

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ- UESPI
CAMPOS POETA TORQUATO NETO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS -CCSA COORDENAÇÃO DO
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

ANTONIO GEOVANE ROCHA MENDES

**A COMUNICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SEU PAPEL NA
MELHORIA DA COMPREENÇÃO CONTÁBIL NA ÁREA EMPRESARIAL: UM
ESTUDO DE CASO NO ESCRITÓRIO ANÁLISE CONTABILIDADE.**

**TERESINA - PI
2025**

ANTONIO GEOVANE ROCHA MENDES

**A COMUNICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SEU PAPEL NA
MELHORIA DA COMPREENÇÃO CONTÁBIL NA ÁREA EMPRESARIAL: UM
ESTUDO DE CASO NO ESCRITÓRIO ANÁLISE CONTABILIDADE.**

Monografia apresentada ao curso de ciências Contábeis da Universidade Estadual do Piauí, Campus Torquato Neto, como trabalho final da disciplina TCC e requisito para obtenção do título de Bacharelado em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^a Angela Estrela.

M538c Mendes, Antonio Geovane Rocha.

A comunicação das informações contábeis e seu papel na melhoria da compreensão contábil na área empresarial: um estudo de caso no escritório análise contabilidade / Antonio Geovane Rocha Mendes.

- 2025.

74 f.: il.

Monografia (graduação) - Universidade Estadual do Piauí-UESPI, Bacharelado em Ciências Contábeis, Campus Poeta Torquato Neto, Teresina-PI, 2025.

"Orientadora: Profa. Me. Angela Estrela Sampaio".

1. Comunicação. 2. Informações contábeis. 3. Compreensão. I. Sampaio, Angela Estrela . II. Título.

CDD 657.81

Antonio Geovane Rocha Mendes

**A COMUNICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SEU PAPEL NA
MELHORIA DA COMPREENÇÃO CONTÁBIL NA ÁREA EMPRESARIAL:
UM ESTUDO DE CASO NO ESCRITÓRIO ANÁLISE CONTABILIDADE.**

Trabalho de conclusão de curso de bacharel do curso de Ciências Contábeis da
Universidade Estadual do Piauí – UESPI apresentado como requisito final para a obtenção
do grau de bacharelado.

APROVADO EM 25 / 06 / 25

BANCA EXAMINADORA

Angela Estrela de Sampaio (Presidente da banca)

2º membro

3º membro

*“Quero dedicar a minha falecida
avó Raimunda da Silva Mendes,
minha mãe Maria das dores
Rocha Mendes e ao meu pai
Francisco das chagas da Silva
Mendes.”*

Antonio Geovane

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, por me conceder força, sabedoria e saúde para chegar até aqui. Sem Ele, nada disso seria possível. Dedico este trabalho com muito carinho à minha falecida avó, Raimunda da Silva Mendes, cuja memória carrego com amor e saudade, à minha mãe, Maria das Dores Rocha Mendes, e ao meu pai, Francisco das Chagas da Silva Mendes, por todo o apoio, dedicação e ensinamentos ao longo da vida. Agradeço especialmente à Antonia Rodrigues, por ter sido uma pessoa fundamental nesta trajetória, me apoiando e acreditando no meu potencial mesmo nos momentos mais difíceis. Estendo meus agradecimentos ao Escritório Análise Contabilidade, por aceitar ser o universo da minha pesquisa, e a todos os seus colaboradores, pela receptividade, disponibilidade e contribuição para a realização deste trabalho. Agradeço também aos clientes que gentilmente se dispuseram a responder ao questionário, colaborando diretamente com os dados necessários para este estudo. Registro aqui minha profunda gratidão a todos os professores que fizeram e fazem parte da minha formação, por compartilharem conhecimento, experiências e motivação ao longo da jornada acadêmica. Aos meus amigos, colegas de classe e da universidade, meu sincero obrigado pela convivência, pelas risadas e pelos momentos que tornaram essa caminhada mais leve e significativa. Por fim, agradeço imensamente à minha orientadora, prof^a Angela Estrela de Sampaio, pela paciência, dedicação, orientação e incentivo durante todo o processo de elaboração desta monografia. Sua orientação foi essencial para que este trabalho fosse concluído com êxito.

RESUMO

A comunicação das informações contábeis desempenha um papel fundamental na redução da incompreensão contábil dentro das organizações. À medida que os negócios se tornam mais complexos, cresce também a necessidade de que as informações contábeis sejam transmitidas de forma clara, acessível e eficiente aos seus diversos usuários. A contabilidade, além de registrar e mensurar fatos econômicos, tem como função essencial comunicar dados que apoiem a tomada de decisões. Nesse cenário a falta de entendimento por parte de empresários, gestores e outros usuários decorre muitas vezes da linguagem técnica, da ausência de diálogo eficaz entre contador e cliente, e do desconhecimento das normas contábeis. Isso pode gerar interpretações equivocadas, falhas na gestão, erros fiscais e prejuízos financeiros. Assim a atual pesquisa tem como objetivo geral destacar a importância da comunicação da informação contábil, e como ela pode ajudar a melhorar a falta de compreensão contábil no ramo empresarial, utilizando pesquisa bibliográfica e baseada em um estudo de caso, com abordagem descritiva e quali-quantitativa aplicado por questionário no formulário do google a 09 contadores e 19 empresas buscando compreender as dificuldades enfrentadas na prática por usuários da informação contábil e propor melhorias na comunicação entre contador e cliente. Assim foi constatado que existe sim, dificuldade e uma falta de conhecimento por uma boa parte dos clientes, também foi constatado que para os contadores é de extrema importância e imprescindível uma boa comunicação para que tenha uma boa contabilidade e um bom relacionamento com os clientes, assim melhorando o trabalho e desempenho para ambos.

Palavras Chaves: Comunicação; Informação Contábil; Contabilidade; Importância; Usuários.

ABSTRACT

The communication of accounting information plays a fundamental role in reducing accounting misunderstandings within organizations. As businesses become more complex, so does the need for accounting information to be conveyed clearly, accessibly, and efficiently to its various users. Accounting, in addition to recording and measuring economic events, has the essential function of communicating data that supports decision-making. In this context, the lack of understanding by business owners, managers, and other users often arises from technical language, the absence of effective dialogue between accountant and client, and a lack of knowledge of accounting standards. These issues can lead to misinterpretations, management failures, tax errors, and financial losses. Therefore, this research aims to highlight the importance of accounting information communication and how it can help improve the lack of accounting understanding in the business sector. The study is based on bibliographic research and a case study, using a descriptive and qualitative-quantitative approach, with a questionnaire applied via Google Forms to 9 accountants and 19 companies. It seeks to understand the practical difficulties faced by users of accounting information and to propose improvements in communication between accountants and clients. The results indicate that many clients indeed face difficulties and a lack of knowledge. It was also found that, for accountants, effective communication is crucial for quality accounting practices and strong client relationships, thereby improving outcomes and performance for both parties.

Keywords: *Communication; Accounting; Information; Accounting; Importance Users.*

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tempo de parceria com o escritório de contabilidade	28
Gráfico 2. Porte da empresa.....	29
Gráfico 3. Você sente que compreende as principais obrigações fiscais e contábeis da sua empresa?	29
Gráfico 4. Você já participou de algum treinamento ou recebeu orientações do escritório para entender melhor essas obrigações?	30
Gráfico 5. Qual canal de comunicação você prefere utilizar com o contador? (pode marcar mais de um).....	30
Gráfico 6. Com que frequência você gostaria de receber atualizações contábeis? ...	31
Gráfico 7. Com qual frequência você envia os documentos necessários para a contabilidade?.....	31
Gráfico 8. Gênero.....	44
Gráfico 9. Tempo de experiência na área contábil.).....	45
Gráfico 10. Na sua percepção, o quanto a comunicação clara entre contador e cliente influencia no desempenho do trabalho?).	45
Gráfico 11. Com que frequência os clientes demonstram entender corretamente os pedidos de documentos e as informações contábeis fornecidas?	46
Gráfico 12. De 0 a 10, qual o grau de dificuldade que a linguagem técnica contábil impõe à comunicação com clientes leigos?	47
Gráfico 13. Quais ferramentas de comunicação são mais utilizadas atualmente no seu trabalho com clientes? (Pode marcar mais de um).....	47
Gráfico 14. Em sua opinião, qual o nível de impacto que a melhoria na comunicação pode ter sobre a confiança do cliente?	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Em sua opinião, o que poderia melhorar na comunicação entre você e o escritório contábil?	32
Tabela 2. Há informações contábeis que você considera difíceis de entender? Quais?	35
Tabela 3. Como você acredita que o escritório poderia ajudar a aumentar seu conhecimento sobre contabilidade?	38
Tabela 4. Deixe aqui suas principais dificuldades em compreender as informações contábeis.	41
Tabela 5. Cargo ou função exercida.	44
Tabela 6. Na sua opinião, qual é a principal barreira na comunicação entre contadores e clientes?	49
Tabela 7. Em sua opinião, qual a importância de uma boa comunicação para a contabilidade?	51
Tabela 8. Como a melhoria da comunicação contábil pode impactar o desempenho do contador e da empresa-cliente?	53
Tabela 9. Você gostaria de sugerir alguma ferramenta, estratégia ou prática que poderia ser implementada para melhorar essa comunicação?	55

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1. Informação contábil.....	14
2.1.1. <i>Compreensibilidade e a terminologia das informações contábeis.....</i>	<i>14</i>
2.1.2. <i>Informações contábeis e suas características.....</i>	<i>16</i>
2.1.3. <i>Os Usuários da informação contábil.....</i>	<i>18</i>
2.2. Comunicação	19
2.2.1. <i>Definição de comunicação</i>	<i>19</i>
2.2.2. <i>Teoria da comunicação</i>	<i>20</i>
2.3. Comunicação no Ramo Empresarial	22
2.3.1. <i>Introdução ao Ramo Empresarial.....</i>	<i>22</i>
2.3.2. <i>Tipos de Empresas e Estruturas Organizacionais.....</i>	<i>22</i>
2.3.3. <i>Conceitos e Definição de Comunicação Empresarial.....</i>	<i>23</i>
2.3.4. <i>Tipos de Comunicação Empresarial.....</i>	<i>25</i>
3. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	26
4. ANÁLISE DOS DADOS.....	28
4.1. RESULTADOS DO CLIENTE.....	28
4.1.1. <i>Análise do questionário dos clientes:.....</i>	<i>28</i>
4.2. RESULTADOS CONTADORES	44
4.2.1. <i>Análise do questionário dos contadores</i>	<i>44</i>
5. ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES	58
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
REFERÊNCIAS	62
APÊNDICE	65

1. INTRODUÇÃO

Desde os primórdios da civilização, a Contabilidade, mesmo que de maneira primitiva, já vinha exercendo seu papel. A preocupação com as posses e a riqueza é uma constante no homem da antiguidade (como hoje também é), e ele teve de ir evoluindo seu instrumento de avaliação da situação patrimonial à medida que as atividades foram desenvolvendo-se em proporção e complexidade. A Contabilidade teve seu florescer, como uma área do saber madura e concluída, nas cidades italianas de Veneza, Gênova, Florença e outras. Estas cidades surgiram da atividade mercantil, econômica e cultural a partir do século XIII até o começo do século XVII. Essa mercantilização deu início ao desenvolvimento do pensamento contábil como ciência, ciência esta, que se desenvolveu e tornou-se o que se conhece hoje por Ciência Contábil.

Conforme a humanidade desenvolvia-se, o grau da complexidade dos seus negócios aumentava e assim, a Ciência Contábil também se aprimora como ferramenta para gerir riquezas. Com base na compreensão de que a função principal da Contabilidade é identificar, mensurar e comunicar informações destinadas a auxiliar a tomada de decisões econômicas e empresariais, é notório que a informação é elemento indispensável e de importante valor para o processo decisório, que seja ela de pessoa física ou jurídica. Quando se trata de economia, por exemplo, espera-se que a informação contribua para permitir a melhor alocação de recursos planejando à aprimoração de resultados. Nesse sentido, seu propósito é agregar valor às decisões de forma que reduza a distância entre os resultados programados e os desempenhados.

Contudo, com o surgimento de novas exigências, leis, documentos e especificidades ao passar do tempo se levantaram vários questionamentos e problemas entre os usuários das informações contábeis, o entendimento por parte dos usuários se tornou obsoleto e ultrapassado diante das exigências e complexibilidade das informações contábeis.

Sempre que é questionada a função da Contabilidade, o ato de comunicar as informações contábeis é salientado. A evidenciação contábil não é somente uma função da Contabilidade, mas como também é o meio por onde ela cumpre seu papel. Ou seja, a comunicação das informações contábeis é imprescindível na rotina e relação entre usuários e contador.

Por fim, é possível afirmar que, para que o conhecimento, da informação contábil, possa ser identificado, mensurado e comunicado de melhor forma, é necessária a utilização de três saberes. O saber científico para entender a natureza da operação, o saber da consciência para entender e assimilar a informação e o saber da vida para comunicá-la de maneira eficiente. Portanto a ciência contábil sem a exposição e comunicação devida das informações para os usuários podem ser consideradas inúteis, pois de nada adianta repassar e comunicar informações que não sejam compreendidas pelos tomadores de decisões.

Diante das dificuldades existentes na comunicação entre o contador e os clientes usuários da informação contábil, surge a seguinte indagação: Qual a importância e como melhorar a comunicação da informação contábil entre os contadores e clientes para melhor desempenho de ambos no trabalho?

Levando em consideração o atual cenário sobre a comunicação da informação contábil, este estudo tem como motivação a falta de conhecimento e compreensão da informação contábil no meio empresarial.

Os problemas relacionados a falta da devida comunicação da informação contábil, vão desde mal interpretação das informações, falta de compreensão, envio de documentos errados, omissão na emissão de notas fiscais, falta de planejamento tributário, desconhecimento de normas e regras contábeis, negligências na atualização tecnológicas até a tomada de decisão errada, causando prejuízo ao usuário.

Desta forma, é possível notar que esse estudo sobre a comunicação da informação contábil devidamente transmitida e compreendida pode impactar diretamente ou indiretamente as empresas de pequeno e grande porte, empresários, investidores, pessoas físicas, pessoas jurídicas, MEI, empresas do simples e todos os grupos que possuem relação com a contabilidade, trazendo a importância da comunicação e compreensão da informação contábil, uma nova visão de educação contábil por parte dos usuários, melhorando a própria comunicação e compreensão para ambas as partes e mostrando que a comunicação da informação contábil desempenha um papel crucial na construção da credibilidade do contador e contabilidade para fiz empresariais, econômicos e financeiros. Ela é um elemento crucial e fundamental para o sucesso no competitivo mercado contábil.

Para responder o problema de pesquisa, estabelece o seguinte objetivo geral: Destacar a importância da comunicação da informação contábil, e como ela pode

ajudar a melhorar a falta de compreensão contábil no ramo empresarial.

Seguido dos objetivos específicos:

- Conceituar informação contábil;
- Analisar a falta de conhecimento contábil;
- Destacar a importância da comunicação para a contabilidade.

Para que se alcance todos os objetivos foi necessário desenvolver uma metodologia de pesquisa, para base teórica da pesquisa foi utilizado o método bibliográfico pois, na maioria dos casos, as pesquisas aplicadas exigem e partem de estudos teóricos.

Além da pesquisa bibliográfica, para atender a necessidade do entendimento do problema levantado, a pesquisa se desenvolveu como um estudo de caso que teve como cenário dessa pesquisa o escritório Análise Contabilidade. A escolha desse local se deu em razão de acontecimentos no cotidiano e rotina de trabalho que caracterizou o objeto e o problema da presente pesquisa.

Em função dos propósitos do estudo, também, foi adotada uma abordagem de caráter descritivo e uma abordagem qualitativa. Ressalta-se que foi feita a abordagem de forma quali-quantitativa mediante uma análise mais profunda e não se prender simplesmente em aspectos técnicos e dados numéricos, com o intuito de conhecer melhor as dificuldades existentes e sentidas pelos usuários da informação contábil na falta de uma comunicação adequada.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Informação contábil

2.1.1. Compreensibilidade e a terminologia das informações contábeis

Considerada um dos atributos indispensáveis da informação contábil, a compreensibilidade, presume que o usuário tenha conhecimentos que o habilitam ao entendimento das informações que estão a sua disposição e saiba analisá-las no tempo e em profundidade disponível. Esse atributo é necessário para que a informação contábil possa alcançar seu objetivo de fornecer informação para a tomada de decisão dos seus usuários, caso o receptor da informação contábil não compreenda o que está sendo transmitido, essa mensagem poderá perder utilidade para o seu usuário no processo de tomada de decisão. Iudícibus, S. (2015).

Revisando a literatura contábil, verifica-se que, há muito tempo, diversos autores vêm alertando para o problema da compreensibilidade das informações contábeis. Em geral, afirma-se que tão importante quanto produzir a informação certa é garantir que ela se torne compreensível ao usuário, para que ele possa utilizá-la como instrumento de apoio ao processo decisório. Dias Filho, Nakagawa (2001).

De fato, se a Contabilidade tem por missão facilitar a tomada de decisões, o mínimo que se pode esperar das demonstrações contábeis são informações claras e compreensíveis, a fim de que o usuário possa identificar as alternativas de ação e selecionar a que mais se afine com seus objetivos. Dias Filho, Nakagawa (2001).

Para alcançar seu objetivo, a Contabilidade tem início a partir do fato contábil tendo como finalização a compreensão desses fatos por seus usuários e servindo de suporte para a tomada de decisões. Partindo dessa perspectiva, a Contabilidade pode ser visualizada como um instrumento de comunicação entre o contador e o usuário da informação. Nesse sentido, a literatura contábil tem reconhecido que as classificações e os formatos dos relatórios contábeis têm potencial de direcionar a atenção dos indivíduos e estimular suas representações mentais. Checon (2018), por exemplo, utilizou o embasamento de teorias da psicologia para identificar se um formato mais acessível de informações influenciava a compreensão de investidores e sua posterior tomada de decisão.

Messias (2017) identifica a falta de compreensibilidade dos relatórios contábeis como fator motivador da baixa busca de informações na Contabilidade de instituições privadas e públicas, tendo em vista que os gestores observaram incertezas no seu

uso e posicionamentos negativos sobre a qualidade dos relatórios. Além disso, identificou-se que são elaborados pela Contabilidade somente em forma de demonstrações contábeis padronizadas em lei e não de relatórios gerenciais, como requerido pelos gestores. Acrescenta-se a isso, o fato de que a terminologia predominantemente técnica exige que os setores possuam funcionários especializados na conversão das demonstrações contábeis recebidas em informações gerenciais para a tomada de decisão pela gestão.

Segundo Dias Filho (2000), a compreensão das informações é um dos requisitos necessários para que a Contabilidade cumpra bem a sua missão. Em seu estudo sobre a linguagem contábil, o autor verifica que o usuário das informações contábeis geralmente não consegue compreender perfeitamente o significado de muitos termos. Nesse sentido, sugere-se o uso de uma linguagem inteligível, que permita ao usuário assimilar o seu conteúdo.

Dias Filho (2013) defende o posicionamento da necessidade de tornar as informações contábeis mais compreensivas para seus usuários. Para possibilitar uma compreensão adequada de todos os elementos contábeis que possam interferir nas decisões, a apresentação das informações necessita ser “justa, adequada e plena”. O mesmo autor ainda explica a existência de uma correlação entre o tipo de linguagem usada nas demonstrações contábeis e a percepção informacional por seus usuários. A conclusão que o autor chega é a de que o usuário médio das informações contábeis não compreende totalmente o significado de vários termos usados nos demonstrativos contábeis.

O problema da compreensibilidade das informações contábeis também já foi objeto de discussão na *Organização das Nações Unidas* - ONU, onde um grupo de especialistas em padrões internacionais de Contabilidade concluiu que a complexidade dos negócios não pode ser utilizada como desculpa para a apresentação de informações pouco inteligíveis. Em seus relatórios, os especialistas destacaram que a forma de apresentação, a terminologia adotada, os conceitos e hipóteses estabelecidos, devem ser expressos de maneira não ambígua e suficientemente explicitados para que a informação seja compreendida com garantia. (Dias Filho, Nakagawa 2001).

De modo semelhante, o Comitê de Padrões Contábeis Internacionais do *International Accounting Standards Committee* - IASC tem considerado que a evidenciação contábil deve ser clara e compreensível, ainda que influenciada por

políticas contábeis que variam de empresa para empresa, tanto dentro de um mesmo país como de um país para outro. Entende-se que, em qualquer circunstância, o usuário da Contabilidade precisa de informações claras para fazer julgamentos adequados e adotar decisões racionais. Dias Filho, Nakagawa (2001).

O pensamento de Carvalho e Nakagawa (2001) sobre a comunicação é o seguinte: “A comunicação contábil deve ser expressa numa linguagem acessível aos seus usuários. Qualquer falha na comunicação pode ocasionar prejuízos afetando o desenvolvimento da organização. É importante que as Demonstrações Contábeis sejam elucidativas não se restringindo à apresentação de informações”.

2.1.2. Informações contábeis e suas características

A informação pode ser conceituada como sendo um elemento fundamental no processo de comunicar fatos ou conhecimentos. Várias áreas de conhecimento vêm utilizando essa terminologia com diferentes conceituações. Assim, pode-se dizer que a falta de padronização na definição do que viria a ser informação compromete a transmissão do conhecimento nas diferentes áreas onde o termo é empregado (MESSIAS, 2017).

A informação contábil é essencial para fornecer suporte às decisões estratégicas e operacionais dentro das organizações. Conforme Fagundes, Brugni e Nossa (2024), a qualidade da informação contábil depende não apenas dos métodos de registro, mas também das habilidades gerenciais dos profissionais que a interpretam e divulgam. A gestão da informação contábil deve garantir que os dados apresentados sejam relevantes, confiáveis, compreensíveis e tempestivos, de modo a atender às necessidades dos usuários internos e externos.

Complementando essa visão, Cirico Junior e Fonseca (2021) destacam que a adequada administração da informação contábil é imprescindível para o alinhamento das práticas operacionais aos objetivos estratégicos da empresa. Segundo os autores, a informação contábil atua como um elo de ligação entre os diferentes níveis hierárquicos da organização, promovendo integração e coesão na tomada de decisões.

Além disso, Batistella et al. (2021) alertam para o fato de que a relevância da informação contábil pode variar em função das diferenças culturais existentes entre os países e regiões. Eles evidenciam que fatores culturais influenciam a percepção

da utilidade da informação, alterando a forma como os dados contábeis são interpretados e utilizados no processo decisório. Diante disso, torna-se imprescindível que a informação contábil seja elaborada considerando tanto os padrões técnicos quanto o contexto sociocultural em que será aplicada.

Além da divergência conceitual, existem diversas áreas do conhecimento que usam esse termo. Entre as áreas de conhecimento que englobam essa terminologia identificam-se áreas como Administração, Psicologia, Sociologia e até ciências do ramo das exatas, como por exemplo, Computação e Matemática. Quando é analisada a etimologia da palavra, verifica-se que o termo informação pode ser identificado da seguinte maneira: in (dentro) – forma – ação. Portanto, informação é uma ação de dar forma. Entretanto, dar forma a quê? E onde? Quando é analisado sobre esse aspecto, a informação é visualizada como a ação de fornecer forma a uma série de dados, constituindo uma mensagem, dentro do contexto social com uma meta definida, sendo essa estabelecida previamente pelo responsável por desenvolver a mensagem. (VALENTE, 2014).

Quando é analisado o termo informação no contexto da contabilidade, observa-se que ela é elemento indispensável para que essa ciência possa alcançar seus objetivos. A contabilidade sempre teve como sua principal finalidade comunicar informações para seus usuários. Essa informação em sua essência é aquela responsável por modificar o conhecimento dos usuários sobre a organização, as usando como alicerce para a tomada de decisão e resolução de seus problemas (VALENTE, 2014).

Nesse sentido, a busca deve ser por qualidade e não por quantidade de informação, sendo que o importante é possuir informações adequadas, no tempo esperado e a custo compatível com o seu benefício. A qualidade da informação contábil é um fator crucial para a tomada de decisões eficientes dentro das organizações e no mercado de capitais. Peixe, Araújo e Pinto (2023) destacam que o descosture adequado das informações contábeis no mercado brasileiro é essencial para reduzir a assimetria informacional entre gestores e investidores, promovendo uma alocação mais eficiente dos recursos. Nesse contexto, a transparência e a frequência da divulgação contábil se mostram fundamentais para que os usuários possam confiar e se apoiar nesses dados para suas decisões estratégicas. Complementando essa visão, Barbosa et al. (2015) evidenciam que empresas que praticam a divulgação voluntária de informações contábeis apresentam melhor

qualidade informacional, já que ampliam a confiança dos stakeholders e tornam seus processos de gestão mais sólidos e previsíveis.

A partir disso, observa-se que os aspectos essenciais para uma informação ser útil ao processo decisório condizem com sua relevância, precisão, confiabilidade, tempestividade, flexibilidade, possibilidade de rastreamento e integração, com vistas ao suprimento das necessidades da gestão, assumindo, com isso, contornos estratégicos para a organização. Em se tratando das características qualitativas que devem nortear, especificamente, as informações contábeis, apresentam as seguintes: Compreensibilidade, relevância, confiabilidade, comparabilidade. (NBC TG, CFC resolução 2.031/2023).

As características apresentadas levam ao entendimento de que as informações são provenientes do principal banco de dados registrados da empresa, a contabilidade, cuja base é usada para a produção de informações para o processo decisório e também para os usuários externos. Segundo Crepaldi (2017), para a Contabilidade conseguir atender a necessidade de produção de informação foi preciso que essa ciência ajustasse suas informações para os seus usuários, governo, clientes, fornecedores com a perspectiva de possibilitar o uso das informações contábeis no processo decisório.

2.1.3. Os Usuários da informação contábil

Em contabilidade, a informação é gerada para atender pessoas ou entidades que necessitam de alguma informação contábil para tomada de decisões. Estes usuários podem ter preocupações em comum, como a capacidade de geração de caixa, a rentabilidade da empresa e a continuidade de seus negócios (FAVERO et al., 2011). Como também pode haver interesses e necessidades diferenciadas quanto à informação contábil por parte dos seus usuários, dependendo da relação que eles estabelecem com a organização.

Entende-se que este tipo de relação possibilita classificar esses usuários como internos e usuários externos. Sumariamente pode-se dizer que os usuários internos são “aqueles que trabalham na empresa e ocupam cargos que requerem a tomada de decisões, para tanto, precisam de informações direcionadas de acordo com suas necessidades”, o que normalmente ocorre por meio de relatórios internos, sem necessariamente seguir padrões e regras contábeis. Enquanto os usuários externos

são “aqueles que não possuem relação de trabalho com a empresa, mas necessitam de informações para a tomada de decisão”, as informações evidenciadas para este tipo de usuário normalmente são padronizadas, seguem os princípios contábeis e são divulgadas nas demonstrações contábeis (FAVERO, et al., 2011).

São diversos os segmentos da contabilidade e, por isso, são inúmeros os interesses dos usuários das informações contábeis. Destaca-se, dentre esses, por sua vez, a contabilidade financeira, que é a contabilidade geral essencial a todo tipo de empresa. Esse ramo possui como principal usuário externo os sócios e investidores, pois são aqueles que tomam a decisão de comprar, manter ou vender ações. O principal usuário interno, por outro lado, são os administradores, uma vez que tomam decisões a partir do desempenho e da realidade econômica da empresa (MARION, 2020).

Os acionistas, outros investidores e os credores são os principais usuários da informação contábil e que, por isso, a divulgação de informações deve ser útil para tomada de decisões de investimento e outras que norteiam o mercado externo à empresa. Entretanto, vai além disto, o usuário interno da informação contábil também tem que tomar decisões inerentes às operações da empresa, tais como a própria escolha do sistema que formatará a informação, ou a escolha do sistema de avaliação de desempenho, entre outras que permeiam o cotidiano desta classe de usuário – o interno. (SOUZA, FABIA 2020).

A partir disso, depreende-se que a importância da fidedignidade da informação contábil gerada no entorno da gestão de um negócio interessa igualmente tanto aos usuários externos quanto aos internos, cada um guiado por seus interesses específicos intrínsecos às suas atividades. (SOUZA, FABIA 2020).

2.2. Comunicação

2.2.1. Definição de comunicação

A comunicação da informação contábil é um elemento determinante para a transparência organizacional e para o fortalecimento da confiança dos stakeholders. De acordo com Nascimento e Pereira (2022), a transparência na divulgação de informações contábeis é fundamental para a formação de esferas públicas que promovam a accountability e o controle social. Os autores afirmam que "a circulação

da informação contábil é um vetor para a democratização das relações entre as organizações e a sociedade" (NASCIMENTO; PEREIRA, 2022, p. 5).

Alves et al. (2022) reforçam essa perspectiva ao apontar que a Teoria da Comunicação aplicada à contabilidade tem evoluído, e que há uma tendência crescente de tratar a informação contábil como parte de um processo comunicacional dinâmico, e não apenas como um fim em si mesma. Os autores analisaram a produção científica recente e identificaram que a contabilidade moderna precisa considerar aspectos de linguagem, percepção e interpretação no momento de transmitir suas informações.

Além disso, Batistella et al. (2021) enfatizam que a efetividade da comunicação contábil depende da capacidade de adaptação às especificidades culturais dos públicos-alvo. Em ambientes multiculturais, a forma de apresentar a informação contábil deve ser ajustada para garantir a adequada compreensão e relevância dos dados fornecidos. A comunicação é o fio que conduz todas as relações humanas. Nada ocorre sem que exista uma comunicação prévia. Comunicar bem não é só transmitir ou receber uma informação com exatidão. Comunicação é a troca de entendimento e sentimento, e ninguém é capaz de entender outra pessoa se não considerar além das palavras, as emoções e a situação em que fazemos tornar comum o entendimento (MATOS, 2009).

Matos (2009) declara a diferença entre informação e comunicação. Segundo o autor: Informação é quando um emissor transmite um conjunto de dados codificados para o receptor, dados esses que eliminam dúvidas e indefinições do receptor, ou seja, a informação pressupõe que exista a figura de um emissor, uma mensagem e um receptor. A comunicação somente ocorre quando a informação recebida pelo receptor é compreendida e interpretada e encaminhada de volta ao emissor. Esse retorno é caracterizado de feedback, algo que confirme que o receptor entendeu a mensagem transmitida.

2.2.2. Teoria da comunicação

Esta teoria foi desenvolvida com a finalidade de solucionar problemas técnicos de comunicação e, com o tempo, adquiriu importância considerável em diversos ramos do conhecimento, como na Psicologia, Matemática e Linguística (Matterlart & Matterlart, 2011).

Maffesoli (2003) aborda a comunicação como fenômeno que nos liga ao outro, sendo assim considerado um cimento social. Nessa perspectiva, o autor afirma que só podemos existir e compreendermo-nos na relação com o outro. Assim, a comunicação é sempre fragmentada, negociada, investida de emoções e de sentimentos, articulada entre partes que ora se opõem, ora se complementam.

Segundo Sampaio (2001), a comunicação é a unidade elementar que constitui os sistemas sociais e pode ser entendida como sinal de transmissão; como diálogo; como disputa e como seleção.

a) Comunicação como sinal de transmissão: comunicação vista como um processo de transporte da informação do emissor para o receptor. Assim, as mensagens são tratadas como meros sinais a serem identificados e interpretados.

b) Comunicação como diálogo: sujeitos interagem com fins de obter um entendimento. Dessa forma, a noção de dialogia e a compreensão do entendimento é objetivo da comunicação.

c) Comunicação como disputa: tem como caso exemplar a utilização da metáfora na qual a comunicação se assemelha a um processo de guerra. Nesse tipo de metáfora, os participantes da interação apresentam-se, frente a frente, com o propósito deliberado de derrubar o argumento um do outro.

d) Comunicação como seleção: a comunicação é um sistema fechado completo compreendido como um processo de seleção da informação, seleção da participação dessa informação e a compreensão seletiva dessa participação.

Esse modelo é composto ainda dos seguintes elementos (Bachmann, 2013, Juarez, 2007):

- ✓ **Emissor:** Criador e transmissor da mensagem.
- ✓ **Mensagem:** Instrumento responsável pelo elo entre emissor e receptor, permitindo a veiculação do conteúdo.
- ✓ **Código/sinal:** Sistemas de regras conhecidas por certo grupo de usuários, sendo utilizado para tornar inteligível o conteúdo da mensagem.
- ✓ **Canal:** Garante a circulação da mensagem entre emissor e receptor e possui como requisitos básicos: facilidade de manuseio; reprodução e conservação; e durabilidade e resistência.
- ✓ **Receptor:** Trata-se do destinatário da mensagem, podendo ser caracterizado por um sujeito ou um grupo social.

Os conceitos da Teoria da Comunicação atestam que a eficácia de uma mensagem é medida pela quantidade de informação assimilada. Em essência, informação é redução de incerteza e, nesse sentido, a sua validade é determinada medindo o nível de incerteza do usuário entre dois momentos: antes e depois de receber a mensagem. Se o usuário da mensagem não conseguir interpretá-la, não se pode dizer que tenha ocorrido uma comunicação, pois isto somente se concretiza se o código utilizado pelo emissor estiver sido compreendido pelo receptor, se assim não for a informação será apenas um ruído sem qualquer valor semântico (Dias Filho, 2000).

Os princípios dessa teoria podem ser utilizados para avaliar se a Contabilidade está cumprindo adequadamente a função de comunicar as informações financeiras. Além disso, salientam que se essa função não for bem realizada, os demonstrativos contábeis tornam-se inúteis. (Dias Filho, 2000).

Um dos grandes obstáculos, nessa ótica, é de que os contadores possuem diferentes opiniões sobre a melhor maneira de se registrarem e comunicarem os eventos econômicos. Por este motivo, percebeu-se que os usuários das informações contábeis possuem dificuldades para captar corretamente as mensagens emitidas pelos profissionais da Contabilidade.

2.3. Comunicação no Ramo Empresarial

2.3.1. Introdução ao Ramo Empresarial

O ramo empresarial abrange um conjunto de atividades econômicas organizadas para a produção, distribuição e comercialização de bens e serviços. De acordo com Kotler e Keller (2012), as empresas devem se estruturar com base em estratégias de mercado bem definidas, garantindo sua sustentabilidade e crescimento ao longo do tempo. O ambiente empresarial está em constante evolução, sendo impactado por fatores internos e externos, como políticas governamentais, mudanças tecnológicas e tendências de consumo.

2.3.2. Tipos de Empresas e Estruturas Organizacionais

As empresas podem ser classificadas de acordo com diferentes critérios, como porte, setor de atuação e estrutura organizacional. Segundo Chiavenato (2014),

existem diversas formas de organização empresarial, cada uma adequada a determinados contextos e objetivos estratégicos:

Estrutura Hierárquica: Caracteriza-se por uma cadeia de comando bem definida, com níveis de hierarquia distintos e responsabilidades claras.

Estrutura Matricial: Combina elementos da estrutura hierárquica com equipes multifuncionais, promovendo maior flexibilidade na execução de projetos.

Estrutura em Rede: Utiliza parcerias e colaborações entre diferentes empresas para otimizar recursos e compartilhar conhecimento. Essas estruturas são determinantes para o funcionamento das organizações e influenciam diretamente sua eficiência e capacidade de adaptação ao mercado.

O ramo empresarial é vasto e dinâmico, influenciado por diversos fatores internos e externos. Para garantir sua perenidade, as empresas devem adotar estratégias embasadas em teorias administrativas e econômicas, buscando inovação, eficiência e sustentabilidade. O entendimento dos conceitos discutidos neste referencial teórico permite que gestores e empreendedores tomem decisões mais informadas e alinhadas às demandas do mercado.

2.3.3. Conceitos e Definição de Comunicação Empresarial

Comunicação empresarial é uma ferramenta estratégica de planejamento e bastante abrangente, pois envolve diversos fatores para garantir a qualidade da informação e facilitar as relações com os diferentes públicos.

No ambiente empresarial, a comunicação da informação contábil se consolida como ferramenta estratégica para a consolidação dos objetivos organizacionais e para o fortalecimento das relações institucionais. Segundo Cirico Junior e Fonseca (2021), a comunicação eficiente da informação contábil contribui diretamente para o alinhamento entre os planos estratégicos e as ações táticas e operacionais das organizações. A gestão correta da informação contábil permite que decisões sejam tomadas com base em dados precisos e tempestivos, otimizando os resultados empresariais.

Fagundes, Brugni e Nossa (2024) acrescentam que o nível de qualidade da informação contábil disponibilizada está fortemente ligado à capacidade de comunicação dos gestores, influenciando tanto a percepção interna de eficiência quanto a imagem da empresa perante o mercado e os investidores.

Em paralelo, Alves et al. (2022) destacam que no contexto empresarial atual, marcado por rápidas transformações tecnológicas e mudanças nas exigências dos stakeholders, a comunicação contábil deve ser compreendida como um processo contínuo de construção de significado. Para os autores, a comunicação contábil eficaz vai além da simples entrega de relatórios financeiros: ela envolve criar narrativas corporativas coerentes que transmitam transparência, ética e responsabilidade.

É a relação de disponibilização de informações de uma empresa com seus diversos públicos e como essas mensagens são interpretadas. É pela comunicação empresarial que uma empresa utiliza estratégias de comunicação com o objetivo de melhorar a imagem da empresa e os resultados obtidos. Além disso, faz parte também da comunicação empresarial a interação e diversas formas de comunicar dos funcionários de uma empresa.

O profissional de comunicação, deve ter visão do campo profissional em que atua e saber como aproveitar as oportunidades de negócios, adaptação as novas tecnologias e mudanças constantes da empresa, quanto mais esclarecidas as informações, melhor o resultado. A Comunicação Empresarial, tornou-se um tema complexo, devido a necessidade de informar empregados, trabalhadores, governo, consumidores, investidores, sindicatos e fornecer informações internas e externas e atender as expectativas das variadas áreas.

Segundo Bueno (2006, p. 72):

A Comunicação Empresarial (Organizacional, Corporativa ou Institucional) compreende um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para reforçar a imagem de uma empresa ou entidade (sindicato, órgãos governamentais, ONGs, associações, universidades) junto aos seus públicos de interesse (consumidores, empregados, formadores de opinião, classe política ou empresarial, acionistas, comunidade acadêmica ou financeira, jornalistas e outros) ou junto à opinião pública.

A comunicação empresarial está cada vez mais diferente e completa e segue com o dever da transparência e confiança entre cliente e agência. Além de tudo é essencial para qualquer projeto. Conforme Bueno (2006), a maioria dos projetos só funciona efetivamente nas organizações graças a uma efetiva comunicação empresarial. “As pessoas precisam conversar, as informações e os conhecimentos precisam fluir, e toda decisão é tomada graças à interação entre funcionários”, afirma. O autor também explica que existem vários tipos de comunicação empresarial

dentro de uma empresa e várias formas de atuação. Mas o objetivo é o mesmo, de se comunicar e com o próximo da forma mais assertiva possível.

2.3.4. Tipos de Comunicação Empresarial

A comunicação empresarial pode ser classificada em diferentes tipos, dependendo do seu público-alvo, dos canais utilizados e da finalidade da interação. Segundo Kunsch (2003), as principais categorias são:

Comunicação Interna: Refere-se ao fluxo de informações dentro da própria organização, promovendo o alinhamento entre os colaboradores e fortalecendo a cultura organizacional. Essa comunicação pode ser formal (circulares, murais, comunicados oficiais) ou informal (trocas interpessoais no ambiente de trabalho). Segundo Torquato (2002), uma comunicação interna eficaz melhora o clima organizacional e evita conflitos decorrentes da falta de informação ou de mal-entendidos.

Comunicação Externa: Envolve a interação da empresa com públicos externos, como clientes, fornecedores, investidores e sociedade em geral. As estratégias de comunicação externa incluem campanhas publicitárias, assessoria de imprensa, marketing digital e participação em eventos corporativos. De acordo com Bueno (2009), a imagem da empresa no mercado depende diretamente da qualidade da sua comunicação externa.

Comunicação Organizacional: Trata-se da disseminação de informações institucionais com o objetivo de fortalecer a identidade corporativa e estabelecer um relacionamento positivo com todos os stakeholders. Segundo Kunsch (2003), essa comunicação pode ocorrer por meio de relatórios de sustentabilidade, publicações institucionais e ações de relações públicas.

A comunicação empresarial é um fator determinante para o sucesso das organizações, influenciando desde o clima organizacional até a percepção da marca pelo mercado. Investir em estratégias comunicacionais eficazes permite maior alinhamento entre os colaboradores, fortalece o relacionamento com os clientes e contribui para o crescimento sustentável do negócio.

Por fim, Batistella et al. (2021) ressaltam que em um ambiente empresarial globalizado, fatores culturais precisam ser incorporados nas estratégias de comunicação contábil para assegurar a eficácia e a recepção adequada da informação nos diferentes contextos de atuação da organização.

3. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

O propósito deste estudo irá consistir em analisar a importância da comunicação da informação contábil, e como ela pode ajudar a melhorar a falta de compreensão contábil no ramo empresarial.

Para a elaboração da base teórica da pesquisa foi utilizado o método bibliográfico pois, na maioria dos casos, as pesquisas aplicadas exigem e partem de estudos teóricos. Segundo Cervo e Bervian (1983) ela procura explicar um problema partindo das teorias que existem sobre aquele determinado assunto. O seu intuito é recolher informações e conhecimentos prévios sobre um problema para o qual se procura uma resposta, ou para uma hipótese que se quer experimentar. Tal método é utilizado para fins de análise entre o resultado da pesquisa de campo realizada e com o que se tem escrito sobre aquele assunto, comparando o resultado obtido contra o que existe escrito e publicado sobre o tema.

Para Andrade (2010, p. 25):

A pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica, necessariamente, a pesquisa bibliográfica preliminar. Seminários, painéis, debates, resumos críticos, monográficas não dispensam a pesquisa bibliográfica. Ela é obrigatória nas pesquisas exploratórias, na delimitação do tema de um trabalho ou pesquisa, no desenvolvimento do assunto, nas citações, na apresentação das conclusões. Portanto, se é verdade que nem todos os alunos realizarão pesquisas de laboratório ou de campo, não é menos verdadeiro que todos, sem exceção, para elaborar os diversos trabalhos solicitados, deverão empreender pesquisas bibliográficas (ANDRADE, 2010, p. 25).

Além da pesquisa bibliográfica, para atender a necessidade do entendimento do problema levantado, a pesquisa se desenvolveu como um estudo de caso. Segundo Yin (2005), o uso do estudo de caso é adequado quando se pretende investigar o como e o porquê de um conjunto de eventos contemporâneos. O autor assevera que o estudo de caso é uma investigação empírica que permite o estudo de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

Gil (2009) aponta alguns propósitos dos estudos de caso: 1) explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos; 2) preservar o caráter

unitário do objeto estudado; 3) descrever a situação do contexto em que está sendo feita uma determinada investigação; 4) formular hipóteses ou desenvolver teorias e 5) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações complexas que não permitam o uso de levantamentos e experimentos.

Gil (2009) ressalta que o conceito de caso se ampliou, a ponto de poder ser entendido como uma família ou qualquer outro grupo social, um pequeno grupo, uma organização, um conjunto de relações, um papel social, um processo social, uma comunidade, uma nação ou mesmo toda uma cultura.

Em função dos propósitos do estudo, também, foi adotada uma abordagem de caráter descritivo e uma abordagem qualitativa. Com um desenho transversal no que diz respeito ao tempo.

A pesquisa quali-quantitativa, também conhecida como pesquisa mista, integra métodos qualitativos e quantitativos com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais ampla e aprofundada dos fenômenos investigados. Segundo Minayo (2010), essa abordagem permite a articulação entre a profundidade da análise qualitativa e a generalização estatística proporcionada pelos dados quantitativos. Para Oliveira (2011), a combinação dos dois métodos é especialmente relevante em estudos sociais aplicados, pois possibilita captar tanto a dimensão objetiva quanto subjetiva da realidade. Dessa forma, a pesquisa quali-quantitativa se destaca por sua flexibilidade e por atender à complexidade das questões contemporâneas, ao mesmo tempo em que assegura rigor metodológico.

Pesquisa Descritiva de Caráter Documental: quando elaborada a partir de materiais que não receberam tratamento analítico. (SILVA; MENEZES, 2005, p.14)

O cenário dessa pesquisa será feito no escritório Análise Contabilidade. A escolha desse local se dará em razão de acontecimentos no cotidiano e rotina de trabalho que caracterizou o objeto da futura pesquisa.

O público-alvo do estudo foram os contadores e uma amostra dos clientes da Análise Contabilidade. O estudo foi realizado entre os meses de agosto de 2024 a junho de 2025.

4. ANALISE DOS DADOS

4.1. RESULTADOS DO CLIENTE

Este capítulo se divide em duas partes que apresenta a análise dos resultados atingidos por meio de dois questionários diferentes, um questionário foi aplicado para 19 clientes e um questionário foi aplicado para 09 contadores do escritório Analise Contabilidade. A primeira parte dos questionários trata do perfil dos respondentes com relação ao tempo dos clientes em parceria com o escritório, ao tempo de experiência dos contadores, ao porte da empresa, ao cargo do contador, a segunda parte dos questionários visou responder o problema de pesquisa e alcançar os objetivos da presente pesquisa, com perguntas objetivas e subjetivas.

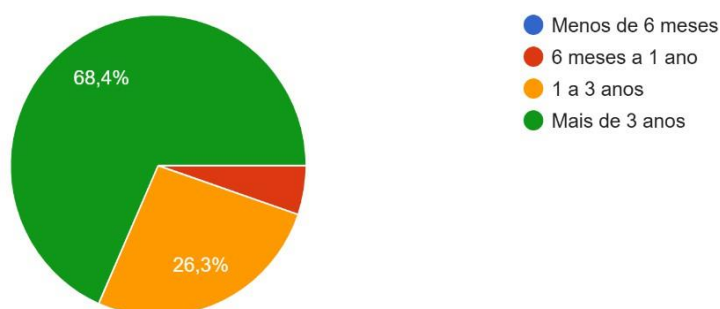
4.1.1. *Análise do questionário dos clientes:*

A primeira parte do questionário direcionado aos clientes tem como objetivo compreender o perfil estrutural das empresas atendidas pelo escritório contábil, analisando dois fatores fundamentais: o tempo de atividade (tempo de existência) e o porte empresarial. Esses dois aspectos fornecem informações valiosas para interpretar o contexto, as necessidades e o nível de maturidade dos negócios em relação aos serviços contábeis.

A segunda parte do questionário com os conteúdos das questões 3 a 11, buscou identificar a percepção dos clientes ao que diz respeito sobre a compreensão das obrigações fiscais, treinamento contábil, principais meios de comunicação utilizados, prazos sobre receber relatórios, entrega de documentos, suas percepções e conhecimento sobre a contabilidade, melhorias na comunicação entre eles e os contadores, informações que possuem dificuldades, conhecimento sobre a contabilidade e as suas principais dificuldades.

Gráfico 1. Tempo de parceria com o escritório de contabilidade.

19 respostas

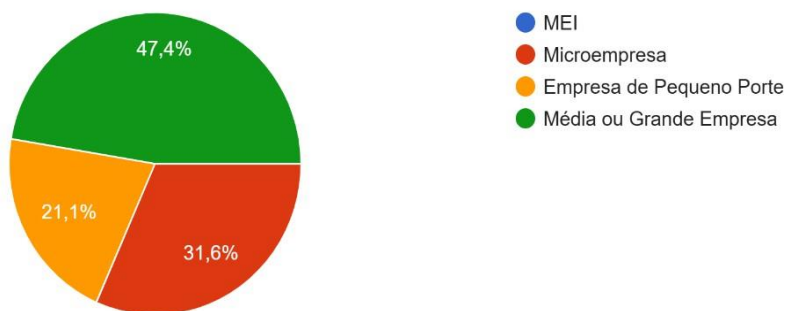


Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Verificou-se que 68,4% das empresas tem mais de 3 anos de parceria com o escritório, 26,3% tem de 1 a 3 anos de parceria e que 5,3% tem de 6 meses a 1 ano. Mostrando que a maioria dos clientes já estão a bastante tempo no universo da pesquisa.

Gráfico 2. Porte da empresa.

19 respostas

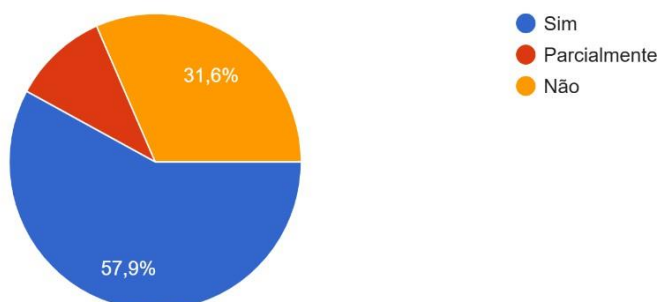


Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Ao que diz respeito ao porte das empresas 09 são de médio ou grande porte, 06 são empresas de pequeno porte e 04 são microempresas.

Gráfico 3. Você sente que compreende as principais obrigações fiscais e contábeis da sua empresa?.

19 respostas



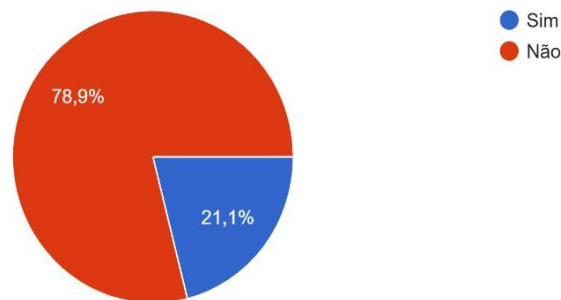
Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Na 3ª questão dentre os 19 respondentes que participaram da pesquisa e responderam de acordo com seu entendimento, 57,9% responderam que compreendem as principais obrigações fiscais, 31,6% não compreendem e 10,5% entendem parcialmente.

Sendo assim, nota-se que a maioria dos respondentes tem conhecimento sobre as obrigações fiscais, mas uma boa parte dos respondentes, ou não possuem ou só sabe parcialmente, mostrando assim uma certa carência de conhecimento contábil.

Gráfico 4. Você já participou de algum treinamento ou recebeu orientações do escritório para entender melhor essas obrigações?.

19 respostas

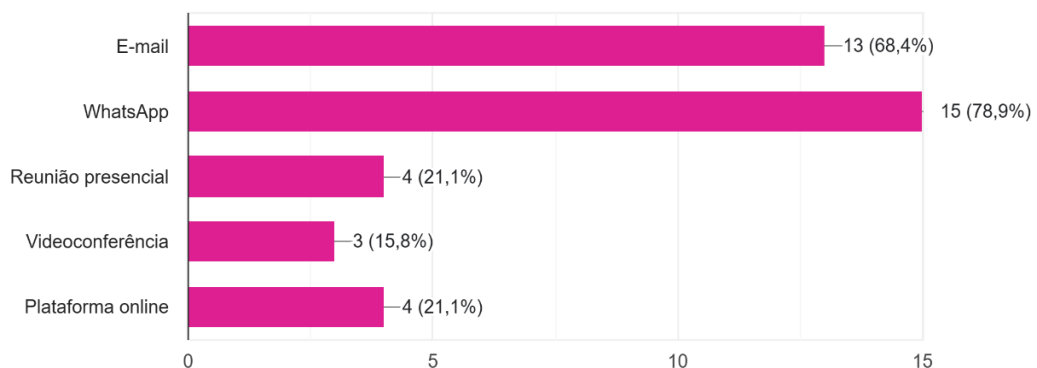


Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A 4ª questão aborda se os respondentes já tiveram algum treinamento ou orientação do escritório para entender melhor as obrigações, mostrando que 78,9% não recebeu nenhum treinamento ou orientação e que 21,1% já recebeu. Isso mostra em relação a 3ª questão, que a maioria dos que possuem conhecimento contábil adquiriram de forma própria.

Gráfico 5. Qual canal de comunicação você prefere utilizar com o contador? (pode marcar mais de um).

19 respostas

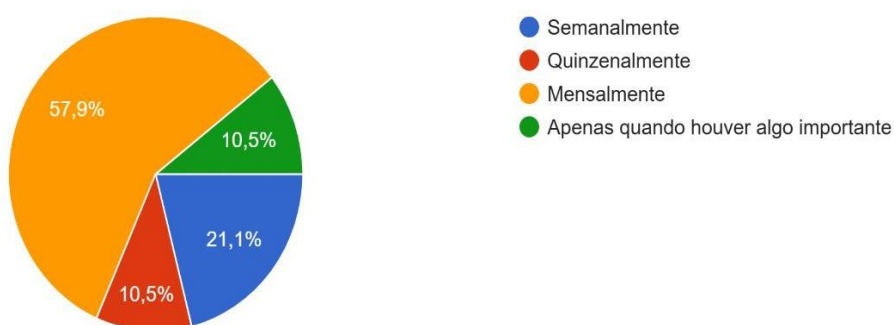


Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A 5ª questão aborda os principais canais de comunicação que os clientes preferem utilizar para transmitir e repassar os documentos e dúvidas existentes, nessa questão poderia marcar mais de uma alternativa, obtendo assim mais respostas, destaca-se que o WhatsApp teve 15 marcações mostrando assim que é o seu principal canal de comunicação utilizado pelos clientes, seguido por E-mail com 13 marcações, reunião presencial e plataforma online com 4 marcações cada e videoconferência com 3 marcações. As respostas mostram que cada vez mais as empresas estão buscando meios mais rápidos e práticos para se comunicar com seu contador.

Gráfico 6. Com que frequência você gostaria de receber atualizações contábeis?

19 respostas

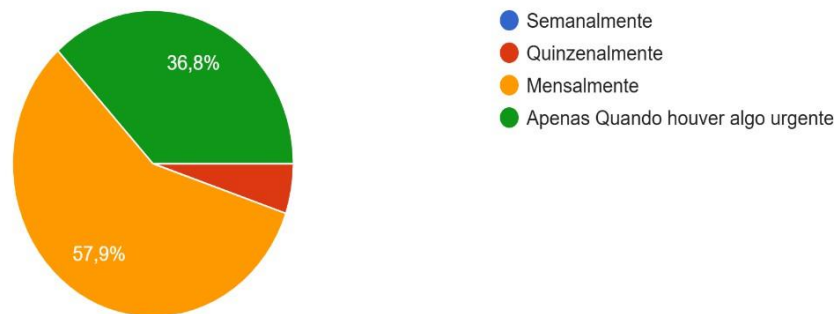


Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A 6ª questão aborda a frequência que os clientes gostariam de receber atualizações, mostrando que 57,9% querem receber as atualizações contábeis mensalmente, enquanto 10,5% querem mensalmente, 10,5% só quando houver algo importante e 21,1% semanalmente. Isso mostra que a maioria das empresas querem estar sempre atualizadas sobre sua situação econômica, financeira e líquida.

Gráfico 7. Com qual frequência você envia os documentos necessários para a contabilidade?

19 respostas



Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A questão 7ª aborda a frequência que os clientes enviam os documentos necessários para fazer sua contabilidade adequada, mostrando que 57,9% dos respondentes dizem que enviam mensalmente, 36,8% apenas quando a algo importante ou urgente e 5,3% marcaram quinzenalmente. Um dado chama a atenção, pois 36,8%, cerca de 7 das 19 empresas entendem que não a necessidade de mandar seus arquivos e documentos necessários para a contabilidade, um dado contraditório aos dados da questão 6ª, pois a maioria quer ter atualizações mensalmente ou semanalmente.

Tabela 1. Em sua opinião, o que poderia melhorar na comunicação entre você e o escritório contábil?

Cientes	Respostas
C1	“Nossa comunicação já é boa, principalmente a resposta rápida da equipe”.
C2	“Pra nós no momento está ótima a comunicação”.
C3	“Sendo mais presente no escritório e sanando dúvidas”.
C4	“Sem opinião pois afirmamos que, a forma de comunicação em que há, está excelente”.
C5	“Está tudo certo”.
C6	“Treinamento sobre a reforma tributária”.
C7	“À compreensão da informação passadas, ou seja, muitas vezes a informação são até passadas, porém não compreende bem as informações”.
C8	“Compreensão das informações contábeis”.

C9	Poderia melhorar a forma como é feita a informação contábil, pois tenho dificuldades em entender termos técnicos
C10	“Pergunta detalhadas ajudam: Quando recebo perguntas com mais informações (por exemplo: tipo de empresa, regime tributário, prazos), posso oferecer respostas mais adequadas à realidade da contabilidade envolvida. - FEEDBACK: Saber se as respostas foram úteis ou se precisam de ajustes ajuda a calibrar a comunicação e garantir que o escritório receba exatamente o que precisa”.
C11	“A transparência e esclarecimento sobre a tributação”.
C12	“Recebermos as informações com mais frequência”.
C13	“O retorno é feito após o contato. No momento nada a mais a solicitar”.
C14	“A transmissão de informações de uma maneira mais compreensível, principalmente em relação a termos técnicos que poderiam ser explicados de uma maneira mais detalhada para um melhor entendimento”.
C15	“Já apresenta uma boa comunicação”.
C16	“Gostaria de receber mensalmente dados estruturados para processar mais facilmente. E alertas sobre mudanças na legislação, informações proativamente sobre novas regras fiscais que impactarão os dados”.
C17	“periodicidade nos dados e informações”.
C18	“A clareza nas informações”
C19	“A forma das informações contábeis, a meu ver deveria ser mais clara e menos técnica, pois nem todo mundo tem conhecimento que abrange a contabilidade”.

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A comunicação entre clientes e escritórios de contabilidade é um elemento fundamental para o bom andamento das relações empresariais, garantindo que as informações contábeis sejam não apenas transmitidas, mas compreendidas de maneira clara e útil. Na análise das respostas sobre a comunicação entre clientes e o escritório evidencia que, embora parte significativa dos entrevistados considere

satisfatória ou até excelente a comunicação com o escritório, ainda há pontos críticos que demandam atenção, especialmente no que se refere à clareza, linguagem técnica, frequência das informações e proatividade por parte dos profissionais contábeis.

Um dos aspectos mais recorrentes nas respostas é a necessidade de tornar as informações contábeis mais compreensíveis. Diversos respondentes afirmam que, embora as informações sejam repassadas, há dificuldade em compreendê-las, principalmente devido ao uso excessivo de jargões técnicos. Frases como “a transmissão de informações de uma maneira mais compreensível” e “a forma das informações contábeis, a meu ver deveria ser mais clara e menos técnica” apontam para uma lacuna entre o conhecimento técnico do contador e o entendimento do cliente, sugerindo a necessidade de tradução da linguagem contábil para termos mais acessíveis.

Outro ponto observado nas respostas diz respeito à proatividade e periodicidade da comunicação. Alguns entrevistados expressaram o desejo de receber informações com mais frequência e de forma mais estruturada, como exemplificado por: “Gostaria de receber mensalmente dados estruturados” e “periodicidade nos dados e informações”. Essas observações indicam que a comunicação contábil, para ser eficaz, deve ir além da resposta reativa e se tornar mais propositiva e organizada, fornecendo informações antecipadamente, especialmente em tempos de mudanças legislativas como a Reforma Tributária.

A importância do feedback e personalização também foi abordada de forma interessante. Um dos respondentes destacou que “perguntas detalhadas ajudam” e que o “feedback sobre a utilidade das respostas” é essencial. Essa resposta revela uma percepção mais sofisticada da comunicação: não basta enviar dados; é preciso dialogar, ajustar a linguagem à realidade da empresa e verificar se a mensagem foi compreendida e útil.

Apesar dessas sugestões de melhoria, cerca de um terço das respostas afirmam estar satisfeitas com a comunicação atual, como em: “Está tudo certo”, “Pra nós no momento está ótima a comunicação” e “Nossa comunicação já é boa, principalmente a resposta rápida da equipe”. Isso demonstra que existem práticas

comunicativas eficazes, baseadas na rapidez, acessibilidade e presença, servindo de exemplo de boas práticas para o setor.

Por fim, é importante destacar que algumas respostas sugerem soluções práticas e pontuais, como “treinamento sobre a Reforma Tributária” e “estar mais presente no escritório”, o que reforça a ideia de que a comunicação contábil não se resume a mensagens enviadas, mas à construção de uma relação educativa, contínua e personalizada entre contador e cliente.

Em síntese, a análise das respostas evidencia a necessidade de um esforço contínuo por parte do escritório para aperfeiçoar sua comunicação com os clientes, adotando uma linguagem mais clara, promovendo interações mais frequentes e estruturadas, e estimulando um ambiente de escuta ativa e retorno constante. Esses fatores são essenciais não apenas para o cumprimento das obrigações fiscais e contábeis, mas para a construção de um relacionamento de confiança e parceria estratégica entre contabilidade e gestão empresarial.

Tabela 2. Há informações contábeis que você considera difíceis de entender? Quais?	
Clientes	Respostas
C1	“Como funcionam os cálculos”.
C2	“Não, todas bem esclarecidas pelo o escritório”.
C3	“Sobre liquidez líquida”.
C4	“Não, pois quando há alguma dificuldade há um esclarecimento por parte do escritório de contabilidade com muita clareza”.
C5	“Fiscal”.
C6	“Sim. Quando há mudanças”.
C7	“Sim, algumas tribulações”.
C8	“Sim, a complexidade das normas, o grande volume de informações e mudanças na legislação”.
C9	“Informações sobre tributos, legislação e contabilidade em si”.

C10	“A apuração do IRPJ e CSLL no Lucro Real exige ajustes contábeis (ADI/ACI), controle de adições e exclusões, e entendimento profundo da legislação fiscal, além de obrigações como SPED Contábil, SPED Fiscal, EFD-Reinf, DCTFWeb, eSocial e DIRF (quando aplicável) têm regras técnicas, prazos específicos e constantes atualizações”.
C11	“Sim. Calculo dos impostos”.
C12	“Sim, balancetes e tributações”.
C13	“Sim. Apenas como funciona o controle dos lançamentos e movimentações”.
C14	“A compreensão de certos termos e nomenclaturas, da legislação relacionada a parte tributária e suas constantes mudanças, dos cálculos dos impostos”.
C15	“Área Fiscal, e tributações”.
C16	“No momento não”.
C17	“sim, ICMS”.
C18	“Sim. Quase todas”.
C19	“Sim, informações sobre o fiscal, contábil e pessoal em geral”.

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Na análise das respostas sobre as dificuldades na compreensão das informações contábeis revela um panorama significativo das dificuldades enfrentadas por usuários da contabilidade no que tange à compreensão das informações contábeis. As respostas evidenciam que, apesar de alguns afirmarem não ter dificuldades devido ao suporte do escritório, a maioria dos respondentes identifica obstáculos importantes, especialmente relacionados à complexidade técnica, mudanças constantes na legislação e à interpretação de demonstrações e obrigações fiscais.

Um dos principais pontos destacados está relacionado à área fiscal e tributária. Muitos respondentes mencionam dificuldades com cálculos de impostos, tributações, e a compreensão de normas e termos técnicos. A complexidade do sistema tributário brasileiro notoriamente um dos mais intrincados do mundo, é refletida nas respostas

como: “Sim, a complexidade das normas, o grande volume de informações e mudanças na legislação” e “a compreensão de certos termos e nomenclaturas, da legislação relacionada à parte tributária e suas constantes mudanças”. Isso demonstra como a legislação fiscal impacta diretamente a clareza da informação contábil, exigindo um conhecimento técnico específico que muitas vezes ultrapassa o domínio de empresários e gestores.

Outro destaque é a menção ao Lucro Real e obrigações acessórias, como SPED Contábil, EFD-Reinf, eSocial e DCTFWeb. Esses elementos foram apontados como desafios por exigirem conhecimento aprofundado e constante atualização, como exemplificado por: “A apuração do IRPJ e CSLL no Lucro Real exige ajustes contábeis (ADI/ACI), controle de adições e exclusões, e entendimento profundo da legislação fiscal...”. Esse tipo de resposta revela não apenas o grau de dificuldade, mas também a sobrecarga de informações a que os usuários da contabilidade estão submetidos.

Além dos aspectos tributários, há também menções à interpretação de balancetes, controle de lançamentos contábeis e liquidez líquida, mostrando que até mesmo conceitos básicos e demonstrações rotineiras podem gerar dúvidas, dependendo da formação ou do suporte recebido pelo usuário.

Contudo, é importante destacar que uma parcela dos entrevistados relatou não ter dificuldades, atribuindo isso ao papel ativo do escritório de contabilidade em fornecer esclarecimentos claros. Respostas como: “Não, pois quando há alguma dificuldade há um esclarecimento por parte do escritório de contabilidade com muita clareza” ilustram a importância de uma comunicação contábil eficaz. Isso demonstra que, quando há um relacionamento transparente e didático entre contador e cliente, as barreiras de entendimento podem ser minimizadas.

De forma geral, as respostas indicam que a contabilidade, embora essencial à gestão e tomada de decisões, ainda é percebida como um campo técnico e de difícil acesso para muitos usuários, sobretudo no que se refere à sua interface com o complexo sistema tributário brasileiro. A necessidade de uma linguagem e comunicação mais acessível, de uma contabilidade orientada à realidade do usuário e de profissionais que atuam também como educadores contábeis torna-se evidente diante dessas percepções.

Tabela 3. Como você acredita que o escritório poderia ajudar a aumentar seu conhecimento sobre contabilidade?	
Clientes	Respostas
C1	“Através de treinamentos”.
C2	“Através de reunião nos períodos de mudanças na legislação ou de novas obrigações contábeis, fiscais ou trabalhistas”.
C3	“Repassando informações sobre assuntos complexos, mais de suma importância”.
C4	“Não opinaria, motivo o qual no surgimento de dúvida, sempre há orientação por alguém do escritório de contabilidade”.
C5	“Mais reuniões”.
C6	“Informando sempre que tem mudanças”.
C7	“Montando uma apresentação por exemplo das informações mais uteis e mais enviadas e apresentar ao time da empresa pra quem eles trabalham para deixar todos na mesma página”.
C8	“Fornecendo maior transparência nas atividades e melhorando a comunicação”.
C9	“Alinhando as evidências e informações contábeis conosco clientes que não possuem conhecimento técnico sobre contabilidade”.
C10	“Feedback direto (“essa interpretação não se aplica a esse tipo de empresa”) permite refinar as respostas para o perfil e necessidades do escritório. Nesse contexto, quando me pedem para explicar algo complexo em vários níveis (básico, intermediário, avançado), isso me força a organizar melhor o conteúdo e também expande minha capacidade de resposta didática”.

C11	“Sim”.
C12	“Fazendo treinamentos”.
C13	“No meu ponto de vista, havendo uma forma de educar e informar os clientes sobre os processos, de como funciona integralmente os serviços realizados e o porquê de cada obrigação”.
C14	“Oferecendo treinamentos de capacitação básica, facilitando a compreensão de certas informações e reuniões periódicas para analisar e entender melhor a situação da empresa”.
C15	“Explicação no corpo do e-mail com informações sobre o que se refere o pagamento”.
C16	“Mais do que apenas dizer "isso está errado", seria extremamente útil se o escritório pudesse explicar por que algo foi corrigido (ex: "essa despesa é dedutível, por isso vai na conta X e não na Y", ou "essa nota tem retenção de imposto, faltou considerar isso"). Essas explicações seriam anotações valiosas para nos proporcionar um treinamento. O escritório precisaria me fornecer dados de treinamento mais ricos, mais feedback corretivo com explicações e acesso a regras e políticas claras. Isso me capacitaria a processar informações contábeis com maior precisão e a "entender" as nuances do seu contexto específico”.
C17	“informativos sobre as obrigações tributárias e previdenciárias”.
C18	“Não sei”.
C19	“Fazendo cartilhas e treinamentos juntos, aumentar a clareza das informações, colocar os termos técnicos em uma linguagem mais simples, clara e objetiva”.

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Ao analisar as respostas obtidas na pesquisa sobre Como você acredita que o escritório poderia ajudar a aumentar seu conhecimento sobre contabilidade, revela a

existência de uma demanda clara por mais iniciativas de comunicação, capacitação e aproximação educativa entre o escritório contábil e seus clientes ou colaboradores.

As contribuições apresentadas podem ser agrupadas em quatro grandes eixos de atuação: treinamento e capacitação, comunicação ativa e contínua, transparência e contextualização das informações e padronização de práticas educativas.

Um dos pontos mais recorrentes nas respostas é a sugestão de realização de treinamentos periódicos, com foco em temas contábeis relevantes e práticos. Essa demanda reflete a necessidade de formação básica para interpretação de documentos e procedimentos, especialmente em momentos de mudanças legislativas ou criação de novas obrigações fiscais, contábeis ou trabalhistas. “Através de treinamentos.” “Através de reuniões nos períodos de mudanças na legislação ou de novas obrigações contábeis, fiscais ou trabalhistas.” Esse aspecto demonstra o interesse dos usuários em não apenas cumprir obrigações, mas compreender os fundamentos e implicações de cada procedimento. O treinamento contínuo contribui não só para a autonomia como também para a redução de erros e retrabalho.

Outro grupo de respostas evidencia a falta ou deficiência de comunicação ativa por parte do escritório, sugerindo uma atuação mais informativa e próxima ao cliente. “Informando sempre que tem mudanças.” “Repassando informações sobre assuntos complexos, mas de suma importância.” “Mais reuniões.” Essa comunicação proativa se torna essencial diante da dinamicidade da legislação contábil e tributária brasileira. Ao manter os clientes atualizados e esclarecidos, o escritório contribui para a formação de uma cultura contábil participativa e fortalece o relacionamento com os usuários da informação.

Algumas respostas apontam para a importância de explicar o “porquê” das ações contábeis, reforçando a transparência nos processos. “Fornecendo maior transparência nas atividades e melhorando a comunicação.” “Montando uma apresentação, por exemplo, das informações mais úteis e mais enviadas, e apresentar ao time da empresa...”. Esses comentários revelam que não basta apenas executar rotinas contábeis corretamente; é necessário educar os envolvidos sobre o significado e as consequências de cada etapa. Isso cria uma base mais sólida para o entendimento, facilita o cumprimento das obrigações e reduz dúvidas frequentes.

Curiosamente, uma das respostas afirma não sentir necessidade de ações adicionais, pois já há suporte disponível: “Não opinaria, motivo o qual no surgimento de dúvida, sempre há orientação por alguém do escritório de contabilidade.” Embora essa resposta indique satisfação, ela também sugere que a disponibilidade de suporte individual ainda é o principal meio de aprendizado, o que pode sobrecarregar os profissionais do escritório e não atender de forma ampla a todos os envolvidos.

Tabela 4. Deixe aqui suas principais dificuldades em compreender as informações contábeis.	
Clientes	Respostas
C1	“No momento está bem compreendida”.
C2	Sem resposta
C3	“Muitas das vezes os e-mails vêm informações sem nexos, além de solicitar informações é não nos repassem o pra que querem as informações”.
C4	“As informações são muito técnicas e específicas”.
C5	“Termos técnicos, informações de cálculo, legislação todas essas são muito difíceis de entender”.
C6	“Documentos como notas fiscais, contratos, recibos ou extratos bancários muitas vezes precisam ser analisados individualmente para correta classificação contábil e me sinto com dificuldade as vezes”.
C7	“A falta de explicação dos escritórios de contabilidade”.
C8	“Nossa maior dificuldade está na compreensão de alguns termos técnicos e informações referentes aos demonstrativos contábeis, que poderiam ser explicados de uma maneira mais simplificada e objetiva para facilitar nosso entendimento”.
C9	“Legislação em Constante Mudança e Interpretação”.
C10	“Linguagem técnica, complexidade dos conceitos e a falta de conhecimento prévio sobre alguns assuntos”.
C11	Sem resposta

C12	Sem resposta
C13	Sem resposta
C14	Sem resposta
C15	Sem resposta
C16	Sem resposta
C17	Sem resposta
C18	Sem resposta
C19	Sem resposta

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Ao analisar as respostas obtidas na pesquisa sobre as principais dificuldades enfrentadas pelos usuários ao lidar com informações contábeis, observam-se padrões recorrentes que indicam gargalos na comunicação, tecnicidade do conteúdo e ausência de suporte didático adequado por parte de profissionais da contabilidade.

Uma parcela dos respondentes afirmou não ter dificuldades significativas no momento, demonstrando que há um grupo que já desenvolveu familiaridade com os documentos e linguagem contábil. Contudo, a maioria expressou obstáculos relevantes, concentrados principalmente em três eixos: Uso excessivo de termos técnicos e linguagem inacessível, Falta de clareza e retorno na comunicação contábil e a Falta de orientação prática e apoio técnico

Muitas respostas apontam que as informações contábeis são transmitidas em uma linguagem excessivamente técnica, dificultando o entendimento, especialmente para pessoas que não têm formação na área. Termos como "demonstrações contábeis", "classificação fiscal", "provisões", entre outros, aparecem como barreiras de compreensão. (C5) "Termos técnicos, informações de cálculo, legislação, todas essas são muito difíceis de entender." Essa observação reforça a importância da tradução da linguagem contábil para formatos mais acessíveis, com o uso de exemplos práticos, glossários ou explicações resumidas.

Outro ponto sensível revelado pelas respostas é a fragilidade na comunicação entre os escritórios de contabilidade e seus clientes ou usuários das informações contábeis. Isso é percebido tanto pela ausência de retorno explicativo quanto pelo envio de documentos ou e-mails com conteúdo desorganizados ou sem contexto

claro. (C3) “Muitas das vezes os e-mails vêm com informações sem nexos, além de solicitar informações e não nos repassarem o porquê querem essas informações.” Essa falha na comunicação impacta diretamente a compreensão e gera desconfiança ou sensação de insegurança nas decisões que dependem desses dados.

Algumas respostas indicam que os usuários se sentem perdidos ao lidar com documentos contábeis cotidianos, como notas fiscais, recibos, contratos e extratos bancários, principalmente quando precisam classificá-los ou interpretá-los de maneira correta. (C6) “Muitas vezes precisam ser analisados individualmente para correta classificação contábil e me sinto com dificuldade às vezes.” Esse cenário evidencia a necessidade de capacitações básicas ou manuais operacionais voltados para usuários não especialistas, além de uma atuação mais educativa e proativa por parte dos escritórios contábeis.

4.2. RESULTADOS CONTADORES

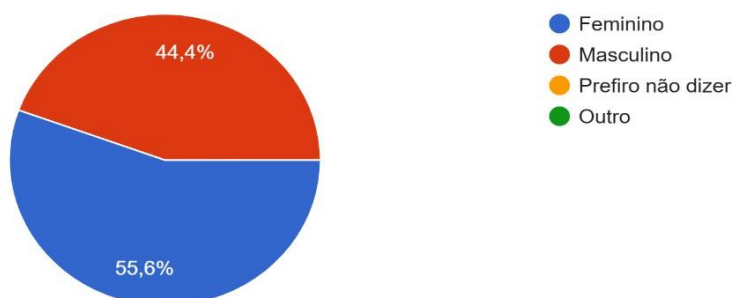
4.2.1. Análise do questionário dos contadores

Nessa parte será mostrado e discutido os resultados obtidos pelo questionário realizado por meio do google forms para 09 contadores do escritório análise contabilidade, buscando ajudar a alcançar e responder o terceiro objetivo específico desta pesquisa e o problema de pesquisa existente. Uma visão dos contadores sobre o proposto objetivo e sobre o problema de pesquisa.

A primeira parte do questionário com os conteúdos das questões de 1ª a 3ª que buscou fazer uma amostra do perfil dos contadores. A segunda parte do questionário com os conteúdos das questões 4 a 12, buscou identificar a percepção dos contadores no que diz respeito sobre o quanto a comunicação influencia no desempenho do trabalho, se os clientes demonstram entender as informações contábeis, o grau de dificuldade da linguagem técnica contábil, os principais canais de comunicação utilizados, o impacto da melhoria da comunicação, barreiras da comunicação entre o contador e cliente, importância de uma boa comunicação e sugestões de melhoria.

Gráfico 8. Gênero.

9 respostas



Fonte: próprio autor, dados da pesquisa pelo google forms.

verificou-se que dos 09 contadores, 05 são mulheres e que 04 são homens, isso demonstra que no universo da pesquisa existem mais mulheres atuando na área contábil.

Tabela 5. Cargo ou função exercida.

Contadores:	Cargo exercido
-------------	----------------

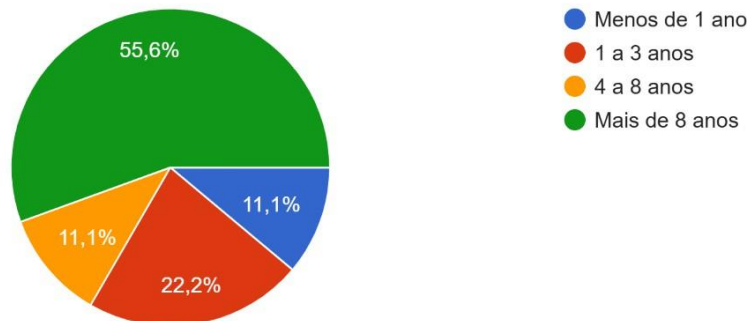
C1	Auxiliar Contábil
C2	Auxiliar Contábil
C3	Analista fiscal
C4	Analista Contábil
C5	Auxiliar contábil
C6	Analista Contábil
C7	Analista Contábil
C8	Analista fiscal
C9	Analista fiscal

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa pelo google forms.

Os contadores se dividem entre setores contábil, fiscal e pessoal nos cargos de analista contábil, analista fiscal e auxiliar contábil.

Gráfico 9. Tempo de experiência na área contábil.

9 respostas

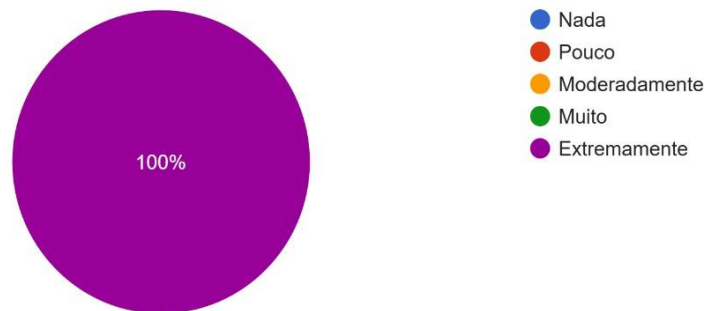


Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Ao que diz respeito a tempo de experiência 55,6% tem mais de 8 anos de experiência, 22,2% tem de 1 a 3 anos, 11,1% tem de 4 a 8 anos e 11,1% tem menos de 1 ano de experiência. Mostrando que a maioria dos contadores possuem bastante experiência e tempo no universo pesquisado.

Gráfico 10. Na sua percepção, o quanto a comunicação clara entre contador e cliente influencia no desempenho do trabalho?

9 respostas

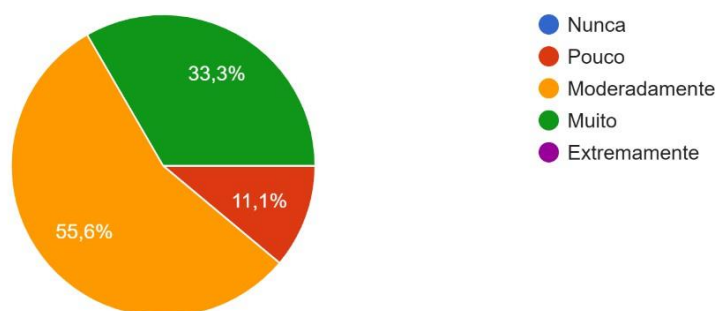


Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

No que diz respeito o quanto a comunicação influencia no trabalho, na percepção dos contadores mostra o quanto uma boa comunicação pode influenciar no desempenho do trabalho e nas rotinas contábeis, chamando atenção que 100% dos contadores respondentes acham, que é extremamente importante uma boa comunicação para que ocorra um desempenho melhor e melhore seu trabalho. Isso mostra que os contadores se importam em ter uma boa comunicação e relação com o cliente melhorando e facilitando seu trabalho e desempenho.

Gráfico 11. Com que frequência os clientes demonstram entender corretamente os pedidos de documentos e as informações contábeis fornecidas?

9 respostas



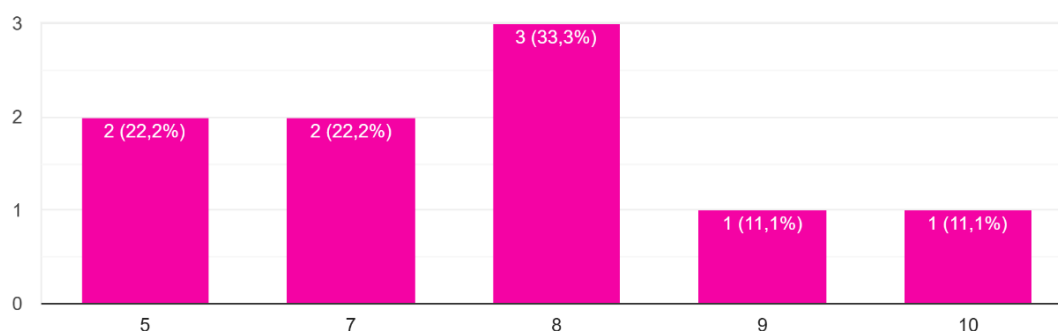
Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A 5ª questão aborda na percepção dos contadores com que frequência os clientes demonstram entender os pedidos dos documentos e informações necessárias para fazer a contabilidade dos próprios, destaca-se que 6 dos contadores cerca de 66,7% acham que os cliente entendem pouco ou moderadamente e que 3 contadores

cerca de 33,3% acham que os clientes entendem muito, isso mostra que a maioria dos clientes não possuem ou não entendem a importância ou conhecimento sobre tais documentos e informações importantes para a contabilidade de suas empresas.

Gráfico 12. De 0 a 10, qual o grau de dificuldade que a linguagem técnica contábil impõe à comunicação com clientes leigos?

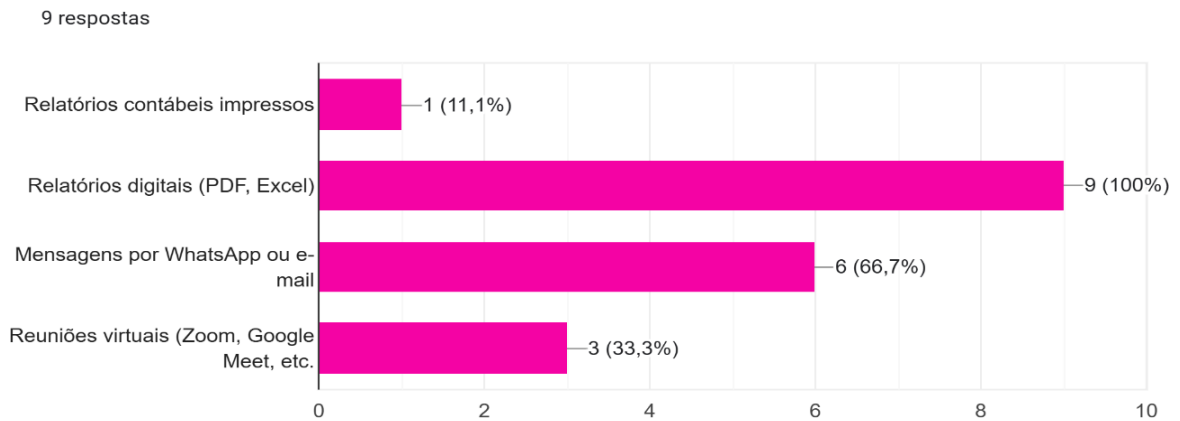
9 respostas



Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A 6ª questão faz o questionamento sobre o grau de dificuldade que a linguagem técnica traz para a comunicação entre o contador e o cliente leigo mostrando em uma escala de 0 a 10 o grau de dificuldade, assim mostrando opiniões variadas, onde, dois contadores acham que o grau está em uma escala 05/10, outros dois contadores acham que está em uma escala 07/10, três contadores acham que está em uma escala 08/10, um contador acha que está em uma escala 09/10 e um contador acha que está em uma escala 10/10. Destaca-se que nenhum contador achou que o grau de dificuldade que a linguagem técnica traz, seja menor que 05, assim mostrando que a linguagem técnica pode sim dificultar a comunicação entre o contador e cliente.

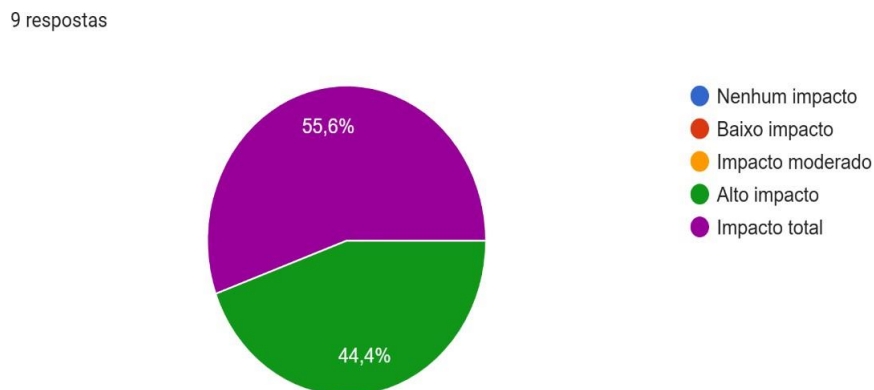
Gráfico 13. Quais ferramentas de comunicação são mais utilizadas atualmente no seu trabalho com clientes? (Pode marcar mais de um).



Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A 7ª questão aborda quais as principais ferramentas utilizadas para se comunicar com os clientes, nessa questão poderia marcar mais de uma alternativa, obtendo assim muitas respostas, destaca-se que os relatórios digitais (PDF, Excel) teve 9 marcações e 100% dos contadores marcaram essa opção, mostrando assim que são as principais e preferidas ferramentas de comunicação, seguido por Mensagens por WhatsApp ou e-mail com 6 marcações 66,7% dos contadores marcaram isso mostra que a comunicação informal vem ganhando força e facilitando e agilizando a comunicação, Reuniões virtuais (Zoom, Google Meet) segue com 3 marcações e Relatórios contábeis impressos com apenas 1ª marcação.

Gráfico 14. Em sua opinião, qual o nível de impacto que a melhoria na comunicação pode ter sobre a confiança do cliente?



Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A 8ª questão aborda o nível de impacto que uma melhor comunicação pode ter para a confiança do cliente, destaca-se que os contadores acharam que uma melhor comunicação pode ter um alto-impacto ou um impacto total, sendo que 55,6% acharam que uma melhor comunicação tem impacto total na confiança do cliente e que 44,4% acharam que uma melhor comunicação tem um alto impacto sobre a confiança do cliente. Isso mostra que os contadores tem a percepção de que uma comunicação assertiva pode melhorar a confiança dos clientes em relação seu trabalho.

Tabela 6. Na sua opinião, qual é a principal barreira na comunicação entre contadores e clientes?	
Contadores	Respostas
C1	“O entendimento sobre tributação, direitos e deveres como empreendedor”.
C2	“A falta de entendimento para que a comunicação seja clara”.
C3	“Na comunicação, acontece que muito cliente não quer atender a ligação do contador”.
C4	“O desinteresse da maioria dos clientes”.
C5	“A falta de importância por parte clientes sobre documentos, que devem vim mensalmente”.
C6	“Dificuldade no entendimento e aceitação da legislação imposta”.
C7	Sem Resposta
C8	Sem Resposta
C9	Sem Resposta

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

A comunicação entre contadores e clientes é um fator essencial para garantir não apenas o cumprimento de obrigações legais, mas também a eficácia da gestão empresarial. As sete respostas coletadas para a pergunta sobre as principais barreiras nessa comunicação revelam diferentes perspectivas que, em conjunto, apontam para um desafio de mão dupla, que envolve tanto o profissional contábil quanto o cliente.

Uma das barreiras mais mencionadas diz respeito ao entendimento da linguagem contábil e da legislação tributária. Respostas como “o entendimento sobre tributação, direitos e deveres como empreendedor” e “dificuldade no entendimento e aceitação da legislação imposta” apontam que grande parte da dificuldade está na complexidade do conteúdo que precisa ser comunicado. Isso reforça a ideia de que muitos clientes não possuem o conhecimento técnico necessário para compreender as informações contábeis, exigindo do contador uma postura mais didática, com uso de linguagem acessível e exemplos práticos.

Paralelamente, destaca-se nas respostas uma crítica clara ao comportamento e engajamento do cliente. Observações como “o desinteresse da maioria dos clientes”, “a falta de importância por parte dos clientes sobre documentos” e “muito cliente não quer atender a ligação do contador” mostram que uma das barreiras na comunicação pode estar na postura passiva ou negligente de alguns empresários, que não priorizam a comunicação com seus contadores ou não compreendem a importância da troca de informações no tempo adequado. Esse comportamento pode gerar atrasos, riscos fiscais e perda de oportunidades estratégicas.

Outro ponto importante mencionado é a falta de clareza na forma de repasse de informações. A resposta “o repasse de informações necessárias de forma compreensível e eficaz” sintetiza a percepção de que, além das dificuldades de entendimento por parte dos clientes, a forma como o contador transmite as informações também pode ser um fator limitante. Isso evidencia a necessidade de o profissional contábil adaptar seu estilo de comunicação ao perfil de cada cliente, investindo em clareza, objetividade e empatia.

A análise das respostas mostra, portanto, que a principal barreira na comunicação não está apenas em um dos lados da relação, mas em uma combinação de fatores: de um lado, a complexidade da matéria contábil e as falhas na forma como ela é transmitida; de outro, a falta de comprometimento, interesse ou preparo por parte de alguns clientes. A superação dessa barreira exige, portanto, um esforço conjunto: contadores mais pedagógicos e clientes mais engajados.

Dessa forma, pode-se dizer que uma melhor comunicação entre contadores e clientes passa necessariamente por um processo de educação contábil, de

construção de confiança mútua e de valorização do papel estratégico da contabilidade no ambiente empresarial. Investir nessa relação pode resultar não apenas em melhores resultados fiscais, mas também em uma gestão mais eficiente, sustentável e alinhada às exigências legais.

Tabela 7. Em sua opinião, qual a importância de uma boa comunicação para a contabilidade?	
Contadores	Respostas
C1	“Extremamente importante”.
C2	“Comunicação é a base de tudo, para o atendimento das solicitações e cumprimento dos prazos”.
C3	“É muito importante para tomar as decisões Corretas, para que não gera transtornos futuramente”.
C4	“A comunicação clara e objetiva é fundamental para não haver erros, evitando assim problemas posteriormente”.
C5	“Bastante para o elo entre contador e cliente”.
C6	“Essencial”.
C7	“Esclarecimento e facilidade para uma melhor gestão tributária”.
C8	“Trata-se de uma medida de fundamental relevância, tanto para a atuação eficaz da equipe contábil quanto para a adequada comunicação e transferência de informações com o cliente”.
C9	“Facilita o trabalho pra gente”.

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Nas respostas analisadas da pergunta sobre a importância da boa comunicação na contabilidade refletem uma percepção bastante clara e coesa por parte dos entrevistados, a comunicação eficaz é vista como um elemento essencial, estruturante e estratégico na relação entre contadores e clientes.

Grande parte das respostas atribui à comunicação o papel de facilitadora do trabalho contábil, tanto no cumprimento de prazos e obrigações legais quanto no processo de tomada de decisões. Frases como “facilita o trabalho pra gente” e

“comunicação é a base de tudo, para o atendimento das solicitações e cumprimento dos prazos” revelam que a comunicação eficiente permite a fluidez das operações rotineiras da contabilidade, o que reduz erros e aumenta a agilidade dos processos.

Além disso, observa-se o reconhecimento da comunicação como base para decisões corretas e estratégias bem-sucedidas. A afirmação “é muito importante para tomar as decisões corretas, para que não gere transtornos futuramente” indica que a boa comunicação não se limita ao aspecto operacional, mas influencia diretamente a qualidade das decisões gerenciais e fiscais, contribuindo para a estabilidade e a sustentabilidade do negócio.

Outro aspecto amplamente mencionado é a prevenção de erros e problemas, reforçando a função protetiva da comunicação clara. Respostas como “a comunicação clara e objetiva é fundamental para não haver erros, evitando assim problemas posteriormente” mostram que o entendimento correto das informações contábeis pode evitar falhas no envio de dados, no cumprimento de obrigações e na interpretação de normas fiscais.

A comunicação também é destacada como elo entre contador e cliente, sendo essencial para construir uma relação de confiança e colaboração. Palavras como “elo” e “esclarecimento” revelam que os entrevistados veem a comunicação não apenas como meio técnico, mas como ponte relacional e educativa, que possibilita ao cliente compreender melhor seu papel e suas responsabilidades.

Por fim, uma das respostas mais completas afirma que a comunicação é uma “medida de fundamental relevância, tanto para a atuação eficaz da equipe contábil quanto para a adequada comunicação e transferência de informações com o cliente”. Essa declaração sintetiza o entendimento de que a comunicação é fundamento estrutural para o sucesso das operações contábeis, envolvendo tanto os aspectos internos da equipe quanto a relação com o cliente externo.

Em síntese, as respostas analisadas apontam que a boa comunicação na contabilidade é percebida como essencial para a eficiência técnica, a segurança fiscal, o alinhamento estratégico e o fortalecimento da relação entre contador e cliente. Diante disso, torna-se evidente que o investimento em práticas comunicacionais

eficazes não é apenas desejável, mas necessário para o exercício de uma contabilidade moderna, transparente e orientada para resultados.

Tabela 8. Como a melhoria da comunicação contábil pode impactar o desempenho do contador e da empresa-cliente?	
Contadores	Respostas
C1	“No desenvolvimento do trabalho”.
C2	“Na tomada de decisão, redução de erros e o cumprimento de obrigações fiscais”.
C3	“O maior benefício da comunicação é a entrega das demandas nos prazos corretos”.
C4	“Melhora a qualidade do serviço, aumenta a satisfação do cliente e fortalece a reputação do escritório contábil”.
C5	“Uma boa comunicação e transparência de dados ajuda a construir e fortalecer o relacionamento da empresa-cliente, ajudando nas tomadas de decisões”.
C6	“Pode impactar no envio das escriturações contábeis de forma fidedigna”.
C7	“Devia ter mais reuniões, no ato contratação do Serviço contábil, Clientes saber a necessidade dos documentos contábeis, pois com eles teria contabilidade de excelência”.
C8	“Esclarecendo ao cliente a legislação e facilitando a gestão”.
C9	“Uma comunicação clara e eficiente contribui diretamente para a precisão de informações contábeis, reduzindo erros e retrabalho. Além disso, fortalece a relação com o cliente, promovendo confiança e agilidade na tomada de decisões empresariais”.

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Ao analisar as respostas dos contadores na pergunta sobre o impacto da melhoria da comunicação contábil revelam uma compreensão clara e alinhada sobre os efeitos positivos que uma comunicação eficiente pode gerar tanto para o

desempenho do contador quanto para a performance da empresa-cliente. As contribuições apresentadas apontam para ganhos em três eixos principais: eficiência operacional, qualidade na tomada de decisão e relacionamento estratégico entre as partes envolvidas.

O primeiro impacto destacado está diretamente relacionado ao desenvolvimento e execução do trabalho contábil, conforme ilustrado pela resposta “no desenvolvimento do trabalho” e “o maior benefício da comunicação é a entrega das demandas nos prazos corretos”. Esses trechos evidenciam que a boa comunicação garante agilidade no cumprimento de tarefas, evita retrabalho e contribui para o envio tempestivo das informações exigidas pelo Fisco, o que reduz riscos legais e operacionais.

Outro aspecto recorrente nas respostas dos contadores é a contribuição da comunicação clara para a tomada de decisões gerenciais mais precisas e embasadas, como mencionado em “na tomada de decisão, redução de erros e o cumprimento de obrigações fiscais”. A transparência e clareza nas informações contábeis permitem que o cliente compreenda melhor sua situação financeira e fiscal, o que possibilita escolhas mais acertadas, planejamento tributário eficaz e gestão estratégica dos recursos.

Além dos benefícios operacionais e gerenciais, os contadores também ressaltam a melhoria da comunicação como fator de fortalecimento do relacionamento e da confiança entre eles e cliente. Isso é evidenciado nas respostas: “ajuda a construir e fortalecer o relacionamento da empresa-cliente” e “aumenta a satisfação do cliente e fortalece a reputação do escritório contábil”. Essa visão demonstra que, ao se comunicar bem, o contador não apenas executa sua função técnica, mas também atua como parceiro de negócios, valorizando a transparência e a cooperação mútua.

Um ponto interessante surge com a sugestão de ações práticas para melhorar esse cenário, como a proposta de “mais reuniões no ato da contratação do serviço contábil” e a orientação para que o cliente “saiba a necessidade dos documentos contábeis”. Essa observação reforça a ideia de que a comunicação não deve ser apenas reativa (ocorrer apenas quando há dúvidas ou problemas), mas sim proativa

e contínua, criando um ambiente de educação contábil e engajamento desde o início da relação comercial.

Por fim, a resposta “esclarecendo ao cliente a legislação e facilitando a gestão” sintetiza bem o papel da comunicação como ponte entre o conhecimento técnico do contador e a realidade prática do empresário, promovendo uma gestão mais consciente, legalmente segura e orientada por dados.

Dessa forma, pode-se dizer que a melhoria da comunicação contábil impacta positivamente tanto o desempenho do profissional da contabilidade que trabalha com mais clareza, eficiência e reconhecimento quanto da empresa-cliente, que passa a atuar de forma mais estruturada, estratégica e em conformidade com as exigências legais. Trata-se, portanto, de um investimento fundamental para o fortalecimento da contabilidade como ferramenta de gestão e para o sucesso dos negócios em um ambiente empresarial cada vez mais complexo e exigente.

Tabela 9. Você gostaria de sugerir alguma ferramenta, estratégia ou prática que poderia ser implementada para melhorar essa comunicação?	
Contadores	Respostas
C1	“Tareffa, software de comunicação”.
C2	“Plataformas de gestão e colaboração, softwares contábeis com dashboards integrados e apps de comunicação rápida”.
C3	“Não há uma boa forma de trabalho sem o estreitamento da comunicação, a sugestão é, sempre manter o cliente ciente da importância do diálogo para que o trabalho se mantenha eficiente”.
C4	“Passar a usar mais as plataformas de comunicação, desde que não seja WhatsApp”.
C5	“Check list, na minha opinião, de princípio é a melhor estratégia para dar início a comunicação com o cliente”.
C6	Sem Resposta.

C7	“A questão não seria uma ferramenta, sim diálogo. Para cliente entender a importância Contabilidade na Empresa”.
C8	“Exposição das obrigações de acordo com a tributação do cliente”.
C9	“Softwares de contabilidade com acesso compartilhado, canais de comunicação instantânea, documentos compartilhados na nuvem”.

Fonte: próprio autor, dados da pesquisa (2025) pelo google forms.

Na pergunta sobre sugestões de ferramentas, estratégias ou práticas para melhorar a comunicação contábil, os contadores revelam um conjunto diversificado de percepções que vão desde o uso de tecnologias até aspectos comportamentais e relacionais. A análise dessas respostas permite compreender que a comunicação contábil eficiente exige não apenas meios digitais apropriados, mas também atitudes proativas e diálogo constante entre contador e cliente.

Entre os recursos mais mencionados estão as plataformas digitais de gestão e colaboração, como softwares contábeis com dashboards integrados, apps de comunicação e uso estratégico de ferramentas online. Tais sugestões refletem uma tendência crescente de digitalização dos processos contábeis, permitindo maior agilidade, rastreabilidade das informações, acesso remoto a dados em tempo real e transparência na comunicação. A proposta de uso de apps de comunicação rápida também reforça a necessidade de respostas instantâneas e acessibilidade às informações, desde que essa comunicação ocorra de forma organizada e profissional, conforme ressaltado na crítica ao uso excessivo do WhatsApp.

Outro ponto importante destacado nas respostas é a valorização do diálogo como elemento central da comunicação eficaz. A sugestão “a questão não seria uma ferramenta, sim diálogo” sintetiza bem a visão de que, além da tecnologia, o relacionamento humano precisa ser fortalecido. Isso envolve esclarecer ao cliente a importância da contabilidade para a empresa, criar uma cultura de escuta ativa e estimular a participação do cliente nas questões contábeis, tornando-o mais consciente e colaborativo no processo.

Também se destaca entre as sugestões a adoção de práticas simples, porém estruturadas, como o uso de checklists no início do relacionamento ou ao longo do mês contábil. Essa prática, apesar de aparentemente básica, pode contribuir significativamente para evitar falhas na entrega de documentos, garantir o cumprimento de obrigações e estabelecer um ritmo de comunicação previsível e eficiente. Trata-se de uma solução de baixo custo, fácil implementação e grande impacto prático.

De modo geral, as sugestões apresentadas revelam que a comunicação contábil pode ser aprimorada por meio de duas frentes principais: a tecnológica, com o uso de plataformas integradas e recursos digitais; e a relacional, baseada no fortalecimento do diálogo, da transparência e da educação contábil. Ambas devem caminhar juntas para garantir uma relação mais eficaz, próxima e produtiva entre o escritório contábil e os seus clientes.

Por fim, observa-se que não há uma solução única para o desafio da comunicação contábil. Pelo contrário, o que se desenha é a necessidade de uma estratégia híbrida, que combine tecnologia, organização e relacionamento interpessoal para tornar a comunicação mais clara, ágil e estratégica, beneficiando a atuação do contador e o desempenho das empresas atendidas.

5. ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES

As respostas obtidas revelam que, apesar da crescente informatização e padronização das práticas contábeis, a compreensão das informações contábeis ainda é limitada por questões de linguagem, comunicação e suporte técnico. Para superar essas barreiras, sugere-se:

- Adoção de linguagem acessível nos relatórios e documentos enviados aos usuários;
- Treinamentos básicos ou guias explicativos para clientes ou colaboradores sem formação contábil;
- Maior transparência e feedback por parte dos escritórios de contabilidade, explicando finalidades e implicações das solicitações;
- Apoio visual e simplificado na apresentação de dados contábeis, por meio de dashboards, infográficos ou planilhas comentadas.

Com tais medidas, será possível ampliar a compreensão, a autonomia e a confiança dos usuários nas informações contábeis, contribuindo para uma gestão mais eficiente e participativa.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A contabilidade exerce um papel fundamental na gestão empresarial, sendo responsável por fornecer informações essenciais para o controle patrimonial, o cumprimento de obrigações legais e a tomada de decisões estratégicas. No entanto, os benefícios proporcionados por essa ciência só são plenamente aproveitados quando as informações contábeis são compreendidas de forma clara e objetiva por seus usuários. Nesse contexto, a comunicação contábil assume uma função estratégica, pois é por meio dela que os dados técnicos são transformados em conhecimento útil à gestão.

O presente trabalho teve como objetivo geral destacar a importância da comunicação da informação contábil e como ela pode ajudar a melhorar a falta de compreensão contábil no ramo empresarial. Para isso, foram definidos três objetivos específicos: conceituar a informação contábil, analisar a falta de conhecimento contábil e destacar a importância da comunicação para a contabilidade. Esses objetivos foram alcançados por meio de uma abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e análise de dados empíricos obtidos por meio de dois questionários aplicados a contadores e clientes do escritório Análise Contabilidade.

O primeiro objetivo, conceituar a informação contábil, foi atingido com base em autores como Iuicibus (2015), Messias (2017), Batistella et al. (2021) e Valente (2014), os quais destacam que a informação contábil deve possuir qualidade, sendo útil para a tomada de decisão e atendendo aos princípios da relevância, fidedignidade, compreensibilidade e tempestividade. Segundo esses autores, a efetividade da informação contábil está diretamente relacionada à sua capacidade de refletir a realidade econômica da entidade, auxiliando os usuários no processo decisório. Para que essas qualidades sejam percebidas, é fundamental que haja uma comunicação eficiente entre o contador e os usuários da informação, com linguagem acessível e alinhada às especificidades de cada organização.

O segundo objetivo, analisar a falta de conhecimento contábil, foi evidenciado nos dados da pesquisa com os clientes. Constatou-se que 42,1% dos participantes não compreendem ou compreendem apenas parcialmente suas obrigações fiscais, e

78,9% afirmaram nunca ter recebido qualquer tipo de treinamento contábil por parte do escritório. As maiores dificuldades relatadas se concentraram em termos técnicos, cálculos tributários, interpretação de balancetes e acompanhamento de legislações complexas como SPED, DCTFWeb e eSocial. Esses dados indicam uma lacuna significativa na compreensão contábil dentro do ambiente empresarial, especialmente entre micro e pequenos empresários.

O terceiro objetivo, destacar a importância da comunicação para a contabilidade, foi amplamente reconhecido por ambos os públicos. A totalidade dos contadores entrevistados afirmou que a boa comunicação é essencial para o desempenho eficiente do trabalho, permitindo a entrega das demandas no prazo, a redução de erros e o fortalecimento da confiança do cliente. Já os clientes apontaram como necessidades mais urgentes o uso de linguagem mais acessível, a explicação detalhada dos relatórios, a maior frequência nas atualizações contábeis e a proatividade por parte dos contadores.

Dessa forma, pode-se concluir que a comunicação contábil eficiente é um fator essencial para o desempenho tanto do contador quanto da empresa-cliente. A ausência de compreensão das informações contábeis compromete a capacidade de gestão, aumenta os riscos fiscais e dificulta a relação entre as partes. A solução para esse problema exige a implementação de uma comunicação contábil que seja ao mesmo tempo tecnológica, didática e relacional, combinando o uso de softwares de gestão, checklists explicativos, reuniões periódicas, feedbacks individualizados e práticas educativas contínuas.

Assim, a pesquisa responde de forma satisfatória à questão central: Qual a importância e como melhorar a comunicação da informação contábil entre os contadores e clientes para melhor desempenho de ambos no trabalho? Fica evidente que melhorar a comunicação contábil é mais do que uma necessidade técnica é uma estratégia para agregar valor à informação, fortalecer a parceria profissional e contribuir para a sustentabilidade e o crescimento dos negócios.

Diante dos resultados obtidos, surgem oportunidades relevantes para a realização de novas pesquisas. Um caminho promissor seria investigar o impacto de programas estruturados de educação contábil voltados aos clientes, especialmente

no que diz respeito à compreensão da legislação tributária e ao uso de termos técnicos. Outra sugestão seria explorar, de forma mais ampla, o papel das tecnologias de comunicação como plataformas digitais, dashboards integrados e aplicativos de mensagens na eficiência da interação entre contadores e clientes. Além disso, estudos futuros poderiam comparar diferentes perfis de empresas (por porte, setor ou tempo de parceria com o escritório) para verificar como essas variáveis influenciam a qualidade da comunicação e o aproveitamento das informações contábeis. Por fim, também seria interessante desenvolver pesquisas voltadas à formação dos profissionais contábeis, analisando como competências comunicacionais são trabalhadas na graduação e sua influência na prática profissional.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. M. Introdução à metodologia do trabalho científico: **elaboração de trabalhos na graduação**. São Paulo, SP: Atlas, 2010.
- ALVES, Maria Arlete Ferreira; ATHAYDE, Carlos Henrique da Silva; ALVES, Francisco José Santos; DUQUE, Andréa Paula Osório. **Avanços e tendências da teoria da comunicação aplicada à informação contábil**. (2022).
- BARBOSA, J. S.; DALAVA, A. O.; OLIVEIRA, C. E.; SAVI, E. M. S. **Divulgação voluntária e qualidade da informação contábil: Estudo com empresas do segmento BOVESPA Mais**. Revista de Informação Contábil, v. 9, n. 2, p. 1-22, 2015.
- Bachmann, R. K. B. (2013); **Otimismo e desempenho: análise linguística em companhias brasileiras de capital aberto**.
- BATISTELLA, Ana Julia; DAL MAGRO, Cristian Baú; MAZZIONI, Sady; PAULO, Edilson. **Relevância da informação contábil e cultura nacional**. Revista de Contabilidade e Organizações, v. 15, n. 43, 2021.
- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo: Manole, 2009.
- BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri: Manole, 2006.
- Carvalho, A. M. R., Nakagawa, M. (2001). **Um olhar fenomenológico sobre a "res" da logística contábil na identificação dos custos**. VIII Congresso Brasileiro de Custos – São Leopoldo, RS, Brasil.
- Cervo, A. L., Bervian, P. A., (1983). **Metodologia Científica**. 3.^a ed. São Paulo: McGraw-Hill.
- CÍRICO JUNIOR, Ademir; FONSECA, Rita de Cássia. **A gestão da informação contábil para o alinhamento da gestão estratégica organizacional: uma análise em um grupo empresarial**. Research, Society and Development, v. 10, n. 14, 2021.
- CHECON, B. Q. **Atenção limitada, o uso da informação contábil e seus impactos na tomada de decisão individual de investimento**. Tese (Doutorado em Contabilidade e Controladoria), Universidade de São Paulo, 2018.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 10 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- Coelho, C. U. F.; Lins, L. S. (2010). **Teoria da Contabilidade: abordagem contextual, histórica e gerencial**. São Paulo: Atlas.
- Comunicação Empresarial, Por Marie Flatley, Kathryn Rentz, Paula Lentz. (2015). CREPALDI, S. A. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- DIAS FILHO, J. M. **A Contabilidade e a ordem social: uma abordagem das teorias semióticas e da comunicação**. Revista da FAE, v.16, n.1, p. 6–17, 2013.

DIAS FILHO, José Maria. **A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação.** Caderno de Estudos, São Paulo, Brasil, n. 24, (2000).

DIAS FILHO, José Maria; NAKAGAWA, Masayuki. **Análise do processo da comunicação contábil: uma contribuição para a solução de problemas semânticos.** *Revista Contabilidade & Finanças*, São Paulo: FIECAFI, v. 15, n. 26, p. 42–57, maio/ago. 2001.

FAGUNDES, Fernanda Mendes; BRUGNI, Thamires Vieira; NOSSA, Sílvia Nolasco. **Habilidade gerencial e qualidade da informação contábil no Brasil.** *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, v. 23, 2024. Disponível em: <https://revista.crcsc.org.br/index.php/CRCSC/article/view/3421>. Acesso em: 28 abr. 2025.

FAVERO, H.L.; LONARDONI, M.; SOUSA, C.; TAKAKURA, M. **Contabilidade teoria e prática.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 175 p.

Iudícibus, S. (2015). **Teoria da Contabilidade.** 11.^a ed. São Paulo, Atlas.

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

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento estratégico da comunicação empresarial.** São Paulo: Summus, 2003.

Juarez, O. U. (2007). **Análise dos emissores e receptores na comunicação de massa.** Campos dos Goytacazes.

Maffesoli, M. (2003). **A comunicação sem fim: teoria pós-moderna da comunicação.** *Revista FAMECOS*.

Matterlart, A. & Matterlart, M. (2011). **História das teorias da comunicação.** São Paulo: Loyola.

MARION, J. C. **Contabilidade Básica.** São Paulo: Editora Atlas, 2020.

MESSIAS, D. **A informação contábil no setor público: uma abordagem sob a ótica das teorias da comunicação e da semiótica.** Dissertação (Mestrado em Contabilidade). Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2017.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

Nakagawa, M., & Dias F. J. (2012). **A Contabilidade sob o enfoque sociológico: uma abordagem das teorias semióticas e da comunicação.**

NASCIMENTO, Érica Suélen do; PEREIRA, José Roberto. **A transparência da informação contábil como instrumento de formação de esferas públicas.** *Revista de Contabilidade e Organizações*, v. 16, n. 46, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rco/article/view/195445>. Acesso em: 28 abr. 2025.

NBC TG Estrutura Conceitual para Relatório Financeiro (aprovada pela Resolução CFC nº 1.374/2011 e atualizada pela Resolução CFC nº 2.031/2023).

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

PEIXE, A. M. M.; ARAÚJO, J. A. R.; PINTO, J. S. P. **Disclosure de informações contábeis na atualidade do Mercado de Capitais no Brasil**. Revista do Tribunal de Contas da União, v. 57, n. 2, p. 68-91, 2023.

Sampaio, I. S. V. (2001). **Conceitos e modelos da comunicação**. Ciberlegenda, 5.e

Souza, Fabia Jaiany Viana de. **Compreensibilidade da informação contábil por usuários tomadores de decisão**. Fabia Jaiany Viana de Souza. UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - João Pessoa, (2020).

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis, 2005.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial: da teoria à prática**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

VALENTE, N. T. Z. **Qualidade da informação contábil na perspectiva da Ciência da Informação**. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Universidade de São Paulo, 2014.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 212 p.

APÊNDICE

Questionário de pesquisa - trabalho de conclusão de curso - TCC - Ciências Contábeis

Este questionário faz parte da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso - TCC do curso em Bacharel de Ciências Contábeis da Universidade Estadual do Piauí - UESPI, o tema da pesquisa é: "A COMUNICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

E SEU PAPEL NA REDUÇÃO DA INCOMPREENSÃO CONTÁBIL NA ÁREA EMPRESARIAL: UM ESTUDO DE CASO NO ESCRITÓRIO ANÁLISE CONTABILIDADE",

desenvolvido pelo acadêmico Antonio Geovane Rocha Mendes. 8º Período, turno - Manhã.

Ressalta-se que por se tratar de uma pesquisa acadêmica, o respondente não será identificado, ficando assegurado sobre o sigilo das respostas, conforme estabelecido pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº

13.709/2018, que estabelece regras para o tratamento de dados pessoais, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade de privacidade.

* TEMPO ESTIMADO DE PREENCHIMENTO DO QUESTIONÁRIO: 3 A 5 MINUTOS.*

* Indica uma pergunta obrigatória

"A COMUNICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SEU PAPEL NA REDUÇÃO DA INCOMPREENSÃO CONTÁBIL NA ÁREA EMPRESARIAL, UM ESTUDO DE CASO NO ESCRITÓRIO ANÁLISE CONTABILIDADE"

Questionário - Trabalho de Conclusão de Curso - TCC Questionário - Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

1. Tempo de parceria com o escritório de contabilidade *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos de 6 meses
- ☐ 6 meses a 1 ano
- ☐ 1 a 3 anos
- ☐ Mais de 3 anos

2. Porte da empresa *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ MEI
- ☐ Microempresa
- ☐ Empresa de Pequeno Porte Média ou
- ☐ Grande Empresa

3. Você sente que compreende as principais obrigações fiscais e contábeis da sua empresa?

*

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Parcialmente
- ☐ Não

4. Você já participou de algum treinamento ou recebeu orientações do escritório para entender melhor essas obrigações?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

5. Qual canal de comunicação você prefere utilizar com o contador? *
(pode marcar mais de um).

Marque todas que se aplicam.

- E- ☐ mail
☐ WhatsApp Reunião
☐ presencial
☐ Videoconferência
☐ Plataforma online

5. Qual canal de comunicação você prefere utilizar com o contador? *
(pode marcar mais de um).

Marque todas que se aplicam.

- E- ☐ mail
☐ WhatsApp Reunião
☐ presencial
☐ Videoconferência
☐ Plataforma online

6. Com que frequência você gostaria de receber atualizações contábeis? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Semanalmente
☐ Quinzenalmente
☐ Mensalmente
☐ Apenas quando houver algo importante

7. Com qual Frequência você envia os documentos necessários para * a Contabilidade?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Semanalmente
- ☐ Quinzenalmente
- ☐ Mensalmente
- ☐ Apenas Quando houver algo urgente

8. Em sua opinião, o que poderia melhorar na comunicação entre você e o escritório contábil?

*

9. Há informações contábeis que você considera difíceis de entender? Quais?

*

10. Como você acredita que o escritório poderia ajudar a aumentar * seu conhecimento sobre contabilidade?

11. Deixe aqui suas principais dificuldades em compreender as informações contábeis.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

Questionário de pesquisa - trabalho de conclusão de curso - TCC - Ciências Contábeis

Este questionário faz parte da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso - TCC do curso em Bacharel de Ciências Contábeis da Universidade Estadual do Piauí - UESPI, o tema da pesquisa é: "A COMUNICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SEU PAPEL NA REDUÇÃO DA INCOMPREENSÃO CONTÁBIL NA ÁREA EMPRESARIAL, UM ESTUDO

DE CASO NO ESCRITÓRIO ANÁLISE CONTABILIDADE", desenvolvido pelo acadêmico Antonio Geovane Rocha Mendes. 8º Período, turno - Manhã.

Ressalta-se que por se tratar de uma pesquisa acadêmica, o respondente não será identificado, ficando assegurado sobre o sigilo das respostas, conforme estabelecido pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018, que estabelece regras para o tratamento de dados pessoais, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade de privacidade.

TEMPO ESTIMADO DE PREENCHIMENTO DO QUESTIONÁRIO: 3 A 5 MINUTOS.*

Indica uma pergunta obrigatória

"A COMUNICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SEU PAPEL NA REDUÇÃO DA INCOMPREENSÃO CONTÁBIL NA ÁREA EMPRESARIAL, UM ESTUDO DE CASO NO ESCRITÓRIO ANÁLISE CONTABILIDADE"

Questionário - Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

1. Gênero: *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino Prefiro
- ☐ não dizer Outro
- ☐

2. Cargo ou Função exercida: *

3. Tempo de Experiência na área contábil: *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ 1 a 3 anos
- ☐ 3 a 8 anos
- ☐ Mais de 8 anos

4. Na sua percepção, o quanto a comunicação clara entre contador e cliente influencia no desempenho do trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Nada
- ☐ Pouco
- ☐ Moderadamente
- ☐ Muito Extremamente

5. Com que frequência os clientes demonstram entender corretamente os pedidos de documentos e as informações contábeis fornecidas?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Nunca
- ☐ Pouco
- ☐ Moderadamente
- ☐ Muito
- ☐

Extremamente

6. De 0 a 10, qual o grau de dificuldade que a linguagem técnica contábil impõe à comunicação com clientes leigos? *

7. Quais ferramentas de comunicação são mais utilizadas * atualmente no seu trabalho com clientes? (Pode marcar mais de um).

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Relatórios contábeis impressos Relatórios
- ☐ digitais (PDF, Excel) Mensagens por
- ☐ WhatsApp ou e-mail
- ☐ Reuniões virtuais (Zoom, Google Meet, etc.

8. Em sua opinião, qual o nível de impacto que a melhoria na comunicação pode ter sobre a confiança do cliente?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Nenhum impacto
- ☐ Baixo impacto
- ☐ Impacto moderado
- ☐ Alto impacto
- ☐ Impacto total

9. Na sua opinião, qual é a principal barreira na comunicação entre contadores e clientes?

10. Em sua opinião, Qual a importância de uma boa comunicação para a contabilidade ? *

11. Como a melhoria da comunicação contábil pode impactar o desempenho do contador e da empresa-cliente?

12. Você gostaria de sugerir alguma ferramenta, estratégia ou * prática que poderia ser implementada para melhorar essa comunicação?

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários