão, buscando sempre o equilíbrio e o que o autor chama de economia de informação. Acontece que quando se atinge um ponto de nulidade da incerteza ou “ponto ótimo de informação”, o esforço para se alcançar informação adicional não possui utilidade e passa a ser dispensável (BRIZOLA, 2004).

Dentre os vários pontos passíveis de análise quanto ao tema informação contábil, o usuário merece uma atenção especial, pois importa salientar que o usuário não recebe essa informação de forma passiva, como o pensamento geral propõe, de forma que não se pode ignorar o importante papel do usuário e sua participação nos processos e escolhas determinantes tomados pela contabilidade (NIYAMA; SILVA, 2013).

Por mais que existam padrões e características indispensáveis à informação contábil, independente do tipo e origem, é importante destacar que o interesse daquele que irá utilizar essa informação soma novas características em razão do contexto em que se pretende utilizar tal informação (SOLSA; CALVO, 2016).

Segundo Ponte e Oliveira (2004), usuários internos e usuários externos são os dois grandes grupos nos quais se classificam os usuários da Contabilidade. Sendo os usuários externos aqueles que estão fora da empresa a exemplo dos investidores e entidades reguladoras, que se utilizam das informações geradas pela entidade; e os usuários internos os que estão dentro da empresa e utilizam as informações para tomadas de decisões com fins gerenciais.

Sousa e Calvo (2016) complementam a ideia afirmando que usuários internos carecem de informações relativas à parte operacional da empresa, o que possibilita à contabilidade um atendimento pontual das solicitações. Já os usuários externos, segundo os autores, demandam informações relativas ao giro dos negócios, de forma que sua preocupação centraliza-se na rentabilidade e geração de recursos financeiros da organização.

Essa divisão se dá não somente pela relação entre usuário e empresa, mas também pelo interesse e uso dessa informação contábil, já que os dois grupos possuem interesses específicos. Essa distinção gerou a divisão da contabilidade em dois ramos: Contabilidade Financeira e Contabilidade Gerencial (PONTE; OLIVEIRA, 2004).

Descrivendo essas duas faces da contabilidade Garrison, Noreen e Brewer (2012) distinguem os dois grupos classificando contabilidade financeira como aquela que tem como objetivo divulgar informações aos usuários externos como investidores, fisco e credores, e, contabilidade gerencial como sendo responsável pelo repasse de informações aos usuários internos, de forma que seu uso se dá dentro da própria organização.

Conforme Ponte e Oliveira (2004), a contabilidade financeira é responsável pela elaboração e emissão dos demonstrativos contábeis tradicionais (conforme disposto na Lei 6004/1976), esses são fonte de comunicação direta da empresa com o usuário externo. Porém segundo o autor nem sempre esses demonstrativos são suficientes para atender às necessidades de seus usuários.

Assim a informação contábil oferece subsídio à contabilidade gerencial e seus usuários desde o início do processo de planejamento ao fim do processo de análise e controle dos resultados obtidos através das decisões tomadas (PONTE; OLIVEIRA, 2004).

2.3 Contabilidade Gerencial

Ponte e Oliveira (2004) apontam um dos principais motivos para distinção entre contabilidade financeira e contabilidade gerencial, os autores afirmam que aparentemente o conteúdo das demonstrações contábeis tradicionais como Balanço Patrimonial, DRE e DMPL, não atendem às necessidades e solicitações de seus usuários fato que resulta na necessidade de geração e utilização de informações que Lima e Imoniana (2008) classificaram como ferramentas de controle gerencial, que por sua vez são aspectos da nominada Contabilidade Gerencial.

Garrison, Noreen e Brewer (2012) organizaram as principais características e ferramentas que diferem a Contabilidade Gerencial da Financeira, segundo os autores a Contabilidade Financeira baseia-se na divulgação dirigida aos usuários externos (proprietários, credores, fisco e reguladores) com ênfase na objetividade, verificabilidade e precisão, seguindo o GAAP/IFRS; enfatiza consequências financeiras de atividades passadas e tem caráter obrigatório.

Já a Contabilidade Gerencial é direcionada à gerência das organizações, com três propósitos específicos, sejam eles: planejamento, controle e tomada de decisão; enfatiza decisões que atenderão o futuro baseadas na relevância e tempestividade; procura adequar-se ao segmento; não tem que necessariamente seguir o GAAP/IFRS e não possui caráter obrigatório (GARRISON; NOREEN; BREWER, 2013).

Segundo Lopes *et al.*(2014) o uso dessas ferramentas é importante e necessário para que a gestão da empresa tenha controle das atividades, contribuindo para a diminuição do risco no processo de tomada de decisão, aumentando a eficácia e garantindo o bom desempenho da entidade.

2.3.1 Planejamento, controle e tomada de decisão.

Segundo Lima e Imoniana (2008) para se abordar controle gerencial é imprescindível que se aborde sobre planejamento, já que o mesmo é a ferramenta da contabilidade gerencial que permite à empresa organizar e decidir as rotas a se percorrer para alcançar o objetivo definido previamente.

O planejamento é o meio pelo qual as empresas estabelecem de maneira antecipada o risco ao qual desejam se expor, minimizando as incertezas e erros. Sendo composto por

objetivos bem estruturados que permitirão à entidade adotar formas de controle gerencial que servirão como guias no desenrolar da atividade (LIMA; IMONIANA, 2008).

Como extensão do planejamento o controle, seja de itens financeiros ou não financeiros, tem por finalidade auxiliar a entidade no alcance de resultados futuros, que são os objetivos traçados no planejamento, de forma que esses resultados possam ser prevenidos, antecipados e influenciados (LIMA; IMONIANA, 2008). A adequada utilização de controles é uma forma de minimizar problemas e facilitar a tomada de decisão dentro do processo gerencial das empresas (LEAL; SANTOS, 2015).

Segundo Lima e Imoniana (2008) uma das finalidades do controle é a manutenção da melhoria de forma que sejam feitos ajustes quando necessários, porém nem sempre é possível realizar modificações durante o processo, já que algumas situações, que podem impactar a atividade da empresa, decorrentes do ambiente externo impossibilitam reparos e modificações por parte da gerência, assim se faz necessária a adoção de controles preventivos que possibilitem aos gestores ações pró-ativas que garantam a manutenção e minimizem a afetação do posicionamento da empresa ante o mercado.

Brizola (2004) traz que o processo de tomada de decisão é dividido em dois momentos: o pré-decisório e o pós-decisório. No pré-decisório o papel da contabilidade centraliza-se em fornecer material que agregue “valor às decisões tomadas” de forma que a redução do grau de incerteza é o fator pelo qual se verifica essa agregação de valor; já no pós-decisório a contabilidade concentra-se em garantir o esclarecimento das medidas e recursos utilizados para se alcançar o objetivo proposto, “possibilitando às partes tomarem medidas corretivas quando julgarem necessário e oportuno no exercício do controle” (BRIZOLA, 2004, p.8)

2.4 Ferramentas contábeis aplicadas à gestão

Ao se abordar ferramentas contábeis aplicadas ao MEI é inevitável citar e fazer conexões com ferramentas e ações aplicadas às Microempresas e às Empresas de Pequeno Porte (classificação referente ao porte), já que essas empresas partilham de características comuns estabelecidas principalmente após a Lei Complementar 123/2006, conforme Alcântara, Serrano e Wilbert (2015) trazem em sua pesquisa ao abordar sobre ME, EPP e MEI de forma conjunta principalmente sob o aspecto comum da simplificação do tratamento tributário e desburocratização das atividades.

A falta de segurança na tomada de decisão dentro das micro empresas é reflexo do pouco uso de ferramentas de gestão e carência de informação gerencial, de forma que a não utilização de ferramentas de controle, sejam elas de cunho financeiro ou não, afetam de forma significativa as atividades dessas empresas. (LOPES *et al.*, 2014).

Miranda, Libonati e Saturnino (2008) apresentam que muitos problemas e dificuldades que resultam na elevação dos índices de mortalidade poderiam ser evitados e combatidos antes da constituição e iniciação da atividade empresarial, caso fossem empregadas ferramentas gerenciais, como um plano de negócio. Os autores trazem que os números relacionados às taxas de mortalidade dessas empresas são provas de que serviços contábeis e sistemas de controle são necessários e importantes.

Stacke e Feil (2017) destacam algumas ferramentas de controle simples que podem ser aplicadas à gestão de microempresas, como: controle de contas a pagar e receber, saldos bancários, variação de caixa e acompanhamento de estoques. Essas ferramentas quando aplicadas de maneira adequada dão maior capacidade de controle da atividade e de seu funcionamento aos proprietários.

Kummer, Bromberger e Dondoni (2011) apontam os seguintes métodos como os principais controles financeiros direcionados às micro e pequenas empresas:

Quadro 1 - Controles financeiros direcionados às Microempresas

Método	Características
Gestão de disponibilidades	1) Gerenciamento de valores de liquidez imediata, que compreendem caixa e saldos bancários destinados a movimentações cotidianas necessárias às atividades da empresa.
Fluxo de caixa	1) Tem por objetivo manter o equilíbrio das atividades da empresa. 2) Relaciona recursos de entrada e saída com o um período determinado.
Controle de contas a receber	1) Visa o domínio sobre os períodos e valores a serem recebidos decorrentes de vendas a prazo e outras transações com terceiros. 2) Permite maior transparência de possíveis perdas.
Controle de contas a pagar	1) Tem por fim controlar as obrigações da empresa. 2) Possibilita domínio sobre prazos, vencimentos e possibilidades de descontos. 3) compreende valores de diversas naturezas, como : alugueis, tributos

	e fornecedores, o domínio desses itens permitem economia e evita gastos financeiros desnecessários.
Cotrole de estoques	<ol style="list-style-type: none"> 1) Objetiva o uso correto de insumos, evitando desperdícios e perdas por obsolescência, deterioração e desvalorização. 2) Permite um atendimento adequado às necessidades da empresa sem que haja excesso ou falta de estoque.

Fonte: Adaptado de Kummer, Bromberger e Dondoni (2011, p.27).

Stacke e Feil (2017) trazem em seu estudo a importância do uso de ferramentas de gestão no âmbito dos micronegócios, mostrando que apesar de muitos empreendedores terem consciência da importância do uso dessas ferramentas poucos se utilizam das mesmas. O que reflete de maneira direta nas atividades diárias e nos problemas enfrentados por esses negócios.

Kummer, Bromberger e Dondoni (2011), apontam que a maioria desses empreendedores admite ter problemas como não atendimento de cliente por falta de estoque e o uso de recursos da empresa para fins pessoais e domésticos, (que descaracteriza e fere o princípio da entidade) além de outros problemas resultantes da não utilização das citadas ferramentas de gestão.

Stacke e Feil (2017) corroboram com a compreensão da necessidade de mudança a respeito do papel da contabilidade, os autores defendem a substituição da abordagem conservadora para uma abordagem coerente com a capacidade de auxílio e contribuição gerencial que a contabilidade oferece.

2.5 Papel do contador na prestação de informação ao MEI

Como ponto de partida e base de entendimento da relação entre escritório de contabilidade e MEI é imprescindível a utilização da Lei Complementar 123/2006, especificamente o §22Bº do art. 18 que estabelece que os escritórios de contabilidade optantes pelo Simples Nacional deverão oferecer de forma gratuita a inscrição do MEI e a primeira declaração anual simplificada, além de mais duas obrigações voltadas às microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional por eles atendidos. O artigo estabelece também que o escritório que descumprir tais obrigações será desenquadrado do Simples Nacional.

Importa observar que o atendimento das obrigações estabelecidas tem impacto direto na relação entre contador e cliente, principalmente o aspecto da gratuidade, fato esse que exige uma adaptação da postura dos escritórios optantes pelo Simples Nacional no atendimento a esses clientes, conforme contribuem Madruga, Colossi e Biazus (2016) ao afirmar que além da necessidade da constante atualização quanto aos deveres legais, o profissional deve entender a atividade também como exercício de uma função social que envolve o trato com pessoas para o atendimento de demanda das empresas.

O papel do contador está ligado à finalidade dos serviços prestados pelo mesmo, de forma que, como ressalta Sousa e Calvo (2016), a informação prestada por esse profissional irá sofrer variações e ajustes de acordo com o contexto e objetivo de quem irá utilizá-la.

Segundo Brizola (2004) é inegável a contribuição da contabilidade nas tomadas de decisões e na formatação e ajustes necessários aos contratos, acordos e relações comerciais, independente do indivíduo e da posição que o mesmo ocupe nos processos, de forma que seja ele agente ativo ou passivo na relação comercial é afetado pela contabilidade.

O ambiente de atuação das empresas e geral, seja Microempreendedor Individual ou Sociedade Anônima, é caracterizado por um ambiente decisório de incerteza, logo, não há como antever o desenrolar e o resultado de uma decisão (BRIZOLA, 2004).

Brizola (2004) aponta a partir desse fato que esse ambiente de incerteza abre as portas para a contabilidade como agente no apoio no processo decisório, já que a informação contábil tem proporção oposta à variação da incerteza, de forma que quanto maior o grau de informação menor o grau de incerteza.

Segundo Eckert et al. (2013) o nível de competitividade no ramo da contabilidade está em constante crescimento, esse fato deve ser combustível para a melhoria da qualidade dos serviços prestados e maior valorização da atividade contábil, já que o aumento da concorrência impacta diretamente na capacidade de retenção de clientes, que é a fonte de receita e a finalidade de qualquer negócio que vise lucro.

2.5.1 O escritório de contabilidade e o cliente

Como já exposto, a contabilidade tem em sua essência o fornecimento de informações que satisfaçam e auxiliem seus solicitantes em suas decisões, sendo essa uma característica comum ao processo de retenção de clientes (ECKET *et al.*, 2013).

Admitindo-se que por sua natureza e imposição legal, conforme destacado por Lyra (2003), a profissão contábil possui proteção legal, já que o Decreto-Lei 9.295/46 estabelece atividades e funções que somente podem ser exercidas por profissionais de contabilidade, além da proteção e delimitação de clientela, já que o Código Civil² prevê que é necessário que as empresas em geral mantenham registros contábeis o que, para contabilidade, “garante uma ampla clientela para seus serviços” (LYRA, 2003, p. 24).

Outros autores trazem a importância de se oferecer serviços além do esperado e buscar renovação de acordo com as necessidades do cliente como forma de manter a atividade contábil necessária e atual. Peleias *et al.*, (2007) afirmam que é necessário para o profissional contábil o desenvolvimento de uma marca pessoal baseada na busca pelo entendimento das necessidades dos clientes resultando na elaboração e oferta de serviços diferenciados, para tanto é necessário que os escritórios de contabilidade mantenham uma constante atualização a respeito do mercado e das tendências que influenciam as atividades de seus clientes.

Os autores ainda afirmam que diferente do consumo de produto, em que a satisfação se dá no consumo e obtenção do bem, no caso do consumo de serviço, como é o caso da contabilidade, essa satisfação se dá em momentos distintos e exige uma continuidade e melhoria da qualidade para que a satisfação seja mantida e saciada (PELEIAS *et al.*, 2007).

Um ponto importante na manutenção dessa qualidade e constante melhoria é o tratamento específico do usuário, já que “dependendo do usuário, a coleta e tratamento dos dados, os relatórios gerados e as informações fornecidas devem ser diferentes, a fim de satisfazer as necessidades de cada um”, de maneira que dados de mesma natureza sejam utilizados de maneira distinta por empresas que apresentam perfis e especificidades diferentes (LYRA, 2003, p. 24)

Sena e Petri (2011) trazem em seu estudo a importância de se conhecer os tipos de clientes e a relevância que há para o escritório de contabilidade saber classifica-los e definir o impacto de cada um em sua atividade. Os autores classificaram os clientes em três tipos: chaves, táticos e operacionais.

Clientes chave, segundo Sena e Petri (2011), são aqueles que têm função estratégica e possui peso significativo nas atividades do escritório, já que podem possuir mais de uma

² Art. 1.179. O empresário e a sociedade empresária são obrigados a seguir um sistema de contabilidade, mecanizado ou não, com base na escrituração uniforme de seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e a levantar anualmente o balanço patrimonial e o de resultado econômico (BRASIL, 2002).

empresa no escritório e são influenciadores de novos clientes, sendo que o encerramento de contrato com esse tipo de cliente resultaria na saída de vários outros.

Quanto ao grupo *Clientes táticos* Sena e Petri (2011) afirmam que esses são os clientes adquiridos de forma passiva, através de indicações. Sem que houvesse um esforço do escritório na busca e manutenção, a curto prazo, desses clientes, sendo eles clientes importantes para o faturamento do escritório.

Já o grupo *Clientes operacionais*, segundo os autores, é composto por clientes que em sua maioria são optantes pelo Simples Nacional, e possuem maior impacto sobre o volume de serviços prestados do que sobre a receita. Assim a rotatividade, contratação e encerramento de contrato, desse tipo de cliente não causam grandes impactos ao escritório (SENA; PETRI, 2011).

Contribuindo para o entendimento da importância de se classificar os tipos de clientes de forma que se possua controle e planejamento sobre a composição da carteira de clientes, Peleias *et al.* (2007) afirmam que o dimensionamento de recursos pode contribuir na ampliação dessa carteira, além de ser uma oportunidade de aumentar a qualidade dos serviços prestados.

Johann *et al.*(2014), apontam que é de extrema importância entender o cliente como um recurso, um ativo, da empresa, possuindo valor real. Esse entendimento traz sentido ao que foi supracitado e ao que Peleias *et al.*(2007) afirmam sobre a importância de dimensionar o espaço e os recursos de maneira correta para evitar que as atividades da empresa sejam afetadas.

Com tudo, é importante entender que apesar da necessidade de valoração e visão material do cliente, não deve ser negligenciado o tratamento humanizado. Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), entre os principais fatores determinantes da qualidade do serviço estão a cortesia, e a preocupação em entender as necessidades e individualidades de cada cliente, criando uma personalidade e agregando confiança.

2.5.2 Fatores que influenciam a valorização da classe contábil pelo cliente

Segundo Eckert *et al.*(2013) o processo de retenção e manutenção do cliente deve ser contínuo de forma que se busque a contínua satisfação das necessidades dos clientes superando suas expectativas e lhes proporcionando resultados além dos esperados, de forma que cada cliente seja tratado de forma individual, visando a continuidade, porém “ao perder um cliente a empresa deve buscar as causas básicas de sua partida, revelar práticas

que precisam ser corrigidas e, às vezes, conquistar novamente o cliente e restabelecer o relacionamento em bases mais firmes” (ECKERT *et al.*,2013, p.53).

Contribuindo para o entendimento dos fatores que influenciam a valorização dos serviços prestados Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) determinaram dez critérios utilizados pelos consumidores como determinantes de qualidade independente do tipo de serviço, aplicando-se de forma clara ao ambiente dos escritórios de contabilidade. São eles:

Quadro 2 - Critérios de qualidade segundo consumidores

Critério de Qualidade	Características
Confiabilidade	Refere-se à consistência do serviço prestado, se foi desempenhado de maneira correta na primeira vez, cumprindo os prazos e critérios estabelecidos ou se deixou pendências na prestação do serviço.
Responsabilidade ³	Refere-se ao empenho e presteza dos funcionários em atender às solicitações to cliente e o interesse em responder de forma ágil.
Competência	Consiste em ter domínio do conhecimento e da técnica necessária para se desenvolver a atividade e atender de maneira correta os clientes. Esse domínio envolve tanto a teoria necessária para o correto entendimento, quanto a habilidade para a execução da parte operacional.
Acessibilidade	Refere-se à facilidade de contato e comunicação do cliente com a empresa, envolve também aspectos logísticos como a localização do local onde o serviço é prestado e o tempo de espera no atendimento à solicitação.
Cortesia	Envolve aspectos ligados ao contato com o cliente, como educação, respeito, consideração e simpatia na recepção e no atendimento. É importante destacar que nesse aspecto o autor faz ressalvas quanto à limpeza e apresentação e aparência do ambiente e das pessoas que recebem e atendem o cliente.
Comunicação	Consiste em manter os clientes informados de maneira que a linguagem utilizada seja compreensível, adaptando e decodificando a informação a cada tipo de cliente, linguagem mais técnica com clientes mais esclarecidos que assim exigem e linguagem menos complexa com

³ Spina, Giraldi e Oliveira (2013, p. 99) traduzem esse termo e seu significado como “presteza”, “Refere-se ao desejo dos empregados de prover os serviços e à sua presteza nessa tarefa. Envolve rapidez nos serviços: retornar a ligação de um cliente rapidamente ou realizar rapidamente um serviço”.

	aqueles mais simples. Buscar explicar e detalhar o serviço, os custos, as vantagens e desvantagens, facilitando a compreensão de todos os aspectos.
Credibilidade	Refere-se à honestidade, ao comprometimento e interesse no atendimento às necessidades do cliente, fatores que contribuem para a credibilidade são a reputação do nome da empresa, as características pessoais dos atendentes e o envolvimento da empresa com o cliente.
Segurança	Consiste na nulidade de perigo, risco ou dúvida, esse aspecto abrange segurança física, financeira e principalmente confidencialidade, que está ligada à segurança informacional.
Entendimento e conhecimento do cliente	Consiste em buscar entender as necessidades específicas de cada cliente, buscando um atendimento individualizado e reconhecimento dos clientes regulares.
Aspectos tangíveis	Consiste nas evidências físicas do serviço; as ferramentas e equipamentos utilizados no fornecimento e atendimento ao cliente, a aparência pessoal dos atendentes e outros itens palpáveis.

Fonte: adaptado de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985, p.47).

Dentre os itens apontados todos são passíveis de serem aplicados no âmbito dos escritórios de contabilidade e alguns como: confiabilidade, cortesia e credibilidade são fundamentais para a qualidade e satisfação do cliente, já que a criação e manutenção de uma imagem positiva são essenciais para o empreendedor contábil que busca sucesso profissional (PELEIAS *et al.*, 2007).

Outro item relevante é a comunicação, que no caso dos escritórios de contabilidade está diretamente ligada à decodificação da informação, de maneira que a mesma seja útil e entendível a cada tipo de cliente, já que a maioria dos microempresários, a respeito das informações contábeis fornecidas pelos escritórios, aponta “que tais informações não são úteis por serem complexas e de difícil entendimento” (MIRANDA *et al.*, 2008, p. 136).

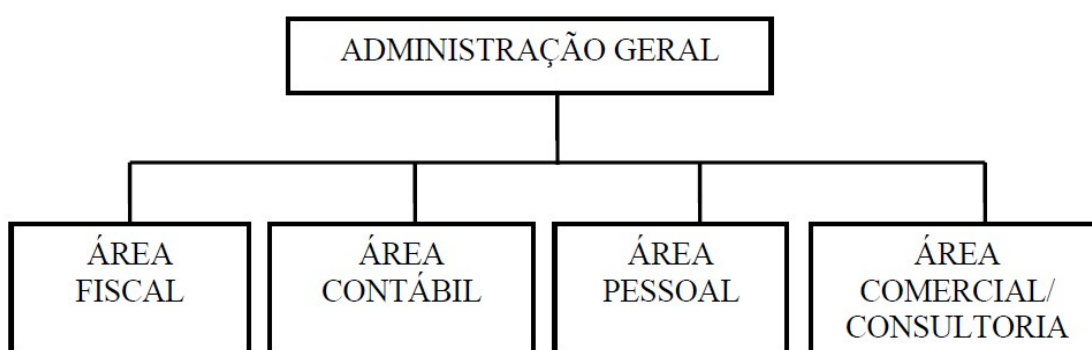
Observa-se que a maior parte dos conceitos evidenciados pelos autores é facilmente percebida nas relações de serviços em geral, porém é necessário entender que a aplicação consciente desses atributos impacta diretamente na percepção e avaliação do usuário de forma que a depender da aplicação e dimensão em que cada uma dessas características se dá as mesmas influenciam na qualidade do serviço e na percepção e avaliação do cliente (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985).

2.5.3 Principais serviços prestados pelos escritórios

Lyra (2003) afirma que a sistematização e segregação das rotinas de uma Empresa Prestadora de Serviços Contábeis têm por fim alcançar melhor entendimento e maior facilidade na distribuição de atividades dentro dos escritórios, o autor estabelece uma estrutura genérica dos serviços prestados dentro de um escritório de contabilidade.

Figura 1- Estrutura genérica dos escritórios de contabilidade

Figura 1 - Estrutura genérica dos escritórios de contabilidade



Fonte: Lyra(2003)

Em consonância com outros autores e com o CFC (2013), essa estrutura baseia-se nos principais serviços ofertados pelos escritórios de contabilidade.

Surge então a discussão quanto ao tipo de serviço prestado pelos escritórios e o tipo de serviço solicitado pelos clientes desses escritórios. Sena e Petri (2011) trazem em seu estudo de caso que os principais serviços prestados são de contabilidade, área fiscal, área de recursos humanos e um grupo classificado como outras que abrange atividades de avaliação.

Sena e Petri (2011) classificam as atividades oferecidas pelos escritórios em quatro tipos de serviços, quais sejam: Contabilidade, Fiscal, Recursos Humanos e Outras.

Quadro 3 - Principais atividades oferecidas pelos escritórios de contabilidade

Atividade	Característica
-----------	----------------

Contabilidade	Atividades relacionadas à escrituração contábil e elaboração de demonstrativos obrigatórios.
Fiscal	São assim classificadas as atividades relacionadas às obrigações fiscais, como elaboração de declarações e guias de recolhimento, compensação tributária, planejamento tributário e outras relacionadas a fins de fiscalização.
Recursos Humanos	São aquelas atividades ligadas ao quadro de funcionários, como contratação, demissão e elaboração de folha de pagamento.
Outras	Nesse grupo se classificam outras atividades gerais, como avaliação da situação da empresa, efetivação de abertura e ajustes de legalidade.

Fonte: Adaptado de Sena e Petri (2011, p.52).

Após evidenciar as principais informações prestadas pelos escritórios salienta-se a necessidade de entender qual a demanda dos usuários dessa informação e como os mesmos utilizam essas informações (SOUSA; CALVO, 2016).

Conforme o estudo realizado por Sousa e Calvo (2016) a maior parte das micro e pequenas empresas se utilizam das informações contábeis para fins fiscais, de forma que uma pequena parcela se utiliza dessas informações para fins gerenciais. Defendendo a mesma linha de pensamento Stroehrer e Freitas (2008) trazem que muitos desses microempresários mesmo quando têm acesso a outras fontes de informação concentram-se apenas naquilo que é pertinente às obrigações fiscais, dando pouca importância para outras possíveis utilidades desse material.

Stroehrer e Freitas (2008) afirmam que quando se trata do uso de outras fontes de informação contábil para esclarecimento de dúvidas e resolução de problemas por parte das empresas, na maioria das vezes, esse uso está ligada estritamente a demandas fiscais e tributárias, sendo que poucos fazem uso dessas fontes para soluções de demandas de natureza gerencial.

Essa tendência de comportamento acaba por influenciar o tipo de informação prestada pelos escritórios de contabilidade, que passam a fornecer informações restritas a finalidades fiscais, deixando de fornecer informações que abrangem outros aspectos do

funcionamento da empresa, conforme Stroeher e Freitas (2008) que verificaram em seu estudo que a maior parte dos documentos e informações que os contadores fornecem aos seus clientes tem caráter fiscal e visa atender apenas às obrigações trabalhistas, cadastrais e burocráticas da empresa junto ao fisco.

2.5.4 Principais dificuldades dos escritórios de contabilidade

Segundo pesquisa realizada pelo CFC (2013), 76,4% dos profissionais de contabilidade apontam que a falta de valorização pela sociedade é uma das principais dificuldades enfrentadas pela categoria e mais de 50,0% concordam que a concorrência desleal, a falta de unidade da classe e a carência de especialização acessível são fatores que dificultam o exercício da profissão contábil.

A maior parte dos problemas supracitados está vinculada à relação entre contador e cliente, seja a falta de valorização ou a concorrência desleal. A maior parte das empresas atendidas pelos escritórios de contabilidade revela “um desconhecimento por parte dos proprietários de pequenas empresas sobre o que os profissionais contábeis têm a oferecer além das guias de pagamento e declaração de renda”, de forma que os serviços contábeis se restringem ao âmbito fiscal (STROEHER; FREITAS, 2008, p.16).

Essa limitação gera uma atrofia na capacidade de auxílio na tomada de decisão, conforme Miranda *et al.*(2008) trazem, a maioria das micro e pequenas empresas prefere utilizar a intuição no processo de tomada de decisão a utilizar informações contábeis, já que em sua grande maioria essas empresas são administradas pelo próprio proprietário, que por possuir “experiência” julga ser ela ferramenta suficiente na tomada de decisão.

Há ainda outro fator somado a falta de interesse por parte dos empresários em receber informações que vão além do caráter fiscal, esse fator é a dificuldade de comunicação e entendimento entre contadores e empresários. Miranda, Libonati e Saturnino (2008, p. 36) revelam em seu estudo que 69,1% dos usuários julgam ser a informação contábil útil para o cumprimento das obrigações fiscais e trabalhistas, porém quanto ao uso dessas informações no processo de tomada de decisão a maior parte prefere se utilizar da experiência adquirida na atividade para tomar decisões e gerir as atividades da empresa, já que as informações contábeis perdem a utilidade “por serem complexas e de difícil entendimento”.

Ávila e Cabral (2016, p.235) trazem em sua pesquisa que a prática dos escritórios em oferecer apenas informações de cunho fiscal contribui para a falta de interesse e de

valorização de informações de cunho gerencial por parte dos microempresários. Porém os autores trazem que existe uma possibilidade de que esse fator seja explicado “pela não exigência de escrituração contábil completa, para fins fiscais, para empresas optantes por métodos simplificados de tributação, como Lucro Presumido e Simples Nacional”.

Constatado o não oferecimento de determinadas informações devido a não obrigatoriedade, passam a fornecer essas informações adicionais apenas os escritórios que assim julgam importante. Eckert *et al.*(2013) afirmam que essa atitude de prestar informações além do esperado entendendo demandas que, mesmo não solicitadas, são fundamentais para o crescimento do cliente, faz parte de uma estratégia de retenção de clientes e diferenciação do serviço prestado.

Segundo Eckert *et al.* (2013), um problema de destaque apontado pelos escritórios é a concorrência, fator esse que deveria ser encarado como normal considerando um mercado competitivo como o da contabilidade e que vem crescendo a cada ano, segundo o CFC (2013), porém o tipo de concorrência apontada pelos contadores é a concorrência desleal, em que outros escritórios oferecem preços a baixo da média com a finalidade de captar novos clientes. Segundo o trabalho dos autores, os clientes que procuram esse tipo de escritório estão em busca de preço e não qualidade.

Abrindo então a oportunidade para escritórios que tenham uma visão diferenciada do mercado e buscam oferecer serviços personalizados independente do porte do cliente, porém visando o potencial individual, buscando através de engajamento personalizado isolar os melhores clientes da concorrência (ECKERT *et al.*, 2013).

3 METODOLOGIA

A presente sessão destina-se a descrever os procedimentos utilizados nas etapas de coleta, processamento e avaliação dos dados utilizados com o fim de alcançar o objetivo proposto, conforme afirma Richardson (1999), o método científico concentra-se na escolha de procedimentos para a explicação e descrição sistemática do problema delimitado.

O uso dos instrumentos adotados se deu não apenas por escolha aleatória, mas conforme a exigência da própria pesquisa, o que vai de encontro ao entendimento de Viegas (1999), que afirma que o tipo de pesquisa não é determinado pelo pesquisador, já que é a forma como o processo se dá é que determina.

3.1 Tipo de Pesquisa

Assim com o intuito de alcançar o resultado esperado a seguinte pesquisa classifica-se, quanto ao objetivo, como descritiva, já que busca evidenciar os principais fatores que direcionam o comportamento de um determinado grupo, no caso da presente pesquisa o grupo delimita-se aos escritórios de contabilidade.

Gil (2008) contribui para o entendimento e classificação ao afirmar que é característica da pesquisa descritiva o levantamento de ações e atitudes de uma determinada população e a descrição de fenômenos e interligações entre diferentes variáveis.

3.2 Método

O alcance do objetivo proposto se dá através do uso de método de verificação que propõe maior segurança e objetividade ao estudo, de maneira que nem sempre se utiliza apenas um método em uma pesquisa, podendo-se verificar a utilização de mais de um método e a fusão de características desses para se alcançar o proposto (GIL, 2008).

Na pesquisa em questão utilizou-se o método observacional como forma de verificação das características e fatores próprios da população investigada e alguns itens característicos do método comparativo concentrados na avaliação pautada nas características comuns dos grupos representados nas amostras.

Quanto ao método utilizado em uma pesquisa Richardson (1999, p.70) afirma que cada problema trás características específicas e cada abordagem exige uma técnica

diferente, assim a presente pesquisa classifica-se como quantitativa por possuir como característica o emprego de quantificação tanto na coleta de informações como no processamento utilizado para interpretar tais informações buscando garantir “a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação”.

3.3 Instrumento de pesquisa

O instrumento utilizado na coleta de dados para verificação da hipótese levantada foi o questionário. Segundo Gil (2008) o questionário é uma técnica que consiste em submeter indivíduos a questões de caráter específico com o intuito de identificar seus conhecimentos, valores, visões, interesses, comportamentos e outras áreas desejadas; sendo esse instrumento a tradução do objetivo da pesquisa em itens a serem respondidos.

O questionário⁴, que se encontra no Apêndice I, é composto por questões dispostas com dois objetivos de análise central, o primeiro objetivo buscou por meio de questões fechadas de múltipla escolha entender o perfil do respondente, já o segundo objetivo buscou também por meio de questões fechadas verificar os fatores ligados ao atendimento ao MEI.

Importa destacar que a abordagem e a aplicação dos questionários se deram por meio de dois veículos de comunicação, o primeiro foi via e-mail, onde os questionários foram enviados para os escritórios de contabilidade buscando coleta voluntária, o segundo meio de aplicação foi via telefone, meio pelo qual se logrou maior êxito tendo em vista a pouca disponibilidade dos escritórios em responder os e-mails e atender visitas pessoais.

Os fatores positivos agregados pelo principal meio de coleta às respostas foram a percepção das individualidades e a captação de posicionamentos extraquestionários, que somente foram possíveis devido a pessoalidade e familiaridade com que o tema foi levantado por meio da abordagem via telefone, fato esse que vai de encontro com Richardson (1999), que defende que é necessário que haja adequação dos instrumentos de coleta de dados para cada situação, principalmente na aplicação desses instrumentos, de forma que os mesmos sejam aplicados de maneira viável e eficaz.

⁴ Questionário elaborado por meio da ferramenta Google Forms, disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe0g0o4tD5UZE7pelx5Y-9jTwIAZ4dIWgZJM-C1-klWsVHE4w/viewform?c=0&w=1>

3.4 População e Amostra

Para tanto aplicou-se questionário direcionado aos escritórios de contabilidade, delimitando-se a um universo de 125 escritórios, aplicado nos limites do Distrito Federal buscando a diversificação da amostra, de maneira que foram aplicados questionários em escritórios de 15 regiões administrativas da unidade.

Considerando-se a delimitação populacional estabelecida em 988 escritórios de contabilidade existentes no Distrito Federal, conforme dados do Conselho Federal de Contabilidade (2018), estabeleceu-se o uso de amostra probabilística e do modelo conglomerado, já que os questionários foram aplicados com base em um banco de dados de 263 escritórios de contabilidade, inscritos e divulgados pelo SINDIVAREJISTA-DF, uma das características desse tipo de amostragem é a determinação de um grupo específico dentro da população, de maneira que os indivíduos sejam escolhidos de maneira aleatória desde que pertençam ao grupo delimitado (GIL, 2008). No caso da presente pesquisa esse grupo delimitou-se aos escritórios divulgados pelo Sindicato Dos Varejistas do DF.

A amostra foi segregada em três grupos classificados com base na renda domiciliar e *per capita* de cada região, conforme dados disponibilizados pelo último levantamento realizado pela CODEPLAN (2015) divulgados na Pesquisa por Amostra de Domicílios. Buscando assim melhor entendimento e tratamento dos dados relativos à amostra específica.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente item destina-se a apresentar os dados obtidos por meio do já mencionado questionário, conforme proposto pela metodologia empregada. Para tanto segregou-se os resultados em duas sessões.

A primeira sessão destina-se a apresentar o perfil dos escritórios participantes, já a segunda tem por objetivo verificar como se dá a relação dos escritórios de contabilidade com o Microempreendedor Individual e como os fatores indicados influenciam nessa relação.

4.1 Perfil Dos Respondentes

Na Tabela 1 apresentam-se as principais características dos respondentes, sabendo que o público alvo do questionário foram os escritórios de contabilidade, admitiu-se como principais características o tempo de atuação no mercado, o regime tributário, a região do DF em que se localiza o escritório e se o mesmo atende ou não a MEI's.

Tabela 1 - Perfil dos escritórios

Tempo de atuação			Regime tributário			
	Frequência	Percentual		Frequência	Percentual	
1 a 10 anos	19	15,2%	Lucro Real	2	1,6%	
10 a 20 anos	26	20,8%	Lucro Presumido	20	16,0%	
Mais de 20 anos	80	64,0%	Simples Nacional	103	82,4%	
Região do DF	Frequência	Percentual	Atende MEI	Frequência	Percentual	
Grupo 1	63	50,4%	Sim	84	67,2%	
Grupo 2	49	39,2%	Não	41	32,8%	
Grupo 3	13	10,4%	Total	125	100%	

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

Colaboraram respondendo o questionário um total de 125 escritórios de 15 regiões administrativas – RA's do Distrito Federal, as quais foram segregadas em 3 grupos, quais sejam: Grupo 1 formado por Sudoeste e Plano Piloto; Grupo 2 formado por Águas Claras, Vicente Pires, Guará, Cruzeiro, Taguatinga, Sobradinho e Núcleo Bandeirante; e Grupo 3 formado por Gama, Planaltina, São Sebastião, Ceilândia e Paranoá; tendo por base a renda

domiciliar e *per capita* de cada região administrativa conforme dados divulgados pela CODEPLAN (2015) na Pesquisa por Amostra de Domicílios, sendo essa pesquisa a mais recente sobre o assunto.

Por meio de uma análise primária do quadro é possível notar que a maior parte dos escritórios exerce atividade contábil a mais de 20 anos (64,0%), concentra-se nas regiões de maior renda (50,4%), atende MEI's (67,0%) e, com um percentual expressivo, é composta por optantes pelo Simples Nacional (82,4%). Esse último dado se destaca por possibilitar a verificação de qual parcela da amostra é obrigada a prestar determinados serviços ao MEI de forma gratuita conforme definido no §22B do art. 18 da Lei Complementar 123 (BRASIL, 2006).

Essa breve análise compõe a base das próximas análises, pois é importante entender o perfil dos escritórios para saber interpretar suas colocações quanto ao atendimento dos clientes alvos, característica que vai de encontro ao que Marconi e Lakatos (2003) afirmam ser uma das etapas do método científico, a busca de informações relevantes ao problema. Assim a localização, experiência e regime tributário serão explorados nas análises seguintes.

4.2 Região de atuação do escritório e sua influência no atendimento ao MEI

Conforme supracitado, tomando por base a distribuição das Regiões Administrativas - RA's do DF conforme a renda domiciliar/*per capita*, divulgada na Pesquisa por Amostra de Domicílios elaborada pela CODEPLAN (2015), a presente pesquisa distribuiu a amostra de respondentes em três regiões.

A região 1 (alta renda) é composta pelas RA's que possuem renda domiciliar acima de R\$10.000,00; a região 2 (média renda) é composta pelas RA's que possuem renda domiciliar entre R\$5.000,00 e R\$10.000,00; e, a região 3 (baixa renda) é composta pelas RA's que possuem renda domiciliar entre R\$2.500,00 e R\$5.000,00.

Tabela 2 - Região econômica em que o escritório atua e sua influência no interesse em atender MEI

Grupo econômico	Atende MEI		Interesse em atender mais clientes MEI			
	Sim	Não	Sim	Não	Talvez	Total
REGIÃO 1	27,2%	23,2%	20,0%	16,8%	13,6%	50,4%
REGIÃO 2	29,6%	9,6%	20,8%	6,4%	12,0%	39,2%

REGIÃO 3	10,4%	0,0%	8,0%	0,8%	1,6%	10,4%
Total	67,2%	32,8%	48,8%	24,0%	27,2%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

A tabela 2 permite observar que, por ordem de percentual, na região 3 100,0% dos escritórios respondentes atendem MEI e 76,9% desses têm interesse em atender mais desse tipo de cliente; já na região 2, 75,5% atendem MEI e 53,1% possuem interesse em atender mais; por fim, a região 1 possui um índice de 54,0% de escritórios que atendem MEI e 39,7% de escritórios que possuem interesse em atender mais clientes MEI's.

Tabela 3 - Região econômica e o interesse em atender MEI

Grupo econômico	Interesse em atender	
	Atende MEI	mais clientes MEI
Região 1	54,0%	39,7%
Região 2	75,5%	53,1%
Região 3	100,0%	76,9%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

Assim, os dados dispostos na tabela 3 evidenciam que a renda da região é inversamente proporcional ao interesse em atender MEI, de maneira que quanto maior a renda menor o interesse em atender cliente MEI. É evidente que escritórios de uma região de maior renda tenham a tendência de buscar atender a clientes que possuam maior renda, e atividades que melhor os remunerem, de forma que o MEI por suas próprias características constitutivas (como o limite de receita estabelecido em lei) não atende aos moldes desses grupos de clientes, fato esse que vai de encontro com o que afirmam Lopes *et al.*(2014) ao indicarem que, de forma geral, as atividades em que se encontram a maior concentração de MEI são atividades que possuem baixo valor agregado.

4.3 Relação entre regime tributário e atendimento ao MEI

A tabela 4 apresenta que 67,2% dos escritórios entrevistados atendem MEI e 32,8% não atendem MEI, apresenta também que entre esses 32,8% que não atendem 27,2% é composto por optantes do Simples Nacional, o que representa 33,0% do total de respondentes optantes do Simples.

Tabela 4 - Enquadramento fiscal e atendimento ao MEI

Regime Tributário	Atende MEI		Promove ação assistencial ao MEI			
	Sim	Não	Sim	Não	Pretende promover	Total
Lucro Real	0,8%	0,8%	0,0%	0,8%	0,8%	1,6%
Lucro Presumido	11,2%	4,8%	7,2%	8,0%	0,8%	16,0%
Simples Nacional	55,2%	27,2%	28,8%	48,8%	4,8%	82,4%
Total	67,2%	32,8%	36,0%	57,6%	6,4%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

Ao se comparar as proporções entre os optantes do Simples que não atendem MEI (33,0%) com os optantes das outras modalidades de tributação, inicialmente se tem um equilíbrio, já que dos optantes pelo Lucro Presumido 30,0% não atendem MEI e dos optantes pelo Lucro Real 50,0%. Porém, admitindo que apenas os optantes do Simples Nacional são obrigados por lei a prestar atendimento primário gratuito e que as outras modalidades atendem ao MEI sem obrigatoriedade, essa análise passa a indicar uma questão de importante observação, já que o maior percentual de escritórios que não atendem MEI, proporcional à amostra, é composto por escritórios que, segundo o §22Bº do art. 18 da Lei Complementar 123 (BRASIL,2006) são obrigados a atendê-los.

Ao analisar a segunda parte da tabela 4 é possível observar que em nenhum dos três regimes tributários todos os que atendem MEI promovem algum tipo de ação assistencial, esse fato pode ser compreendido sob a luz da não obrigatoriedade imposta aos optantes dos regimes Lucro Presumido e Lucro Real, porém o dado mais expressivo quanto aos que não promovem e nem pretendem promover ações de assistência ao MEI está exatamente entre os optantes do único regime que possui obrigatoriedades quanto ao atendimento e assistência ao MEI.

A tabela 4 evidencia que a maior parte (59,2%) dos escritórios optantes pelo Simples Nacional não promovem nenhum tipo de ação de assistência ao MEI, mostra ainda que a proporção de escritórios do Lucro Presumido que promovem esse tipo de ação (45,0%) é maior que as dos escritórios do Simples Nacional (35,0%). Fato esse que não deve ser correlacionado à estrutura dos escritórios já que segundo a tabela 5, 84,5% dos escritórios optantes pelo Simples Nacional afirmaram que a estrutura de seus escritórios influencia positivamente no interesse em atender MEI, o que sinaliza que a estrutura ou possíveis

diferenças de estrutura entre escritórios optantes pelo Lucro Presumido e Simples Nacional não afetam de maneira negativa o atendimento ao MEI.

Tabela 5 - Influência da estrutura do escritório no interesse em atender MEI

Regime Tributário	A influência da estrutura do escritório		
	Influencia positivamente	Influencia negativamente	Não influencia
Lucro Real	0,0%	0,0%	100,0%
Lucro Presumido	70,0%	5,0%	25,0%
Simples Nacional	84,5%	2,9%	12,6%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

A tabela 6 contribui no entendimento desse fato ao trazer o interesse dos escritórios em atender MEI.

Tabela 6 - Enquadramento fiscal do escritório e o interesse em atender MEI

Regime Tributário	Interesse em atender mais clientes MEI			
	Sim	Não	Talvez	Total
Lucro Real	0,8%	0,0%	0,8%	1,6%
Lucro Presumido	8,0%	4,0%	4,0%	16,0%
Simples Nacional	40,0%	20,0%	22,4%	82,4%
Total	48,8%	24,0%	27,2%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

A questão que deu base à aos dados da tabela 6 buscou verificar o interesse em atender mais clientes MEI por parte dos escritórios que já atendiam e o interesse em passar a atender esse tipo de cliente por parte dos escritórios que não atendiam. Assim estabelecido, é possível observar que 48,8% da amostra tem interesse em atender mais clientes MEI's, 24,0% não têm interesse e 27,2% talvez tenham interesse.

Dos escritórios optantes do Lucro Real 50,0% têm interesse em atender esse tipo de cliente e os outros 50,0%, talvez se interessem, mas não descartam atender mais clientes MEI; já entre os optantes do Lucro Presumido, 50,0% têm interesse em atender mais clientes MEI, 25,0% não têm interesse e 25,0% talvez se interessem em atender mais

clientes MEI ou passar a atender; entre os escritórios optantes do Simples Nacional 48,5% têm interesse em atender mais clientes MEI, 24,3% não têm interesse e 27,2% talvez tenham interesse em atender mais ou passar a atender.

Observa-se que mesmo os escritórios obrigados a prestar determinados atendimentos ao MEI possuem uma parcela grande de desinteressados ou que talvez possuam interesse nesse tipo de cliente, quando somada a quantidade de não interessados e dos que talvez se interessem observa-se que a parcela de interesse nesse tipo de cliente é proporcionalmente menor dos optantes do Simples e maior entre os optantes do Lucro Presumido, de maneira que 51,5% dos optantes do Simples Nacional não se interessam ou talvez tenham interesse contra menos da metade que se interessa, enquanto entre os optantes do Lucro Presumido (que não são obrigados por lei a prestar determinados atendimentos ao MEI) 50,0% tem interesse e a outra metade não se interessa ou talvez se interesse.

Essas observações vão ao encontro com o entendimento de que os escritórios se utilizam de características que estabelecem o interesse ou não em atender determinado tipo de cliente ou de incluir ou deixar de incluir esse grupo em sua carteira de clientes. Sena e Petri (2011) ressaltam em seu estudo que o conhecimento dos tipos de clientes e a classificação desses são ações importantes para o escritório de contabilidade, de maneira que o mesmo assim agindo tenha a possibilidade de determinar a relevância e definir o impacto de cada cliente em sua atividade.

Sena e Petri (2011) classificaram os clientes em três tipos: chaves, táticos e operacionais, conforme explanado anteriormente, assim, conhecendo as características desses três grupos, o MEI se encaixa no grupo dos clientes operacionais, já que, segundo os autores, é um tipo de cliente de grande rotatividade e que por possuir uma receita menor influencia mais no volume de atividades do que na receita do escritório.

4.4 Tipo de informação fornecida pelos escritórios

Na tabela 7 apresenta-se o tipo de informações fornecidas pelos escritórios de contabilidade, as informações foram segregadas em três grupos, quais sejam: informações obrigatórias, informações solicitadas e informações além das solicitadas.

Tabela 7 - Tipo de informação fornecida ao MEI

Regime	Tipo de Informação fornecida pelos escritórios
---------------	---

Tributário	Abstiveram-se	Apenas informações obrigatórias	Apenas informações solicitadas	Informações obrigatórias e solicitadas	Informações além das solicitadas	Total
Lucro Real	0,0%	0,8%	0,8%	0,0%	0,0%	1,6%
Lucro Presumido	0,0%	4,8%	3,2%	0,8%	7,2%	16,0%
Simples Nacional	3,2%	19,2%	14,4%	18,4%	27,2%	82,4%
Total	3,2%	24,8%	18,4%	19,2%	34,4%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

A tabela 7 apresenta que a maioria dos respondentes (34,4%) tende a prestar informações além do solicitado, e uma parcela menor, porém significativa (18,4%) tende a presta apenas as informações solicitadas, enquanto 24,8% repassam apenas informações obrigatórias.

Observa-se que mesmo com a fragmentação das respostas ao se considerar o perfil dos respondentes evidenciam-se aspectos que não devem ser ignorados, como o fato de que quanto ao atendimento ao MEI os escritórios optantes pelo Lucro Real informam apenas o que é obrigatório e o que é solicitado, enquanto os escritórios optantes pelo Lucro Presumido, que assim como os escritórios do Lucro Real também não possuem obrigatoriedades quanto ao atendimento ao MEI, tendem em 45,0% fornecer ao MEI informações além do que foi solicitado, mesmo que uma parcela de 50,0% desse grupo ou preste apenas informações obrigatórias ou apenas informações solicitadas.

Já no grupo dos optantes pelo Simples Nacional a parcela daqueles que prestam informações além do solicitado é proporcional a 33,0%, enquanto aqueles que prestam ou apenas as informações obrigatórias ou apenas informações solicitadas, quando somados, representam 40,8%. Esse fator chama atenção quando contrastado com a obrigatoriedade imposta a esse grupo, já que os mesmo têm que prestar algumas atividades de forma gratuita aos MEI's que os procuram.

Esses dados trazem à tona a questão sobre até que ponto é relevante para o escritório fornecer informações além das obrigatórias exigidas pela legislação ou solicitadas pelo cliente e até que ponto importa fornecer informação extra de forma espontânea, seja informação gerencial ou meramente informativa. Contribuindo com o entendimento Sousa e Calvo (2016) trazem que a maior parte das micro e pequenas empresas se utilizam das informações contábeis para fins fiscais, e apenas uma pequena parte se utiliza dessas

informações para fins gerenciais. Stroehler e Freitas (2008) também evidenciam que muitos desses microempresários mesmo quando têm acesso a outras fontes de informação concentram-se apenas naquilo que é pertinente às obrigações fiscais, dando pouca atenção às potenciais utilidades dessa informação “extra”.

Stroehler e Freitas (2008) colaboram com o entendimento dos resultados apresentados na tabela ao verificar em seu estudo que a maior parte das informações repassadas pelos contadores aos seus clientes é direcionada a atender demandas trabalhistas, cadastrais, burocráticas e principalmente fiscais. Segundo Ávila e Cabral (2016) essa prática de oferecer apenas informações obrigatórias influencia a falta de interesse do cliente, logo diminui a demanda dos mesmos por informações de cunho gerencial ou outras que não sejam de caráter obrigatório, mas que em muito contribuiriam com o desenvolvimento do cliente.

Eckert *et al.*(2013) trazem que disponibilizar ou não informações além do solicitado ou das demandas fiscais está conectado ao comprometimento e interesse do escritório com o crescimento do cliente, segundo os autores o processo de retenção e manutenção do cliente deve ser contínuo buscando a satisfação das necessidades reais dos clientes, lhes proporcionando resultados e informações além do esperado.

A tabela 8 vai de encontro com as afirmações dos autores supracitados, ao evidenciar a visão dos escritórios de contabilidade quanto a importância do comprometimento com o crescimento do cliente.

Tabela 8 - Importância do comprometimento com o crescimento do MEI

Regime Tributário	O escritório acha importante o comprometimento com o crescimento do cliente			Total
	Sim, independente do tipo de cliente.	Sim, porém depende do tipo de cliente.	Não, prestar os serviços previstos já é suficiente.	
Lucro Real	50,0%	50,0%	0,0%	1,6%
Lucro Presumido	75,0%	25,0%	0,0%	16,0%
Simples Nacional	66,0%	33,0%	1,0%	82,4%
Total/Amostra	67,2%	32,0%	0,8%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

A tabela 8 apresenta que dos respondentes do Lucro Real 100,0% acham importante o comprometimento com o crescimento do cliente, sendo que 50,0% acredita que esse

comprometimento independe do tipo de cliente e os outros 50,0% creem ser importante comprometimento apenas com determinados clientes; os escritórios optantes pelo Lucro Presumido, 100,0% acreditam na importância do comprometimento com o crescimento do cliente, porém 25,0% desses acreditam que esse comprometimento depende do tipo de cliente e os outros 75,0% acreditam que independente do tipo de cliente esse comprometimento é importante; os escritórios optantes pelo Simples Nacional 66,0% acredita na importância do comprometimento independente do tipo de cliente e 33,0% entende que depende do tipo de cliente, enquanto 1,0% não vê importância no comprometimento com o crescimento do cliente e acredita que prestar os serviços previstos já é suficiente.

Observa-se que uma parcela considerável da amostra total (32,0%) acredita que o comprometimento com o crescimento do cliente é importante apenas para determinados tipos de clientes, o que envolve, como citado nas seções anteriores, uma série de características de classificação para determinar a relevância do cliente para o escritório.

Importa entender que atitude de prestar informações além das obrigatórias e solicitadas, acreditando que as mesmas sejam fundamentais para o crescimento do cliente é benéfica não só ao cliente, mas também ao escritório, já que essas ações fazem parte de uma estratégia de diferenciação do serviço e retenção do cliente (ECKERT *et al.*, 2013).

4.5 Fatores que influenciam os escritórios no interesse em atender MEI.

As próximas tabelas e análises foram desenvolvidas a partir de dados extraídos de uma questão, presente no questionário base da presente pesquisa, composta por dez fatores que tinha por finalidade entender qual a influencia desses fatores no interesse dos escritórios de contabilidade em atender MEI, para tanto cada fator foi classificado em três níveis: “influencia positivamente”, “influencia negativamente” e “não influencia”. Foram selecionados oito desses fatores para se estabelecer as seguintes análises.

Tabela 9 - Influência de fatores no interesse em atender MEI

Fator	Influencia positivamente	Influencia negativamente	Não influencia	Total
Estrutura do escritório	80,8%	3,2%	16,0%	100,0%

Potencial de crescimento do cliente	76,0%	16,0%	8,0%	100,0%
Acatamento das sugestões fornecidas pelo escritório ao MEI	68,8%	21,6%	9,6%	100,0%
Tempo despendido no atendimento	52,0%	28,8%	19,2%	100,0%
Interesse do cliente em receber assistência	48,0%	44,0%	8,0%	100,0%
Incentivos fiscais	41,6%	20,0%	38,4%	100,0%
Custo de prestação do serviço para o escritório	40,0%	26,4%	33,6%	100,0%
Acesso à informação por parte do MEI	22,4%	66,4%	11,2%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

Observa-se na tabela 9 que os quatro primeiros fatores foram classificados com influencia positiva pela maioria dos escritórios, o que indica que esses fatores influenciam de maneira positiva no interesse dos escritórios em atender MEI.

80,0% dos escritórios afirmaram que a estrutura de seus escritórios é um fator positivo no atendimento ao MEI, o que vai de encontro com o que Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) classificaram como acessibilidade, para os autores esse é um dos dez critérios determinantes de qualidade, dentro desse item se encontram fatores ligados à estrutura física e operacional do escritório que impactem de maneira direta a relação entre escritório e cliente.

O segundo fator que apresentou maior grau de influencia positiva no interesse dos escritórios em atender MEI, foi o potencial de crescimento desse tipo de cliente, revelando

que 76,0% dos escritórios entendem que há em potencial de crescimento e são influenciados a atender MEI de acordo com essa possibilidade. Em contrapartida 16,0% acha que esse potencial influencia de maneira negativa, mostrando que uma parcela desses escritórios não enxerga possibilidades de crescimento desse tipo de cliente, enquanto para 8% esse aspecto não influencia no atendimento.

Novamente a classificação e o entendimento de cada cliente, com seu potencial de crescimento e sua função na carteira do escritório, conforme Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) apontam, se evidencia, confirmando o entendimento dos autores e afirmando sua influência na formação de interesse dos escritórios de contabilidade no atendimento do ME.

Tabela 10 - Enquadramento fiscal e influência do potencial de crescimento do MEI

Regime Tributário	A influência do potencial de crescimento do cliente			Total
	Influencia positivamente	Influencia negativamente	Não influencia	
Lucro Real	50,0%	50,0%	0,0%	1,6%
Lucro Presumido	70,0%	20,0%	10,0%	16,0%
Simple Nacional	77,7%	14,6%	8,0%	82,4%
Total	76,0%	16,0%	8,0%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

A tabela 10 evidencia que entre os optantes do Lucro Presumido e do Simple Nacional a distribuição dos posicionamentos, relativos à influência do potencial de crescimento no interesse em atender ou deixar de atender MEI, se deu de maneira uniforme, de maneira que a maior parcela dos escritórios optantes pelos dois regimes entende que o potencial de crescimento do MEI é um fator que impacta de maneira positiva a decisão de atender esse cliente.

O terceiro fator que mais influencia os escritórios de maneira positiva é o acatamento das sugestões fornecidas pelos mesmos aos MEI's, o que vai de encontro com o que Stroehrer e Freitas (2008) trazem em seu trabalho ao indicarem que a utilização e valorização das informações prestadas pelos contadores para os clientes tem impacto direto

no nível, quantidade de informação e interesse em passar determinadas informações a seus clientes, para os autores o fato de contadores disponibilizarem apenas informações de caráter fiscal está ligado a falta de interesse dos clientes em outras informações, como informações de caráter gerencial e financeiro.

Observa-se que o fator "tempo despendido no atendimento" foi classificado como positivo por 52,0% da amostra, o que indica que por se tratar de uma forma jurídica mais simples e possuir implicações legais e fiscais mais simples, simplificadas pelo próprio dispositivo de criação (Lei Complementar 123/2006), o MEI demanda um tempo relativamente baixo quando comparado a outros tipos de clientes o que pode ser a causa do entendimento como fator positivo.

Quanto aos fatores que foram classificados como tendo influencia negativa no interesse em atender MEI, destacou-se o fator "Acesso à informação por parte do MEI", 66,4% dos escritórios concordaram que esse fator influencia de maneira negativa o interesse em atender MEI, fato que pode ser explicado pelo entendimento de Lopes *et al.*(2014) que em sua pesquisa constatou que o baixo nível de instrução da maioria dos MEI's. influenciava a maneira como esses dirigem suas atividades, e a maneira como reagem às informações contábeis.

O fator que teve seu percentual de relevância mais dividido entre positivo e negativo foi "interesse do MEI em receber assistência contábil", 48,0% indicou que esse fator influencia de maneira positiva no interesse em atender esse tipo de cliente, 44,0% indicou que esse fator influencia de maneira negativa e 8,0% indicou tal fator que não faz diferença na decisão de atender ou não.

Buscando melhor entendimento do que levou à ocorrência da peculiaridade do item, segregou-se o fator "interesse do MEI em receber assistência contábil" e cruzou-se os dados com o regime tributário dos respondentes, de forma que foram obtidos os seguintes dados, apresentados na tabela 11.

Tabela 11 - Influência do interesse do MEI em receber assistência

Regime Tributário	A influência do interesse do MEI em receber assistência			Total
	Influencia positivamente	Influencia negativamente	Não influencia	
Lucro Real	0,0%	100,0%	0,0%	1,6%
Lucro Presumido	35,0%	55,0%	10,0%	16,0%

Simples Nacional	51,0%	40,8%	8,0%	82,4%
Total	48,0%	44,0%	8,0%	100,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa com utilização do software SPSS.

A tabela 11 permite entender a divisão de opiniões ao indicar que a maior parte dos escritórios optantes pelo Simples Nacional (51,0%) admite que o interesse do MEI em receber assistência influencia de forma positiva na decisão de atender essa modalidade de cliente, mesmo observando que uma parcela significativa de 40,0% acredita ser um fator de influência negativa, enquanto a maioria dos optantes pelo Lucro Resumido (55,0%) concordou que esse é um fator negativo, de maneira que 35,0% têm o fator como positivo.

Essa variação exige uma série de outros dados para ser melhor entendida e explicada, mas, se utilizando dos argumentos de Eckert *et al.* (2013) de que é necessário um atendimento específico para cada tipo de cliente, juntamente com o entendimento de Miranda, Libonati e Saturnino (2008) sobre a percepção do MEI quanto a complexidade das informações contábeis que lhe são repassadas pelos contadores e o impacto desse entendimento na relação entre escritório e cliente, é possível entender um provável tratamento diferente, em relação ao MEI, entre escritórios adeptos do Lucro Presumido e escritórios adeptos do Simples Nacional.

As análises permitiram observar que existem fatores que geram diferenças na forma como as relações entre escritório de contabilidade e MEI se dão, esses fatores estão ligados à região em que o escritório localiza-se, ao tempo de atuação, a alguns outros fatores, mas de maneira notória ao regime tributário, já que o mesmo implica uma série de especificidades que impactam de maneira direta a relação entre escritório e MEI, conforme evidenciado nos dados e análises obtidos por meio da presente pesquisa.

5 CONCLUSÃO

Com o intuito de identificar os principais fatores responsáveis por exercer influência na decisão e no interesse dos escritórios de contabilidade em atender ou não atender clientes optantes pela modalidade Microempreendedor Individual, a presente pesquisa verificou que além de fatores relativos à relação entre escritório e cliente outros fatores relacionados ao perfil do escritório também exercem influência no interesse dos mesmos em prestar atendimento ou não ao MEI.

Dentre os fatores vinculados ao perfil, o regime tributário e a região econômica em que o escritório se localiza demonstraram ter influência determinante nas relações entre escritório e MEI. Observou-se que a renda da região em que o escritório atua é inversamente proporcional ao interesse em atender MEI, de maneira que quanto maior a renda domiciliar e *per capita* da região menor o interesse em atender esse tipo de cliente, resultado que vai de encontro com o observado por autores que indicam haver ligações entre a simplicidade da modalidade jurídica conferida ao MEI, suas limitações referentes à receita e as características comuns às atividades de maior incidência de aderência ao programa.

Do cruzamento do regime tributário com outras variáveis observou-se que mesmo sendo obrigados por dispositivo legal a atenderem de maneira mais assídua, considerando-se as atividades previstas de serem oferecidas gratuitamente, os escritórios de contabilidade optantes pelo Simples Nacional demonstram um interesse menor em atender mais clientes MEI quando comparados aos optantes pelo Lucro Presumido. Em consonância com esse resultado a pesquisa evidenciou que a proporção de escritórios optantes pelo Simples Nacional que promovem alguma ação voltada para o MEI é menor que a dos escritórios optantes pelo Lucro Presumido, mesmo esses sendo desobrigados à prestação de atividades gratuitas.

Após observar a influência do perfil dos escritórios na relação com o MEI, buscou-se entender, os fatores que influenciam positivamente, negativamente ou que têm influência neutra no interesse dos escritórios em atender MEI, análise que embasa o objetivo da pesquisa.

Dentre os dez fatores aos quais os respondentes foram expostos, oito foram selecionados e analisados na pesquisa, essa análise permitiu observar que quatro fatores foram classificados como fator de influência positiva por mais de 50,0% dos escritórios, atendendo a demanda prima do presente trabalho.

Assim os principais fatores a exercer influência positiva no interesse dos escritórios de contabilidade em atender MEI foram: a estrutura do escritório, o potencial de crescimento do MEI, o acatamento das sugestões fornecidas pelo escritório ao MEI e o tempo despendido no atendimento.

Como contribuição relevante para o entendimento da relação entre escritório de contabilidade e MEI a pesquisa apontou que o primeiro fator mais classificado com influência negativa está ligado ao auto juízo do respondente quanto à estrutura do próprio escritório, mas o segundo fator positivo de maior destaque foi o potencial de crescimento do cliente, o que aponta para um entendimento por parte dos escritórios da existência de capacidade expansiva em parte desses empreendedores e um interesse nesse crescimento.

Quanto à influência negativa no interesse em atender MEI, o principal fator apontado pelos escritórios foi o acesso à informação por parte desses clientes, o que indica que a falta de acesso à informação por parte do MEI é um fator que diminui o interesse dos escritórios de contabilidade em prestar auxílio. Esse cenário evidencia a necessidade de se voltar maior atenção ao MEI por parte dos entes competentes, já que, conforme apontam os resultados, a desinformação pode afetar o acesso ao auxílio contábil e conseqüentemente a ferramentas que poderiam potencializar o crescimento dessas atividades.

Enfatiza-se a importância de se entender o MEI como um atual “pequeno cliente” com potencial de futuro “grande cliente”. Como observado em outras pesquisas a informação contábil tem capacidade de impulsionar o crescimento de uma atividade econômica, esse entendimento se somado ao que aponta o presente trabalho sobre o interesse dos escritórios no potencial de crescimento do MEI, pode trazer, aos que assim se dispuserem a agir, bons resultados e novos nichos de atuação.

Recomenda-se que em estudos futuros, busquem-se amostras de outras regiões com o intuito de entender a visão do profissional contábil quanto aos fatores mencionados e sua influência na relação com o MEI. Tendo em vista a crescente participação dessa modalidade na economia e seu potencial de crescimento, já apontado em recentes pesquisas, sugerem-se pesquisas que investiguem formas de adoção dos microempreendedores como um novo público alvo da contabilidade.

REFERÊNCIAS

AMARAL, J. A. G.; BARROS, A. M. A. Políticas ambientais nas empresas brasileiras: análise de conteúdo. **REM - Revista Escola de Minas**, Ouro Preto, MG, v. 55, n. 3, p. 223-7, set. 2002.

ÁVILA, J. R. M. S. ; CABRAL , L. A. C. A. Estudo das relações entre sistemas integrados de informação e a prestação de serviços de escritórios de contabilidade em uma cidade do estado de Minas Gerais. **Revista Ambiente Contábil**. Rio Grande do Norte, v. 8, n. 1, p. 226-242, 3 jan. 2016.

BITTENCOURT, M.; PALMEIRA, E. M. Gestão Financeira. **Revista Acadêmica de Economia**, UFP, n. 165, 2012.

BRASIL, **Decreto-Lei n.º 9.295**, 1946. Cria o Conselho de Contabilidade e estabelece atribuições do Contador. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del9295.htm>. Acesso em: 22 jun. 2018.

_____. **Decreto-Lei n.º 2848**, 1940. Estabelece o Código Penal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del2848.htm>. Acesso e: 22 de jun 2018.

_____. Lei complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 15 dez. 2006.

_____. Lei complementar n. 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 22 dez. 2008.

BRIZOLA, J. Teoria do agenciamento na contabilidade: a contabilidade e o processo de comunicação. **Revista ConTexto**, Porto Alegre, v. 4, n. 7, 2004.

CODEPLAN. **Pesquisa Distrital Por Amostra de Domicílios do Distrito Federal 2015**. Dez. 2016. Disponível em: <<http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/PDAD-Distrito-Federal-1.pdf>>. Acesso em: 12 out 2018.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Perfil do profissional da contabilidade. **CFC**, Brasília, 2013. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/cempre/quadros/distrito-federal/2015>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Empresas e profissionais ativos nos Conselhos Regionais de Contabilidade. **CFC**, Brasília, 2018. Disponível em: < http://portalcfc.org.br/wordpress/wpcontent/uploads/2013/12/livro_perfil_2013_web2.pdf> . Acesso em: 08 jan. 2018

CPC, COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Técnico CPC 00**. Brasília: CPC, 2011.

ECKERT, A. ; MILAN, G. S. ; MECCA, M. S. ; NUNES, G. P. Fatores determinantes para a retenção de clientes em escritórios de contabilidade: um estudo multicaso realizado

em uma cidade da Serra Gaúcha. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 6, n. 3, p.50-76, 20 dez. 2013.

FARIA, J. A.; AZEVEDO, T. C.; OLIVEIRA, M. S. A utilização da contabilidade como ferramenta de apoio à gestão nas micro e pequenas empresas do ramo de comércio de material de construção de Feira de Santana/BA. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 6, n. 2, p. 89-106, 2012.

FEIJO, C. A; D. B. N. SILVA; A. C. SOUZA. Desvendando a heterogeneidade do setor informal brasileiro: uma contribuição à discussão de políticas públicas de combate a informalidade. **Revista de Economia Contemporânea**. Rio de Janeiro, vol. 13, n. 2, p. 329-354 , 2011.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 11. ed. Rio de Janeiro

Gil, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª ed. São Paulo Atlas, 1999

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Economia Informal**, Brasília, 2003. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/cempre/quadros/distrito-federal/2015>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

JOHANN, E. R.; DUCLÓS, L. C. ; CITADIN, M. W. O valor do cliente e seu impacto nos aportes financeiros: Um estudo de caso. **Revista de Contabilidade e Controladoria**, Curitiba v. 6, n. 1, p.59-72, jan/abr 2014.

JULIÃO, F.; LEONE, R. J. G.; NETO, A. R. V. Fatores Determinantes da Satisfação de Usuários do Programa Microempreendedor Individual. **TPA-Teoria e Prática em Administração**, v. 4, n. 1, p. 156- 179, 2014.

KUMMER, A. A.; BROMBERGER, Dalton; DONDONI, P. C. A Utilização das Ferramentas de Gestão Financeira das Empresas: o caso das micro e pequenas empresas da cidade de São João no Sudoeste do Paraná. **Revista CAP**. ano 5, v. 5, n. 5, p.26-32, 2011.

LEAL, P. H.; SANTOS, B. F. O Perfil do Profissional Contábil a Partir da Visão de Professores e Alunos de uma Instituição de Ensino Superior. In: Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, 6º, 2015, Santa Catarina. **Anais**. Santa Catarina: Ufsc, 2015. p. 1 - 16.

LIMA, A. N.; IMONIANA, J. O. Um estudo sobre a importância do uso das ferramentas de controle gerencial nas micro, pequenas e médias empresas industriais no município de São Caetano do Sul. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Lindo Paulista, v. 2, n. 3, p. 28-48, 2008.

LOPES, L. C.; SIQUEIRA, K. P. S.; VIEIRA, E. M.M.; FREITAS, M. A. L. Adoção de controles financeiros e não financeiros por Microempresendedores Individuais, **Revista Gestão e Sociedade**, V.8, N.21,749-766 set/dez. 2014

LYRA, Ricardo Luiz Wust Corrêa de. Uma contribuição à mensuração do resultado econômico da decisão de investimentos em qualidade em empresas de serviços contábeis: uma abordagem da gestão econômica. **Dissertação de Mestrado** (Controladoria e Contabilidade). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA), São Paulo, 2003.

MADRUGA, S. R.; COLOSSI, N.; BIAZUS, C. A. Funções e Competências Gerenciais do Contador. **Revista de Administração da UFSM**, v. 9, n. 2, p. 182-191, 2016.

MIRANDA, L. C.; LIBONATI, J. J.; FREIRE, D. R.; SATURNINO, O. Demanda por serviços contábeis pelos mercadinhos: são os contadores necessários?. **Contabilidade Vista & Revista**, v. 19, n. 1, p. 131-151, 2008.

NIYAMA, J. K.; SILVA, C. A. T. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2013.

OIT, ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Decent work and the informal economy**. International Labour Conference, 90th Session, Geneva, 2002. Disponível em: <<https://www.ilo.org/public/english/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/rep-vi.pdf>>. Acesso em: 02 de Agosto de 2018.

PARASURAMAN, A. ; ZHEITMAL , V. A. ; BERRY, L. L. **A conceptual model of service quality and its implications for future research**. American Marketing Association. The Journal of Marketing, v. 49, n. 4, p. 41-50. 1985.

PELEIAS, I. R.; HERNANDES, D. C. R.; GARCIA, M. N.; SILVA, D. Marketing contábil: pesquisa com escritórios de contabilidade no estado de São Paulo. **UnB Contábil**, v. 10, n. 1, p. 71- 107, jan.\jun. 2007.

PONTE, V. M. R.; OLIVEIRA, M. C. A prática da evidenciação de informações avançadas e não obrigatórias nas demonstrações contábeis das empresas brasileiras. **Revista Contabilidade & Finanças - USP**, v. 15, n. 36, p. 7-20, 2004.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Microempreendedor individual: estatísticas do MEI**. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei>>. Acesso em: 29 de outubro de 2018.

PORTUGAL, N. S.; SILVA, S.S.; JÚNIOR, P. S. P. ; ALVES, F. A. Microempreendedores Individuais: Um Estudo sobre suas Ações e Percepções Frente às Exigências do Desenvolvimento Sustentável. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 6, n. 1, p.107-122, 1 abr. 2017.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SALGADO, J. Corpo miserável, espírito empreendedor: empreendedorismo, pobreza edesemprego no Brasil. **Em Pauta**, Rio de Janeiro, n.30, v.10, 2º Semestre de 2012.

SARAIVA, A. F. ; SILVA, C. S. ; CONCEIÇÃO, I. C. ; LOPES, W. S. Uma análise bibliométrica da produção científicasobre contabilidade. **Revista Univap**, UNIVAP, Vale do Paraíba. v. 22, n. 40, p.105-127, 7 nov. 2016.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual**. Abril 2017. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/05/Pesquisa-Perfil-do-MEI-2017.pdf>>. Acesso em: 05 Jun.2018.

SENA, T. S.; PETRI, S. M. A relevância do cliente para um escritório de contabilidade: uma abordagem à compreensão do capital intelectual. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, 10(28), p. 41-57.2010.

SINDIVAREJISTA. **Localize um escritório de contabilidade**. 2018. Disponível em: <<http://www.sindivarejista.com.br/localize-uma-contabilidades?page=12>> . Acesso em: 15 mai.2018.

SOUSA, M. A. B.; CALVO, A. J. M. Utilização e qualidade da informação contábil na recepção dos gestores de empresas de pequeno porte de Três Lagoas. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde, Três Corações**, v. 14, n. 2, p.73-82, ago/dez. 2016.

SPINA, D. T.; GIRALDI, J. M. E.; OLIVEIRA, M. M. B. A influência das dimensões da qualidade de serviços na satisfação do cliente: um estudo em uma empresa do setor de controle de pragas. **Revista de Gestão**, v. 20, n. 1, p. 93-112, 2013.

Stacke, J. A. & Feil, A. A. (2017). Análise da utilização das ferramentas contábeis gerenciais em micro e pequenas empresas. **Revista Gestão e Desenvolvimento**. Novo Hamburgo, v. 14, n. 1, jan./jun.

STROEHER, A. M.; FREITAS, H. O uso das informações contábeis na tomada de decisão em pequenas empresas. **Revista de Administração Eletrônica**. São Paulo, v.1, n.1, art.7, jan./jun. p. 1-25, 2008.

TIBÚRCIO, César Augusto. **Contabilidade Geral**. 2. Ed. Florianópolis: Atlas, 2012.

VICHROSKI, T. S. F.; PFITSCHER, E. D.; GALLON, A. V.; RICHARTZ, F. O valor real do cliente no processo de CRM ea contabilidade: Um estudo de caso em empresa do setor de varejo supermercadista. **REGE- Revista de Gestão**, São Paulo, v. 17, n. 4, p. 471-488, out./dez. 2010.

WILBERT, M. D.; ALCÂNTARA, L. T.; SERRANO, A. L. M.. Impactos do Simples na Sociedade: Uma Análise da Arrecadação e dos Empregos Gerados pelas Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e pelos Microempreendedores Individuais. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 14, n. 42, p.55-69, 28 ago. 2015.

APÊNDICE – INSTRUMENTO DE PESQUISA

QUESTIONÁRIO

13/11/2018

Fatores que influenciam o atendimento ao MEI na percepção dos escritórios de contabilidade

Fatores que influenciam o atendimento ao MEI na percepção dos escritórios de contabilidade

O presente questionário foi desenvolvido com o propósito de amparar a elaboração de trabalho de conclusão de curso em Ciências Contábeis junto à Universidade de Brasília.

O conteúdo final coletado por meio das respostas obtidas neste questionário será apresentado de maneira compilada, sem que haja identificação dos entrevistados e das entidades a eles vinculadas.

*Obrigatório

1. Qual a cidade de atuação do escritório no DF?
(Ex.: Asa Norte, Taguatinga...)*

2. Há quanto tempo a empresa atua? *

Marcar apenas uma oval.

- Entre 1 e 10 anos
 Entre 10 e 20 anos
 Mais de 20 anos

3. Qual o regime tributário do escritório? *

Marcar apenas uma oval.

- Lucro Real
 Lucro Presumido
 Simples Nacional

4. O escritório possui clientes optantes pelo MEI? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

5. Quantos?

Marcar apenas uma oval.

- 1-5
 5-10
 10-20
 Mais de 20

6. Possui interesse em atender mais clientes MEI (ou começar a atender)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Talvez

13/11/2018

Fatores que influenciam o atendimento ao MEI na percepção dos escritórios de contabilidade

7. Que tipo de informação o escritório presta ou prestaria (caso ainda não possua clientes MEI's) ao MEI?*Marcar apenas uma oval.*

- Apenas informações obrigatórias
- Apenas informações solicitadas
- Informações obrigatórias e solicitadas
- Informações além do que foi solicitado

8. Qual o tipo de informação o MEI solicita? (Ex: Informação contábil, informação gerencial...)

9. O MEI faz parte do plano de negócio do escritório? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- O escritório não possui um plano de negócios

10. O escritório promove alguma ação de assistência ao MEI? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Pretende promover

11. Você acha importante o comprometimento e engajamento do escritório com o crescimento do cliente? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim, independente do tipo de cliente.
- Sim, porém depende do tipo de cliente.
- Não, prestar os serviços previstos já é suficiente.

13/11/2018

Fatores que influenciam o atendimento ao MEI na percepção dos escritórios de contabilidade

12. Classifique os seguintes itens quanto a influência no atendimento ao MEI, considerando os itens segundo as situações reais praticadas no cotidiano. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Influencia positivamente	Influencia negativamente	Não influencia
Incentivos fiscais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros incentivos oferecidos pelo governo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custo de prestação do serviço para o escritório	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tempo despendido no atendimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrutura do escritório para atendimento ao MEI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso à informação por parte do MEI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potencial de crescimento do cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interesse do MEI em receber assistência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aceitação e acatamento das sugestões fornecidas ao MEI pelo escritório	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ramo de atuação do MEI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

