

# Estereótipo dos Profissionais de Contabilidade: Percepções dos Microempreendedores Individuais do Município de Feira de Santana – Bahia

DOI: <https://zenodo.org/records/18095232>

**Leilane Brito da Silva**

Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual de Feira de Santana, UEFS  
Universidade Estadual de Feira de Santana, UEFS  
leilanebrito.cont@gmail.com  
<https://orcid.org/0009-0006-5055-4556>

**Mirian Gomes Conceição**

Mestrado em Contabilidade pela Universidade Federal da Bahia, UFBA  
Universidade Estadual de Feira de Santana, UEFS  
mgconceicao@uefs.br  
<https://orcid.org/0009-0005-1250-1042>

**Célia Oliveira de Jesus Sacramento**

Doutorado em Engenharia de Produção, UFSC  
Universidade Estadual de Feira de Santana, UEFS  
celia.sacramento@uefs.br  
<https://orcid.org/0000-0003-3608-4544>

**Nverson da Cruz Oliveira**

Mestrado em Contabilidade pela Universidade Federal da Bahia, UFBA  
Universidade Federal da Bahia, UFBA  
nverson@gmail.com  
<https://orcid.org/0009-0007-2939-4583>

## Resumo

O objetivo principal desta pesquisa consiste em analisar como os Microempreendedores Individuais (MEIs) do Mercado de Arte Popular (MAP) e Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana percebem os profissionais de contabilidade no que tange às suas características e competências. Quanto ao problema, possui abordagem quantitativa, com os objetivos de natureza exploratória e descritiva. A amostra foi intencional e composta por 38 MEIs estabelecidos no MAP e Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário. Dentre os principais resultados, encontrou-se que predominam os aspectos positivos no tocante à maneira que os contadores são vistos socialmente. Sobre a personalidade dos contadores, as características “ético” e “extremamente voltado ao trabalho” foram as mais citadas, correspondendo mutuamente aos estereótipos positivos e negativos dos contadores. Referente ao nível de conhecimento dos partícipes da pesquisa sobre os profissionais, a grande maioria afirmou que o contador possui domínio suficiente de suas atribuições e que a contabilidade pode contribuir para a saúde financeira das empresas, porém não demonstraram saber quais as principais funções da profissão, recorrendo a um conhecido estereótipo dos contadores. Concernente à importância dos profissionais de contabilidade para os MEIs, foi verificado que boa parte sequer tem acesso a determinados serviços. Dentre os que possuem suporte contábil, predominaram os satisfeitos e que levam em consideração informações fornecidas pela contabilidade na tomada de decisão. O serviço mais utilizado é a “emissão de guias de impostos”, coadunando com o estereótipo do contador “guarda livros”, que se resume a executar tarefas burocráticas. Ao final, constata-se que a visão geral dos MEIs para com os contadores é positiva mesmo entre o grupo sem contabilidade, entretanto, os serviços oferecidos pelos profissionais não correspondem às reais necessidades deles, reforçando estereótipos negativos.

**Palavras-chave:** Estereótipo Profissional. Contabilidade. Microempreendedores Individuais

## Stereotypes of Accounting Professionals: Perceptions of Individual Microentrepreneurs in the Municipality of Feira de Santana, Bahia

### Abstract

The main objective of this research is to analyze how Individual Microentrepreneurs (MEIs) from the Popular Art Market (MAP) and Shopping Popular Cidade das Compras in Feira de Santana perceive accounting professionals in terms of their characteristics and skills. The problem is approached quantitatively, with exploratory and descriptive objectives. The sample was intentional and consisted of 38 MEIs established in the MAP and Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana. A questionnaire was used as a data collection tool. Among the main results, it was found that positive aspects predominate in terms of how accountants are viewed socially. Regarding the personality of accountants, the characteristics “ethical” and “extremely work-oriented” were the most cited, corresponding mutually to the positive and negative stereotypes of accountants. Regarding the level of knowledge of the research participants about professionals, the vast majority stated that accountants have sufficient mastery of their duties and that accounting can contribute to the financial health of companies, but they did not demonstrate knowledge of the main functions of the profession, resorting to a well-known stereotype of accountants. Regarding the importance of accounting professionals for MEIs, it was found that most do not even have access to certain services. Among those who have accounting support, the majority were satisfied and took into account information provided by accounting in their decision-making. The most used service is the “issuance of tax forms,” consistent with the stereotype of the accountant as a “bookkeeper,” which boils down to performing bureaucratic tasks. In the end, it appears that MEIs' overall view of accountants is positive, even among the group without accounting services. However, the services offered by professionals do not meet their real needs, reinforcing negative stereotypes.

Keywords: Electoral Accounting. Accountability. Accounting Professional.

## 1 Introdução

Porém, está sendo notada cada vez mais a figura do profissional contábil contemporâneo, que de acordo com Ferreira *et al.* (2021) possui um perfil de liderança, é ético, sociável e executa tarefas mais complexas oferecendo maior suporte e qualidade nas informações prestadas para auxiliar na tomada de decisões. Sob a perspectiva do Microempreendedor Individual (MEI), entendido como o pequeno empresário com registro que trabalha por conta própria, o profissional de contabilidade será o principal ponto de apoio do mesmo, sendo responsável por produzir relatórios contábeis capazes de dar um panorama a respeito da situação financeira da microempresa, assim como permitir que a pequena organização cumpra com as obrigações fiscais exigidas.

Com base no exposto, o presente trabalho pretende discutir: “qual o estereótipo dos profissionais de contabilidade sob a ótica dos Microempreendedores Individuais do Mercado de Arte Popular e Shopping Popular Cidade das Compras do município de Feira de Santana – BA?”.

Pretende-se responder ao questionamento sob a orientação do objetivo principal que consiste em compreender sob qual estereótipo os profissionais de contabilidade são vistos pelos Microempreendedores Individuais do Mercado de Arte Popular e Shopping Popular Cidade das Compras do município de Feira de Santana - BA. Os objetivos específicos são: identificar na literatura as principais pesquisas sobre o estereótipo dos profissionais de contabilidade, mapear a percepção dos MEIs do MAP e Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana - BA sobre o estereótipo dos profissionais de contabilidade; e confrontar a literatura pesquisada com as percepções mapeadas a respeito do estereótipo dos profissionais de contabilidade pelos Microempreendedores Individuais do Mercado de Arte Popular e Shopping Popular Cidade das Compras do município de Feira de Santana - BA.

Acredita-se que essa pesquisa é relevante por demonstrar de que forma o público de MEIs, que conforme o balanço divulgado pelo Mapa de Empresas do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte no segundo quadrimestre de 2025, correspondia a 12,7 milhões de um total de 24.213.445 empresas ativas no Brasil, significando 52,3% dos negócios em operação no país, enxerga o profissional contábil. (BRASIL, 2025)

Ao conhecer de que forma é visto ao menos por essa parcela da sociedade, os órgãos reguladores poderão traçar campanhas que visem o maior conhecimento do público em questão

a respeito das reais práticas do profissional contábil e qual deve ser o seu comportamento, com o intuito de amenizar as características negativas atribuídas e maximizar aquelas positivas (Ferreira et al., 2021).

Quanto aos profissionais de contabilidade individualmente, poderão repensar a qualidade dos serviços prestados, visto que esse fator será capaz de influenciar a maneira com que ele é visto, pois a partir da delimitação desse estereótipo será possível estabelecer a imagem construída pelo senso comum (Ferreira et al., 2021), o que também pode se relacionar com a maneira que os próprios contadores se portam.

Se pretende ainda preencher uma lacuna acadêmica, considerando que tal tipo de mapeamento para percepção de estereótipos do profissional de contabilidade para com seus clientes ou os potenciais não costuma ser realizado, o que corrobora com a necessidade apontada por Ferreira et al. (2021, p. 46) que sugere que se aplique em estudos futuros “métodos quantitativos para analisar o comportamento dos estereótipos por grupos de acordo com diversos fatores contribuíveis (renda, acesso à internet, nível de escolaridade, influência midiática, entre outros)”

## **2. Referencial Teórico**

### **2.1 O Profissional de Contabilidade para os MEIs**

Com a principal função de ser o agente que produz informações úteis aos usuários da contabilidade para tomada de decisão, o profissional contábil a cada dia mais se reafirma como figura necessária nas grandes corporações, ganhando cada vez mais o papel de auxiliar do gestor das organizações através do fornecimento de seu conhecimento técnico a respeito das Demonstrações Contábeis apresentadas, fazendo parte do planejamento estratégico empresarial, para analisar contextos diversos e desenvolver soluções mais efetivas (Marcelino; Sverzuti; Trizolio, 2020).

Apesar de ser muito mais requisitada nas empresas de maior porte, é essencial que as empresas menores, incluindo os Microempreendedores Individuais, se utilizem da informação contábil como um mecanismo que possibilite o desenvolvimento do seu negócio. A figura do MEI, criada por meio da Lei Complementar nº128 de 2008, foi conceituada pelo Sebrae (2018) como uma forma inovadora e desburocratizante de legalização de pequenos negócios e serviços, que promove o pagamento em conjunto de impostos e contribuições, resultando numa vital redução de custos e de obrigações acessórias. Seu objetivo principal é formalizar a situação dos

trabalhadores brasileiros que até aquele momento não possuíam amparo legal ou segurança jurídica para a realização de suas atividades.

De acordo com Morais e Feitosa Filho (2019), a determinação legal que regulamenta o MEI, o atribui também a necessidade de cumprir com obrigações acessórias de cunho trabalhista e previdenciário, tarefas estas que demandam o conhecimento de um profissional contábil, além do fato que nessas empresas de menor porte as decisões mais importantes são tomadas pelo próprio empresário individual e, a depender da veracidade das informações fornecidas o posicionamento tomado pode influenciar na continuidade da empresa ou ainda ocasionar prejuízos.

Porém, para estas empresas a contratação do profissional de contabilidade é vista como um dispêndio, enquanto isso, os relatórios contábeis que poderiam ser úteis na tomada de decisão, sequer são solicitados pelo gestor em razão da falta de conhecimento dos empresários individuais que desconhecem a sua importância e que também não costuma ser defendida pelo próprio contador (Marcelino; Sverzuti; Trizolio, 2020).

## 2.2 Estereótipo do Profissional de Contabilidade

Azevedo (2010) explica que os estereótipos são formas utilizadas pelos seres humanos como método de simplificação para facilitar a sua compreensão a respeito dos fenômenos. O que evidencia que a generalização tem suas vantagens permitindo-nos elaborar julgamentos que possuem certa coerência com o objeto analisado. A problemática nessa formulação dos estereótipos, ainda conforme o autor, se dá baseada na percepção do observador, que na maioria das vezes se constitui em um molde que diverge completamente da realidade objetiva.

Quanto ao estereótipo profissional, que se encaixa com o tema pesquisado, ele pode ser definido como aquele que está ligado aos rótulos colocados nos indivíduos em relação ao ambiente de trabalho. São reforçados por meio de representações sociais que influenciam o indivíduo ou grupos sociais a compreender de uma maneira específica o desempenho de uma profissão (Silva *et al.*, 2022).

Para Silva *et al.* (2022), o estereótipo do contador pode ser analisado através de dois polos. O primeiro é o do contador tradicional, também chamado de "guarda-livros", que é visto sob os aspectos positivos como um indivíduo que inspira honestidade, confiança, e zelo para o dinheiro alheio. Entretanto, entre as características negativas, o contador tradicional é visto como antiquado, que exerce funções repetitivas metódicas que se relaciona somente com os números e ainda possui caráter duvidoso, podendo ser visto ainda como profissional

conservador de métodos engessados. Tal visão está diretamente relacionada com suas primeiras atribuições nas empresas que se relacionavam com atividades de cunho técnico e operacional (Tonin *et al.*, 2020).

Já em relação ao estereótipo do contador contemporâneo, Tonin *et al.* (2020) traz que nas características positivas são vistas aquelas competências requeridas pelos profissionais da área e que, muitas vezes, se relacionam com manuseio de tecnologias, realização de pesquisas e apresentação de relatórios. Sendo ele ainda um profissional capaz de trabalhar em equipe, liderar e possui caráter estratégico, entretanto, sobre o aspecto negativo desse estereótipo, ele pode ser enxergado como um profissional antiético que por dominar as mais diversas tecnologias também é capaz de manipular transações mais complexas e ainda ser responsável por encobrir casos de corrupção corporativa.

A propagação e o fortalecimento do estereótipo profissional negativo do contador pode trazer diversas perdas para a profissão contábil a longo prazo, uma delas é o comportamento percebido de desinteresse ou a falta de procura dos jovens quanto à escolha dessa carreira, considerando que a escolha da sua futura profissão, por muitas vezes sofre influência da representação social que é elaborada sobre as diversas profissões, a maneira com que as produções audiovisuais retratam tal perspectiva e o status conferido para aqueles que exercem a profissão serão determinantes para a popularidade do ofício em questão ou não (Moura, *et al.*, 2016). Tal processo impacta diretamente a próxima geração de profissionais.

### 2.3 Pesquisas Anteriores

As principais pesquisas que se dedicam a analisar e compreender o estereótipo que compõe a figura do profissional de contabilidade, informam que a sociedade como um todo possui em seu imaginário um perfil determinado que corresponderia ao do contador, destacando também o paralelo que é sempre feito pelos autores a respeito dos aspectos positivos e negativos citados desse estereótipo. (Tonin *et al.*, 2020; Silva *et al.*, 2022; D. Silva; M. Silva, 2018; A. Silva *et al.*, 2023; Almeida; Avelino; Brugni, 2020; Ferreira *et al.*, 2021; Silva; Luz; Rengel, 2021).

A respeito das pesquisas que versam sobre a influência do audiovisual na construção do estereótipo dos profissionais de contabilidade, Tonin *et al.* (2020) pretendeu identificar a forma como estudantes e profissionais contábeis vêem as características do profissional de contabilidade vinculadas no filme "*The Accountant*" ("O Contador") de 2016, sua representação na cinematografia, bem como as competências requeridas para se construir discursos coletivos

sobre essas atribuições representadas no filme. Ressaltam-se características positivas do estereótipo como inteligência e comportamento ético, bem como pontos negativos associadas à figura do profissional de contabilidade como a ansiedade.

Por outro lado, Silva *et al.* (2022), se propõe a apresentar os estereótipos dos personagens contadores que eram representados nas novelas brasileiras, restringindo o público pesquisado para a fonte considerada a que mais influência na construção do imaginário popular do país. Os autores relatam que a maioria dos personagens retratados eram do gênero masculino, alguns envolvidos em atividades ilícitas, aparentando uma vida sem grandes alterações, nenhum deles possuía papel de protagonismo em relação ao enredo e aqueles relacionados ao contador tradicional, foram retratados como alguém que se dedica a realizar tarefas numéricas e operacionais.

Em se tratando dos estereótipos atribuídos às mulheres profissionais de contabilidade, D. Silva e M. Silva (2018) buscaram compreender quais estereótipos são associados à mulher contadora pelos profissionais de contabilidade na cidade de Uberlândia - MG, dos dois gêneros, com o intuito de observar ainda se esse fator pode causar diferenças nas suas percepções. Ao final do estudo, concluiu-se que os estereótipos atribuídos à mulher refletem as representações sociais da mulher contadora. As contadoras foram estereotipadas tanto por si próprias, quanto pelos contadores, como profissionais bem-humoradas, independentes, sociáveis, sensíveis, íntegras e honestas. Embora seja predominante a estereotipagem positiva descrita por ambos os gêneros, os autores concluem que elas não são o suficiente para extinguir as barreiras que impedem as mulheres profissionais de contabilidade se destacarem no ambiente corporativo.

Em um estudo mais abrangente, A. Silva *et al.* (2023) objetivaram identificar a percepção de estudantes e profissionais contabilistas (dos gêneros feminino e masculino) da cidade de Mossoró-RN acerca dos estereótipos relacionados à imagem da mulher contadora, com enfoque nas relações de trabalho das contadoras. Ao observar-se, os resultados encontrados, constata-se que o público analisado concorda que as mulheres sofrem restrições de gênero e preconceitos devido à sua condição feminina, além de reconhecer a influência da dupla jornada no desempenho delas. E mesmo que a maioria tenha dito que as oportunidades de trabalho para homens e mulheres na área contábil são as mesmas, houve um consenso de que a mulher ainda não está igualada ao homem no mercado de trabalho, sobretudo quando se trata dos cargos de direção, onde é predominante a presença masculina, mesmo que na visão do

público estudado não haja impeditivos diretos que justifiquem a escassa presença de mulheres nessa posição.

Já no que se refere às literaturas que tratam da percepção do público em geral a respeito do estereótipo do profissional de contabilidade, Almeida, Avelino e Brugni (2020), se propõem a analisar as percepções dos estudantes egressos do ensino médio com relação à graduação em Ciências Contábeis, visando obter sua percepção sobre o estereótipo do contador. Ao final dos dados colhidos, constatou-se um desconhecimento dos respondentes a respeito de vários aspectos relevantes em relação ao curso de ciências contábeis e à profissão.

No trabalho realizado por Silva, Luz e Rengel (2021), pretendeu-se analisar de que forma os profissionais de contabilidade cuidam da sua imagem frente ao mercado e quais as práticas que eles utilizam para obter e manter sua cartela de clientes. O citado trabalho propõe mapear a relevância que eles dão ao marketing pessoal. Dentre os resultados, foi localizada uma parcela dos profissionais de contabilidade que se dedicam a cuidar do marketing pessoal, porém suas ações ainda estão em fases iniciais.

Por fim, há a pesquisa de Ferreira *et al.* (2021) que objetivou analisar como os cidadãos baianos enxergam os profissionais de contabilidade em relação às suas características e personalidade. O artigo em questão demonstra como o público em geral enxerga a profissão contábil, visto que não foi levada em consideração qualquer familiaridade dos entrevistados com a ciência contábil. Como resultado foi encontrado que a população baiana reconhece os profissionais de contabilidade como de excelência, sendo éticos e fundamentais para as empresas e a sociedade. Referente à sua personalidade, para os baianos, os profissionais de contabilidade são metódicos e perfeccionistas, além de especialistas maçantes e não espontâneos.

Tendo em vista os diversos cenários expostos pelas pesquisas correlatas, é possível constatar que a construção de estereótipos sobre a profissão contábil vem ganhando novas formas, seja quando analisamos as representações midiáticas, a percepção do público em geral sobre os contadores, e até quando são estudados tais reflexos com recortes de gênero. O que pode significar que as mudanças ocorridas têm sido positivas. Porém, ainda é alarmante o potencial nocivo da disseminação de estereótipos negativos. Tornando-se imprescindível o que é consenso entre os referidos autores, um aumento no número de estudos a respeito desses estereótipos, como forma de buscar alternativas que contribuam na eliminação de uma imagem

capaz de limitar os contadores quanto à sua evolução profissional, além de que apresentam barreiras capazes de impedir a ascensão na carreira de determinados grupos minorizados.

### **3 Metodologia**

De acordo com o que foi observado no referencial teórico, a percepção pública concebida a respeito dos profissionais de contabilidade tem grande relevância por reproduzir um conceito a respeito do profissional contábil, que muitas vezes ressalta aspectos negativos (Ferreira *et. al.*, 2021). Logo, o objetivo geral da pesquisa em questão é compreender sob qual estereótipo os profissionais de contabilidade são vistos pelos Microempreendedores Individuais do Mercado de Arte Popular e Shopping Popular Cidade das Compras do município de Feira de Santana - BA.

A título de contextualização, o prédio histórico do Mercado de Arte Popular foi construído em 1914 no centro comercial de Feira de Santana, onde inicialmente era chamado de Mercado Municipal e cuja atividade principal era a comercialização de alimentos produzidos na zona rural do município. Após sua transformação em centro cultural a partir de 1980, o MAP tornou-se o mais importante ponto turístico da cidade, onde são vendidos artigos de artesanato, literatura de cordel, culinária regional, além de abrigar apresentações de artistas e grupos da cultura popular.

Localizado em uma região próxima ao MAP, está o Shopping Popular Cidade das Compras que foi originado em 2020 a partir de um projeto de requalificação e ordenamento do centro comercial de Feira de Santana como forma de realocar vendedores ambulantes que ocupavam ruas e calçadas do centro da cidade para se concentrarem em um espaço estruturado em boxes padronizados, onde são comercializadas uma ampla variedade de produtos, como artesanato, eletrônicos, moda, calçados, produtos naturais, entre outros. Fruto de uma parceria público-privada, esse conglomerado de pequenas lojas compõe uma área de grande fluxo comercial e é considerado um importante centro de compras a céu aberto do Norte/Nordeste. (Dias e Santos, 2019)

A respeito do tipo de problema, a pesquisa pode ser classificada como quantitativa, com a análise estatística de caráter descritivo, uma vez que se baseia no estudo de dados numéricos obtidos por meio de questionário estruturado, aplicado a 38 respondentes. Segundo Raupp e Beuren (2006), a pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo uso de instrumentos padronizados e pela quantificação dos resultados.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória e descritiva. A primeira, que segundo Gil (2008, p. 27), tem como "principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis" para o desenvolvimento de estudos futuros. Isso porque se pretende analisar um grupo específico a respeito da maneira que esse enxerga o profissional de contabilidade. E sob o aspecto descritivo, em que o objetivo principal é a evidenciação das características de certa população ou fenômeno para relacionar variáveis (Gil, 2008), é possível notar tal aspecto pelo fato da presente pesquisa se propor a listar as características que compõem o estereótipo do profissional contábil.

Em relação aos procedimentos, a pesquisa se trata de um estudo de campo, onde “estuda-se um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social,” buscando um “aprofundamento das questões propostas” (Gil, 2008, p. 57), considerando que foi estabelecido o público específico dos MEIs do MAP e do Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana para observar sua percepção a respeito dos profissionais de contabilidade, a partir daí, foram realizadas inferências por meio de uma abordagem de natureza interpretativa.

Dentre as motivações para a escolha do público-alvo, é possível listar a facilidade de acesso ao mesmo, que se encontra em uma região central da cidade. Bem como ao fato de não terem sido encontradas pesquisas relativas ao estereótipo do profissional de contabilidade que atendessem a tal especificidade, buscando analisar o ponto de vista de produtores e comerciantes de artigos de artesanato, atividade característica em Feira de Santana e adjacências.

A parte prática proposta para a presente pesquisa envolveu a obtenção de dados coletados junto aos Microempreendedores Individuais (MEIs) do Mercado de Arte Popular e do Shopping Popular Cidade das Compras do município de Feira de Santana – BA. Os procedimentos associados à coleta de dados do projeto procuram atender a cada um dos objetivos específicos apresentados na introdução. Buscam, também, fornecer uma resposta clara ao problema de pesquisa formulado.

A estratégia de abordagem planejada para a coleta dos dados previu a aplicação de um questionário estruturado, administrado presencialmente junto aos Microempreendedores Individuais (MEIs) do Mercado de Arte Popular e do Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana. O instrumento foi dividido em quatro blocos compostos majoritariamente por perguntas fechadas e objetivas, com espaço opcional para comentários abertos. Dessa

forma, a pesquisa adota uma abordagem quantitativa descritiva, baseada na análise estatística simples das respostas coletadas.

A partir dos procedimentos descritos acima, foram obtidos 38 questionários válidos, que se restringem aos proprietários de pequenos negócios presentes no Mercado de Arte Popular e no Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana. Sendo uma parte coletada em dezembro de 2023 e, posteriormente, houve uma ampliação da pesquisa em julho de 2024. Foi realizada a tentativa de coleta de dados por 4 dias distintos em períodos espaçados e de maneira presencial, havendo uma resistência de cerca de 13 proprietários de estabelecimentos em se dispor a responder, podendo atribuir tal comportamento à resistência em fornecer informações que revelam particularidades do negócio e possíveis irregularidades. O quantitativo reduzido dos respondentes em comparação com o todo efetivo de MEIs existentes na cidade, pode caracterizar-se também como um fator limitante desta pesquisa. Ainda assim, trata-se de uma amostra relevante para a compreensão inicial dos estereótipos do profissional contábil no contexto analisado.

A pouca disponibilidade de tempo dos respondentes por estarem em horário de trabalho foi outro limitador, considerando que a circunstância citada, em diversos casos, contribuiu para que fosse dada pouca atenção aos questionamentos feitos ou ainda que o possível participante se negasse a integrar a pesquisa. Uma outra limitação é que os dados obtidos na presente pesquisa são autorrelatados, tornando o trabalho com tendência à vieses, visto que pode haver a tendência de supervalorização de dados positivos, enquanto os dados negativos estão suscetíveis a serem subestimados. E, por fim, cabe citar como limitador um possível viés proveniente do processo de coleta de dados face a face que é a percepção de inexistência de anonimato, visto que no formato de questionário citado, a interação direta do respondente com o entrevistador pode levar o primeiro a não ser completamente honesto nas respostas ou omitir informações que julgue de cunho pessoal ou confidencial, por acreditar que o sigilo sobre sua identidade não será mantido. Em sequência, os dados coletados serão analisados por meio de procedimentos de estatística descritiva, com apresentação de frequências e percentuais, de forma a caracterizar o perfil e as percepções dos respondentes.

Quanto às etapas de análise de dados, inicialmente houve a preparação e organização dos dados, transpondo as respostas escritas em papel para planilhas, como forma de prosseguir com o tratamento deles. Posteriormente na análise descritiva, os dados que guardavam alguma relação, de acordo com registros encontrados na literatura, foram agrupados e tabelados. Após

finalizada a etapa anterior, foi realizada a interpretação dos dados por meio de comparativos com a literatura pesquisada e foi feita ainda a análise dos perfis dos entrevistados como forma de extrair conclusões através da observação do cenário encontrado, salientando possíveis implicações.

## 4 Resultados e Análise dos dados

### 4.1 Perfil do respondente

Na tabela 1 a respeito do gênero, foi identificada uma predominância de microempreendedoras do sexo feminino, representando 80% do público, enquanto apenas 20% se declararam homens. Tal dado se aproxima do encontrado na análise do universo dos microempreendedores individuais do Brasil, que segundo dados do IBGE, em 2022, as mulheres representavam 53,3% dos MEI, enquanto os homens eram 46%. No que diz respeito à idade, 13% das pessoas entrevistadas têm entre 18 e 28 anos, enquanto 26% estão entre 51 e 61 anos, grupo esse representado em maioria por mulheres.

**Tabela 1:** Perfil dos respondentes

<b>Gênero</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>	<b>Faixa etária</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Mulher	29	80%	Entre 18 - 28 anos	5	13%
Homem	9	20%	Entre 29 - 39 anos	6	16%
Outro	-	0%	Entre 40 - 50 anos	9	24%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>	Entre 51 - 61 anos	10	26%
			Acima de 61 anos	8	21%
			<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

  

<b>Escolaridade</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>	<b>Renda</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Ensino fundamental incompleto	4	11%	Até 1 salário-mínimo	18	47%
Ensino fundamental completo	0	0%	Entre 1 e 4 salários-mínimos	19	50%
Ensino médio incompleto	6	16%	Entre 4 e 7 salários-mínimos	1	3%
Ensino médio completo	22	58%	Acima de 7 salários-mínimos	0	0%
Ensino superior incompleto	3	8%	<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>
Ensino superior completo	3	8%			
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>			

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

O ponto seguinte trata da escolaridade, onde demonstra que 58% dos respondentes têm o ensino médio completo, demonstrando que a imensa maioria dos entrevistados (74%) concluiu ao menos a educação básica. As menores participações são de respondentes que

possuem o ensino superior completo e daqueles que não conseguiram concluir esse nível de ensino, ambos com a presença de 8%.

Sobre a renda mensal informada, metade dos entrevistados (50%) disse receber mensalmente entre 1 e 4 salários-mínimos, enquanto somente 3% apontou que seus rendimentos vão de 4 a 7 salários-mínimos ao mês. Ao sobrepor o grau considerável de escolaridade da maioria com a renda mensal que afirmaram ter, é perceptível que os ganhos não cresceram proporcionalmente com o nível de instrução, estagnando em um patamar baixo. O fenômeno capaz de explicar tal discrepância é o empreendedorismo por necessidade, cenário em que os rendimentos costumam ser menores, pois não há planejamento adequado, falta experiência no ambiente de negócios e os recursos financeiros são limitados. (Bandeira; Silva, 2023).

#### 4.2 Nível de Conhecimento sobre o Estereótipo dos Profissionais de Contabilidade

Por meio da segunda tabela, analisou-se como o profissional de contabilidade é visto socialmente, a respeito da predominância de aspectos positivos, 84% concordaram com essa afirmação, enquanto somente 3% discordaram. De tal maneira que fica evidente que o profissional contábil possui considerável aprovação social.

**Tabela 2:** Nível de Conhecimento e Estereótipos dos Profissionais de Contabilidade

<b>Pela maneira que os profissionais de contabilidade são vistos socialmente, o que predomina são os aspectos positivos?</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Concordo	32	84%
Discordo	1	3%
Neutro	5	13%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

  

<b>Você tem um conhecimento satisfatório das funções do(a) contador(a)?</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Sim	23	61%
Não	15	39%
Não sei	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

  

<b>Características que correspondem à personalidade dos contadores.</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
ético	33	87%
introvertido	19	50%
comunicativo	25	66%
extremamente voltado ao trabalho	32	84%
possui traços de liderança	18	47%

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Quanto à segunda questão levantada, em que buscou-se saber se os respondentes tinham conhecimento das atividades principais exercidas pelos(as) contadores(as), 61% afirmam conhecer de maneira satisfatória as atribuições profissionais dos contadores e 39% disseram não saber.

A respeito da personalidade dos profissionais de contabilidade, diante das características previamente estabelecidas no questionário, observou-se um destaque para “ético” e “extremamente voltado ao trabalho”, escolhidas por 33 e 32 entrevistados, respectivamente. O primeiro traço de personalidade de acordo com Tonin *et al.* (2020) permite que analisemos as perspectivas positiva e negativa propagada de profissionais da contabilidade. São bem-vistos os comportamentos que explicitem sua retidão nas atitudes, sendo agente de denúncias de fraudes, enquanto são percebidos como pontos negativos comportamentos aéticos, exemplificados por atos que demonstrem o intuito de obter vantagem pessoal em razão da posição que ocupa. Já o segundo associa-se com o perfil do contador tradicional que se limita a exercer as tarefas mais pragmáticas e demonstra comportamentos mais engessados (Silva *et al.*, 2022).

As características menos citadas foram “introvertido” e “possui traços de liderança”, sendo citadas por 19 e 18 dos respondentes, em sequência. Ambas se referem aos estereótipos profissionais opostos, o “contador de feijões” e o contador contemporâneo. De maneira geral, o profissional de contabilidade ainda exprime para a sociedade o perfil tradicional, sendo um desafio ainda a adoção de características do dito contador contemporâneo.

#### 4.3 A Percepção dos MEIS sobre o Estereótipo dos Profissionais de Contabilidade

Sobre a capacidade dos profissionais de contabilidade em realizar suas atribuições, 82% do público acredita que sim, enquanto 18% julgam que os contadores não possuem conhecimento suficiente. Quanto à capacidade dos contadores em contribuir para a saúde financeira das empresas, apenas 11% disseram que “às vezes” ele é uma figura relevante, já 89% afirmam que os profissionais de contabilidade “sempre” vão influenciar positivamente no desempenho financeiro empresarial.

**Tabela 3:** A Percepção dos MEIs sobre o Estereótipo dos Profissionais de Contabilidade

<b>Você acredita que o profissional contábil possui conhecimento suficiente para cumprir com suas atribuições?</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Sim	31	82%
Não	7	18%
Não sei	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

  

<b>Quando contadores(as) auxiliam na saúde financeira empresarial?</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Sempre	34	89%
Às vezes	4	11%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

  

<b>A principal função do contador para empresas é o cálculo de impostos?</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Concordo	19	50%
Discordo	11	29%
Neutro	8	21%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Foi perguntado se a principal função dos profissionais de contabilidade é o cálculo de impostos e o resultado demonstrou que predomina a opinião daqueles que concordam com essa afirmativa (50%), enquanto 21% se disseram neutro. O panorama encontrado difere do que Ferreira *et al.* (2021, p. 44) encontraram em sua pesquisa onde um quantitativo mínimo de respondentes restringiu a função mais importante de contadores(as) como o cálculo de impostos, a conclusão que se chegou é que para aquele público “os contadores exercem atividades além do contador de feijões”. Na presente pesquisa, o fato de metade dos entrevistados concordarem com a afirmativa, denota uma presença ainda marcante da visão estereotipada no entendimento da contabilidade e da função de seus profissionais para as empresas, mas a presença da relevante parcela daqueles que discordam ou se dizem neutros, demonstra que há um contingente significativo de pessoas que têm consciência da abrangência das funções dos contadores para a manutenção das atividades basilares da empresa e outra porção que pode ser convencida da mesma ideia.

#### 4.4 A Importância dos Profissionais Contábeis para os MEIS

Na tabela 4, ao tratar do nível de satisfação com os serviços contábeis prestados, somente 26% das respostas foram consideradas, pois a outra metade dos respondentes sequer

possui assistência contábil. O panorama apresentado é preocupante, pois além dos já discutidos benefícios de uma assessoria contábil realizada da maneira adequada para com as empresas, existem determinações legais as quais o MEI é obrigado a cumprir, onde somente o profissional de contabilidade poderá auxiliá-lo (Morais; Feitosa Filho, 2019).

**Tabela 4:** A Importância dos Profissionais Contábeis para os MEIS

<b>Nível de satisfação com os serviços contábeis prestados.</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Muito satisfeito	5	13%
Satisfeito	5	13%
Insatisfeito	0	0%
Não tem contabilidade	28	74%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

  

<b>Tipos de serviços contábeis que seu negócio tem acesso.</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Emissão de guias de impostos	9	53%
Geração de relatórios financeiros periodicamente	4	24%
Fornecimento do cálculo do custo dos produtos e serviços	2	12%
Auxílio na precificação dos produtos e serviços	1	6%
Consultoria para planejamento tributário	1	6%
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

  

<b>Com que frequência as informações fornecidas pela contabilidade influenciam nas suas decisões a respeito do futuro do seu negócio?</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Sempre	7	70%
Às vezes	2	20%
Nunca	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Especificamente sobre a satisfação dos usuários de serviços contábeis, o saldo foi positivo, pois o mesmo percentual de 13% se disse estar “satisfeito” e “muito satisfeito”. Ao menos, quando tratamos em linhas gerais, os profissionais de contabilidade têm atendido às expectativas em relação ao serviço que presta para esse público.

No item em sequência, aprofundando sobre especificamente quais serviços contábeis esses MEIs que possuem contabilidade têm acesso, predominou o item “emissão de guias de impostos” (9 dos respondentes) que corresponde à maior motivação dos empresários, principalmente os de empreendimentos menores recorrerem a um(a) contador(a), mas também é o principal serviço que estes profissionais se prestam a fazer com empresas de menor porte, reforçando o estereótipo do contador “guarda-livros” ou tradicional.

Os serviços menos utilizados, mesmo que esporadicamente, são “Consultoria para planejamento tributário” e o “auxílio na precificação dos produtos e serviços”, cada um

mencionado apenas por 1 respondente. Ambas as atividades demandam de profissionais de contabilidade uma abordagem gerencial, sendo fundamentais quando se trata de produtos artesanais que incluem no cálculo elementos específicos. O último questionamento procura entender com que frequência as informações contábeis fornecidas influenciam os MEIs que afirmaram ter suporte contábil na tomada de decisão, onde 70% disseram que isso ocorre sempre e 10% afirmaram nunca ter se influenciado por dados produzidos pela contabilidade.

Diante dos pontos apresentados a partir da tabela 4, se tratando dos serviços contábeis prestados aos MEIs, vemos que o mais requisitado deles ainda está ligado com o exclusivo cumprimento da quitação de tributos, típicas do estereótipo do contador “guarda-livros”, cenário que pode ser explicado por um alinhamento entre o que mais é buscado pelos microempreendedores e o que mais é ofertado por contadores a esse público. É evidente que os serviços que coadunam com as competências do contador contemporâneo, relacionados a traçar estratégias de melhoria dos resultados empresariais ainda são negligenciados, atrasando o reposicionamento dos profissionais de contabilidade como agentes indispensáveis na definição do rumo das empresas. Essa dita influência das informações contábeis na tomada de decisões por parte de gestores de empresas foi confirmada pelos respondentes, conforme Ferreira *et al.* (2021) havia encontrado em seu trabalho, o que evidencia uma aceitação social dos profissionais de contabilidade em um papel relevante às organizações.

## **5. Considerações Finais**

O objetivo desta pesquisa foi analisar como os Microempreendedores Individuais do Mercado de Arte Popular e Shopping Popular Cidade das Compras de Feira de Santana percebem os profissionais de contabilidade no que tange às suas características e competências, fundamentando-se nos estereótipos profissionais que permeiam esse grupo.

A respeito da análise do perfil dos MEIs, são perceptíveis características de pessoas que se lançaram no empreendedorismo por necessidade, visto que a maioria tem baixos níveis de escolaridade e renda, cenário cada vez mais comum em um cenário de instabilidade econômica e que se reflete na população mais pobre com o agravamento do desemprego e da precarização dos postos de trabalho e consequente aumento dos pequenos empreendimentos como único meio de subsistência.

Foi percebida uma grande aprovação social dos contadores por parte dos MEIs, visto que sob a visão deles predominam os aspectos positivos a respeito dos profissionais, outro ponto que conta a favor é que o público afirmou conhecer de maneira satisfatória as atribuições

profissionais os contadores, demonstrando que a primeira vista, os contadores são bem quistos e que suas tarefas são conhecidas daquele público. Quando traçamos o perfil dos contadores baseado nas características mais citadas, predominam "ético" e "extremamente voltado ao trabalho", evidenciando a ambiguidade entre os aspectos positivos e negativos do estereótipo da profissão, respectivamente, mesmo simbolizando uma contradição, essa se apresenta como a visão solidificada sobre como boa parte dos respondentes enxerga os contadores.

Ao tratar-se das capacidades profissionais dos contadores, os Microempreendedores Individuais consideram que eles são capazes de realizar suas atividades e que tais tarefas podem influenciar positivamente o desempenho financeiro empresarial. Entretanto, ainda é visto como a principal função dos profissionais de contabilidade o cálculo de impostos. Ou seja, a dita confiança na capacidade profissional dos contadores se constrói em um cenário, que o público de interesse da área sequer possui um conhecimento das tarefas básicas que os contadores realizam.

Sobre a importância dos profissionais de contabilidade para os MEIs, no tocante à satisfação dos MEIs com o serviço prestado, observou-se que a esmagadora maioria deles sequer tem acesso a serviços contábeis, retratando um completo afastamento da contabilidade e aplicação de suas práticas para negócios desse porte. Dentre os que possuem contabilidade, foi relatada uma satisfação com os serviços contábeis prestados, sendo o mais citado a "emissão de guia de impostos", explicitando a motivação pela qual esse é um estereótipo tão constante na profissão, já que também é a tarefa mais realizada por esses profissionais para Microempreendedores Individuais e o principal motivo para os MEIs buscarem suporte contábil. Entre aqueles que possuem contabilidade, as informações contábeis fornecidas exercem influência para a tomada de decisões relevantes para o futuro do empreendimento, provando que quando se fazem presentes, os profissionais de contabilidade são vistos como peças importantes para o negócio.

De modo geral, constata-se que mesmo uma quantidade considerável dos entrevistados nem possuem suporte contábil, a visão que os MEIs têm dos profissionais de contabilidade é predominantemente positiva. Entretanto, são encontradas lacunas sobre a real necessidade de tais empreendimentos e a qualidade dos serviços de contabilidade que são ofertados a eles, que muitas vezes corresponde a um estereótipo do contador "guarda livros" e se restringem a tarefas pragmáticas.

Diante disso, se faz necessário que os profissionais de contabilidade se atentem para o quanto a qualidade dos serviços prestados pode influenciar a construção de estereótipos, ditando como a profissão é vista socialmente. Independente do porte da empresa, a contabilidade não pode ser resumida a realização de procedimentos empresariais burocráticos que podem ser realizados por máquinas, e, para corresponder ao que se espera do chamado contador contemporâneo, o profissional contábil deve empenhar-se em ser um agente que analisa os indicadores que produz e transmite tais informações de forma que seja compreensível para o empresário e igualmente útil para que ele possa tomar decisões em relação ao seu negócio de maneira mais assertiva e ciente dos riscos.

De tal maneira, cabe a esses profissionais assumirem esse papel aperfeiçoando suas capacidades e divulgando para seus clientes e público em geral a potencialidade de benefícios que um suporte contábil adequado é capaz de fornecer às organizações. Sugere-se a realização de trabalhos futuros que possam verificar a percepção de outros públicos a respeito do estereótipo dos profissionais de contabilidade, bem como o que tem sido feito pelos contadores para lidar com os estereótipos que permeiam a profissão.

Para a realização de trabalhos futuros, sugere-se a aplicação de pesquisas que analisem o estereótipo dos profissionais de contabilidade na perspectiva de outros públicos, como por exemplo, perfis de possíveis clientes, abrangendo empresas de maior porte; ou ainda é pertinente investigar a perspectiva dos contadores com relação aos serviços que eles prestam aos MEIs e o que eles têm feito para combater os estereótipos negativos.

## Referências

- ALMEIDA, Jucelia Paulista de; AVELINO, Bruna Camargos; BRUGNI, Talles Vianna. **Percepções de estudantes e egressos do ensino médio sobre o curso de ciências contábeis: uma análise sob a ótica dos estereótipos da profissão.** Race Joaçaba, Portal Periódicos, 2020.
- AZEVEDO, Renato Ferreira Leitão. **A percepção pública sobre os contadores: “bem ou mal na foto”?** Tese de mestrado. São Paulo, 2010.
- BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade e oportunidade.** Id on Line Rev. Psic. V.17, N. 66, p. 190-208, Maranhão, 2023.
- BRASIL. **LEI COMPLEMENTAR Nº 128, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2008.** Brasília - DF: Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos  
Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp128.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm). Acesso em: 12 ago. 2023.
- BRASIL. Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Secretaria da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte e do Empreendedorismo. Diretoria Nacional de Registro Empresarial e Integração. **Mapa de empresas: Boletim do 2º quadrimestre/2025.** Brasília - DF, 2025.  
Disponível em:  
<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-2o-quadrimestre-2025.pdf>. Acesso em: 14 de nov. de 2025.
- CONHEÇA Feira de Santana. Mercado de Arte Popular. [S.l.]: Conheça Feira de Santana. Disponível em: <https://conhecacafeira.com.br/mercado-de-arte-popular/>. Acesso em: 14 nov. 2025.

- DIAS, Angelo Azevedo Guimarães. **O novo Shopping Popular Cidade das Compras, o que aconteceu em Feira de Santana/BA?**. Boletim Paulista De Geografia, 1(105), 40–66. Disponível em: <https://publicacoes.agb.org.br/boletim-paulista/article/view/1986>. São Paulo, 2021 Acesso em 14 de nov. de 2025.
- DIAS, Angelo Azevedo Guimarães; SANTOS, Telma Maria Sousa dos. **De Centro de Abastecimento a Shopping Popular: a modernização do espaço urbano na cidade de Feira de Santana-BA**. Relatório Técnico Final de Iniciação Científica. Feira de Santana/BA: FAPESB –Universidade Estadual de Feira de Santana. Feira de Santana - BA, 2019.
- FERREIRA, Alisson Silva; FARIA, Juliano Almeida de; GOMES Sônia Maria da Silva; CONCEIÇÃO, Mirian Gomes. Estereótipo profissional: como os baianos veem os profissionais de contabilidade? **Diálogo Contábil**. Salvador, edição IV, nº4, p. 33-51, jul. 2021.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. Atlas. 4ª Ed. São Paulo - SP, 2008.
- LAGO, Kennyston; NUNES, Dênis; BEDÊ, Marco. **SEBRAE. 5ª Edição da Pesquisa Perfil do MEI**. Brasil, 2022. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/relatorio\\_perfil\\_mei\\_2022\\_v15.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/relatorio_perfil_mei_2022_v15.pdf). Acesso em: 26 set. 2023.
- MANTOVANI, Emanuele. A política pública do Microempreendedor Individual como instrumento de precarização do trabalho feminino. **Cadernos De Gênero E Diversidade**, 6(3), 35–56. <https://doi.org/10.9771/cgd.v6i3.35205>. Salvador – BA, 2021.
- MARCELINO, José Antonio; SVERZUTI, Aline Rafaela Oliveira; TRIZOLIO Bruna Leticia Gomes da Silva. **Importância do contador diante do aumento dos índices de microempreendedores individuais inadimplentes: um estudo nos estados de São Paulo e Paraná**. Id on Line Rev.Mult. 2020, vol. 14, n. 49, p. 634-651. ISSN: 1981-1179.
- MIRANDA, Vinícius de Lacerda; FARIA, Juliano Almeida de. **caricaturas e estereótipos do contador: como a imagem do profissional de contabilidade vem sendo veiculada em um jornal de grande circulação no Brasil?** Disponível em: <https://periodicos.unoesc.edu.br/race>. Race, Joaçaba, v. 15, n. 3, p. 1087-1116, set./dez. 2016.
- MORAIS, Maria Aparecida Silva; FEITOSA FILHO, Raimundo Ivan. **A Relevância do Contador para o Microempreendedor Individual (MEI)**. Id on Line Rev.Mult. Psic., 2019, vol.13, n.43, p. 480-489. ISSN: 1981-1179.
- MORESI, Eduardo. Metodologia da pesquisa. Universidade Católica de Brasília. Brasília - DF. 2003.
- MOURA, Marcelino Franco de; PEREIRA, Nevison Amorim; MIRANDA, Gilberto José; MEDEIROS, Cintia Rodrigues de Oliveira. **Herói ou vilão Mudanças no estereótipo dos contadores na produção cinematográfica**. RAGC v. 4, n. 14, p. 129-147/2016.
- RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da Pesquisa Aplicada às Ciências Sociais. Atlas., 1ª Ed. São Paulo, 2006.
- MOTA, Thais Rodrigues da. SEBRAE. **Artigo: MEI - Formalização X Legalização**. Sergipe, 2018. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/se/artigos/artigo-mei-formalizacao-x-legalizacao,7f6a99e5eda16610VgnVCM100004c00210aRCRD>. Acesso em: 10 de out. de 2023.
- SILVA, Antônia Alicia Oliveira; SOUZA, Jocykleber Meireles de; NETO, Raimundo Marciano de Freitas; QUIRINO, Márcio César de Oliveira. Estereótipos de gênero na Contabilidade: uma análise sob a percepção de estudantes e profissionais contabilistas. **Revista Mineira de Contabilidade**, [S. L.], v. 23, n. 3, p. 24–36, 2023. DOI: 10.51320/rmc.v23i3.1392. Disponível em: <https://revista.crcmg.org.br/rmc/article/view/1392>. Acesso em: 18 de nov. de 2025.
- SILVA, Derley Junior Miranda; Silva, Marli Auxiliadora da.. Mulheres na Contabilidade: os estereótipos socialmente construídos sobre a contadora. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, 11(1), 71–91, 2018. <https://doi.org/10.14392/asaa.2018110104>. Acesso em : 18 de nov. de 2025.
- SILVA, Mariana Cristina Ribeiro; ARANTES, Vagner Alves; BATISTA, Donizete Aparecido; TONIN, Joyce Menezes da Fonseca. **A Representação do Contador nas Novelas Brasileiras: Análise dos Estereótipos**. Rev. FSA, Teresina, v.19, n. 10, art. 17, p. 347- 365, out. 2022.
- SILVA, Jenifer Cristina; LUZ, Igor Pereira da; RENGEL, Rodrigo. **Gestão de relacionamentos pelos profissionais da contabilidade: análise da captação e manutenção de clientes no contexto brasileiro**. Revista de Contabilidade da UFBA, Salvador - BA. v. 15, p. 1-13, Ed. 2104, 2021.
- TONIN, Joyce Menezes da Fonseca; ARANTES, Vagner Alves; COLAUTO, Romualdo Douglas; JUANIHA, Alcido Manuel. **The accountant: estereótipos do contador e os efeitos na auto imagem de estudantes e profissionais Contábeis**. Revista Catarinense da Ciência Contábil, Florianópolis - SC, v. 19, 1-17, 2020.

Data de Submissão: 02/10/2025

Data de Aceite: 22/12/2025