

## **Aspectos da relação contador-cliente com enfoque na importância da comunicação.**

Karoline Costa do Nascimento\*  
Valcimeiri de Souza Gomes\*\*

### **RESUMO**

A profissão contábil está cercada de dispositivos que possibilitam ao profissional uma conduta em conformidade com o que se é esperado social e profissionalmente devido a carga de responsabilidade que é depositada sobre o mesmo. A riqueza e multidisciplinaridade de conhecimento da profissão, exige que o profissional se disponha a estar atento a situações que necessitem de capacidade técnica e destreza para resolvê-las de forma correta e mais justa possível. Há vários aspectos que definem uma boa relação contratual, como: ética, responsabilidade, conhecimento técnico e um conjunto de habilidades que permitem a mútua satisfação. A partir do momento em que a contabilidade é utilizada como ferramenta de controle e o profissional é visto como suporte para dar continuidade à uma gestão eficiente, inicia-se uma nova realidade da relação contratual. Fase em que a qualidade da comunicação passa a ser quesito necessário entre o contador e o cliente de forma que a transparência, objetividade e eficiência na transmissão das informações satisfaçam as necessidades de todos os envolvidos.

**Palavras-chave:** Comunicação. Profissional contábil. Cliente.

## **Aspects of the counter-client relationship focusing on the importance of communication.**

### **ABSTRACT**

The accounting profession is surrounded by devices that enable the professional to conduct in accordance with what is expected socially and professionally due to the burden of responsibility that is deposited on it. The wealth and multidisciplinary knowledge of the profession requires that the professional is willing to be alert to situations that require the technical ability and the ability to solve them in the right and just way possible. There are several aspects that define a good contractual relationship, such as: ethics, responsibility, technical knowledge and a set of skills that allow for mutual satisfaction. Once the accounting is used as a control tool and the professional is seen as support to continue an efficient management, a new reality of the contractual relationship begins. Phase in which the quality of the communication becomes necessary between the accountant and the client so that the transparency, objectivity and efficiency in the transmission of information satisfy the needs of all those involved.

**KEYWORDS:** Communication. Accounting professional. Client

\* Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado do Amazonas. E-mail: karolinenascimento@yahoo.com.br

\*\* Mestre em Contabilidade e Controladoria – UFAM. Bacharel em Ciências Contábeis – UNINORTE. Professora UEA/UNN

## 1 INTRODUÇÃO

O conhecimento sobre o passado nos permite entender o presente e projetar o futuro. Ao analisar o histórico da contabilidade percebe-se que desde o princípio da civilização, com a necessidade humana de quantificar as posses e o patrimônio, a mesma fez-se presente e útil para alcançar esse objetivo.

A contabilidade como ciência, oferece as ferramentas necessárias para uma visão do todo e administração de partes específicas, resultando em maneiras de gerar mais riqueza, melhor gestão do patrimônio e maximização dos resultados. Surge assim a figura do contador, a quem é delegada a responsabilidade dos registros e interpretações do patrimônio.

O Art. 25 do Decreto Lei nº 9.259 de 27 de maio de 1946, dispõe sobre as prerrogativas do profissional da contabilidade e a Resolução CFC nº 803/1996 que aprova o Código de Ética Profissional do Contador – CEPC, que tem como objetivo fixar uma conduta profissional e expor assuntos relacionados à classe.

O Código Civil de 2002, Seção III, a partir do Art. 1.177, fala sobre o contabilista e outros assistentes e suas responsabilidades que estão sobre estes profissionais. Nota-se que a atividade contábil e o profissional estão cercados de uma legislação específica e de uma responsabilidade que vai além da confecção de demonstrativos contábeis e apuração de impostos.

No momento em que a contabilidade atua como forma de controle e gestão se inicia o contato com o cliente, empresário ou quaisquer outros usuários, surgindo então, a necessidade de ressaltar a devida importância da ciência contábil para além da apuração de impostos e da figura do profissional da contabilidade como suporte e assessoria indispensável para assessorar na gestão do negócio.

Para que esse contato seja satisfatório faz-se necessária a comunicação entre o contador e o cliente, e entender o processo de repasse de informação é indispensável para uma boa relação e manutenção da parceria, gerando segurança para o cliente e uma visão clara e objetiva dos serviços executados e responsabilidades de ambas as partes.

A maneira como essa comunicação se estabelece, é o ponto de partida para que haja uma mútua satisfação entre o contador e seu cliente, além de estabelecer

limites de obrigações e direitos dos envolvidos, dessa forma, resultando em um consenso de ideias e parceira profissional.

Diante desse cenário, busca-se responder a seguinte questão: Como a qualidade da comunicação interfere na relação entre contador e cliente? O objetivo desta pesquisa é enfatizar a importância da comunicação clara e objetiva e como esta, contribui para uma relação saudável entre o profissional e seu cliente.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. ENTENDENDO O FUNCIONAMENTO DA COMUNICAÇÃO

Comunicação é a forma de transparência ao repassar informações que são emitidas e envolve a participação de todos os envolvidos. (CRUZ, Lucineide et al., 2016). Está claro neste conceito a participação e interação de indivíduos e faz-se necessário salientar que para que esse repasse de informação seja de qualidade, a transparência e objetividade são imprescindíveis.

A comunicação, por ser base para interação humana, quando é bem administrada, gera grandes benefícios entre as relações. (Barros & Matos, 2015). O ato de informar significa fornecer o conhecimento sobre algo durante a comunicação que é o relacionamento entre os envolvidos.

Assim como qualquer outro processo produtivo, esta requer parâmetros de qualidade que precisam ser assegurados passo a passo. No caso de informações, é preciso observar o *feedback* entre o que se quis comunicar e o que foi entendido assim como a mensagem emitida e a mensagem recebida. (FERREIRA, 2014).

Tratando sobre a comunicação empresarial, Barros & Matos (2015), diz o seguinte:

[...] dá exemplos, usar linguagens compreensíveis e tomar o devido cuidado com a linguagem corporal e tonalidade da voz é primordial. Para que a comunicação tenha eficácia, é necessário adequar as palavras do gestor à visão do funcionário, ao utilizar palavras de fácil entendimento e exemplificar o *feedback* torna-se claro, o contrário dessas ações apenas contribui para a confusão.

Os processos de informação sempre fizeram parte da estratégia das organizações. Por isso é necessário que se entenda a complexidade que envolve o processo de informação e de comunicação na gestão e nos relacionamentos interpessoais que fazem parte também dessas organizações.

Vive-se em um contexto onde as informações chegam de modo acelerado, em grande volume, sem filtro e é necessário que as mesmas sejam analisadas, para que possam ser difundidas de forma correta, objetiva e principalmente útil, com segurança por quem a emite de modo que forneça credibilidade e uma visão clara da real situação.

## 2.2 RESPONSABILIDADES DO PROFISSIONAL

Em tempos passados, podia-se afirmar que o contador era um profissional limitado, não muito sociável, extremamente crítico e metódico, entretanto, mudanças na dinâmica da economia, política e aumento de competitividade no mercado, provocaram evoluções na profissão e estes fatores são decisivos para alterações do mercado de trabalho do contador. (Sá, 2008: p.61).

### 2.2.1 Responsabilidade Social

O profissional contábil exerce uma função social que é fundamental e o mesmo, deve ter ciência disso. As atividades ligadas a esse profissional são cercadas de responsabilidades que exigem uma conduta correta e postura adequada, logo, pode-se dizer que além da responsabilidade social, há a responsabilidade civil, penal e tributária que também estão em torno da profissão.

Uma marca característica da profissão contábil é a aceitação da responsabilidade de agir no interesse público. Portanto, a responsabilidade do profissional da contabilidade não é exclusivamente satisfazer as necessidades do contratante. Ao agir no interesse público, o profissional da contabilidade deve observar e cumprir esta Norma. [...] NBC PG 100, Seção 100, 24 de janeiro de 2014.

## 2.2.2 Responsabilidade Civil e Penal

No âmbito penal, quando o profissional comete agravo a leis como o Código Tributário Nacional – CTN de 1966, Código Penal – CP de 1940, Lei Falimentar de 2005, entre outras legislações, tal ato é criminoso com agravantes previstos em lei

Conforme o Código Civil de 2002 nos artigos 1.177 ao 1.195 que tratam sobre a responsabilidade Civil do Contador:

Art. 1.177. Os assentos lançados nos livros ou fichas do preponente, por qualquer dos prepostos encarregados de sua escrituração, produzem, salvo se houver procedido de má-fé, os mesmos efeitos como se o fossem por aquele. Parágrafo único: No exercício de suas funções, os prepostos são pessoalmente responsáveis, perante os preponentes, pelos atos culposos; e, perante terceiros, solidariamente com o preponente, pelos atos dolosos.

Por isso é necessário, que o profissional esteja consciente de que é responsável pelas informações que fornece ao fisco e também ao cliente e que se resguarde de quaisquer possíveis atos ou decisões que o cliente venha a tomar sem seu conhecimento. Através de acordos documentados e legislação pertinente ao assunto, o profissional fica salvaguardado.

[...] o profissional contábil tem de estar apto a exercer esse papel e para tanto é necessária uma conscientização do que é passível frente a descumprimento dessas legislações e suas consequências em uma esfera social. (SOUZA, SANTOS e SILVA, 2015)

Conforme artigo 1º da Lei nº 8.137/90, "constitui crime contra a ordem tributária suprimir ou reduzir tributo, ou contribuições sociais qualquer acessório[...]". O contador tem competência de escriturar e realizar atividades que geram obrigações tributárias e fiscais, por isso, é necessária atenção redobrada e a prática correta de meios de apuração.

Conforme o Comitê de Pronunciamentos Contábeis divulgou em 2011, no CPC 00(R1) que dispõe sobre a elaboração e divulgação das demonstrações contábeis, as mesmas devem fornecer informações úteis para a tomada de decisão e avaliação econômica e financeira não objetivando atender a uma necessidade específica de um determinado grupo.

Logo, as demonstrações devem estar baseadas em eventos que de fato aconteceram com o objetivo de dar suporte aos utilizadores de maneira que a tomada de decisão não seja direcionada para atender à algo diferente da real necessidade.

Conforme o Código Civil, nos arts. 1.188 e 1.189, sobre as demonstrações exararam que:

Art.1.188.O balanço patrimonial deverá exprimir, com fidelidade e clareza, a situação real da empresa e, atendidas as peculiaridades desta, bem com as disposições das leis especiais, indicará, distintamente, o ativo e o passivo. Parágrafo único. Lei especial disporá sobre as informações que acompanharão o balanço patrimonial, em caso de sociedades coligadas.  
Art.1.189.O balanço de resultado econômico, ou demonstração de conta de lucro e perdas, acompanhará o balanço patrimonial e dele constará o crédito, na forma da lei especial.

Um dos principais problemas pelo qual o profissional contábil passa é o estresse pelo grande número de atividades, sobrecarga de trabalho e excesso de responsabilidade, conforme pesquisas do - Isma<sup>1</sup> Brasil 2014, e outro fator é o desequilíbrio entre valorização e esforço empenhado.

O presidente do Conselho Regional de Contabilidade (CRCRS), Antônio Palácios, afirma que há um certo agravamento do estresse cotidiano exatamente pela necessidade de estar em constante adaptação e pelo grande acúmulo de tarefas e responsabilidades nas mesas dos contadores. “Aumentaram as exigências da Receita Federal, que hoje são o principal motivo de atenção da maioria dos nossos profissionais, e as evoluções tecnológicas ocorrem em uma velocidade que a categoria não consegue acompanhar”. (MELLO, 2014)

Por esse motivo, é necessário que o profissional se resguarde de possíveis imprevistos durante o exercício das atividades. Pode-se mencionar como forma de segurança, o Contrato de Prestação de Serviços de Contabilidade que foi instituído pelo Conselho Federal de Contabilidade em 2003, que tem como objetivo limitar e comprovar as responsabilidades técnicas das partes.

### 2.3. COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE PARCERIA

---

<sup>1</sup> International Stress Management Association – Associação Internacional de Gerenciamento de Estresse.

Sabe-se que a boa comunicação é estabelecida a partir de um conjunto de informações, não apenas de palavras, mas no tom de voz, aparência e linguagem corporal. Então a forma como o profissional se apresenta e a maneira como se porta perante o cliente deve expressar seriedade. Conforme Mendes e Junqueira (1999, p.34 apud CAMPOS, 2015),

“Comunicar é “trocar informações, partilhar ideias, sentimentos, experiências, crenças, valores por meio de gestos, atos, palavras, figuras, imagens e símbolos”. Isso demonstra que não nos comunicamos apenas com palavras, mas com um conjunto de sinais corporais, produzidos de forma voluntária ou não. No processo de comunicação, a linguagem corporal precisa estar em conformidade com a linguagem verbal”.

A comunicação deve ocorrer de forma harmônica e conhecimento técnico é indispensável para que haja um diálogo equilibrado e correto, uma vez que os profissionais da área contábil vivem cercados de legislações e sistemas que constantemente mudam.

É indispensável que o profissional estabeleça o diálogo com o cliente de forma que toda parte importante do serviço seja de conhecimento dele, como por exemplo: Valores, procedimentos e burocracias que interferem na produção e agilidade do serviço.

Conforme FERREIRA (2014), quando lidamos com o cliente temos que atender ao serviço que é oferecido e que a primeira imagem que é transmitida a ele é do profissional zeloso, parceiro do cliente, além das qualidades inerentes à profissão. A

A partir da junção entre a imagem repassada e a qualidade profissional, o cliente passa constantemente, elaborar uma resposta positiva ou negativa, por isso, a importância da coerência do profissional entre o que diz e como age.

Além disso é necessário que o cliente tenha a percepção da estrutura necessária para realizar tal serviço, assim, o profissional da contabilidade tem como aliado e forma-se uma parceria.

Diante da responsabilidade, é preciso que o profissional esteja munido de conhecimento e este é adquirido através de muito estudo. Conforme a NBC PG 100, Seção 130, o profissional contábil deve manter o conhecimento e habilidades não nível necessário para que os clientes recebam o serviço profissional adequado.

Portanto, é preciso que o cliente tenha conhecimento dos serviços que são prestados e do quanto desgastante é, para o profissional, chegar a um certo nível de conhecimento para poder realizar de modo correto tal serviço. Quando o cliente não

consegue perceber o valor do serviço, ocorrem situações que prejudicam a relação profissional.

O profissional deve desenvolver uma comunicação a um nível explicativo de forma a esclarecer o que é a contabilidade, quais serviços estão sendo executados, quais os prazos e custos daquele serviço. Conforme Noronha, Santana e Nunes (2009), situações diárias constroem a imagem dos contadores, entretanto, o desconhecimento da ciência contábil conduz a um entendimento de que a profissão está relacionada somente a situações como apuração de tributos, destaca-se na norma contábil:

O princípio do comportamento profissional impõe a todos os profissionais da contabilidade a obrigação de cumprir as leis e os regulamentos pertinentes e evitar qualquer ação que o profissional da contabilidade sabe ou deveria saber possa desacreditar a profissão. Isso inclui ações que um terceiro com experiência, conhecimento e bom senso concluiria, ponderando todos os fatos e circunstâncias específicas disponíveis para o profissional da contabilidade naquele momento, que poderiam afetar adversamente a boa reputação da profissão. (NBC PG 100, Seção 150, 24 de Janeiro de 2014).

Uma vez que o cliente perceba que o serviço prestado não está suprimindo a necessidade que é perceptível a ele, seja na qualidade, quantidade ou maneira de ser executado, começa a haver conflito. Por outro lado, quando o contador percebe que o cliente não dá a devida importância ao serviço e não segue instruções, surge um dilema por parte do profissional entre manter aquele cliente ou dispensá-lo, o que é citado na NBC como:

Se, depois de esgotar as possibilidades pertinentes, o conflito ético permanecer não resolvido, o profissional da contabilidade, quando possível, recusar-se-á em continuar associado com o assunto que cria o conflito. O profissional da contabilidade deve avaliar-se, nas circunstâncias, é apropriado retirar-se da equipe de trabalho, da designação específica ou renunciar ao trabalho, à empresa ou à organização empregadora. (NBC PG 100, Seção 100, 24 de Janeiro de 2014).

Faz-se necessário que os profissionais entendam a necessidade de educar-se e aos seus clientes. Dispor de uma atenção a mais para fazê-los entender como funcionam os procedimentos, quais os prazos e valores que serão necessários para realizar a atividade, quais as implicações de fazer algo que não é correto conforme toda a legislação que cerca a profissão, aprimorar-se no conhecimento através de especializações, manter-se informado e demonstrar o valor da profissão, pois deve:

Exercer a profissão com zelo, diligência, honestidade e capacidade técnica, observada toda a legislação vigente, em especial aos Princípios de Contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade, e resguardados os interesses de seus clientes e/ou empregadores, sem prejuízo da dignidade e independência profissionais; (Código de ética Profissional do Contador, Art. 2º, Incisol).

É indispensável que o cliente tenha um visãodo profissional com uma postura justa e clara que inspire respeito, e que se impõe quando é preciso defender o que é correto. Há ferramentas que possibilitam com que o profissional mantenha uma relação justa e clara com seu cliente, evitando serviços desnecessários ou situações que poderiam constrangê-lo. Uma dessas ferramentas é o contrato de prestação de serviço regulado pelo CFC, sendo esta, a primeira forma de comunicação formal entre os contratantes.

[...] o contrato por escrito de prestação de serviços contábeis torna-se um instrumento necessário e indispensável ao exercício da fiscalização do exercício profissional contábil, para definição dos serviços contratados e das obrigações assumidas[...] (RESOLUÇÃO CFC Nº 987 DE 11/12/2003)

Além de facilitar a negociação entre as partes, o contrato possibilita que os serviços realizados possam ser visualizados por quem está contratando e os mesmo possam cobrar os serviços que estão nele explícito e o contratado possa delimitar suas atividades, evitando interferir de forma indevida.

No parágrafo único da Resolução CFC no. 987/2003, o contrato escrito tem por finalidade comprovar os limites e a extensão da responsabilidade técnica, permitindo a segurança das partes e o regular desempenho das obrigações assumidas.

Outra ferramenta possível é o *Compliance*, termo originado do verbo *To comply* cujo sentido é agir de acordo com um conjunto de regras, acordos ou comandos. Tem a finalidade de estabelecer regulamentos internos que devem ser cumpridos para que um conjunto de condutas seja definida:

Às ações de *compliance*, cabe cercar o problema do descumprimento de regras de base moral na organização, antecipar riscos e atender às exigências normativas. Por isso, o ideal é que *compliance* esteja integrado aos objetivos estratégicos das empresas, contribuindo com as decisões de negócios e se adaptando rapidamente às constantes mudanças inerentes ao ambiente corporativo. (S2 Consultoria s.d.)

Por isso, o empresário contábil deve ter firmeza quanto aos princípios éticos pessoais e da profissão, organizando dessa forma, uma metodologia de trabalho que irá demonstrar ao cliente organização, zelo e responsabilidade. Devendo assim,

deixar claro ao cliente quanto aos procedimentos adotados no ambiente interno do escritório e externo, os limites, direitos e obrigações tanto do empresário quanto do cliente.

Criar uma metodologia de trabalho e expô-la ao cliente é uma forma de tornar mais claros os processos que envolvem o serviço contratado. Questões como quais trabalhos serão executados, qual a responsabilidade do contador e de que forma o cliente contribui, citando também as obrigações por parte do mesmo. Todas as questões com os devidos embasamentos legais, pronunciamentos e normas contábeis, código civil, código de ética e penal.

### **3 MATERIAIS EMÉTODOS**

Através de uma abordagem qualitativa que descreverá determinados pontos de comportamento de um grupo de pessoas, investigando os aspectos subjetivos da classe contábil e quantitativa, uma vez que esses aspectos tomarão forma numérica tem-se:

A Metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade. (PRODANOV & FREITAS, 2013).

Com uma pesquisa descritiva, procura-se expor as características de determinada classe, através de coleta de dados. Objetiva-se expor a maneira e qualidade de interação e informação repassada entre os envolvidos na pesquisa, utilizando-se de procedimentos técnicos como pesquisa bibliográfica, através de materiais já publicados, estudo de caso, questionando como e por que, com o foco em fatos contemporâneos que cercam a profissão contábil e pesquisa participante, envolvendo membros da situação investigada. (PRODANOV & FREITAS, 2013).

O universo da pesquisa será o mercado contábil e dentro deste mercado, os donos de micro e pequenos escritórios de contabilidade e os clientes destes escritórios compõem a amostra do estudo.

Através de questionário com questões-chave elaboradas de forma aberta e fechada, obedecendo critérios determinados, buscar-se-á maior compreensão do

assunto estudado. A ferramenta do questionário foi baseada em outras pesquisas já realizadas e será utilizada para a coleta de dados.

#### 4 RESULTADOS EDISCUSSÃO

De forma qualitativa, os resultados foram agrupados de forma que semelhanças e divergências nas respostas pudessem ser analisadas para se chegar a um consenso.

Conforme questionário contendo dez questões, aplicado a uma seleção de clientes de um mesmo escritório contábil, e do responsável pelo escritório com critério de seleção obedecendo a seguinte ordem: cliente mais antigo, cliente com diferente tipo societário e regime tributário da especialização do escritório e cliente mais recente, conforme Figura 1

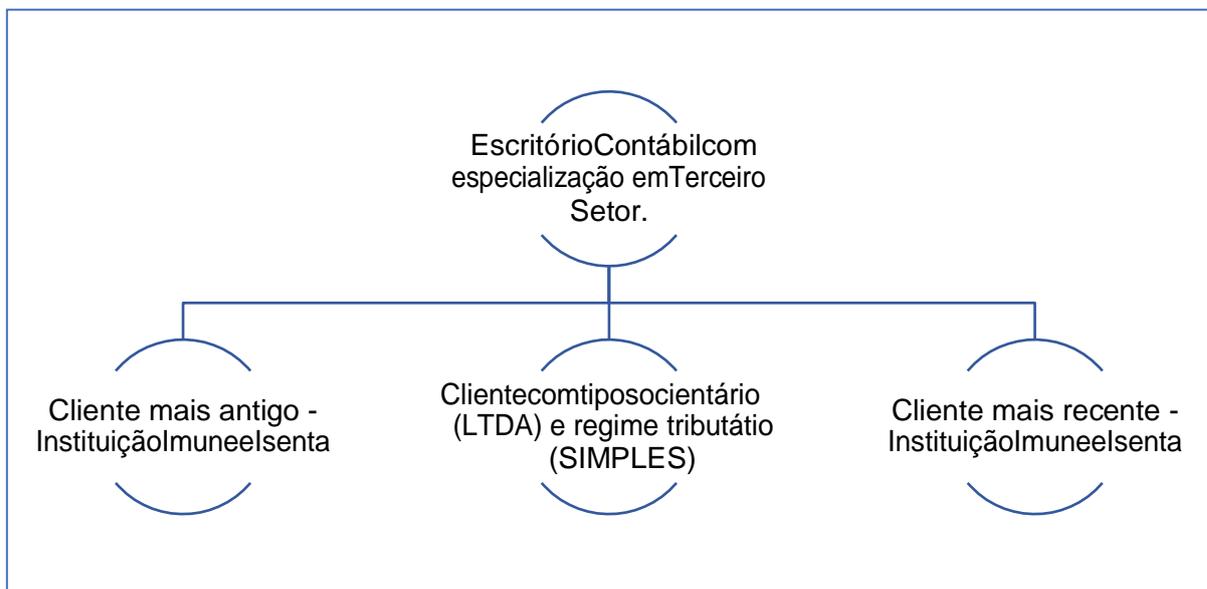


Figura 1 Fonte: Elaborada pelo autor

Os resultados foram obtidos através de questões, evidenciavam características valorizadas para aceitação ou contratação de um serviço, meios pelos quais a comunicação é aceitável, de que forma é estabelecida a relação contratual, de que forma se dá o diálogo sobre as responsabilidades das partes e quais fatores podem interferir positivamente na comunicação.

Sobre a forma de como o profissional pode contribuir para uma visão mais clara sobre os serviços que serão prestados foi dito pelo proprietário do escritório que através de reuniões, palestras e visitas aos clientes, esse objetivo poderia ser atingido.

A respeito da fidelização dos clientes através da forma como os contadores com quem tiveram contato, estabeleciam a comunicação 33,3% responderam que se dependesse da forma como o profissional se comunicava, permaneceriam como esse mesmo profissional. Por outro lado, 66,7% responderam que não permaneceriam com o profissional, conforme Gráfico 1.



Gráfico 1 Fonte: Elaborado pelo autor

Foram questionados quais critérios eram levados em conta para contratar um profissional, os clientes responderam que observam o nível de conhecimento técnico, a confiança gerada pelo profissional, profissionalismo e agilidade nas informações.

Ainda sobre a mesma questão, na visão do profissional da contabilidade, foi respondido o seguinte: “Se o cliente se enquadrar na proposta de atuação de mercado da empresa, terceiro setor, se está disposto a cumprir todas as obrigações assessórias a ele impostas através da legislação e se compromete-se através de contrato de prestação de serviços a seguir rigorosamente as orientações do profissional”(sic).

Sobre os meios aceitáveis para se manter a comunicação, foi respondido pelo profissional e pelos clientes conforme Gráfico 2.

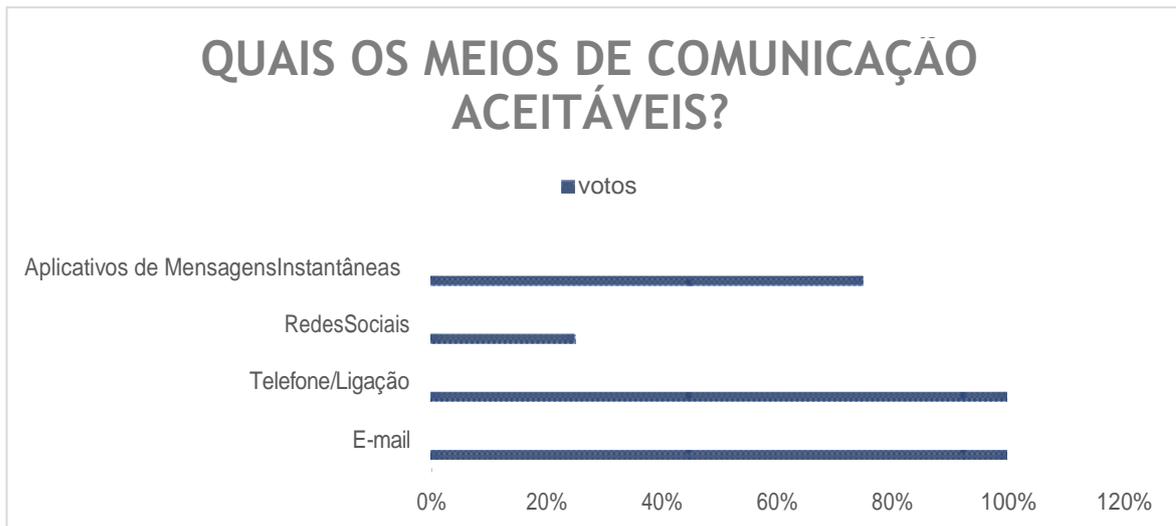


Gráfico 2 Fonte: Elaborado pelo autor

Observa-se que a rede social não é um meio muito utilizado. Uma vez que o contato exige certa formalidade e há necessidade de registro daquilo que se foi acordado, o e-mail ou até mesmo aplicativos de mensagem instantânea permitem com que o usuário tenha a segurança de fazer uma consulta e confirmar informações quando necessário.

Conforme os resultados obtidos, percebe-se como um bom diálogo e comunicação clara e objetiva são valorizadas tanto pelo cliente quanto por parte do profissional.

Deve-se estar ciente de que os clientes passam por profissionais diferentes e certas opiniões acabam mudando, entretanto, os resultados sugerem melhorias na relação estabelecida entre as partes. Devido a essas experiências das mais variadas dos clientes com profissionais da contabilidade e vice e versa, é indispensável um mecanismo de *feedback*, no mínimo satisfatório para fidelizar o cliente e torná-lo um parceiro na execução do trabalho, auxiliando assim, na melhoria do serviço.

O ambiente da contabilidade, com certeza, permite a comunicação clara e não deve dar margem para ações e procedimentos que não estejam embasados em lei, uma vez que a responsabilidade é solidária, sem prejudicar assim, nenhuma das partes.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final da pesquisa, conclui-se que tanto o cliente quanto o profissional, sejam da área contábil ou de qualquer outra área, valorizam uma boa comunicação pois esta favorece o diálogo.

O Código de Ética de 1996, que inclusive, está em fase de alteração, dispõe sobre o relacionamento do Profissional da Contabilidade com a sociedade, e é exatamente o que se é esperado da relação entre o contador-cliente, um relacionamento ético de forma que a imagem de toda a classe seja preservada.

A comunicação como forma de parceria é estabelecida a partir do momento em que o profissional tem como objetivo prestar um serviço responsável, de acordo com os princípios da profissão, de forma a auxiliar o cliente em procedimentos que o direcionem a agir de forma legal visando manter a continuidade da empresa e obter o lucro.

Em contrapartida, essa relação consegue ser levada a diante se o cliente também tiver como objetivo o crescimento da empresa de forma a manter a parceria. Por isso, é importante um primeiro diálogo, para que dessa maneira, os objetivos possam ser expostos a fim de que se chegue a um acordo de aceitar ou não tal serviço.

O profissional deve agir com atenção, zelo e responsabilidade buscando mecanismos que otimizem o serviço e o diálogo, assim, educando o cliente de forma que este, esteja receptivo às novas informações ou métodos de realizar o serviço, enfatizando, o embasamento legal que deve ser seguido.

Assim a comunicação flui de maneira que não haja ruídos na recepção, evitando possíveis conflitos, além de haver a possibilidade de usufruir dos mecanismos de informações disponíveis e da tecnologia para agir de uma maneira mais dinâmica.

Por isso, a proposta é que sejam feitos estudos que possibilitem ao profissional formas de melhorar a comunicação e a qualidade do serviço, uma vez que foi detectada essa necessidade.

## REFERÊNCIAS

- Barros, D. M., & Matos, N. S. (2015). **A importância da comunicação organizacional interna e dos feedbacks gerenciais.** Revista de Administração, 3-20.
- CAMPOS, L. (2015). **Variedades linguísticas e uso literário-artístico da linguagem.**(Laureat International Universities) 2015.
- CASA CIVIL. (27 de 05 de 1946). **Del 9259/1946.** Acesso em 12 de 04 de 2018, disponível em Planalto: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del9295.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del9295.htm)
- CASA CIVIL. (25 de 10 de 1966). **L5172/1966.** Acesso em 12 de 04 de 2018, disponível em Planalto: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L5172.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5172.htm)
- CASA CIVIL. (27 de 12 de 1990). **L8137/1990.** Acesso em 13 de 04 de 2018, disponível em Planalto: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8137.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8137.htm)
- CASA CIVIL. (10 de 01 de 2002). **LEI 10406/2002.** Acesso em 12 de 04 de 2018, disponível em PLANALTO: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/l10406.htm)
- COMITÊ DE PRONUCIAMENTOS CONTÁBEIS. (2011). **Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro.**
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. (15 de 12 de 2003). **RESOLUÇÃO CFC Nº 987. Acesso em 05 de 06 de 2018**
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. (24 de JANEIRO de 2014). Norma Brasileira de Contabilidade. **NBC PG 100.**
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. (24 de JANEIRO de 2014). Norma Brasileira de Contabilidade. **NBC PG 200.**
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. (s.d.). Resolução CFC Nº 803/96. **Código de Ética Profissional do Contador.**
- CONSELHO, R. D., & PINZON, E. R. (28 de novembro de 2017). **Compliance.** Palestra por Edison Remi Pinzon. Paraná.
- CRUZ, L. (19 de Setembro de 2016). **O papel estratégico da comunicação nas organizações.** Fonte: Administradores: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/o-papel-estrategico-da-comunicacao-nas-organizacoes/98324/>
- CUNHA, A., OLIVIO, A. C., & MARTINS, Z. B. (2017). **Percepção de clientes acerca do grau de importância e nível de satisfação com os serviços prestados pelo profissional da contabilidade.** Revista Brasileira de

Contabilidade, 71-81.

Dicionário Michaelis Online. (s.d.). (UOL) Acesso em 26 de Maio de 2018, disponível em <http://michaelis.uol.com.br/>

FERNANDES JUNIOR, S. (20 de Maio de 2016). **Educar o Cliente Contábil: Por que, o que e como fazer?** Acesso em 10 de Abril de 2018, disponível em Contábeis o portal da profissão contábil: <http://www.contabeis.com.br/artigos/3301/educar-o-cliente-contabil-por-que-o-que-e-como-fazer/>

FERREIRA, A. d. (2014). **Comunicação para a qualidade**. Editora Copacabana.

LONGO, I. M., ALMEIDA, G., REUTER, A., WEBER, D., RAMOS, M., & MEURER, A. (2015). A imagem do contador pela percepção pública: Um estudo sobre o nível de estereotipagem acerca destes profissionais. Caderno científico, 22-31.

MELLO, R. (04 de junho de 2014). **Contadores à beira de um ataque de nervos**. Acesso em 2018, disponível em Jornal do Comércio: <http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=163542>

MIRANDA, V. d., & FARIA, J. A. (2016). **Caricaturas e estereótipos do contador: como a imagem do profissional de contabilidade vem sendo veiculada em um jornal de grande circulação do Brasil?** Revista de Administração, Contabilidade e Economia, 1087-1116.

NORONHA, P. L., SANTANA, C. M., & NUNES, D. M. (s.d.). Acesso em 2018, disponível em [www.congressosp.fipecafi.org/anais/artigos92009/445.pdf](http://www.congressosp.fipecafi.org/anais/artigos92009/445.pdf)

PERES, R. S., MEDEIROS, L. R., BERNARDO, L. B., SANTOS, A. E., CRISTINA, L., & SILVA, A. J. (2016). **Fatores de pressão no trabalho de contadores que atuam em escritórios de contabilidade na cidade de Belo Horizonte - MG**. Revista UNEMAT de Contabilidade, 224-241.

PRODANOV, C. C., & FREITAS, E. C. (2013). **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale.

S2 Consultoria. (s.d.). Laboratório de Soluções. Acesso em 04 de Maio de 2018, disponível em <https://www.s2consultoria.com.br/compliance-para-o-corporativo/>

SÁ, A. L. (2008). **História Geral da Contabilidade no Brasil**. 1. ed. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade.

SILVA, M. S., & ASSIS, F. A. (2015). **A história da contabilidade no Brasil**. Negócios em Projeção, pp. 35-44.

SOUSA, C. P., SANTOS, C. d., & SILVA, L. B. (2015). **A moralidade Pública e**

**a contabilidade: o papel social desse profissional fundamentado na responsabilidade ética, civil e penal.** Arquivo Jurídico, 130-158.

SOUSA, V. A. (07 de Maio de 2007). **A Responsabilidade do Contabilista conforme Novo Código Civil.** Acesso em 10 de Abril de 2018, disponível em Contabeis o portal da profissão contábil:  
<http://www.contabeis.com.br/artigos/277/a-responsabilidade-do-contabilista-conforme-novo-codigo-civil/>

TYBEL, D. (10 de Abril de 2018). **Citação e Artigo da Internet.** Fonte: Guia da monografia: <https://guiadamonografia.com.br/citacao-de-site-e-artigo-da-internet/>

WENCEL, M. A., OLIVEIRA JUNIOR, O. A., & BARZOTTO, I. M. (2011). **VII ENPPEX - universidade e gestão pública: perspectivas e possibilidades. A responsabilidade do contador frente ao empresário conforme o Código Civil de 2002** (Lei 10.406/02). Faculdade Estadual de Ciências e Letras de Campo Mourão.