



Septiembre 2018 - ISSN: 1696-8352

A IMAGEM DO PROFISSIONAL CONTÁBIL

THE IMAGE OF THE ACCOUNTING PROFESSIONAL

LA IMAGEN DEL PROFESIONAL CONTABLE

Carine Fernanda Finkler¹
Roberto Schuster Ajala²
Luciana Scherer³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Carine Fernanda Finkler, Roberto Schuster Ajala y Luciana Scherer (2018): "A imagem do profissional contábil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (septiembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/imagem-profissional-contabil.html>

RESUMO

O tema desenvolvido nesse trabalho trata da imagem do profissional contábil. A sociedade, público em geral e usuários das informações contábeis, possuem a necessidade de conhecer a imagem atual desta profissão e também suas verdadeiras atribuições, para que, dessa maneira, o contador tenha a devida valorização profissional. Pois ele é responsável por mostrar, aos usuários, informações sobre o comportamento dos negócios, para que os mesmos possam tomar suas decisões. A pesquisa busca identificar a percepção que a sociedade, usuários e os egressos do curso de Ciências Contábeis têm do profissional contábil, através de uma pesquisa *survey*, o processo de coleta de dados foi realizado através dos questionários respondidos pela sociedade, usuários e egressos do curso de Ciências Contábeis de uma Universidade Comunitária localizada no interior do estado do Rio Grande do Sul. Os resultados evidenciam que a imagem do profissional contábil e da contabilidade estão voltadas a questão burocrática, obrigatória, da legislação, e para poucos respondentes, é vista como uma ferramenta de controle e um profissional que atua no auxílio das empresas.

Palavras-chave: Imagem; Profissional contábil; Percepção.

¹ Bacharel em Ciências Contábeis. Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI – Campus de Cerro Largo. carinetyfinkler@hotmail.com

² Mestre em Gestão estratégica de Organizações (PPGGEO/URI). Professor e Coordenador do Curso de Administração da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI – Campus de Cerro Largo. roberto@uricl.com.br

³ Mestra em Ciências Sociais. Professora dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI – Campus de Cerro Largo. lucianascherer@yahoo.com.br

ABSTRACT

The theme developed in this paper deals with the reputation of the accounting professional. The society, the general public and users of accounting information, have the need to know the current image of this profession and also its true attributions, so that, in this way, the accountant has the proper professional appreciation. Because it is responsible for showing users information about business behavior so that they can make their decisions. The research seeks to identify the perception that the society, users and graduates of the Accounting Sciences course have of the accounting professional, through a survey survey, the process of data collection was carried out through the questionnaires answered by the society, users and graduates of the course of Accounting Sciences of a Community University located in the interior of the state of Rio Grande do Sul. The results show that the reputation of the accounting professional and of the accounting are directed to the obligatory bureaucratic question of the legislation, and for few respondents it is seen as a control tool and a professional that acts in the aid of companies.

Keywords: Reputation; Accountant professional; Perception.

RESUMEN

El tema desarrollado en este trabajo trata de la imagen del profesional contable. La sociedad, público en general y usuarios de las informaciones contables, poseen la necesidad de conocer la imagen actual de esta profesión y también sus verdaderas atribuciones, para que de esa manera el contador tenga la debida valorización profesional. Por eso es responsable de mostrar, a los usuarios, informaciones sobre el comportamiento de los negocios, para que los mismos puedan tomar sus decisiones. La investigación busca identificar la percepción que la sociedad, usuarios y los egresados del curso de Ciencias Contables tienen del profesional contable, a través de una encuesta survey, el proceso de recolección de datos fue realizado a través de los cuestionarios respondidos por la sociedad, usuarios y egresados del curso de Ciencias Contables de una Universidad Comunitaria ubicada en el interior del estado de Rio Grande do Sul. Los resultados evidencian que la imagen del profesional contable y de la contabilidad está orientada a la cuestión burocrática, obligatoria, de la legislación, y para pocos respondedores, es vista como una herramienta de control y un profesional que actúa en el auxilio de las empresas.

Palabras clave: Imagen; Profesional contable; Percepción.

1 INTRODUÇÃO

É interessante considerar a reflexão realizada por Curty e Tavares (2014) sobre o profissional contábil. Quando somos crianças, sonhamos com os profissionais que queremos ser. Segundo os autores, se fosse realizada uma pergunta a crianças quaisquer, será que uma delas responderia que gostaria de ser contador(a) no futuro? E ainda, se fossem feitas as seguintes perguntas para pessoas quaisquer: quantos contadores você já viu em filmes? Se viu, quantos possuíam boa aparência? Quantos eram ricos? Certamente, a resposta seria que o contador é um homem simples, usando óculos, vestido socialmente e sentado atrás de uma mesa entulhada de papéis (HIROSHI, 1998).

Hiroshi (1998) aponta que, para muitas pessoas, a atribuição do contador é realizar a Declaração do Imposto de Renda. Segundo Curty e Tavares (2014), é a partir das situações cotidianas e também do desconhecimento da ciência contábil que surge essa imagem negativa dos contadores. Como exemplos, temos os escândalos contábeis divulgados pela mídia, maus exemplos de profissionais e pouca visibilidade na sociedade, pois só se lembram do contador no período da declaração do Imposto de Renda (CURTY; TAVARES, 2014).

Mesmo com todas as críticas e imagens negativas da profissão ou da ciência, a contabilidade nunca perderá o seu valor (MORAIS, 2007). Enquanto existir a necessidade de controlar o patrimônio das organizações, “o mundo dos negócios terá que reconhecer a utilidade histórica de uma profissão que acompanhou, em todos os momentos, a evolução da humanidade” (MORAIS, 2007, p. 20).

Oliveira (2007) salienta, que a opinião do contador é importante para compreender se a imagem do profissional é um reflexo ou não dessa opinião. O autor destaca ainda que a avaliação que a sociedade faz também é importante, pois, desta forma, pode se entender se a imagem que os profissionais deixam transparecer é realmente aquela como eles desejam ser vistos. Nesse contexto, busca-se apresentar a imagem do profissional contábil.

Este trabalho é de grande relevância, pois a imagem que a sociedade e os empresários têm do contador é muito antiga e também indica que muitas pessoas não sabem as verdadeiras funções do contador. Oliveira (2007) aponta que a imagem do contador, vista pela sociedade, é de uma pessoa usando óculos e sentada atrás de uma mesa com pilhas de papéis. Muitos pesquisadores, como Oliveira (2007), Cunha (2012), Curty e Tavares (2014), afirmam que a imagem do profissional contábil é negativa, portanto justifica-se esta pesquisa na tentativa de demonstrar se essa afirmativa também é encontrada em nossa região e contribuir para a valorização do profissional.

Este trabalho estrutura-se além desta introdução, também com a seção 2 que apresenta o referencial teórico. Na seção 3 apresenta-se a metodologia empregada na pesquisa. Em seguida tem-se a seção que apresenta os resultados encontrados. Por fim fazem-se as considerações finais seguidas das referências consultadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nessa seção, são apresentadas teorias pertinentes ao trabalho, para formar a base teórica do estudo.

2.1 O Perfil do Profissional Contábil

As pessoas estão sempre observando e sendo observadas no ambiente em que se encontram. Conforme Cunha (2012), o julgamento é realizado a partir da impressão que se passa, sem mesmo ter havido algum diálogo ou outro contato mais próximo. Ou seja, um profissional desatento, com o meio onde está inserido, provavelmente, terá dificuldades profissionais e sociais, segundo o autor.

Os profissionais transmitem para a sociedade seus atributos, através de suas características, maneira de andar, linguagem que utilizam, pasta que carregam, roupas que usam, e aquele que não está de acordo com a situação ou de maneira adequada é alvo de críticas e malícias (CUNHA, 2012). O contador se apresenta a um público, todos os dias. Portanto precisa preocupar-se com a imagem que passa.

Segundo Trevisan (2012), na mídia, algumas profissões têm um certo charme, mas, na prática, são pouco valorizadas; outras são disputadíssimas pelas empresas, mas deixadas de lado pela mídia. É com base nisso que os jovens escolhem suas faculdades e depois tem dificuldades para arranjar um emprego. Marion (1998) e Trevisan (2012) afirmam que, no Brasil, e apenas no Brasil, os contadores não são valorizados socialmente, pois, na Europa e Estados Unidos, se você se apresenta como contador, todas as portas se abrem, e se você perguntar a alguém qual a profissão que quer para seu filho, a contabilidade é uma entre três profissões citadas.

Splitter e Borba (2014) justificam que algumas profissões conseguiram criar uma boa imagem perante a sociedade, ao longo do tempo, fortalecendo sua imagem pública; outras, como a contabilidade, necessitam da criação de uma imagem precisa e respeitável. Para Moraes (2007), o sucesso dessa profissão depende de como a profissão é vista pelo público, e é isso que precisa ser revisto, já que a imagem está abalada por publicidade de fraudes e escândalos, que colaboram para o surgimento de mitos sobre uma representação social sem honestidade e responsabilidade.

Para Dimnik e Felton (2006 apud SPLITTER; BORBA, 2014), a profissão que mais tem se preocupado com sua representação é a do contador, pois, durante anos, está sofrendo com a imagem de uma pessoa chata, pouco atraente, irrelevante, e se esforçando para salvar sua reputação de competente e íntegro. Segundo Oliveira (2007), a profissão contábil não contou com mecanismos que permitissem uma valorização prematura, como ocorreu com a advocacia e a engenharia, que, desde o princípio, possuíam, no Brasil, status de nível superior.

Oliveira (2007) ainda complementa que, para a sociedade brasileira, a profissão contábil ainda não possui glamour, mas, caso identificados os problemas e colocadas em prática as ações necessárias para as melhorias desejadas, isso pode se tornar possível. Desta forma, segundo este autor, os contadores podem reconhecer sua história e se orgulhar das conquistas, pois profissionais que desempenham tarefas de forma responsável, honesta, ética, e que buscam aperfeiçoamento são responsáveis pela glorificação da profissão.

De acordo com Moraes (2007), os acadêmicos não têm consciência do papel social desta profissão, quando se assume a contabilidade de uma empresa, pois a formação dos contadores, em alguns pontos, tem deficiência e não oferece conteúdos programáticos sobre marketing pessoal, imagem e representação social. Portanto, Moraes (2007, p. 41) argumenta que a mudança na educação contábil é fundamental para que o futuro profissional obtenha “formação sólida e que, através dos seus conhecimentos e de sua cultura, adquira o respeito da sociedade e possa firmar sua

imagem, fundamentada em sua competência técnico-profissional, onde possa estar bem situado nas necessidades e exigências do mercado”.

2.1.1 NO PASSADO

Segundo Oliveira (2007), na pré-história brasileira, existem indícios de contabilidade, semelhantes àqueles desenhos e cálculos em paredes de cavernas, como no início da contabilidade no mundo. O autor coloca que isso nos faz imaginar quem era esse profissional, será que era totalmente voltado para essa atividade, reconhecido no meio em que vivia ou, ainda, como encarava a sua profissão.

Em 1500, com o descobrimento do Brasil, verifica-se que os arrendatários do pau-brasil efetuavam o controle dos seus gastos e lucros para pagamento da parte que cabia à Coroa portuguesa (OLIVEIRA, 2007). Informações sobre quem escriturava as transações não existem, mas, para Oliveira (2007), provavelmente, era o próprio arrendatário com influência da Corte.

Em 1534, período das capitanias hereditárias, a colonização representou a necessidade de uma administração de controle de tributos bem estruturada, de forma a preservar os interesses da Coroa portuguesa (OLIVEIRA, 2007). O autor descreve que é nessa época que a imagem do profissional começa a ser manchada, pois alguns estavam ligados à corrupção e à violência na cobrança de tributos e, dessa forma, eram considerados violentos e corruptos. Por conta disso, não eram bem-vistos na sociedade.

Já em 1750, durante o período Pombalino, Oliveira (2007) destaca que a reforma fiscal aumentou a agressão por parte dos fiscais de impostos e, por consequência, agravou a corrupção, gerando uma imagem negativa desses funcionários administrativos. Conforme o mesmo, foi no período Joanino, em 1807, que, finalmente, surgiu o ensino comercial no Brasil, com a intensificação das atividades de comércio.

A insatisfação com os profissionais contábeis acentuou-se na época do Império (1822) e, em contrapartida, surgem as primeiras associações com a finalidade de resguardar os interesses da classe (OLIVEIRA, 2007). Segundo o autor, nessa fase, o profissional era reconhecido por ter ótima caligrafia e ser um eficiente registrador.

A partir da Proclamação da República, em 1889, a profissão do contador começou a se desenvolver acentuadamente (OLIVEIRA, 2007). Na década de 1940, foi criado o primeiro curso superior de Ciências Contábeis e os Conselhos Federal e Regionais de Contabilidade, com o objetivo de fiscalizar, orientar e normatizar a atividade contábil (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2013).

Segundo Oliveira (2007), em 1960, as leis passaram a demandar maiores controles contábeis e fiscais e, com base nisso, a profissão contábil consolida-se como forma de controle. O autor coloca que o profissional contábil tornou-se importante aliado no controle de entidades públicas e privadas e a auditoria passou a ser obrigatória nas empresas de capital aberto. Em 1980, “com o fim do regime militar e a redemocratização do país, o cenário foi o que pode ser identificado como de controles razoáveis” (OLIVEIRA, 2007, p. 110).

Na década de 90, a preocupação básica era com o crescimento econômico. De acordo com Oliveira (2007, p. 101), “o contador, como profissional de controle, era considerado como aquele que impedia a empresa de fazer negócios”. Nesta época, consoante ao autor, a atenção com os controles fica de lado, outros profissionais exercem a profissão, gerando insatisfação e competição. Ou seja, nesse período, o profissional contábil perde parte de sua importância.

Para Oliveira (2007), a necessidade de ações que recuperassem a confiança depositada nos balanços das auditorias das empresas e no profissional contábil resultou dos escândalos empresariais no fim do século XX e o início do século XXI. Segundo ele, a primeira década do século XXI vivencia uma revisão de conceitos, o contador começa a ganhar importância novamente.

2.1.2 NO PRESENTE

Segundo Cunha (2012), no momento atual, as empresas vivenciam desafios e, assim, para superar as expectativas, o profissional contábil deve ser competente, hábil, criativo e estar em busca de informações atualizadas. Mas mesmo com todas essas características, Oliveira (2007) destaca que a imagem dos contadores não é positiva e, por isso, muitos contadores não estão orgulhosos com sua profissão. Morais (2007) já argumenta que a paixão pelo que se faz é o elemento fundamental para criar uma representação social, onde se demonstre uma postura séria e ética.

Oliveira (2007, p. 113), em sua pesquisa, ressalta o sentimento dos contadores, e afirma que os mesmos não se sentem valorizados ou reconhecidos pela sociedade e acreditam que, de modo

geral, a sociedade não conhece nem reconhece seu papel. Por outro lado, não se arrependem da escolha nem se envergonham da profissão, pois mais do que a frustração pelo não-reconhecimento, há a paixão pela ciência contábil, de um lado, e o reconhecimento de que ela proporciona o seu sustento financeiro, por outro.

Segundo Oliveira (2007), os contadores acreditam que a percepção negativa do profissional, pela sociedade, é causada pelos maus exemplos de profissionais divulgados pela mídia, a não utilização de técnicas de marketing, a baixa qualidade do ensino superior e, ainda, a concorrência com os técnicos de nível médio.

De acordo com as pesquisas de Dias (2003 apud RIBEIRO, 2014 p. 18) para a sociedade em geral, o contador é apenas o profissional que “cuida dos livros de escrituração da empresa, com quem se deve gastar muito dinheiro porque é obrigatório, o profissional que entende de impostos, ou melhor, que entende de Imposto de Renda”. Oliveira (2007) acrescenta que o contador também é conhecido como aquele que sabe abrir uma empresa e acostumado a dar jeitinhos, ou seja, sua honestidade é sempre duvidosa.

Para aqueles que não estão envolvidos, diretamente, com profissionais contábeis, segundo Oliveira (2007), a imagem do contador é antiga, sendo conhecido por guarda-livros, que usa óculos e suspensório, envolvido com muitos papéis e muita burocracia e que possui boa caligrafia e habilidade de fazer contas. Com os dados obtidos na pesquisa de Dias (2003 apud RIBEIRO, 2014), é possível perceber a imagem que a sociedade tem de um contador; de um bom e de um ruim contador. Destacam-se, no Quadro 1, as principais características citadas pelos respondentes:

Quadro 1 – Representações sociais da profissão contábil para a sociedade

| Contador | Um bom contador | Um contador ruim |
|--|---|--|
| vilão; guarda-livros; mágico; misterioso; burocrata; fazedor de contas; chato; antiquado; esperto; esforçado; necessário; enrolado; faz-tudo | informado; participativo; interage; educação continuada; visão de negócio; agrega valor; competente; objetivo; confiável; consultor | mecânico; digitador; sem poder de persuasão; visão do passado; mal informado; sem capacidade técnica |

Fonte: Adaptado de Dias (2003 apud RIBEIRO, 2014, p. 18).

De acordo com Cunha (2012), muitas habilidades são importantes nesta profissão, como por exemplo: ser um gestor de informações com capacidade para se expressar de forma clara e sintética, ter o domínio de recursos de informática, além da boa apresentação, pois a identidade visual do profissional diz muito a seu respeito, ainda mais nessa sociedade que valoriza a estética tanto ou mais que a ética. Além dessas habilidades e qualidades, o profissional contábil deverá seguir alguns aspectos para se adequarem aos mercados futuros.

2.1.3 NO FUTURO

Receita exclusiva para ser um bom profissional não existe. O que importa é que você goste do que faz, sinta-se realizado tanto profissionalmente quanto na vida pessoal. É como Moraes (2007) diz: “a paixão pelo que se faz é o elemento fundamental para criar uma representação social, onde se demonstre uma postura séria e ética.” E ainda complementa, dizendo que a valorização de uma profissão se dá pela qualidade e pelo comprometimento de seus membros.

Para alcançar o status de profissional de excelência no mercado, segundo Cunha (2012), é preciso manter-se informado, participar de cursos de atualização, ter jogo de cintura, ser flexível em determinadas situações, saber se expressar e transformar os desafios em oportunidades de crescimento. Ainda para o autor, é fundamental dar ideias para melhorar os processos de trabalho, ter visão de futuro e segurança para orientar as empresas, de forma que elas resistam aos transtornos gerados pelas mudanças da economia. Em suma, ter capacidade de criar, inovar e mudar.

De acordo com Souza et al. (2014), o perfil do contador do futuro é mais amplo. Essa geração tem um compromisso com a ordem social, já que a profissão estará voltada a atividades relacionadas

ao desempenho de uma organização. Segundo Baggio (2013 apud SOUZA et al., 2014, p. 10), com a adoção das regras internacionais, as organizações procuram contadores com perfis mais voltados para o mundo dos negócios. Conforme o mesmo autor, o contador sempre foi considerado um simples profissional que executava cálculos, mas essa percepção vem se transformando e “cabe a este profissional mostrar, à sociedade, a real importância das informações prestadas pela contabilidade, quanto à tomada de decisões”.

Souza et al. (2014) argumenta que, no futuro, o contador deverá exercer a responsabilidade social; o cumprimento das leis e a atualização perante as mudanças geram satisfação para a profissão contábil. No entanto, segundo o mesmo, é indispensável guiar os gestores para agir de acordo com a ética e responsabilidade e, em virtude disso, ajuda-se a valorizar a profissão e resulta-se em uma sociedade com a consciência mais justa. “A responsabilidade social caminha lado a lado com a ética empresarial, pois os gestores que decidem pela empresa devem ter esses princípios e valores bem definidos, para que os mesmos possam ser colocados em prática” (SOUZA et al., 2014, p. 13).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa classifica-se como aplicada, pois, de acordo com Gil (2010), este tipo de pesquisa envolve os estudos que têm como propósito resolver os problemas que estão inseridos na sociedade em que os pesquisadores vivem. Deseja-se estudar a percepção que a sociedade da região das Missões, do Rio Grande do Sul, no Brasil tem do profissional contábil.

Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como descritiva. Para Gil (2010), a pesquisa descritiva possui como objetivo: a descrição das características de uma população ou de uma experiência. Gonsalves (2007, p. 67) enfatiza, ainda, que esta pesquisa “preocupa-se em apresentar suas características”. Neste sentido, a pesquisa teve por objetivo descrever questões relacionadas à percepção que a sociedade e os egressos da Universidade têm do profissional contábil.

Quanto à abordagem da pesquisa, o estudo é qualitativo, já que não há preocupação com estudos estatísticos e projeções matemáticas, e que pode entendida por Aaker, Kumar e Day (2011, p. 206), da seguinte forma: “os dados qualitativos são coletados para se conhecer melhor aspectos que não podem ser observados e medidos diretamente.” Esta etapa foi utilizada para analisar as percepções da imagem do profissional da Contabilidade por parte da sociedade e egressos da Universidade pesquisada.

Para conhecer as percepções sobre a profissão contábil, realizou-se uma pesquisa *survey* (pesquisa de opinião), através da técnica de levantamento, fundamentada na aplicação de um questionário. De acordo com Kotler e Armstrong (2007, p. 91), “a pesquisa de levantamento é o método mais, amplamente, utilizado para a coleta de dados primários, e é a abordagem que melhor se encaixa à coleta de informações descritivas”. Para Gil (2010, p. 35), essas pesquisas caracterizam-se “pela interrogação direta das pessoas, cujo comportamento se almeja conhecer”. E ainda, para Silva (2013), esse método coleta as ideias das pessoas e é realizado através da aplicação de questionários ao público alvo da pesquisa.

Para analisar as percepções que a sociedade, usuários e formados em contabilidade têm da profissão contábil, os instrumentos de coleta de dados foram questionários, criados com base no modelo utilizado, anteriormente, por Ribeiro (2014). Segundo Gil (2010), o questionário é formado por questões respondidas por escrito pelo informante. Esse modelo foi adaptado de acordo com os resultados que a pesquisa pretendia encontrar.

Os questionários foram elaborados, através do *Google Docs*, o qual se caracteriza por ser um pacote de aplicativos do Google, que permite, aos usuários, criar e editar documentos online. Esses questionários foram enviados aos respondentes, por meio de *e-mails* e pelo *Facebook*, no período de Janeiro e Fevereiro de 2017, quando os mesmos foram, primeiramente, convidados a participar da pesquisa. Os instrumentos de coleta de dados estão divididos em duas partes: a primeira está constituída por questões para identificação dos respondentes; e a segunda parte é composta por questões que visam caracterizar como os respondentes percebem a profissão contábil e sua importância para a sociedade.

Quanto à análise e interpretação dos dados, foi a partir dos resultados dos questionários (mesmo que o programa gere os gráficos é necessário interpretá-los), já que serviram de subsídio para o desenvolvimento do plano. A análise dos questionários foi efetuada em duas partes. A primeira sendo a caracterização dos respondentes e a segunda como a análise das opiniões desses respondentes. Por fim, com base nos dados levantados, se constituiu um plano formal de marketing

para o profissional contábil. Este é baseado nos modelos propostos pelos autores citados no referencial teórico, com as adaptações requeridas à situação da pesquisa.

Para alcançar os objetivos propostos neste estudo e responder ao problema de pesquisa que o norteia, realizou-se uma pesquisa com a sociedade em geral, com as organizações (usuários da contabilidade) e com os egressos Universidade pesquisada, atuantes na profissão contábil. Obtendo-se diversos tipos de indivíduos, pode-se selecionar as principais representações sociais e percepções em comum e divergentes, para o profissional contábil.

A amostra de cada público-alvo é dividida da seguinte maneira: a amostra do público-alvo “sociedade” é formada por um total de 50 pessoas; a de “usuários da contabilidade” é composta por um grupo de empresas associadas à Associação Comercial Industrial (ACI) do município de Cerro Largo. E a do público-alvo formados em Ciências Contábeis na Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – Campus Cerro Largo constituída pelos alunos egressos que, atualmente, estão atuando na área contábil.

A pesquisa é por amostragem não probabilística por conveniência. Malhotra (2011, p. 274) define como amostragem não probabilística “a técnica de amostragem que não utiliza seleção aleatória. Ao contrário, confia no julgamento pessoal do pesquisador”. O mesmo autor ainda define a amostra por conveniência como “a técnica de amostragem não probabilística que procura obter uma amostra de elementos convenientes. A seleção das unidades amostrais é deixada a cargo do entrevistador”.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo estão descritos os resultados encontrados pela pesquisa, buscando responder o objetivo proposto pela mesma.

4.1 Sociedade x Contador

Dos 50 questionários coletados, com relação ao gênero pode-se verificar que os respondentes são 56% do sexo feminino e 44% do sexo masculino. No quesito idade, o perfil dos respondentes é jovem, com faixa etária concentrada em até vinte e cinco anos (70%), 8% entre vinte e seis e trinta anos, 8% acima de quarenta e seis anos e o restante (14%), entre trinta e um e quarenta e cinco anos.

Quanto à escolaridade, grande parte dos respondentes já possui ensino superior, sendo ele completo (36%) e incompleto (46%). Este resultado pode ser tendencioso, já que a pesquisa é do tipo não probabilística por conveniência, a qual foi aplicada ao grupo de relacionamento da pesquisadora. Em relação às profissões pode-se observar que são bem distintas, conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Profissões

| | | | |
|---------------------------|------------------------|----------------|-------------------------|
| Administrador (3) | Aux. de Escritório (2) | Estudante (12) | Funcionário Público (2) |
| Agricultor (2) | Desempregado (3) | Vendedor (7) | Marceneiro (1) |
| Aux. De Contabilidade (1) | Eletricista (2) | Faturista (1) | Secretária (1) |
| Aux Administrativo (4) | Estagiário (1) | Freelancer (1) | Téc. em Enfermagem (1) |
| Téc. Agrícola (2) | Babá (1) | Comprador (1) | Empresário (1) |
| Téc. Em Eletrônica (1) | | | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Passada a caracterização dos respondentes, e partindo diretamente aos objetivos desta pesquisa, as questões a seguir pretendiam verificar como a sociedade enxerga o profissional contábil e a contabilidade. A primeira questão tinha a seguinte pergunta “Qual a primeira palavra que vem a sua mente quando pensa no profissional contábil?”, a qual teve 23 palavras, listadas no 3, com o respectivo número de incidências.

Quadro 3 – Palavras relacionadas ao profissional contábil

| | | |
|-----------------------|-------------------------|----------------------|
| Auxiliar empresas (2) | Escritório (4) | Regulamentos (1) |
| Balanço (2) | Essencial (1) | Responsabilidade (2) |
| Contador (3) | Estratégia (1) | Seriedade (1) |
| Contas (10) | Ética (1) | Pessoa Versátil (1) |
| Imposto de Renda (1) | Gestor (2) | Competente (1) |
| Controlar Custos (1) | Matemática (1) | Dinheiro (1) |
| Cálculos (3) | Números (5) | Impostos (2) |
| Finanças (3) | Pessoa de Confiança (1) | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

Para uma melhor visualização dessa percepção da sociedade, e uma possível comparação entre as demais amostras, optou-se por reorganizar essas palavras e transformá-las em um grupo de cinco percepções. Agruparam-se as palavras similares e que praticamente possuíam o mesmo significado, como [auxiliar empresas, finanças, estratégia, gestor]; [balanço, contador, controlar custos, escritório]; [contas, cálculos, matemática, números]; [imposto de renda, impostos] e [essencial, ética, pessoa de confiança, responsabilidade, seriedade, pessoa versátil, competente].

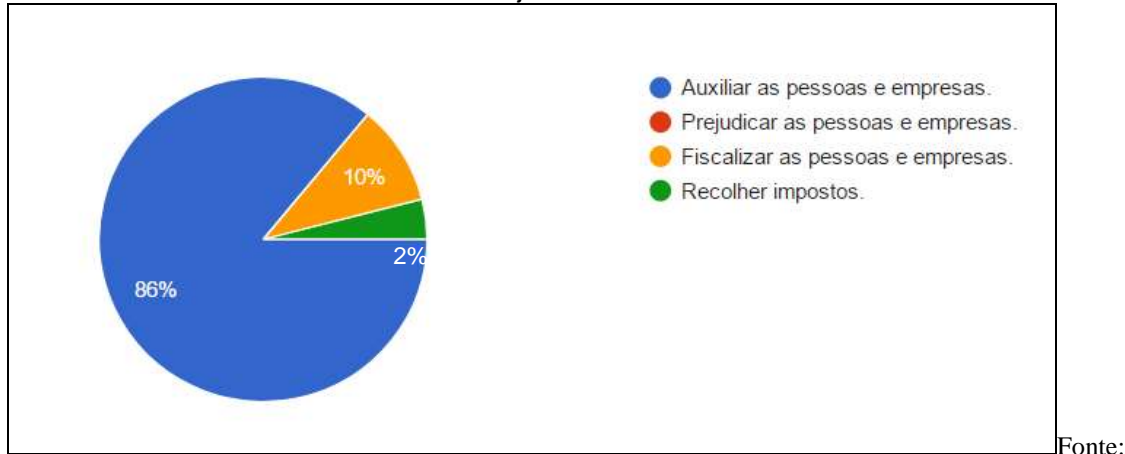
Como resultado desta questão, tem-se que as cinco palavras de maior destaque são: “pessoa de confiança”, “cálculos”, “impostos”, “gestor” e “escritório”, o que pode ser visto na Figura 1.

Figura 1 – Top 5 das representações do Profissional Contábil



auxiliar as pessoas e empresas, para 10% da sociedade é fiscalizar as pessoas e empresas e para 2% recolher impostos, conforme podemos observar no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Objetivo da Contabilidade



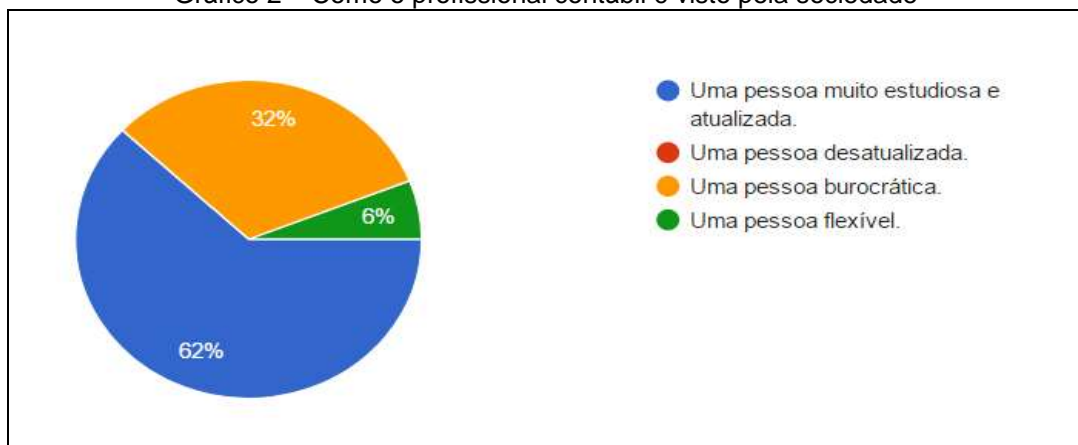
Elaborado pelos autores (2018).

Com isso, conclui-se que a grande maioria das pessoas conhece o real objetivo da Contabilidade. Que segundo Marion (2009, p. 28) é um “instrumento que fornece o máximo de informações para a tomada de decisões, dentro e fora da empresa”. Huppess et al. (2006) aponta que a contabilidade desempenha importante papel como ferramenta gerencial, por meio de informações que permitam planejar, controlar e tomar decisões.

O Gráfico 2 apresenta o resultado sobre a questão “Considerando o profissional contábil, como você o vê?”. Segundo 62% dos respondentes o contador é visto como uma pessoa muito estudiosa e atualizada, para 32% ele é uma pessoa burocrática e para 6% uma pessoa flexível.

Ribeiro (2014) acredita ser dessa forma, pois para as pessoas que não estão vivenciando a contabilidade, trata-se de uma ciência carregada de rigidez/burocracia que necessita de muito estudo e atualizações constantes.

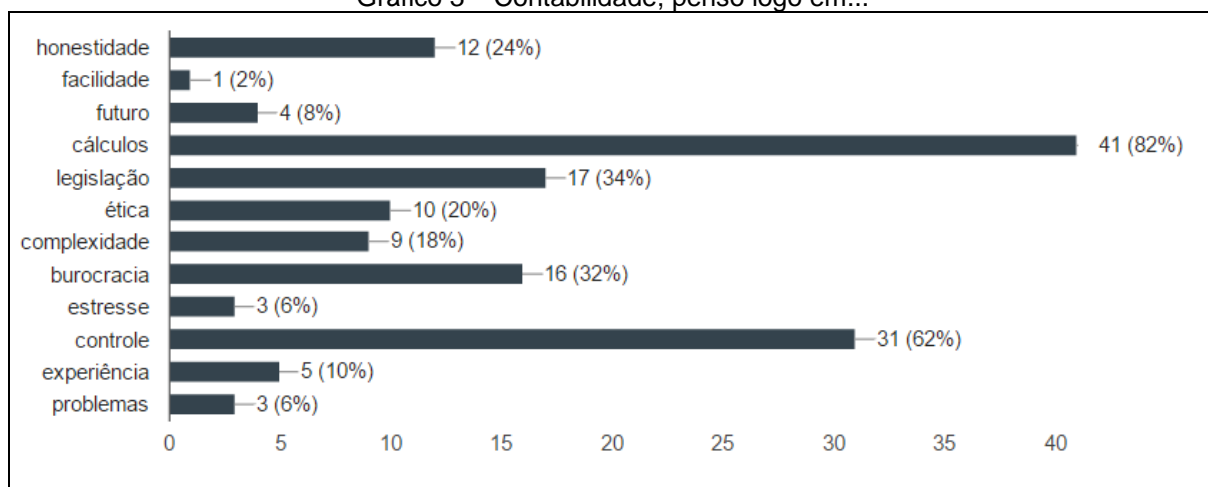
Gráfico 2 – Como o profissional contábil é visto pela sociedade



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

A segunda parte do questionário visa apresentar no que a sociedade pensava acerca da contabilidade, e da profissão do contador. Em cada questão era possível indicar até três palavras que surgissem primeiro na mente do respondente. Conforme o Gráfico 3 é possível citar as mais pensadas pela sociedade em relação à questão “Ao ouvir a palavra CONTABILIDADE em determinado lugar, penso logo em...”.

Gráfico 3 – Contabilidade, penso logo em...



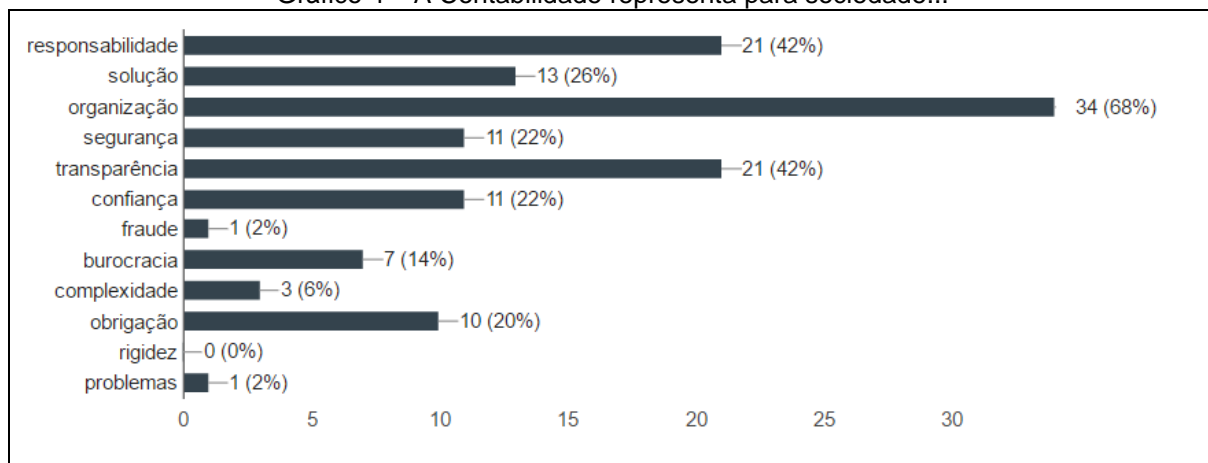
Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Os resultados obtidos são divergentes entre si, o que demonstra a dificuldade de se indicar os pensamentos em um grupo não homogêneo como esse. Alguns dos respondentes estão na universidade, ou desempregados e a maior parte está inserida no mercado de trabalho, mas nem todos estão envolvidos com a contabilidade, ou até mesmo a conhecem. Dessa forma, as vivências de cada um são diferentes e impactam em suas percepções conforme apresentado por Moscovici (1981 apud RIBEIRO, 2014).

Dos respondentes (82%) quando ouvem a palavra Contabilidade logo pensam em cálculos, 62% pensam em controle, 34% em legislação e 32% em burocracia, comparando a pesquisa de Ribeiro (2014) pode-se afirmar que estas são percepções mais positivas. Constatase assim, que a imagem que a sociedade tem da Contabilidade é de dois extremos, de um lado ela sendo interpretada pelos cálculos e ferramenta de controle, e de outro por obrigação e burocrática.

Quando os respondentes foram questionados sobre “A contabilidade para a sociedade representa...”, as respostas obtidas foram bem agrupadas, conforme pode-se observar no Gráfico 4. O item mais apontado, com 68% de frequência, demonstrou que a sociedade enxerga a contabilidade como organizada. O segundo e o terceiro item empataram em 42%, representando que a contabilidade é um instrumento de transparência e que reflete a responsabilidade. E o quarto item, com 26% de frequência, indica que a contabilidade representa solução.

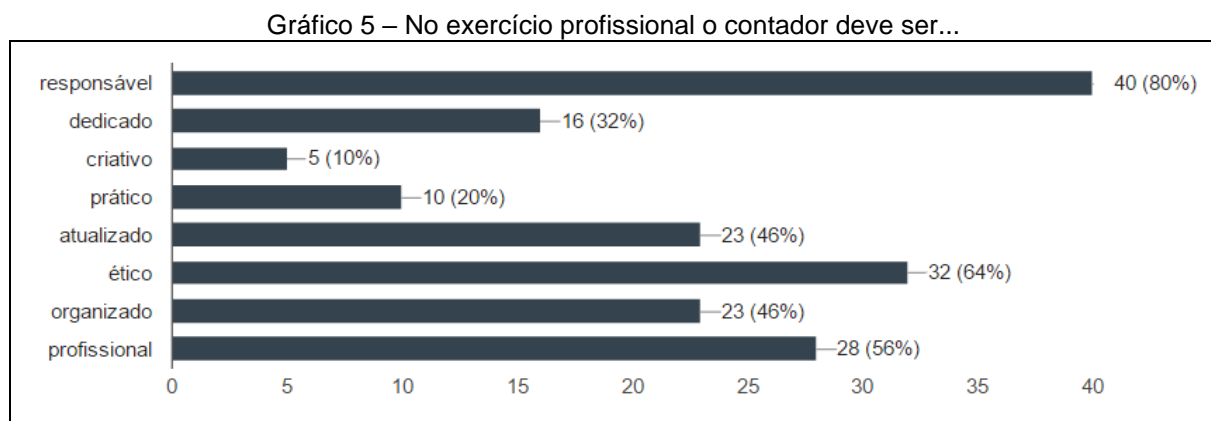
Gráfico 4 – A Contabilidade representa para sociedade...



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Nesse caso, a Contabilidade demonstra opiniões mais positivas, já que 83,46% estão relacionados ao fato da contabilidade ser uma ferramenta de auxílio a sociedade, apresentando soluções de uma forma organizada, transparente e responsável. E apenas 16,54% das opiniões são negativas, destacando uma Contabilidade burocrática, complexa e subordinada ao governo.

O último ponto do questionário relaciona-se há “No exercício profissional o contador deve ser...”, essa questão visava identificar qualidades do contador no exercício de sua profissão, conforme o Gráfico 5.



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

É possível mencionar que o item mais apontado, com 80% de frequência, foi que o contador deve ser responsável no exercício da profissão. A segunda opção com 64% significa que o contador deve ser ético, a terceira com 56% refere-se há um perfil mais profissional do contador e a quarta e quinta opções com 46% atribuem ao contador o dever de ser atualizado e organizado.

Vê-se que a maioria dos respondentes acredita que os profissionais contábeis sejam éticos, responsáveis e ajam de maneira atualizada e acima de tudo organizada.

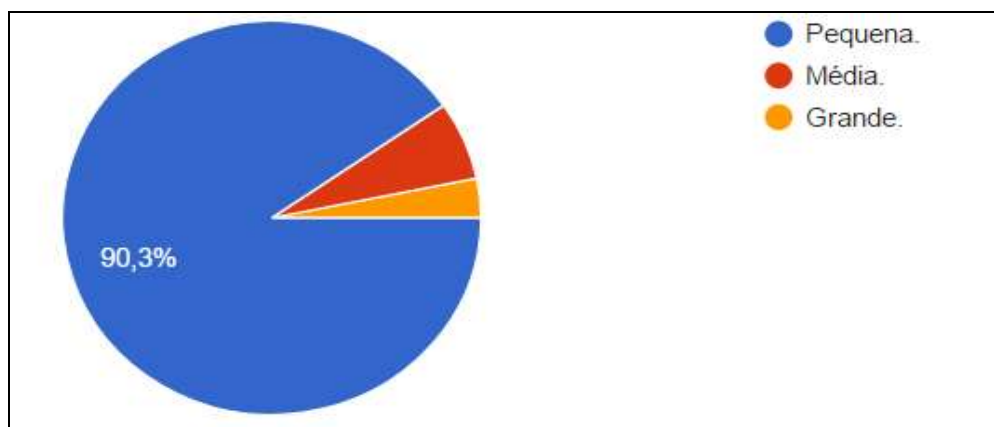
4.2 Usuários x Contador

Dos 32 questionários recebidos, com relação ao gênero pode-se verificar que os respondentes são 53,1% do sexo feminino e 46,9% do sexo masculino. No quesito idade, o perfil dos respondentes é variado, mas também com faixa etária concentrada em até vinte e cinco anos (28,1%), entre vinte e seis e trinta anos (25%), entre trinta e seis e quarenta anos (18,8%) e o restante (28,2%) as demais idades.

Quanto à escolaridade, grande parte dos respondentes já possui ensino superior, sendo ele completo (40,6%) e incompleto (18,8%) e o restante se encaixa nas demais classes, mas é relevante destacar que mais de 50% está cursando ou já possui ensino superior completo.

Em relação ao porte da empresa, é possível ver a relação no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Porte da empresa



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Como já era esperado a grande maioria, ou seja, 90,3% das empresas são de pequeno porte, já que quase todas as empresas do município de Cerro Largo são desse porte. 6,5% se consideram de médio porte e 3,2% de grande porte. Aqui leva-se em consideração que 1 empresa não respondeu a essa questão.

Questionou-se também sobre o setor de atuação das empresas, observa-se que este é bem distinto. O Quadro 4 apresenta os setores de atuação dos usuários da contabilidade, ressalta-se que esta questão contou apenas com 30 respostas.

Quadro 4 – Setor de atuação

| | | |
|------------------------|--------------------|----------------------------|
| Comércio (6) | Varejo (5) | Transportadora (1) |
| Salão de beleza (2) | Restaurante (1) | Prestadora de Serviços (3) |
| Ensino de línguas (1) | Mecânica (2) | Ferragens (1) |
| Odontologia (1) | Loja de Roupas (2) | Comércio Alimentício (1) |
| Contábil (1) | Agropecuária (1) | Doceria (1) |
| Loja de Acessórios (1) | | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

As questões a seguir pretendiam verificar como os usuários da contabilidade, ou seja, empresas que necessitam da Contabilidade enxergam o profissional contábil e esta ciência. A primeira questão tinha a seguinte pergunta “Qual a primeira palavra que vem a sua mente quando pensa no profissional contábil?”, a qual teve 11 palavras, listadas no Quadro 5, com o seu número de incidências.

Quadro 5 – Palavras relacionadas ao profissional contábil

| | | |
|---------------|----------------|---------------|
| Tributos (9) | Cálculos (5) | Controle (4) |
| Confiança (1) | Burocracia (2) | Segurança (1) |
| Números (2) | Legislação (4) | Guias (1) |
| Gestão (2) | Financeiro (1) | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Para uma melhor visualização dessa percepção das empresas, também se reorganizou essas palavras transformando-as em um grupo de 5 percepções, o que pode ser visto na Figura 1. Nesta amostra o grupo de palavras homogêneas é [tributos, guias]; [gestão, financeiro, controle]; [burocracia, legislação]; [cálculos, números] e [segurança, confiança].

Como resultado desta questão, tem-se que as cinco representações do profissional contábil são: “tributos”, “controle”, “legislação”, “cálculos” e “confiança”. Neste caso, destacaram-se aquelas palavras com o maior índice de incidência dentro do grupo.

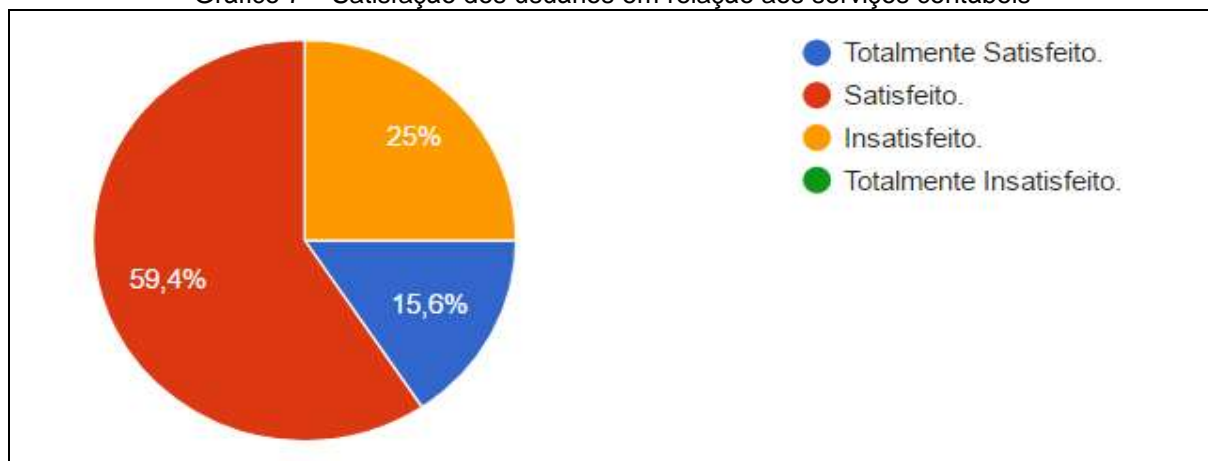
Figura 1 – Top 5 das representações do Profissional Contábil



Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

A segunda questão possuía a pergunta “Como você se sente com o serviço de contabilidade prestado pelo seu contador”. Segundo as empresas, 54,4% estão satisfeitas, 25% estão insatisfeitas e 15,6% estão totalmente satisfeitas, o que pode-se observar no Gráfico 7.

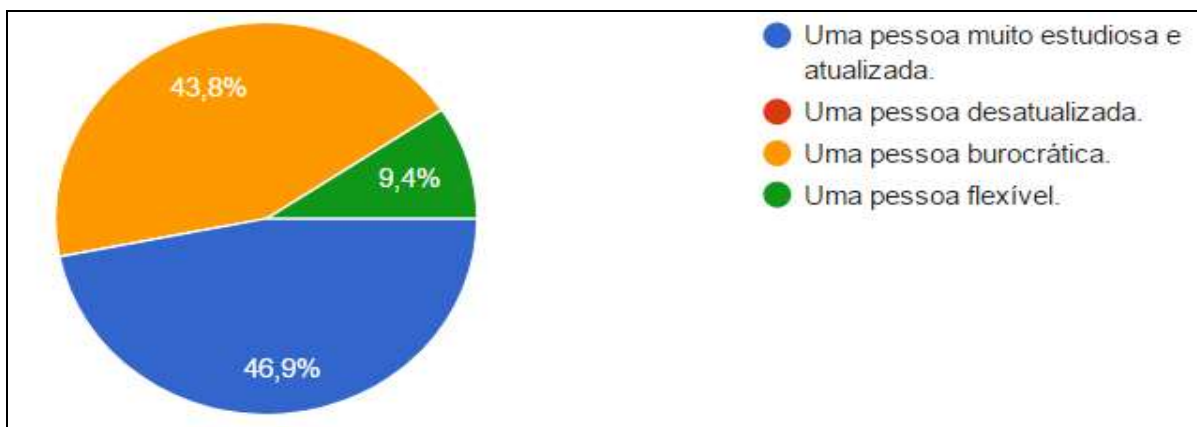
Gráfico 7 – Satisfação dos usuários em relação aos serviços contábeis



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

O Gráfico 8 apresenta o resultado sobre a questão “Considerando o profissional contábil, como você o vê?”. Segundo 46,9% dos respondentes o contador é visto como uma pessoa muito estudiosa e atualizada, para 43,8% ele é uma pessoa burocrática e para 9,4% uma pessoa flexível.

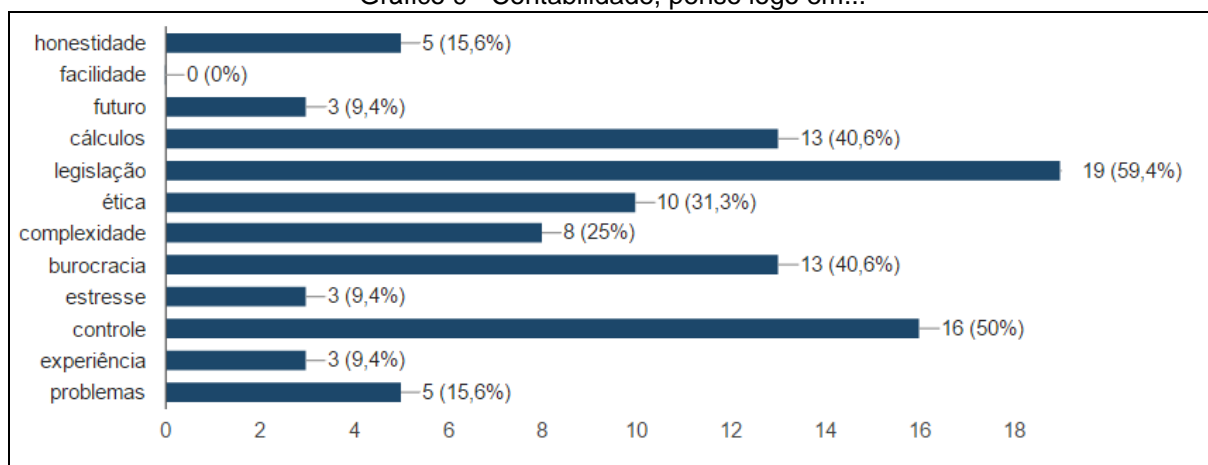
Gráfico 8 – Como o profissional contábil é visto pelos usuários



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Da mesma maneira neste questionário, a segunda parte pretendia mostrar os pensamentos das empresas acerca da contabilidade, e da profissão do contador. Em cada questão era possível indicar até três palavras que surgissem primeiro na mente do respondente. Conforme o Gráfico 9 é possível citar as mais pensadas pelas empresas em relação à questão “Ao ouvir a palavra CONTABILIDADE em determinado lugar, penso logo em...”.

Gráfico 9 - Contabilidade, penso logo em...



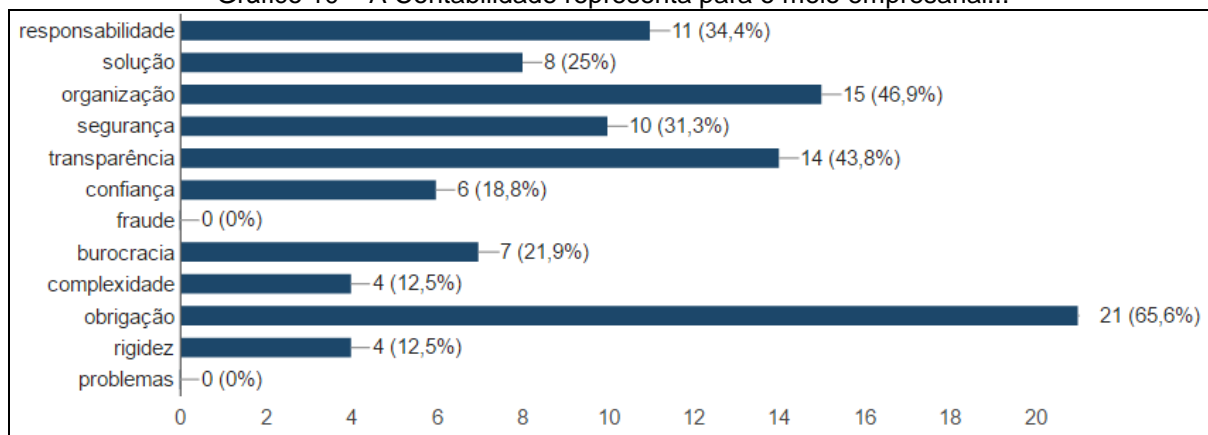
Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

De acordo com os respondentes das empresas (59,4%) quando ouvem a palavra Contabilidade logo pensam em legislação, 40,6% pensam em cálculos e burocracia e 31% em ética. Comparando as respostas da sociedade percebe-se que para as empresas a Contabilidade está mais vinculada a esta questão burocrática e de cumprimento das leis. Da mesma maneira que na questão anterior, onde grande parte das empresas vê o profissional contábil como uma pessoa burocrática, e já as pessoas não enxergam tanto esse lado.

Quando os respondentes foram questionados sobre “A contabilidade para o meio empresarial representa...”, as respostas obtidas foram bem concentradas, conforme pode-se observar no

Gráfico 10. O item mais apontado, com 65,6% de frequência, demonstrou que as empresas enxergam a contabilidade como obrigação. O segundo item com 46,9%, representa que a contabilidade reflete organização, o terceiro com 43,8% transparência o quarto item, com 34,4%, indica que a contabilidade representa responsabilidade.

Gráfico 10 – A Contabilidade representa para o meio empresarial...

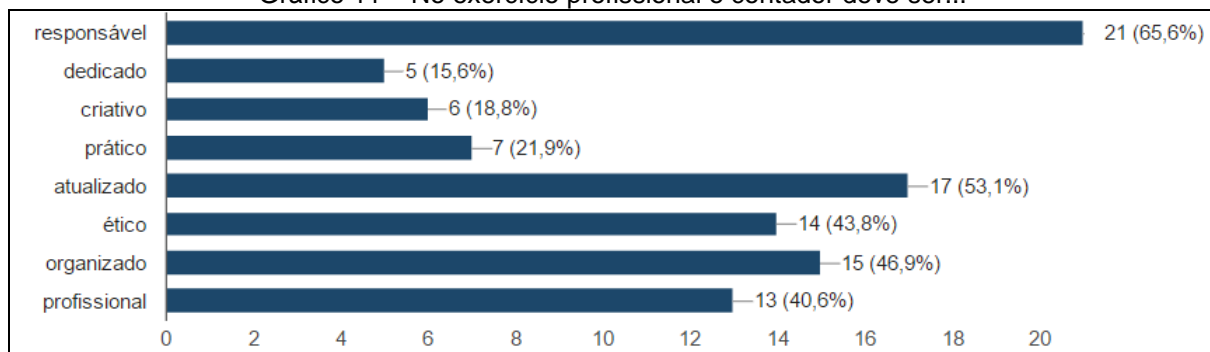


Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

O último ponto do questionário relaciona-se há “No exercício profissional o contador deve ser...”, essa questão visava identificar qualidades do contador no exercício de sua profissão. Conforme o Gráfico 11, destaca-se que com 65,6% de frequência, o contador deve ser responsável no exercício da profissão. A segunda opção com 53,1% significa que o contador deve ser atualizado, a terceira com 56% refere-se há um perfil mais profissional do contador, a quarta opção com 46,9% atribui ao contador o dever de ser organizado. E a quinta com 43,8% o dever de ser um profissional ético.

Como também para a sociedade, observa-se que a maioria das entidades elenca ao contador o dever de ser responsável, atualizado, organizado e principalmente ético.

Gráfico 11 – No exercício profissional o contador deve ser...



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Pode-se observar, de maneira geral, que na opinião das pessoas e empresas usuárias da Contabilidade, a falta de conhecimento do trabalho executado pelos contadores ainda é a maior razão pela qual a sociedade não tem uma visão mais positiva desses profissionais. A sociedade vê mais o lado da Contabilidade como uma obrigação e uma ferramenta burocrática, e não o lado da Contabilidade como uma ferramenta de controle/gestão que apresenta informações relevantes para as decisões organizacionais.

4.3 Percepção dos Egressos Perante sua Profissão

Selecionou-se os formandos do curso de Ciências Contábeis da Universidade em estudo dos últimos dez anos, ou seja, daqueles que se formaram até o ano de 2007. Foram contabilizados 172 alunos de acordo com os dados fornecidos pela universidade. Desses, conseguiu-se o contato de 137 formandos, para os quais foram enviados os questionários via *facebook* por meio da ferramenta do Google Docs. Onde, os egressos que estão atuando na área contábil foram convidados a participar

da pesquisa.

O retorno dos questionários preenchidos pelos egressos foi aquém do previsto, somente 32,85% responderam. As informações gerais e qualificações dos respondentes contemplavam: faixa etária, gênero, satisfação com a profissão, motivo da escolha do curso e na segunda parte os participantes expressaram sua percepção sobre a contabilidade e o profissional contábil.

Dos 45 questionários coletados, com relação ao gênero pode-se verificar que os respondentes são 64,4% do sexo feminino e 35,6% do sexo masculino. No quesito idade, o perfil dos respondentes é jovem, com faixa etária concentrada em até vinte e cinco anos (42,2%), entre vinte e seis e trinta anos (35,6%), entre trinta e um e trinta e cinco anos (8,9%) e o restante acima de quarenta e seis anos e o restante (14%), entre trinta e um e quarenta e cinco anos.

É possível chegar a conclusão de que na região, as mulheres já são a maioria na profissão contábil, mesmo com uma amostra relativamente pequena, pode-se perceber que 56,4% dos egressos eram mulheres. E que a maioria dos profissionais são jovens, possuindo até trinta anos de idade.

Segundo o Conselho Federal de Contabilidade – CFC (2013) a força de trabalho feminina representa quase metade dos profissionais de contabilidade, ou seja, 41,22% das 492,6 mil vagas no setor são ocupadas por elas. A expectativa é de que em cinco anos a divisão possa ser igualitária. O CFC em 2016 apresentou que, em breve, as mulheres serão a maioria na carreira, visto que 69% das vagas nas faculdades de Ciências Contábeis são preenchidas por mulheres.

Passando para as questões relacionadas à Contabilidade, os egressos foram questionados primeiramente sobre “Antes de ingressar no curso de Ciências Contábeis, a contabilidade para mim era”. Observa-se no Gráfico 12 que antes de ingressar no curso, para 31,1% dos egressos a Contabilidade era algo muito complexo e nunca imaginavam cursá-la. Do mesmo modo que 31,1% dos egressos não faziam nem ideia do que era a contabilidade, e apenas para 20% dos egressos a Contabilidade era algo muito próximo da sua realidade e 17,8% sempre tiveram consciência de que a contabilidade era importante para sociedade.

Gráfico 12 – Antes de ingressar no curso, a Contabilidade era...



Fo

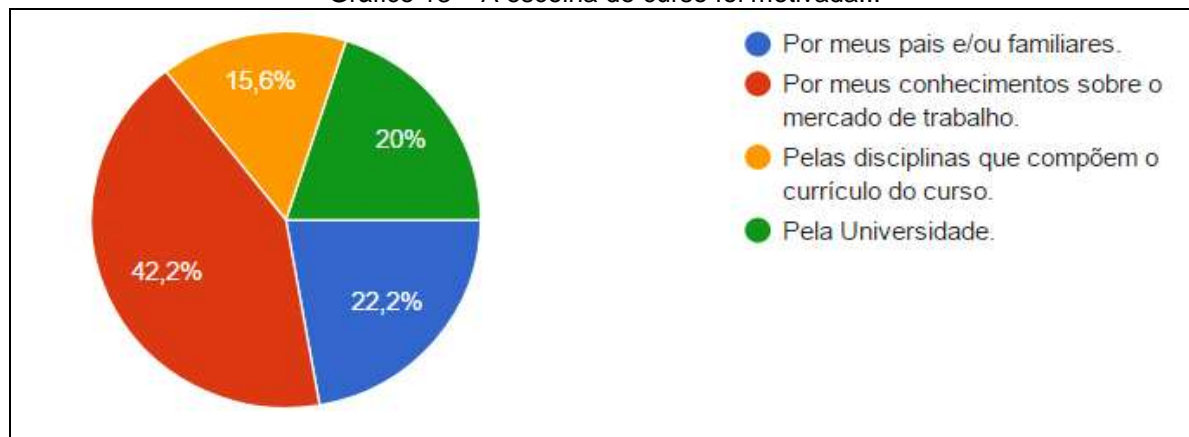
nte: Elaborado pelos autores (2018).

Com essa questão pode-se chegar à conclusão de que mais da metade dos egressos nunca imaginavam entrar para esse curso já que não faziam ideia do que era a Contabilidade. Mas, além disso, vê-se que alguns profissionais se identificaram com a área e por esse motivo escolheram ser contadores que sabem da grande importância desta ciência para a sociedade.

Dando continuidade, a próxima questão era intitulada da seguinte forma “A minha escolha pelo curso no vestibular foi motivada”, a qual pode ser analisada através do

Gráfico 13. Para 42,2% dos egressos a escolha se deu mediante os conhecimentos do mercado de trabalho, para 22,2% dos egressos a escolha foi motivada pela família, 20% dos egressos optou pela Universidade e 15,6% optaram pelas disciplinas que compõem o curso.

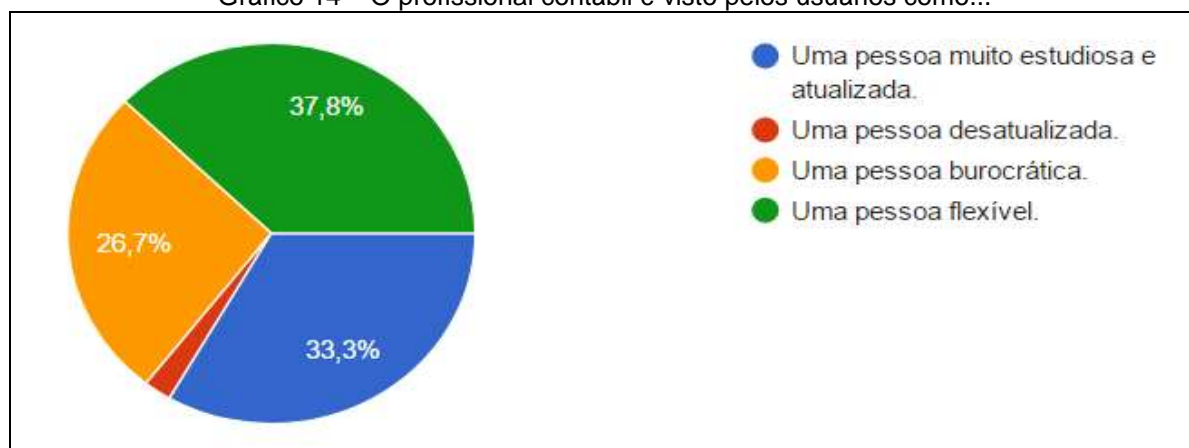
Gráfico 13 – A escolha do curso foi motivada...



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Na sociedade, considerando a profissão do contador, os egressos acham que são vistos como uma pessoa flexível (37,8%), uma pessoa muito atualizada e estudiosa (33,3%), uma pessoa burocrática (26,7%) e um egresso acredita que a sociedade o vê como uma pessoa desatualizada, conforme o Gráfico 14.

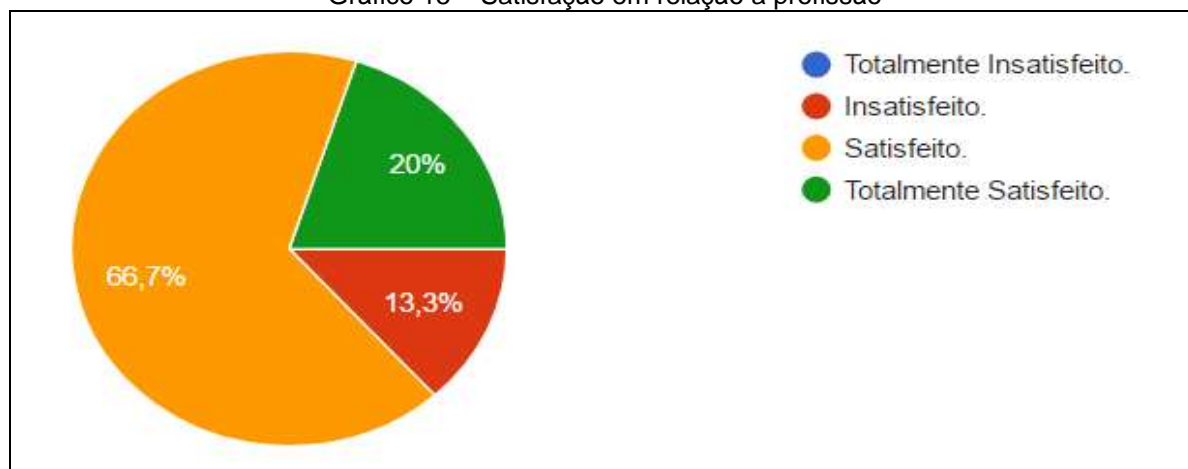
Gráfico 14 – O profissional contábil é visto pelos usuários como...



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Na pesquisa de Oliveira (2007) conclui-se que a maioria dos contabilistas não se sentem muito confortáveis e orgulhos com sua escolha profissional. Por esse motivo questionou-se sobre a satisfação dos respondentes quando a escolha da contabilidade como profissão. Concluiu-se conforme o Gráfico 15, que a grande maioria, 66,7%, se sentem satisfeitos e 20% totalmente satisfeitos por terem escolhido a contabilidade, e os outros 13,3% acredita-se que gostariam de ter feito outra escolha.

Gráfico 15 – Satisfação em relação a profissão

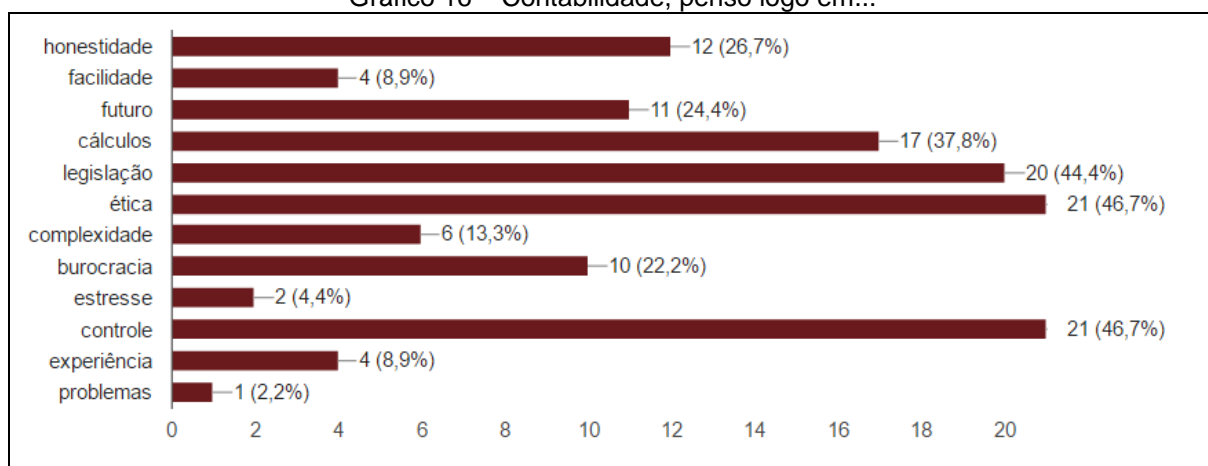


Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Da mesma maneira neste questionário, a segunda parte pretendia mostrar os pensamentos dos egressos acerca da contabilidade, e da profissão do contador. Em cada questão era possível indicar até três palavras que surgissem primeiro na mente do respondente. Conforme o Gráfico 16 é possível citar as mais pensadas pelas empresas em relação à questão “Ao ouvir a palavra CONTABILIDADE em determinado lugar, penso logo em...”.

De acordo com os respondentes (46,7%) quando ouvem a palavra Contabilidade logo pensam em controle e ética, 44,4% pensam em legislação e 37,8% em cálculos. Comparando as respostas da sociedade percebe-se que para os egressos a Contabilidade está mais vinculada a seu objetivo, de auxiliar as empresas através de uma ferramenta ética.

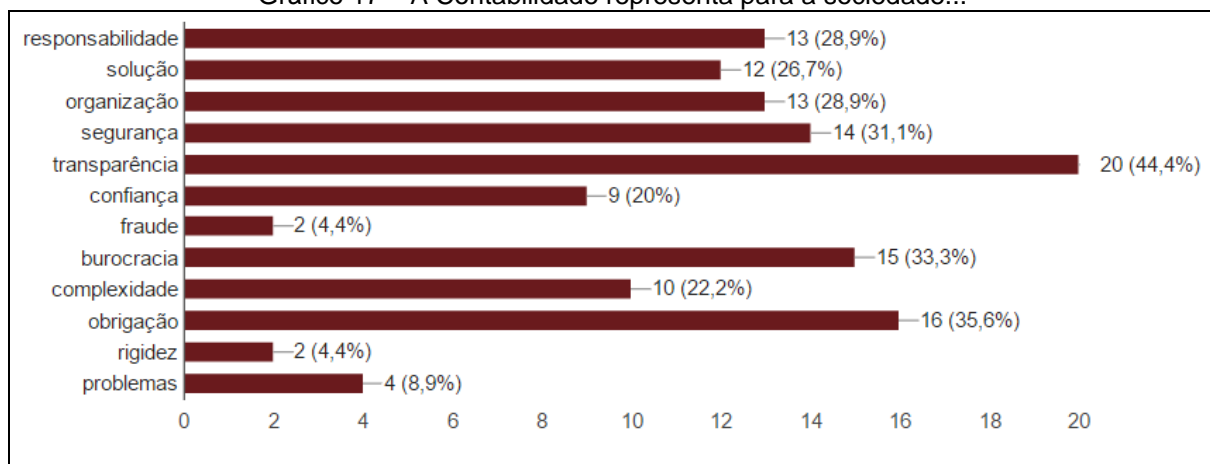
Gráfico 16 – Contabilidade, penso logo em...



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Quando os respondentes foram questionados sobre “A contabilidade para a sociedade representa...”, as respostas obtidas foram bem concentradas, conforme pode-se observar no Gráfico 17. O item mais apontado, com 44,4% de frequência, demonstrou que as empresas enxergam a contabilidade como uma ferramenta de transparência. O segundo item com 35,6%, representa que a contabilidade reflete obrigação, o terceiro com 33,3% burocracia e o quarto item, com 31,1%, indica que a contabilidade representa segurança.

Gráfico 17 – A Contabilidade representa para a sociedade...

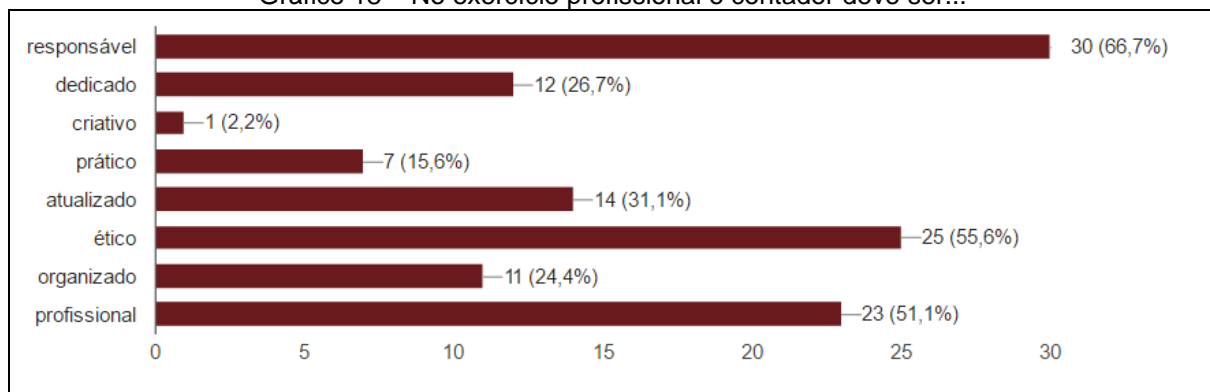


Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

O último ponto do questionário relaciona-se há “No exercício profissional o contador deve ser...”, essa questão visava identificar qualidades do contador no exercício de sua profissão. Conforme o Gráfico 18, destaca-se que com 66,7% de frequência, o contador deve ser responsável no exercício da profissão. A segunda opção com 55,6% significa que o contador deve ser ético, a terceira com 51,1% refere-se a um perfil mais profissional do contador, a quarta opção com 31,1% atribui ao contador o dever de ser atualizado.

Como também para a sociedade, observa-se que a maioria dos egressos elenca ao contador o dever de ser responsável, atualizado, organizado e principalmente ético.

Gráfico 18 – No exercício profissional o contador deve ser...



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Quanto aos estereótipos do contador foi possível concluir que ele é visto como um profissional flexível, responsável, atualizado com poder de liderança, com pouco espaço para expor suas opiniões e que atende prioritariamente às formalidades e legislações, mas um profissional totalmente confiável e ético.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, o objetivo geral foi analisar a imagem do profissional contábil. Para tanto, aplicou-se 3 tipos de questionários para as amostras, sociedade, usuários da contabilidade e egressos da Universidade em estudo, que obtiveram informações confiáveis e concretas. Os objetivos iniciais foram alcançados, visto que a pesquisa realizada obteve resultados interessantes. Dessa forma, com auxílio das informações geradas pela pesquisa, elaborou-se uma proposta de plano de marketing.

Com os objetivos de se identificar as percepções que a sociedade e egressos tem da contabilidade e do contador. Descobriu-se que a sociedade vê o contador como uma pessoa muito estudiosa e atualizada, que a contabilidade é interpretada pelos cálculos e considerada uma ferramenta de controle e o contador devem ser responsáveis e éticos na atribuição de suas funções.

Foi possível encontrar com esse trabalho um cenário um pouco controverso sobre a contabilidade. Ou seja, para os usuários da contabilidade o contador é visto como uma pessoa estudiosa e atualizada, mas para grande parte das empresas, muito burocrática. A contabilidade é vista como legislação e uma ferramenta de controle e o contador deve ser responsável e atualizado na atribuição de suas funções.

E verificou-se que para os egressos o contador é visto como uma pessoa flexível. A contabilidade é vista pelas empresas, como uma ferramenta de transparência e uma obrigação e o contador deve ser responsável e ético na atribuição de suas funções.

Para que toda a sociedade amadureça suas percepções da contabilidade, a Universidade deve exercer seu papel em conjunto com seus egressos, profissionais contábeis, e apresentar para a sociedade e usuários as verdadeiras atribuições do contador e o que é a Contabilidade. Essa é a ciência que propicia para as pessoas e empresas todas as informações necessárias sobre questões financeiras e econômicas e auxilia no desenvolvimento e gerenciamento das organizações.

Este tema estudado, da percepção da imagem da contabilidade e do profissional contábil possui grande importância. Mas na contabilidade ainda é um tema pouco explorado. Sugerem-se novas pesquisas com o tema que utilizem métodos mais efetivos para essa área, como entrevistas, a fim de se abranger um maior número de respondentes. E poderia se aplicar esta pesquisa também aos acadêmicos que ainda estão cursando

Conclui-se que com esse modelo desenvolvido, o profissional contábil estará bem posicionado perante a sociedade, e estes estarão mais cientes das funções deste profissional. Assim a imagem do profissional se tornará mais positiva e os contadores e a contabilidade possuirão uma percepção menos burocrática e obrigatória, passando assim, a ser uma ferramenta de auxílio e controle.

REFERENCIAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Domínio das contadoras**. Brasília: CFC, 2013. Disponível em: <<http://www.portalcfc.org.br/noticia.php?new=11646>>. Acesso em: 07 mai. 2017.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Participação das mulheres avança na Contabilidade**. Brasília: CFC, 2016. Disponível em: <<http://cfc.org.br/noticias/participacao-das-mulheres-avanca-na-contabilidade/>>. Acesso em: 07 mai. 2017.

CUNHA, D. M. P. da. **A imagem do contador na sociedade brasileira**. 2012. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Curso de Ciências Contábeis e Atuariais, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/79362/000894414.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

CURTY, N. A. P.; TAVARES, T. A imagem dos contadores sobre sua profissão e a teoria das

representações sociais: um estudo empírico na cidade de Londrina e região. In.: CONGRESSO UFSC DE CONTROLADORIA E FINANÇAS E INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 5., 2014, [S. l.]. **Anais eletrônicos...** [S. l.]: UFSC, 2014. Disponível em: <http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/arquivos_artigos/artigos/1035/20140_417024811.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Alínea, 2007.

HIROSHI, S. Um plano de marketing para a contabilidade. **Caderno de Estudos**, São Paulo, v. 10, n. 17, p. 47-58, jan./abr. 1998. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cest/n17/n17a04.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

HUPPES, S. S. et al. **Um estudo sobre a viabilidade econômica e financeira de uma pequena propriedade rural**. 2006. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/VISeminar/Artigos%20apresentados%20em%20Comunica%20E7%F5es/ART%2029%2020Um%20estudo%20sobre%20a%20viabilidade%20econ%20F4mica%20e%20financeira%20de%20uma%20pequena%20propriedade%20rural.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2016

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MARION, J. C. Preparando-se para a profissão do futuro. **Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 14-21, mar. 1998. Disponível em: <<http://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidadevistaerevista/article/viewFile/101/96>>. Acesso em: 05 out. 2016.

MARION, J. C. **Contabilidade básica**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MORAIS, J. J. da S. A representação social do contador e a imagem dele perante a sociedade. **Studia Diversa**, Paraíba, v. 1, n. 1, p. 36-43, out. 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/267964885_A_REPRESENTACAO_SOCIAL_DO_CONTADOR_E_A_IMAGEM_DELE_PERANTE_A_SOCIEDADE>. Acesso em: 01 set. 2016.

OLIVEIRA, D. de. A imagem do contador no Brasil: um estudo sobre sua evolução histórica. **Revista de Controle e Administração**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 107-126, jan./jun. 2007. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/2910964/DLFE244443.pdf/2.0.0.7_.0.3_.0.1..pdf#page=108>. Acesso em: 17 ago. 2016.

RIBEIRO, M. M. M. de S. **Representações sociais do curso de ciências contábeis: um estudo com discentes da Universidade de Brasília**. 2014. 53 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília, Curso de Ciências Contábeis e Atuariais, Brasília, 2014. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12467/1/2014_MarcosMateusMousinhodeSousaRibeiro.pdf>. Acesso em: 01 set. 2016.

SILVA, R. K. P. **Método de pesquisa survey**. 2013. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/2013/12/09/metodo-de-pesquisa-survey/#.WAOAfkrLIU>>. Acesso em: 16 out. 2016.

SOUZA, E. M. de et al. A importância do contador no mercado globalizado. **Universo de Ciências Contábeis**, Nova Venécia, v. 03, n. 1, p. 05-17, jan./dez. 2014. Disponível em: <http://novavenecia.multivix.edu.br/wp-content/uploads/2014/08/universo_cco_03.pdf>. Acesso em: 01 set. 2016.

SPLITTER, K.; BORBA, J. A. Percepção de estudantes e professores universitários sobre a profissão do contador: um estudo baseado na teoria dos estereótipos. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, Brasília, v. 8, n. 2, p. 126-141, abr./jun. 2014. Disponível em: <<http://www.repec.org.br/index.php/repec/article/view/1027/878>>. Acesso em: 01 set. 2016.

TREVISAN, A. M. **Contador, com todo respeito**. 2012. Disponível em: <http://www.crcba.org.br/boletim/edicoes/reflexao_antoninho.htm>. Acesso em 05 out. 2016