



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

JOÃO PAULO QUEIROGA DE ASSIS

**O USO DA INFORMAÇÃO CONTABIL NO PROCESSO DE TOMADA
DE DECISÕES: UM ESTUDO NO SETOR DE VAREJO ALIMENTAR
DA CIDADE DE POMBAL-PB**

**SOUSA - PB
2012**

JOÃO PAULO QUEIROGA DE ASSIS

**O USO DA INFORMAÇÃO CONTABIL NO PROCESSO DE TOMADA
DE DECISÕES: UM ESTUDO NO SETOR DE VAREJO ALIMENTAR
DA CIDADE DE POMBAL-PB**

**Monografia apresentada ao Curso de
Ciências Contábeis do CCJS da
Universidade Federal de Campina
Grande, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Ciências Contábeis.**

Orientadora: Professora Esp. Cristiane Queiroz Reis.

**SOUSA - PB
2012**

JOÃO PAULO QUEIROGA DE ASSIS

**O USO DA INFORMAÇÃO CONTABIL NO PROCESSO DE TOMADA DE
DECISÕES: um estudo no setor de varejo alimentar da cidade de
Pomba/PB.**

Esta monografia foi apresentada em 08 de novembro de 2012, para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande – PB.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Cristiane Queiroz Reis – Orientadora

Prof. Gianinni Martins P Cirne – Examinador 1

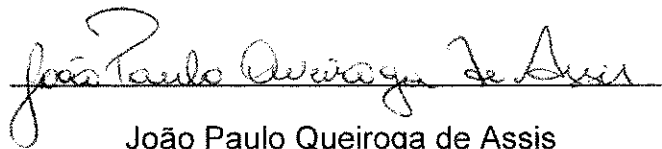
Prof. Marconi Araújo Rodrigues – Examinador 2

SOUSA – PB, 08 de novembro de 2012.

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Por este termo, eu, abaixo assinado, assumo a responsabilidade de autoria do conteúdo do referido Trabalho de Conclusão de Curso, Intitulado: O uso da informação contábil no processo de tomada de decisões: um estudo no setor de varejo alimentar da cidade de Pombal/PB, estando ciente das sanções legais previstas referentes ao plágio. Portanto, ficam a Instituição, o Orientador, e os demais Membros da Banca Examinadora isentos de qualquer ação negligente da minha parte, pela veracidade e originalidade desta obra.

Sousa - PB, 08 de novembro de 2012.

A handwritten signature in black ink, reading "João Paulo Queiroga de Assis", written over a horizontal line.

João Paulo Queiroga de Assis

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, por acreditarem em mim e pela luta empreendida por eles para que eu chegasse até aqui.

AGRADECIMENTOS

Ao grande arquiteto do universo, por me guiar nesse desafio, me dando força, coragem e acima de tudo discernimento e ética, qualidades e ensinamentos adquiridos durante o curso.

Aos meus Pais Seutonio e Ninha, por sempre acreditarem em mim, aos meus Irmãos Jairo e Terceiro pelo encorajamento e pelas palavras de motivação, aos meus familiares, aos meus companheiros de Rotary, Rotaract e Interact e a todos os meus amigos que de alguma forma, contribuíram para mais uma vitória em minha vida.

E em especial, a minha esposa Samanda e o meu filho Pedro Augusto por estarem sempre ao meu lado e por acreditarem que eu posso sempre fazer melhor do que eu imagino.

Por fim, agradeço a todo o corpo de funcionários do CCJS, em especial aos professores, pela dedicação e desprendimento que tiveram para comigo durante o meu período acadêmico, agradeço também e de forma especial a minha orientadora, Profª Cristiane Queiroz Reis, pelos ensinamentos e orientações na realização deste estudo e a todos os meus colegas com quem compartilhei esses anos de estudo.

“Quando se têm amor no coração e perseverança, nós fazemos o que é difícil na hora, o impossível leva um pouco a mais de tempo”.

(Autor desconhecido)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a realização de um estudo com integrantes do varejo alimentar da cidade de Pombal/PB com o intuito de identificar de que forma os mesmos utilizam a informação contábil no processo de tomada de decisões. A pesquisa foi classificada como bibliográfica, descritiva e de campo, com abordagem quantitativa e qualitativa, sendo assim, foi aplicado um questionário em um universo constituído por 6 (seis) empresas da cidade, utilizando como requisito de seleção, as empresas que utilizam como regime de tributação o lucro real, pois, estas na prática devem utilizar-se das informações contábeis com uma maior frequência. A aplicação do questionário visou identificar o perfil dos gestores dessas empresas, como também se os mesmos utilizam a informação contábil no processo de tomada de decisões, buscou-se também identificar a percepção desses gestores sobre as informações que são apresentadas através de seus respectivos contadores. Diante das respostas obtidas dos gestores entrevistados, constatou-se que a grande maioria utiliza a informação contábil no processo de tomada de decisão apenas de forma esporádica, embora acreditem que a contabilidade pode ser uma ferramenta de apoio que influencia diretamente nos resultados da empresa, o que comprovou que este serviço ainda é explorado com muita timidez por parte dos contadores, que poderiam ampliar o seu portfólio de serviços, oferecendo consultorias e orientações no tocante ao planejamento financeiro das empresas.

Palavras-chaves: Varejo Alimentar. Informação Contábil. Planejamento e tomada de decisões.

ABSTRACT

This paper aims to conduct a study with members of food retailing in the city of Pombal / PB in order to identify whether they use accounting information in decision-making. The research was classified as bibliographic and descriptive field with quantitative and qualitative approach, so a questionnaire was administered in a universe composed of six (6) companies in the city, using as selection requirement, companies using such scheme actual income tax, because in practice they should be used accounting information with greater frequency. The questionnaire aimed to identify the profile of the managers of these companies, as well as whether they use accounting information in decision-making, also sought to identify the perceptions of these managers on the information that is submitted through their respective counters. Given the responses of managers interviewed, it was found that the large majority uses the accounting information in the decision-making process only sporadically, although they believe that accounting can be a support tool that directly influence the results of the company, which proved that this service is still operated with much timidity on the part of accountants, which could expand its portfolio of services, offering consulting and guidance regarding the financial planning business.

Keywords: Retail Food. Accounting Information. Planning and decision making.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1- Quais os serviços oferecidos pelo seu contador.....	33
GRÁFICO 2- Quais as ferramentas de gestão que são oferecidas pelo seu contador	34
GRÁFICO 3- Você utiliza as informações do seu contador para tomar decisões dentro da empresa.....	35
GRÁFICO 4- Você acha que existe a possibilidade de estabelecer planejamento e estratégias para o futuro com a informação que recebe do seu contador.....	36
GRÁFICO 5- Você recebe apoio por parte de seu contador na gestão da empresa.....	36
GRÁFICO 6 - Você encontra dificuldades em analisar os relatórios contábeis.....	37
GRÁFICO 7- A informação contábil apresentada pela contabilidade reflete a realidade da sua empresa.....	38
GRÁFICO 8 - Você consulta sistematicamente seu contador para a resolução de problemas legais.....	39
GRÁFICO 9 - É possível estabelecer um grau de utilização das informações contábeis para suas decisões e gestão.....	39
GRÁFICO 10- Estabeleça o nível de satisfação dos serviços prestados pelo seu contador.....	40
GRÁFICO 11- Qual a finalidade para sua empresa da contabilidade.....	41

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABAD – Associação Brasileira dos Atacadistas e Supermercados

CCJS - Centro de Ciências Jurídicas e Sociais

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	12
1.1.1 PROBLEMÁTICA	14
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	14
1.2.1 Objetivos Geral	14
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 JUSTIFICATIVA	15
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	17
2. REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 ASPECTOS CONCEITUAIS DA INFORMAÇÃO	19
2.1.1 A utilidade da informação nas empresas	19
2.1.2 A qualidade da informação	20
2.2 A INFORMAÇÃO NO ÂMBITO GERENCIAL	21
2.2.1 A importância da informação na gestão empresarial	23
2.2.2 O papel da informação contábil	24
2.3 FUNDAMENTOS DO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO	26
2.3.1 Processo decisório	27
2.3.2 O papel da informação na tomada de decisão	29
2.4 O VAREJO ALIMENTAR	30
3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	33
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS	44
ANEXOS	50

1 INTRODUÇÃO

1.1 Delimitação do tema e problemática

As constantes inovações ocorridas no mercado nos dias atuais provocam o acirramento da competitividade entre as empresas, fazendo com que muitas delas tenham de se adaptar a tais mudanças para não pagar o preço de caírem em processo de descontinuidade, por isso, a adesão a essas tendências torna-se vital, pois a falta de planejamento e o desprezo ao uso de informações disponíveis podem acarretar em graves problemas futuros, muitas vezes de efeitos irreversíveis.

Endossando o exposto Silva (2008, p. 301) “explica que, toda atuação administrativa apóia-se na utilização de informações, que são a base do processo de tomada de decisões”.

Nesse contexto é importante enfatizar que não basta ao gestor estar munido de informações diante de uma situação de risco ou até mesmo em um momento de definições de diretrizes a serem seguidas, mas, estas devem ter a devida utilidade para o alcance do fim ao qual são designadas, pois, conforme Silva (2008, p. 301) “os administradores e outras pessoas que tomam decisões devem ter informações úteis a respeito dos resultados de desempenho, se eles desejam planejar, dar suporte e empreender ações adequadas”.

Dentro dos setores empresariais que necessitam de ferramentas que contribuam para o crescimento e a manutenção no mercado, destaca-se o varejo alimentar, por se tratar de um segmento importante e que nos últimos anos passa por um processo de profundas modificações, principalmente no pequeno varejo, que a partir do surgimento do sistema de redes de supermercados, provocou em seus gestores a busca de uma nova forma de administração, pautada na racionalidade, no planejamento e no uso incessante das informações.

Entre as varias fontes de informações disponíveis as empresas, podemos destacar a contabilidade, pois esta é a ciência responsável por todo o processo de mensuração, registro e comunicação dos fatos que envolvem a atividade empresarial (Carvalho e Nagagawa, 2004).

Para Perez Junior e Begalli (2009, p. 1):

“A contabilidade deve ser vista como um sistema de informações, cujo método de trabalho consiste, simplificadaamente, em coletar, processar e transmitir dados sobre a

situação econômico-financeira de uma entidade em determinado momento e sua evolução em determinado período”.

Perez Junior e Begalli (2009 p. 1) enfatizam também que “a contabilidade auxilia no processo de tomada de decisões pela administração por meio de um fluxo contínuo de informações sobre os mais variados aspectos da gestão econômico-financeiro da empresa”.

Infer-se então que a contabilidade pode propiciar aos gestores inúmeros artifícios benéficos a sua gestão, pois, atua de forma contínua e responsável, relatando a situação real e atual da empresa ou entidade gerida, para Perez Junior e Begalli (2009 p. 1) “de modo geral, essas informações são geradas pelo que se convencionou chamar de contabilidade gerencial”.

No caso específico do pequeno varejo alimentar é notório o surgimento de empresas e mais empresas, dia após dia, é notório também que o índice de mortalidade dessas é bem significativo, fruto muitas vezes do não aproveitamento dos recursos gerenciais, dentre os quais a contabilidade, por parte dos gestores.

Em uma pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2004, relatada por Ellyan (2005 p. 6), “aponta-se uma realidade preocupante, das empresas abertas, 49,9% encerram suas atividades com até 02 anos de existência; 56,4% fecham com até 03 anos de existência e 59,9% conseguem se manter em funcionamento por até 04 anos de existência”.

A contabilidade no geral representa uma ferramenta útil e indispensável ao gestor do varejo alimentar, pois, fornece ao mesmo, direcionamentos que o auxiliam no seu dia a dia e geram um diferencial competitivo ao seu negócio.

Para Lazzari (2009 p. 11) “nesse mercado altamente competitivo, as margens são estreitas, os custos de operação precisam ser mantidos sob rigoroso controle e a rapidez com que as transações se concretizam é um fator crítico de sucesso”.

No tocante ao pequeno varejo alimentar, mais comum em nossa região, e alvo principal deste estudo, é importante ressaltar a peculiaridade principal deste segmento, a proximidade maior do consumidor final, o pequeno varejista conhece o seu cliente pelo nome, no entanto, a grande maioria dos gestores deste segmento não utiliza a informação e principalmente a contabilidade como aliada na gestão das suas empresas, daí tomam por muitas vezes decisões baseadas puramente na intuição e que por consequência acarreta inúmeros problemas a continuidade da empresa.

Na cidade de Pombal, interior do estado da Paraíba não é diferente, com uma população de 32110 habitantes segundo o último censo realizado pelo IBGE, é natural que não existam grandes empreendimentos no setor varejista, sendo este setor representado por mercearias, mercadinhos, padarias e pequenos supermercados, embora seja uma cidade de vocação mais voltada para a agricultura e a pecuária, tem nos últimos anos vivenciando um surgimento pujante de inúmeras empresas caracterizadas ou classificadas no pequeno varejo alimentar.

1.1.1 PROBLEMÁTICA

Os mais diversos setores empresariais existentes na atualidade, inclusive as empresas classificadas no varejo alimentar, necessitam da obtenção de conhecimento proveniente de informações coletadas, no intuito de formular estratégias corretas, úteis e adequadas que possa vir a resultar no tão desejável diferencial de mercado, fortalecendo assim a sua participação no mesmo.

A informação é fator de grande importância para a tomada de decisões, elas vão gerar o embasamento para uma decisão mais adequada. No entanto, é importante que o gestor se aproprie das informações adequadas ao momento e a decisão ao qual está sendo tomada, pois, o uso de informações que não condizem com a realidade e o momento da empresa, pode levar o gestor a tomar posicionamentos que acarretem inúmeros problemas.

Nesse sentido, a informação contábil constitui-se em um importante instrumento de apoio a gestão, à medida que fornece dados sobre a real situação da empresa, bem como, suas projeções futuras. Contribuindo assim, para a tomada de decisões consistentes e seguras, que garantam a sustentabilidade da empresa no competitivo mercado atual.

Diante desses fatores, o presente estudo apresenta a seguinte questão-problema: Como os gestores do varejo alimentar da cidade de Pombal/PB, utilizam a informação contábil no processo de tomada de decisões?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Identificar como os gestores do varejo alimentar da cidade de Pombal/PB, utilizam a informação contábil no processo de tomada de decisões.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar o perfil dos gestores envolvidos na pesquisa;
- Apontar qual o tipo de informações é utilizado por esses gestores no processo de tomada de decisões;
- Evidenciar de que forma estas informações são estruturadas nas empresas estudadas;
- Averiguar a qualidade das informações na percepção dos gestores;
- Descrever o processo de tomada de decisões desses gestores a partir das informações contábeis disponíveis.

1.3 JUSTIFICATIVA

A cada dia o mercado de uma forma geral torna-se cada vez mais competitivo, o acesso à informação em tempo real através da internet, os níveis de exigência na prestação de serviço por parte dos consumidores e a necessidade de um aperfeiçoamento contínuo, faz com que muitas empresas caiam em processo de descontinuidade.

Essa evolução do mercado está criando uma nova forma de gerir os empreendimentos, a gestão que antes poderia ser profícua e eficiente baseada muitas vezes no pensamento intuitivo, dar lugar ao pensamento racional, com ênfase na utilização de ferramentas que visem à minimização do erro no processo de tomada de decisões.

O pequeno varejo alimentar, principalmente nas pequenas cidades como Pombal/PB também atravessa esse momento, com o surgimento quase rotineiro de novas empresas, os gestores tem de cada vez mais procurarem incorporar novas técnicas de gestão e assim criarem o diferencial competitivo necessário a garantirem a sua permanência no mercado.

O uso da informação nesse processo é fundamental, ela traz a racionalidade necessária para que os gestores tomem as melhores decisões, dentre as inúmeras informações úteis ao gestor nesse processo, destacamos a contábil, por se tratar de

dados que na maioria dos casos refletem a realidade da empresa e que por vez aferem ao gestor de eficácia e eficiência.

Desse modo, a informação contábil assume papel de grande necessidade aos gestores, à medida que os auxilia mostrando dados que refletem a realidade da empresa, como também, atuando como ferramenta indispensável ao dia a dia da mesma, seja em questões simples, como no atendimento as questões fiscais, seja atuando em assuntos mais complexos, como, por exemplo, no planejamento financeiro da empresa.

Dentro desse contexto e por entender que os integrantes do varejo alimentar, principalmente os pequenos e micro empresários, precisam ser municiados de estudos que venham a contribuir com o crescimento de suas empresas, além da necessidade de aprofundar e fomentar o debate sobre o tema entre os interessados pelo assunto, o presente estudo espera contribuir para o aprofundamento do tema, gerando novas pesquisas e desenvolvimento do mesmo, como também, conscientizar os gestores da importância da informação no processo de tomada de decisões, daí a sua justificativa.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo surgiu a partir do interesse de descobrir como os gestores do varejo alimentar da cidade de Pombal/PB, utilizam a informação contábil no processo de tomada de decisões. Para isso a metodologia utilizada neste estudo foi classificada como bibliográfica, descritiva, de campo, qualitativa e quantitativa.

A pesquisa bibliográfica utiliza de fontes secundárias para embasar os resultados dando mais credibilidade e sustentação à pesquisa. Conforme (SOUZA *et al* 2007) a pesquisa Bibliográfica incide na obtenção de dados através de fontes secundarias, utilizando como fontes de coleta de dados materiais já publicados, Periódicos científicos, livros, revistas, jornais, teses dissertações, etc.

Já para se chegar ao objetivo proposto do trabalho, utilizou-se a pesquisa descritiva, que se preocupa em cuidar da descrição do fato ou fenômeno através do levantamento das informações. Gil (2002) descreve a pesquisa descritiva como as características de determinada população, fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis. Através da utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados; questionários e observação sistemática. Em resumo, assume a forma de levantamento.

O presente estudo se classifica quanto às fontes de informações como pesquisa de campo, por se tratar de uma pesquisa coletada da população de um determinado local. Segundo Gonçalves (2003) a pesquisa de campo almeja busca a informação diretamente com a população pesquisada, ou seja, exige que ocorra do pesquisador um encontro direto ao espaço em que ocorre o fenômeno.

E quanto à abordagem do problema é classificada como qualitativa porque se preocupa com a compreensão, e com a interpretação do acontecimento, considerando o significado que os outros dão às suas práticas e não com a parte estatística.

GIL (1994) Considera que na pesquisa qualitativa existe uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito que não são capazes de ser traduzido em números (não necessita da utilização de métodos e técnicas estatísticas). A intenção é analisar os dados indutivamente.

Esta pesquisa também pode ser considerada quantitativa por se tratar da utilização métodos que quantificam, como cálculos e percentagens para a demonstração de tabelas e gráficos e seus respectivos resultados encontrados. De acordo com (SOUZA

et al 2007) a pesquisa quantitativa se caracteriza pelo emprego de métodos quantificáveis, tanto no processo de coleta de dados, como na utilização de técnicas estatísticas para o tratamento dos dados, tendo como principal qualidade a precisão dos resultados.

Desta forma o estudo foi realizado no período de 01 a 20 outubro de 2012, com a aplicação de um questionário, com questões fechadas do tipo dicotômicas e de múltiplas escolhas e questões abertas, que foram aplicadas diretamente aos gestores do varejo alimentar da cidade de Pombal/PB, e que adotam em suas empresas o regime de tributação pelo Lucro Real, que perfazem um total de 06 empresas na cidade.

Para a apresentação e análises descritivas dos dados utilizou-se o software da Microsoft Office Word e Excel ano 2007.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Aspectos conceituais da informação

Conforme define o dicionário Aurélio, informação é o ato ou efeito de informar (se) ou dados a cerca de alguém ou de algo, contudo, é relevante ressaltar que o seu significado exprime muito mais do que isso, pois a informação nos permite uma interação mais abrangente com o meio em que vivemos.

Para Oleto (2006, p.57) “na pratica profissional de diversos atores sociais, há sempre o contato com a informação, ela é imprescindível em qualquer área do conhecimento”.

Ratificando o exposto, Yamamoto e Salotti (2006) afirmam que: a informação absorve inúmeros conceitos, dependendo daquilo ao qual esta relacionada, podendo ser caracterizada por um instrumento que se interpretado corretamente funcionara como agente solucionador de problemas, sendo representada pelo conhecimento que é adquirido sobre determinado assunto.

Oleto (2006, p.57) corrobora neste contexto mostrando que a informação muda o conhecimento de alguém e é situacional, por isso a sua relevância dependerá do nível de conhecimento de quem a recebe no momento da recepção.

Para Miranda (1999, p. 2), “informações são dados organizados de modo significativo, sendo subsidio útil à tomada de decisão”.

Desse modo, compreende-se que existem vários conceitos sobre a informação, no entanto, “o que tem prevalecido é que o dado propicia a informação que propicia o conhecimento” Oleto (2006, p. 57), sendo que estes conceitos aparecem de acordo com o ambiente que estamos vivenciando e a que situação estão relacionados, transformando a informação numa ferramenta extremamente útil na resolução de problemas e na tomada de decisões.

2.1.1 A utilidade da informação nas empresas

A necessidade dos gestores em fazer com que as suas empresas superem a acirrada competitividade existente no mercado atual faz com que os mesmos procurem novas formas de gerenciamento, pautadas na prudência e na razão de suas decisões, para isso é necessário à obtenção de informações precisas, que reflitam a realidade do momento vivido pela empresa, seja internamente, ou diante do ambiente em que ela está inserida.

Reforçando esse contexto, Papa Filho e Vanalle (2002 p.2) afirmam que:

“O ambiente tornou-se mais competitivo e, para assegurar a permanência e os lucros, as organizações passaram a adotar uma estratégia de inovação, firmemente embasada na informação”.

Papa Filho e Vanalle (2002) ainda ressaltam que as organizações modernas são fundamentadas na informação e no conhecimento, sendo assim estas devem considerar e trabalhar a informação e o conhecimento como capital estratégico, pois, representa papel fundamental no sucesso das mesmas.

Para Braga (2006), as empresas atuantes do mercado global, vivem em um intenso estado de “necessidade de informações permanentes”, visto que através destas informações, as mesmas encontram o suporte necessário, como também, um elemento essencial e indispensável a sua existência.

É importante ressaltar que a informação é um recurso utilizado no campo gerencial com o intuito de auxiliar as empresas na formulação de estratégias, além disso, ela é de grande utilidade no processo decisório, fazendo com que os gestores tomem as decisões mais corretas e satisfatórias aos anseios da empresa.

Convém também reforçar a importância do fomento da troca de informações entre os indivíduos que compõem o quadro funcional da empresa, esta ação promoverá a união necessária para que a mesma obtenha o êxito esperado em suas atividades.

2.1.2 A Qualidade da informação

Dentro de um contexto geral ficaria muito difícil definir um conceito aceitável sobre o tema qualidade da informação, à medida que de acordo com Oletto (2006 p.58) “a qualidade é um desses constructos de entendimento rápido por meio do senso comum”, assim procuraremos voltar o nosso entendimento acerca do tema para a questão empresarial.

Segundo Silva e Favaretto (2008 p.3), “as decisões dos gestores das organizações são baseadas em informações. A qualidade da informação é um fator que contribui para que boas decisões possam ser tomadas de forma concisa”.

A qualidade da informação disponível ao gestor tende a ser caracterizada por diversos fatores, a precisão, a veracidade e principalmente a utilidade para um determinado fim, estes fatores ora identificados podem demonstrar de forma clara e objetiva se uma informação é de qualidade ou não para a empresa.

Silva e Favaretto (2008 p.1) reforçam este contexto afirmando que:

“A qualidade da informação pode ser gerenciada através de suas dimensões, como a acuracidade e integridade. Os valores para cada dimensão dependem do julgamento do usuário, pois a qualidade pode ser entendida como a adaptação às necessidades do usuário”.

Devido ao grande estoque de informações disponíveis nos dias atuais, é cada vez mais necessário à qualificação e a perspicácia do gestor em saber filtrá-las, pois se antes estas informações não eram oferecidas de forma tão abundante, hoje temos que conviver com o problema de saber selecionar aquelas que têm qualidade e que serão úteis aos objetivos da empresa (Oleto 2006).

Beuren (1998 apud Papa Filho e Vanalle 2002) declara que a informação ocupa um espaço importante no apoio à formulação de estratégias, como também no acompanhamento das operações empresariais. No entanto deve ficar bem claro que a informação precisa estar adequada com a necessidade da empresa, ela deve ser útil e atender as expectativas e finalidades almejadas por àqueles que a utilizam.

Desse modo, Silva e Favaretto (2008 p.5) explicam que, “a qualidade da informação disponibilizada aos usuários permite uma decisão correta para melhorar produtos e serviços da organização ou de uma rede de cooperação”.

Reforçando estes conceitos, Oliveira e Amaral (1999 p.2) afirmam que:

“Todas as decisões que tomam são baseadas num conjunto de informação que está disponível no processo de tomada de decisão, algo que faz depender a decisão final das características da informação que lhe serviu de *input*. Informação com insuficiente qualidade não produzirá uma decisão adequada que, quando aplicada, produza os resultados esperados”.

Lesca e Almeida (1994 p.2) colaboram com o que foi exposto relatando que “a informação é elemento importante na tomada de decisões pertinentes, de melhor qualidade e no momento adequado, pode ser utilizada para reduzir a incerteza na tomada de decisão”.

Compreende-se então que a qualidade da informação está ligada objetivo ao qual ela se destina e aos meios usados para adquiri-la, de modo que o seu uso colabore de forma consistente e eficiente com o que foi traçado para alcance do êxito nas ações propostas pelas empresas.

2.2 A informação no âmbito gerencial

Torna-se bastante complicado nos dias atuais administrar qualquer organização seja pública ou privada, com fins lucrativos ou não, sem a utilização da informação, no

mundo empresarial o seu uso torna-se imprescindível devido à grande competitividade causada pela globalização, fazendo com que os gestores busquem cada vez mais criar soluções e estratégias na tentativa de fazer com que as suas empresas possam prosperar.

Para os autores Papa Filho e Vanalle (2002 p.3), "o ambiente tornou-se mais competitivo e, para assegurar a permanência e lucros, as organizações passaram a adotar uma estratégia de inovação, firmemente embasada na informação".

Nesses novos tempos, faz-se necessário uma atenção maior dos gestores a quesitos como controle interno, percepção do ambiente externo e o que ele pode influenciar no andamento da empresa e planejamento estratégico, para todos esses quesitos configura-se como necessário ao gestor, estar bem informado, como também saber utilizar as informações disponíveis de modo que agregue valor à empresa.

Infere-se então a ideia de que, "não é que a informação seja uma novidade, até porque faz parte da própria essência das organizações, mas só nos últimos anos é que se reconheceu sua importância estratégica" Oliveira e Amaral (1999 p.2).

Dentro desse contexto, Papa Filho e Vanalle (2002) defendem que as organizações devem trabalhar a informação como capital estratégico, transformando-a em inteligência empresarial, com isso, as mesmas passam a conhecer melhor o ambiente ao qual estão inseridas – mercados, consumidores, competidores nacionais e internacionais. Esse acompanhamento, cada vez mais complexo, é necessário para entender como ocorrem às mudanças.

Endossando o exposto Silva (2009 p.2) afirma que:

A informação em conjunto com recursos tecnológicos é uma necessidade para o funcionamento tático, estratégico e operacional de qualquer empresa. Para vencer no mundo dos negócios, é preciso saber obter a informação como ferramenta estratégica de competitividade.

A informação no âmbito gerencial é, portanto fundamental e vital aos gestores, pois os permitem criar mecanismos gerenciais precisos e eficientes no processo de planejamento e execução de ações, bem como na avaliação do ambiente interno e externo das empresas, dando-as o diferencial competitivo necessário para a obtenção de êxito no mercado ao qual estão inseridas.

Sendo de extrema utilidade para os diretores, gerentes, planejadores e executores, a informação serve como instrumento de aperfeiçoamento das práticas usadas, tendo

como objetivo um melhor direcionamento no processo decisório, a fim de buscar uma maior lucratividade para a empresa.

Para Borges (1999) o sucesso de um gestor em uma organização pode ser medido pela qualidade e quantidade de suas decisões, que vão depender de sua eficiência na utilização de informações. A chave para o sucesso é obter informações úteis e exatas e que essas estejam disponíveis no momento certo.

Portanto, convém afirmar que a informação constitui numa vertente indispensável ao ambiente gerencial, pois através das diferentes formas em que se apresenta, possibilita ao gestor um pensamento sistêmico e dinâmico acerca dos objetivos traçados pela empresa, ocasionando assim, melhores resultados.

2.2.1 A importância da informação na gestão empresarial

O conhecimento minucioso da estrutura de uma empresa como também do ambiente em que a mesma esta inserida possibilita aos seus gestores o advento de gestões de sucesso, manter-se informado é fundamental para que isso ocorra, a disseminação de informações por parte dos colaboradores, a análise e compreensão do ambiente em que empresa esta inserida faz com que o gestor tenha a noção de onde pode chegar e de quanto às atividades da empresa renderão de lucros aos seus diretores e acionistas.

Segundo Braga (1996 p.1), "a informação assume, hoje em dia, uma importância crescente, ela torna-se fundamental em nível da empresa na descoberta e introdução de novas tecnologias, exploração de oportunidades e ainda na planificação de toda a atividade industrial".

Diante de toda a transformação que os mercados vêm passando nos últimos anos, a informação assume papel primordial, no momento em que municia os gestores de conhecimento cabível e necessário ao estabelecimento de metas e ações que resultem em maior competitividade a empresa, como também permite à assunção de posicionamentos objetivos a frente do processo decisório.

Nessa temática, Silva (2008 p.301) diz que, "toda atuação administrativa apóia-se na utilização de informações, que são a base do processo de tomada de decisão". No entanto, o citado autor ressalva que administradores e outras pessoas que tomam decisões precisam ter informações úteis a respeito dos resultados do desempenho, se desejam planejar, dar suporte e empreender ações adequadas.

Para Oliveira (1993), resultado do produto da análise dos dados existentes na empresa devidamente registrados, classificados, organizados, relacionados e interpretados dentro de um contexto, a informação, é um recurso usado para transmitir conhecimento e permitir a tomada de decisão de forma otimizada pelos gestores.

Compreende-se então que a utilização da informação na gestão empresarial é importante na medida em que disponibiliza aos gestores o conhecimento, instrumento essencial no estabelecimento de diretrizes e no processo de tomada de decisão, dando-o consciência e precisão, não colocando a empresa em situações adversas.

2.2.2 O papel da informação contábil

A informação contábil dentre os vários tipos de informações disponíveis, configura papel de destaque no ambiente empresarial, pois auxilia os seus usuários de uma forma abrangente, fornecendo dados relativos a todos os setores de uma empresa, bem como das atividades desempenhadas por ela.

Segundo Yamamoto e Salotti (2006 p.5),

"A informação contábil pode ser considerada como aquela que altera o estado da arte do conhecimento de seu usuário em relação à empresa e, a partir de interpretações, a utiliza na solução de problemas, sendo a natureza da informação contábil, entre outras, econômico-financeira, física e de produtividade. Assim, a informação contábil tem como consequência a ratificação ou alteração da opinião a respeito das atividades da empresa".

Porém é necessário ressaltar que a informação contábil pode ser classificada de varias maneiras, neste estudo destaca-se como referências a financeira e a gerencial. Para Warren, Reeve e Fess (2008 p.2), "as informações da contabilidade financeira são relatadas em demonstrativos financeiros úteis para as pessoas ou instituições "de fora" ou externas à empresa". (grifo do autor)

Warren, Reeve e Fess (2008 p.2) relatam também que "as informações da contabilidade gerencial incluem dados históricos e estimados, usados pela administração na condução de operações diárias, no planejamento de operações futuras e no desenvolvimento de estratégias integradas de negócios".

È pertinente frisar que embora a informação contábil demonstrar ser um artifício importante no dia a dia do gestor, seja o auxiliando em questões das mais simples- como o fornecimento de dados para a busca de possíveis financiamentos, seja mostrando uma visão panorâmica dos ambientes interno e externo da empresa num

momento de decisão, torna-se necessário que ela tenha caráter confiável e útil para o momento vivido, pois caso o contrário, a sua utilização torna-se desnecessária.

Dessa forma Yamamoto e Salotti (2006 p.6) enfatizam que “a confiabilidade é uma das qualidades que fazem com que o usuário aceite a informação contábil e a utilize no processo decisório”.

Dentro do ambiente empresarial a informação contábil pode assumir várias facetas, de acordo com quem esteja utilizando-a, Warren, Reeve e Fess (2008 p.5) reforçam o exposto mostrando que “a mesma informação pode servir como função de registro para um gestor, assim como função de direção de atenção para o superior do gestor”.

Nesse pensamento Moraes (1999 apud Queiroz (2005 p.49)) orienta para “a importância de modelar a informação harmonizada, informação como processo coletivo, informação gerando ganhos em relação à competitividade dos negócios e subsídio para a tomada de decisão”.

Para Yamamoto e Salotti (2006) a informação contábil influencia diretamente os rumos de uma empresa, de seus colaboradores e de seus clientes, pois pode afetar o comportamento tanto de usuários quanto de seus provedores, uma vez que a tendência natural dos usuários é exigir um número cada vez maior de informações, com maior grau de precisão possível e em menor espaço de tempo. Entretanto, a empresa como fonte de geração e fornecimento de informações nem sempre estará disposta a gerá-la ou muito menos divulgá-la, seja por muitas vezes intencionalmente ou apenas para atender aos requisitos propostos em sua estratégia gerencial.

Conforme foi mostrado compreende-se que a informação contábil contribui com seus usuários no fornecimento de dados precisos e racionais, visando a um posicionamento mais consciente e consistente diante o processo de tomada de decisões, como também na busca por uma maior lucratividade para a empresa.

Segundo Warren, Reeve e Fess (2008 p.4), “o objetivo básico da informação contábil é ajudar alguém a tomar decisões”. “... Independentemente de quem está tomando a decisão, o entendimento da informação contábil propicia a tomada de uma decisão melhor e mais bem fundamentada”.

Para Stroeher e Freitas (2008) a informação contábil deve apresentar-se aos gestores de forma adequada ao processo decisório, assumindo características fundamentais à administração tais como: ser útil; oportuna; clara; íntegra; relevante; flexível e preditiva, devendo a mesma ser direcionada a gerência do negócio.

Infere-se então que a informação contábil é uma ferramenta de grande relevância, tendo como objetivo principal o auxílio ao usuário no momento da tomada de decisão, no entanto ela vai mais além, pois permite a estes usuários um diagnóstico preciso da situação interna da empresa e de sua atuação perante o ambiente externo, dando assim maior confiança no estabelecimento de planos de projeções futuras.

2.3 Fundamentos do processo de tomada de decisão

Desde os tempos mais antigos até os nossos dias o ser humano é provocado a decidir sobre algo ou alguma coisa, seja em questões pessoais ou profissionais, está sempre decidindo ou tomando algum posicionamento que pode vir ou não a comprometer o nosso futuro e o daqueles que nos rodeiam, no meio empresarial essa vertente aflora mais intensamente, uma boa gestão é fruto de decisões bem tomadas e bons gestores são aquelas pessoas que possuem a perspicácia de tomar as decisões certas, na hora certa, é desta forma que acontece o processo de tomada de decisão.

Para Chiavenato (2010 p.525),

"A decisão ocorre sempre quando nos deparamos com cursos alternativos de ação, ou seja, quando podemos fazer algo de duas ou mais maneiras diferentes. Essa encruzilhada de alternativas conduz a necessidade de decisão. Quando só existe uma única maneira de fazer algo, não há decisão a tomar".

No contexto empresarial, Rogers e Blenko apud Venetianer (2008 p.2) ressaltam que as "decisões são a moeda corrente no mundo dos negócios. Cada êxito, cada infortúnio, cada oportunidade aproveitada ou perdida é resultado de uma decisão que alguém tomou ou deixou de tomar".

De acordo com March apud Murakami (2003 p.39):

"A tomada de decisão é uma atividade que interpreta uma ação como uma escolha racional". Dessa forma convém ratificar que uma decisão pautada no uso da razão e fundamentada em boas informações conduz o gestor e conseqüentemente a empresa a resultados satisfatórios".

Reforçando essa ideia Chiavenato (2010 p.254) mostra que "a racionalidade reside na escolha dos meios (estratégia) mais apropriados para o alcance de determinados fins (objetivo), no sentido de obter os melhores resultados".

Em dias atuais o processo de tomada de decisões mostra-se cada vez mais dinâmico e global, para Murakami (2003) isso se deve a, sobretudo a velocidade do avanço da

tecnologia da informação e de comunicações, devido principalmente a dilatação das fronteiras entre os países e da constante necessidade do aprimoramento de estratégias, visando à geração dos melhores resultados possíveis diante da acirrada concorrência vivida nos dias de hoje.

Porém para Chiavenato (2010), o tomador de decisões depara-se em situações que são revestidas de forças externas capazes de influenciar a sua interpretação da situação em que se encontra e que por muitas vezes as informações disponíveis são insuficientes para que o mesmo atue com a racionalidade recomendada, nestes casos é aconselhável tomar decisões mais satisfatórias, mesmo que não sejam as mais desejáveis ou esperadas.

Com base nesses conceitos é válido salientar que o processo de tomada de decisão é algo rotineiro em nossas vidas, seja pessoal ou profissional, sendo que neste segundo o uso da razão é fundamental para o alcance do sucesso, pois diante da alta competitividade e da busca incessante das pessoas pelo aprimoramento de seus conhecimentos profissionais, torna-se mais que imprescindível a prática da interpretação e do uso das informações para que se possam tomar as decisões corretas nos momentos certos.

2.3.1 O processo decisório

Na medida em que é instigado a decidir sobre algo, o administrador terá sempre que avaliar os diversos fatores que a sua decisão provocará no ambiente ao qual está inserida a empresa, para isto, essa decisão deve prudentemente ser tomada de acordo com análises e projeções daquilo que ela poderá provocar em seu ambiente.

Esse movimento perene e importante para qualquer organização é chamado de processo decisório, que para diversos autores assim como Chiavenato (2010 p.255) "é o caminho mental que o administrador utiliza para chegar a uma decisão", ou seja, as etapas de reflexão que devem ser seguidas para que se possa tomar uma decisão eficiente.

Bispo (1998) explica que o processo decisório vem passando por diversas transformações ao longo do tempo, no início da civilização as decisões eram regidas basicamente sob influências puramente religiosas, acreditando que as divindades ou deuses existentes na época eram capazes de direcionar o homem a tomar a decisão mais correta, mais tarde, passou a acreditar e creditar na figura do executivo principal, ou seja, o proprietário, todas as prerrogativas de escolha daquilo que o mesmo julgasse melhor para a empresa. Nos dias atuais, devido à ascensão dos recursos

humanos dentro das empresas, o processo decisório vem sendo tratado não mais como de responsabilidade apenas do executivo principal, mas sim, por todos os responsáveis pelo andamento da empresa.

Kladis e Freitas (1995 p.1) ratificam o conceito apresentado mostrando que, "o processo decisório dentro das organizações está tão presente que se pode confundir administração com tomada de decisão. Isto acontece em todos os níveis, seja no chão de fábrica ou no topo responsável pela administração estratégica da empresa".

Para Miglioli (2006 p. 39-40) "o ato de tomar decisões faz parte de qualquer atividade humana, desde a mais simples e rotineira atividade individual, até o mais complexo projeto empreendido por uma grande organização".

É importante ressaltar também que o processo decisório envolve etapas que precisam ser seguidas de forma ordenada para que se obtenham os resultados satisfatórios, Bispo (1998 apud Miglioli, 2006 p. 41-42) retrata que as etapas do processo decisório devem seguir um modelo lógico e racional, ou seja:

- Identificação do problema;
- Levantamento das variáveis do problema;
- Elaboração de alternativas;
- Avaliação das alternativas obtidas (comparação);
- Escolha da melhor alternativa ou da mais viável (decisão);
- Implementação da alternativa escolhida;
- Acompanhamento do resultado;
- Extração das lições positivas ou negativas em todo o processo decisório;
- Avaliação da aplicação do modelo gerado para solucionar outros problemas iguais ou semelhantes.

Para Moritz e Pereira (2006 p.30), "um processo de decisão inicia-se pela identificação das necessidades, do que é possível fazer, da informação que está disponível e da comunicação que precisa ser efetuada. Espera-se que estes elementos, ordenados numa estrutura lógica resultem na possibilidade de uma melhor visão".

Percebe-se então que o processo decisório vem atravessando ao longo dos tempos inúmeras mudanças e em dias atuais torna-se indispensável aos gestores o uso de todos os recursos disponíveis no ato do mesmo, pois, além de tratar-se de um processo sistêmico, a compreensão ou escolha de uma alternativa errada pode vir a colocar a organização em situações bastante adversas, Kladis e Freitas (1995 p.6) reforçam este conceito afirmando que "este processo necessita ser bem compreendido e ferramentas, métodos e modelos precisam estar disponíveis no momento da tomada de decisão".

2.3.2 O papel da informação na tomada de decisões

Diante de tudo o que foi apresentado anteriormente, fica claro que a informação constitui-se numa ferramenta essencial no processo decisório, pois é nela que o agente promotor deste processo irá embasar o seu veredicto.

Moritz e Pereira (2006) dizem que, no ambiente das organizações, duas variáveis estão sempre presentes: a **informação** e a **comunicação**. Ambas são extremamente importantes para facilitar a vida do gestor no contexto da tomada de decisão. (Grifo dos autores)

Estes mesmos autores endossam o exposto mostrando que “o comportamento da empresa é diretamente afetado, em termos de eficácia e eficiência, pela qualidade das informações geradas, agindo como um processo integrado e sistêmico” (Moritz e Pereira (2006 p.13)).

Para Borges (1995), o uso recorrente da informação nas empresas mudou a estrutura econômica global, pois o acúmulo de informações e a sua reunião para estruturar esquemas de conhecimentos cada vez maiores e mais sofisticados, permitiu mudanças qualitativas no setor econômico. Hoje, o poder econômico internacional de um país está diretamente relacionado ao fator conhecimento.

Contudo, vale ressaltar que informação no contexto atual deve ser compartilhada e bem compreendida em todas as etapas e por todos aqueles que a dispõem, a conectividade, a integração e a simultaneidade são imprescindíveis, Borges (1995 p.2) enfatiza em um exemplo prático que:

“a informação obtida pelo pessoal de venda e de marketing alimenta os engenheiros, cujas inovações precisam ser compreendidas pelo pessoal da área financeira, cuja capacidade de levantar capital depende da satisfação do cliente, que depende dos horários da companhia”.

A informação configura-se então no combustível utilizado pelos gestores no momento da tomada de decisões, nesse contexto Duarte (2007 p.11) ressalta que:

“A informação gera mais recursos na organização e, conseqüentemente, aumenta a capacidade de tomada de decisão com base em justificativa formal extraída dos relatórios distribuídos pelos centros de informações, sem dispensar a utilização do computador como meio de manipular e agilizar os dados, gerando informações precisas, que são informações planejadas, o que poderia chamar “o filtro da qualidade””.

Duarte (2007 p.16) destaca o papel da informação na tomada de decisão e recomenda que:

“Ao analisar o papel da informação no processo de avaliação de desempenho organizacional, é necessário que se destaque a importância da gestão da informação quando comparada com qualquer outro recurso relevante existente na empresa, visto que a utilização dessas informações proporciona a sustentação administrativa consistente nos propósitos da estrutura decisória da empresa”.

Portanto, é mais que compreensível o papel que a informação representa no processo decisório, pois, além de munir o gestor de elementos necessários a este processo, a informação possibilita a mensuração do ato e o que o este poderá contribuir com o futuro da empresa.

2.4 O varejo alimentar

Como se percebe este estudo está voltado para as empresas de o varejo alimentar da Cidade de Pombal/PB, para tanto serão apresentados conceitos alusivos ao mesmo, envolvendo desde a parte conceitual até a sua situação atual perante o mercado competitivo.

Conforme Las Casas (2000), a origem do varejo se deu após a auto-suficiência das famílias que produziam e fabricavam produtos para sua sobrevivência. Sendo impossível produzir tudo o que desejavam, à medida que se especializavam em um determinado produto passavam a produzi-lo mais do que necessitavam, com isso, essas mesmas famílias buscavam, na base da troca, oferecer o seu excedente por outros produtos de que tinham necessidade.

O varejo, portanto, pode ser caracterizado em uma atividade do comércio que busca fornecer mercadorias e serviços almejados pelos consumidores, ou seja, está dividido entre o atacadista/fabricante e o cliente.

Segundo Kotler (2000) o varejo pode ser entendido como “qualquer atividade relacionada com a oferta de produtos ou serviços diretamente ao consumidor final, realizada através de uma loja de varejo, também conhecida como empreendimento varejista”.

O varejo é conhecido como a atividade comercial responsável por providenciar mercadorias e serviços desejados pelos consumidores. O comércio varejista, assim

entendido, pode ser classificado em diferentes segmentos. Entre eles o varejo de bens de consumo (MILHOMEM et al 2004).

Desse modo, entende-se que o varejo constitui-se numa das atividades comerciais mais antigas e importantes da humanidade, pois se relaciona a uma troca de necessidades, uma por parte do varejista, de caráter pecuniária e outra em forma de desejo ou necessidade, no caso, por parte do consumidor.

O varejo alimentar é composto por hipermercados, supermercados, mercados e minimercados, massas, frios e laticínios, bebidas, dentre outros. Os três primeiros são as maiores representações de varejo alimentar existentes.

Spanhol e Benites (2004 p.1) retratam que “o varejo alimentar, como toda atividade econômica, é formada por uma complexa cadeia de agentes econômicos, produtores e consumidores, interagindo nos mercados de produtos, trabalhos e insumos”.

Infere-se então que o varejo alimentar caracteriza-se pela transação de valores em produtos, trabalhos ou insumos, realizada entre produtores e consumidores diretamente ou por comerciantes e consumidores em sua maioria.

De acordo com Spanhol e Benites (2004 p.2):

“O varejo brasileiro surgiu apenas na segunda metade do século XIX. Anterior a esta data, as trocas comerciais (vendas) era exercidas por comerciantes individuais que percorriam diversas localidades negociando produtos diferenciados, sendo assim, de forma bastante rudimentar a conhecida hoje”.

Dos primórdios aos dias atuais o varejo alimentar vem atravessando inúmeras mudanças, o investimento em tecnologias de ações integradas, como o controle de estoques, monitoramento dos hábitos de compras dos consumidores e o gerenciamento das demais operações, visam promover a otimização dos recursos e ativos, objetivando a eficácia de suas atividades e um melhor desempenho (Spanhol e Benites (2004)).

Endossando o exposto, Veiga et al (2011 p.2) afirma que:

“Na medida em que o varejo teve possibilidades de obter tecnologias de informação que o capacitassem a adquirir informações sobre os consumidores e a desenvolver práticas logísticas para obter vantagens competitivas, verificou-se uma redefinição no equilíbrio do poder da cadeia de suprimentos”.

Segundo dados da ABAD (Associação Brasileira de Atacadistas e Supermercados) existem hoje no Brasil, englobando o pequeno varejo alimentar cerca de 500 mil pontos-de-venda espalhados por toas as regiões do país, entre minimercados, mercearias, pequenos supermercados, empórios, padarias e bares (Vitrine do Varejo, 2008).

De acordo com uma pesquisa realizada pelo SEBRAE, o pequeno varejo alimentar detém um faturamento anual de aproximadamente R\$ 8 milhões, sendo distribuídos em estabelecimentos de 1 a 4 check-out, com uma média de 3 a 20 funcionários, de acordo com o tamanho varia de 120m² a 400m² e atendem e média de 130 a 580 pessoas por dia (SuperHiper, 2011).

Diante dos contextos e dados apresentados, conclui-se que o pequeno varejo alimentar representa uma grande fatia do varejo brasileiro, a sua proximidade com o consumidor final faz com que o deixe atrativo aos olhos dos mesmos, criando uma fidelização maior da clientela, importante diferencial competitivo nos dias atuais.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo tem como objetivo descrever a análise de resultado dos questionários aplicados aos empresários do setor de varejo alimentar na cidade de Pombal- PB.

Para obter um melhor resultado do estudo foram selecionadas as empresas de varejo alimentar que fazem parte do lucro real na cidade de Pombal/PB, onde foi localizado um total de 06 empresas na área, as quais foram aplicadas o questionário. Em todos os casos o questionário foi aplicado com os próprios empresários, o que representa um melhor desempenho na análise das respostas para o resultado do estudo mais concreto.

Percebe-se que as empresas pesquisadas são de pequeno e médio porte, e contam com um número de 03 a 14 empregados, sendo administrados na maioria dos casos por homens, com uma faixa etária entre 31 e 50 anos, quanto ao nível de escolaridade identifica-se que a maioria dos empresários, ou seja, 66,67%, só concluíram o ensino médio, não buscando novos conhecimentos para se orientar numa melhor decisão.

Quanto ao tempo em que a empresa atua no mercado, nota-se que das empresas pesquisadas, 16,67% está no mercado, entre 5 e 10 anos, 16,67% está entre 10 e 15 anos e a grande maioria que representa 66,67% estão no mercado a mais de 15 anos. Ou seja, já tem certa resistência no mercado. Conforme dados do SEBRAE as mesmas já passaram da área de risco, que é até os quatro anos de sua expedição.



GRÁFICO 1 – Quais os serviços oferecidos pelo seu contador
Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Quando questionados com relação aos serviços oferecidos atualmente pelos contadores, as empresas estudadas foram unânimes em responderem que são a escrita fiscal, a folha de pagamento, balanço patrimonial e DRE, com 100% das empresas, e apenas 1 acrescentou que também era oferecido o controle de estoques por parte do contador, conforme verifica-se no Gráfico 1. Dessa forma observa-se que os serviços oferecidos por esses contadores são essencialmente os tipos de serviço básicos para atender o cumprimento das obrigações fiscais perante a sociedade e o governo, mas quando solicitado pelo empresário em alguns casos são prestadas outras informações, estudos especiais específicos do escritório de contabilidade para indicar qual a melhor decisão a ser tomada, cabe ao empresário decidir se vai seguir ou não essa decisão.

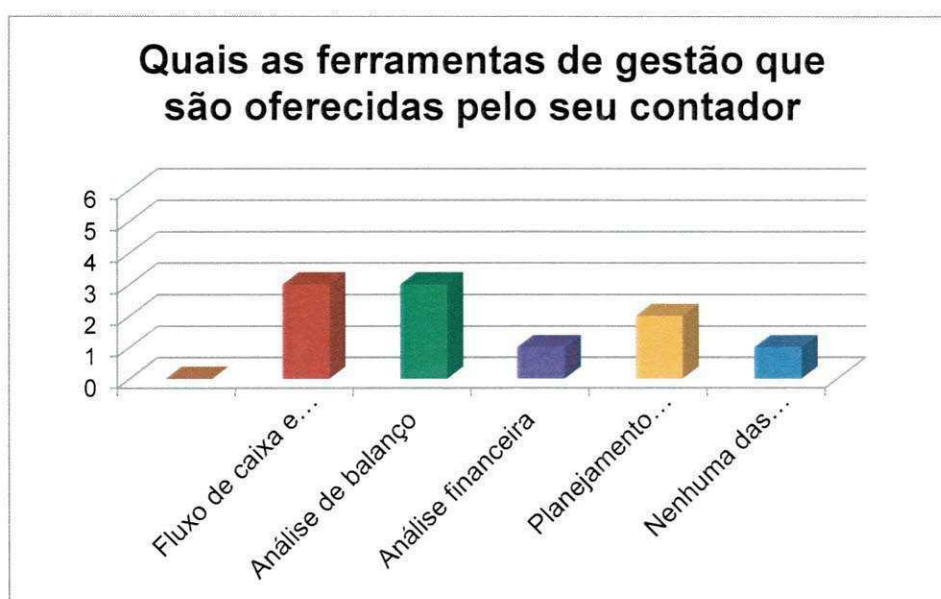


GRÁFICO 2 – Quais as ferramentas de gestão que são oferecidas pelo seu contador
Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Aos serem indagados com relação às ferramentas de gestão que são oferecidas pelo seu contador, apenas 1(um) dos gestores respondeu o contador não oferece nenhuma ferramenta de gestão, nos demais casos ele sempre busca utilizar, variando as ferramentas entre fluxo de caixa e orçamento, planejamento empresarial, análise financeira e a mais utilizada análise de balanço, percebendo que a maioria dos contadores, ou seja 83,33%, utiliza uma ou outra ferramenta de gestão, para levar uma melhor informação para auxiliar na tomada de decisão dos empresários conforme Gráfico 2.

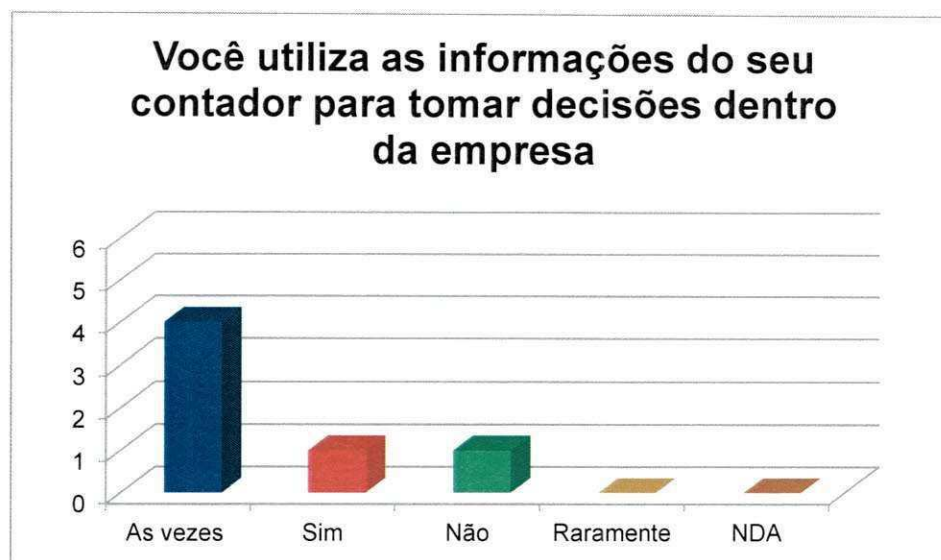


GRÁFICO 3 – Você utiliza as informações do seu contador para tomar decisões dentro da empresa.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

O Gráfico 3 apresenta os resultados com relação ao questionamento se os empresários utilizam as informações do seu contador para a tomada de decisões dentro da empresa, nesse caso, ficou constatado que a utilização das informações contábeis é feita de forma tímida e esporádica, pois, apenas 16,66% dos gestores entrevistados responderam que sempre utilizam as informações provenientes de seu contador para tomar decisões dentro da empresa, a grande maioria dos entrevistados 66,67% responderam que utilizam essas informações apenas em determinados momentos, ou seja as vezes, 16,66% desses gestores disseram que não utilizam as informações prestadas pelo contador, totalizando um percentual altíssimo de 83,33% de gestores que utilizam as informações contábeis apenas as vezes ou que não utilizam essas informações de forma alguma.

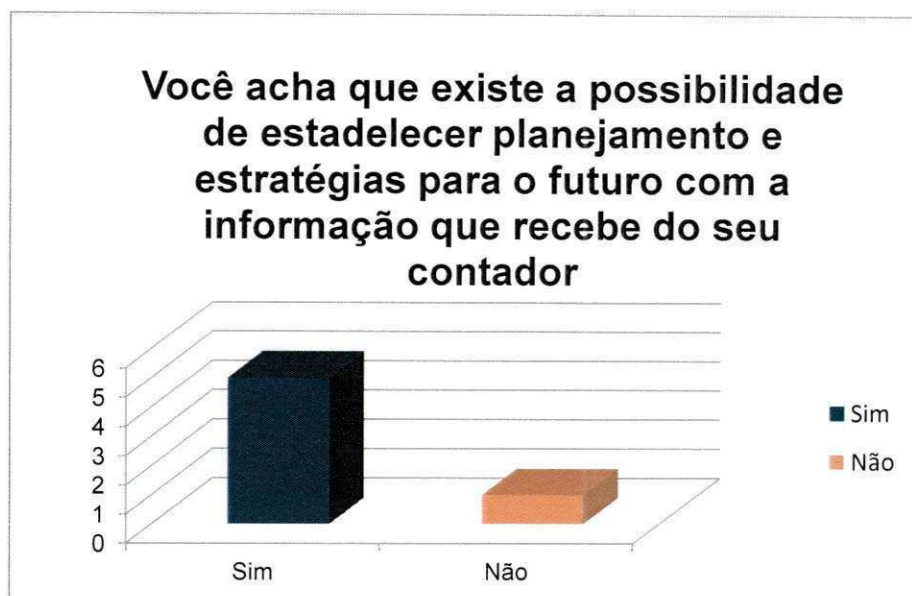


GRÁFICO 4- Você acha que existe a possibilidade de estabelecer planejamento e estratégias para o futuro com a informação que recebe do seu contador.
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

No Gráfico 4 verifica-se que 83,33% dos empresários acham que existe a possibilidade de estabelecer planejamento e estratégias para o futuro com base na informação que recebe do seu contador. Porém percebe-se pelo Gráfico 3, que os empresários dizem ter possibilidade de tomar decisões com base nas informações dos contadores, porém muitas vezes eles não há utilizam para tomar suas decisões. E 16,67% responderam não ser possível essa possibilidade de decisão, pois é preciso entender e saber interpretar as informações contábeis para tomar decisões.

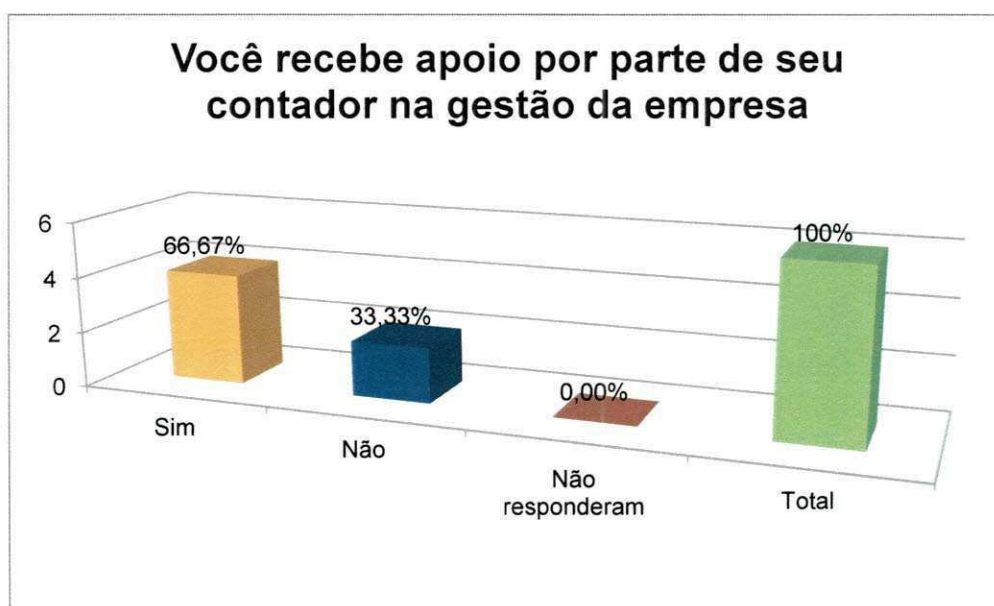


GRÁFICO 5- Você recebe apoio por parte de seu contador na gestão da empresa
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

O Gráfico 5, apresenta os resultados referente ao questionamento se as empresas recebem apoio por parte de seu contador na gestão da empresa, nesse sentido 66,67% dos empresários dizem receber apoio do contador, já 33,33% dizem não receber esse apoio. Percebe-se que na maioria dos casos já está havendo a confiabilidade e o despertar dos empresários de captar informações com o contador para obter melhores resultados nos negócios, e também de alguns contadores de prestar mais assistência aos empresários com relação às informações contábeis, pois cada vez mais o mercado vem evoluído e aumentando a concorrência e é necessário planejar e controlar as ações há serem executadas.



GRÁFICO 6 - Você encontra dificuldades em analisar os relatórios contábeis.
Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Já quando questionados no que se referem às dificuldades encontradas em analisar os relatórios contábeis, 83,33% afirmam não encontrar dificuldades, pois seus contadores repassam essas informações de forma clara e organizada, com detalhes e observações nos documentos, de maneira que eles entendem o que eles representam e 16,67% somente às vezes sente dificuldades nas informações, mas, procuram os contadores para interpretá-la ou esclarecer algumas duvida, conforme apresenta o Gráfico 6. Assim como alguns contadores têm a preocupação em organizar s informações para fornecê-las aos seus usuários, 100% dos empresários entrevistados enfatizam que antes de enviar a documentação e notas fiscais para os seus contadores tem cuidado de organizar as informações para entregá-las ao seu contador.

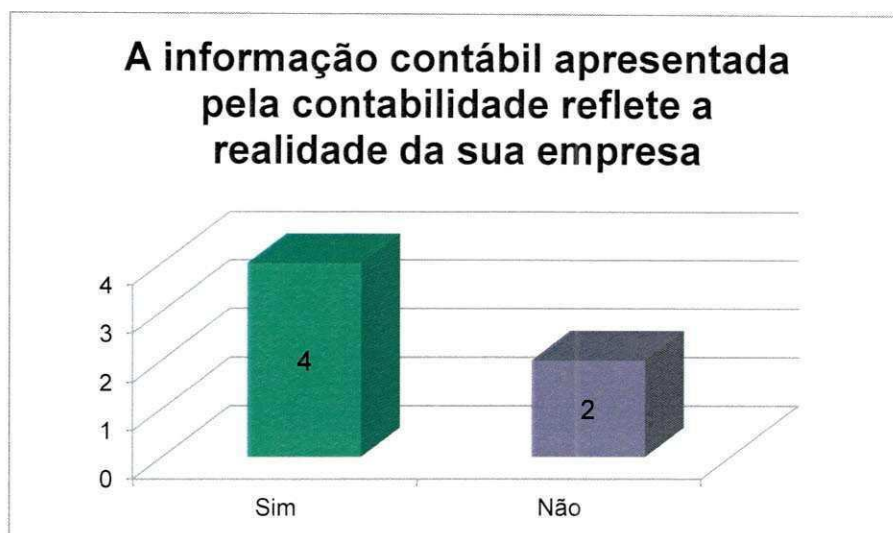


GRÁFICO 7- A informação contábil apresentada pela contabilidade reflete a realidade da sua empresa.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

No Gráfico 7, mostra-se a opinião dos empresários com relação a informação contábil apresentada pela contabilidade, se ela reflete a realidade de sua empresa, 66,67% dos gestores responderam que sim a contabilidade reflete a realidade da sua empresa e atendem as necessidades de caráter informativo gerencial, basta saber interpretá-las. Já 33,33 dizem não refletir essa realidade, ou como se percebeu pela entrevista alguns dos empresários entrevistados não está sendo bem auxiliado pelo seu contador, deixando a desejar na sua função.

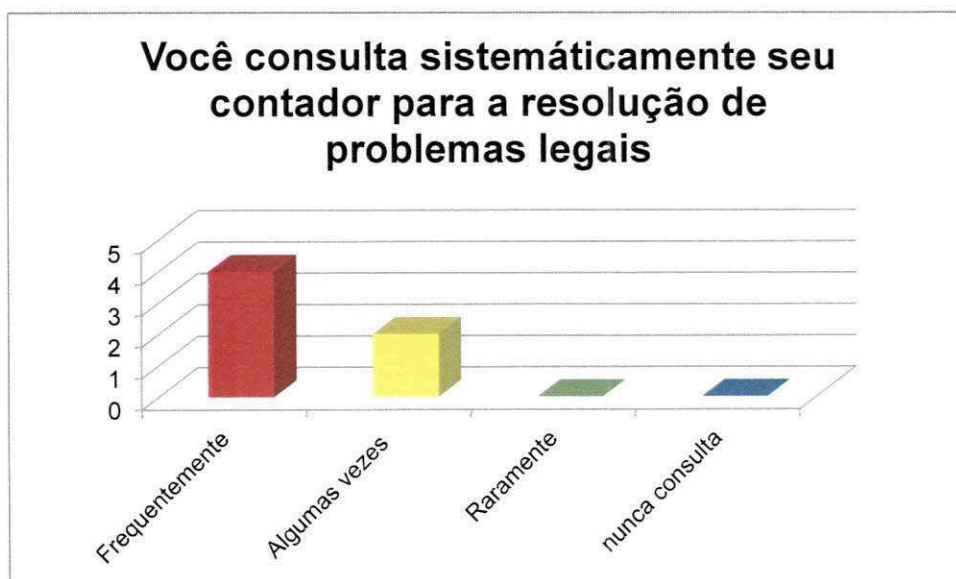


GRÁFICO 8 - Você consulta sistematicamente seu contador para a resolução de problemas legais.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

No Gráfico 8 percebe-se que 100% dos empresários consultam o seu contador para a resolução de problemas legais, sendo que destes, 66,67% consultam frequentemente, haja vista a necessidade de orientação do contador para uma melhor decisão nos negócios e 33,33% consultam algumas vezes. Mas, todos frisam a questão de sempre haver encontros com seus contadores, semanalmente (33,33%) ou mensalmente (66,67%) e dizem ser de grande importância para os seus resultados e de vital importância para a empresa.



GRÁFICO 9 - É possível estabelecer um grau de utilização das informações contábeis para suas decisões e gestão.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Os resultados apresentados no Gráfico 9 demonstra uma contradição por parte dos gestores no que concerne a utilização da informação contábil para as suas decisões apresentados no Gráfico 3, indagados se era possível estabelecer um grau de uso dessas informações em suas empresas, 50% classificaram como alto de grau de utilização, contradizendo os 66,67% que relataram que utilizam apenas as vezes as informações contábeis (ver Gráfico 3), 33,37% disseram que grau de utilização dessas informações é classificado como médio e 16,67% falaram que não utilizam as informações. Com isso nota-se que os empresários em sua maioria já estão despertando e aprendendo a buscar as informações para fins gerenciais, como instrumento de apoio para a sua tomada de decisões, embora na sua grande maioria não compreendam de fato a importância que a informação contábil representa para a gestão de suas empresas. E conforme questões abordadas na entrevista, 100% dos empresários acreditam que a eficácia organizacional do seu comércio depende da qualidade das informações que seu contador fornece para suas decisões como gestor.



GRÁFICO 10- Estabeleça o nível de satisfação dos serviços prestados pelo seu contador.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012

Com relação ao nível de satisfação dos empresários no que concerne aos serviços que são prestados pelo seu contador, nota-se no Gráfico 10 que a maioria considera o nível ótimo, representando 66,67% dos entrevistados, e os demais 33,33% estão razoavelmente satisfeitos, pois frisam que muitas vezes seus contadores não conseguem atingir além das suas expectativas quando buscam por novas ideias e mais inovações para os seus negócios. Como questionado no trabalho os empresários mostram ter interesse no processo contábil com a intenção de possibilitar a análise de desempenho da empresa visando com isso, trazer melhores resultados para os seus negócios.



GRÁFICO 11- Qual a finalidade para sua empresa da contabilidade.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

No Gráfico 11 apresentam-se os resultados da indagação aos gestores quando se procurou saber qual a finalidade que a contabilidade tem para as suas empresas, onde verificou-se que 100% dos empresários responderam que o fator mais importante não era apenas atender o fisco como muitos dizem, e sim utilizar a contabilidade como instrumento e apoio a gestão dos seus negócios na hora de tomar a decisão. Todos os empresários também mostram segundo a pesquisa ter interesse quanto ao processo contábil de forma a gerar relatórios gerenciais, possibilitando à análise de desempenho da empresa, produzindo informação útil a tomada decisão.

Conforme foi verificado pela análise deste estudo, espera-se que o mesmo consiga atingir seus objetivos e questionamentos propostos trazendo um resultado satisfatório e consistente para a pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como questão problema: Como os gestores do varejo alimentar da cidade de Pombal/PB, utilizam a informação contábil no processo de tomada de decisões?

Para se chegar aos resultados da pesquisa, foi aplicado o questionário com os empresários das empresas do varejo alimentar que optam pelo lucro real, a qual totalizam 06 empreendimentos na cidade de Pombal/PB.

Com isso, a pesquisa visa identificar como os gestores utilizam a informação contábil para tomar suas decisões, assim em resposta aos objetivos propostos verificou-se que as empresas pesquisadas são de pequeno e médio porte, e contam com um número de 03 a 14 empregados, sendo administrados na maioria dos casos por homens, e a faixa etária entre 31 e 50 anos, o nível de escolaridade da maioria dos empresários, ou seja, 66,67% é ensino médio completo.

Quanto ao tempo em que a empresa atua no mercado, nota-se que das empresas pesquisadas 66,67% estão no mercado a mais de 15 anos.

Os resultados provenientes da aplicação do questionário a esses gestores procuraram estabelecer um panorama real da atuação dos contadores no tocante ao fornecimento de informações úteis a tomada de decisões e de que forma esses gestores, recebem, compreendem e utilizam essas informações no dia a dia das suas empresas.

Desse modo ficou evidente que existe um grau elevado de incompreensão por parte da maioria dos gestores daquilo que as informações contábeis podem agregar as suas gestões, diante das contradições apresentadas em algumas respostas dadas pelos mesmos, principalmente no que diz respeito à utilização da informação contábil no processo de tomada de decisões da empresa.

Embora tenha sido comprovado que a grande maioria dos gestores, utilizam as informações contábeis apenas de forma esporádica, 66,67% responderam que só utilizam essas informações às vezes e 16,66% sequer utilizam, o ponto positivo da pesquisa é que 100% dos gestores entrevistados acreditam que a eficácia organizacional de suas empresas dependem da qualidade das informações fornecidas pelo seu contador e que a finalidade da contabilidade para eles é a de apoiar a gestão de seus negócios, principalmente no momento da tomada de decisões.

Esse fato trás para os contadores uma necessidade de reavaliação da forma como vem sendo trabalhado a prestação de seus serviços e abre uma perspectiva futura positiva para a profissão contábil, à medida que os gestores estão cada vez mais conscientes do papel da contabilidade em suas empresas.

Diante dos resultados obtidos, espera-se que este estudo venha a contribuir com disseminação do uso das informações contábeis nas gestões das empresas, principalmente as pequenas, espera-se também que o mesmo desperte o interesse por outros estudos na área, contribuindo assim para um melhor aperfeiçoamento dos nossos gestores, como também, por parte dos profissionais que auxiliam e dão suporte a gestão dos mesmos, especialmente aos contadores e contabilistas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Maria Teresa Pompa; LEITE, Rafael Soares. **Divulgação de Informações sobre Ativos Intangíveis e sua Utilidade para Analistas de Investimento**. Revista Universo Contábil, 2008 Disponível em: <http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos72007/330.pdf> Acesso em: 25 de abril de 2010.

BAKES, Rosemary Gelatti; WIETHAEUPER, Daniela; OTT, Ernani. **A Evidenciação do Capital Intelectual por Companhias Abertas Brasileiras: uma Análise de Conteúdo**. IX Congresso Internacional de Custos – Florianópolis, SC. 2005. Disponível em [http://www.ucla.edu/ve/DAC/departamentos/coordinaciones/costol/Congreso%20Internacional%20de%20Costos/VOL_200511232139%20\(D\)/artigos/custos_131.pdf](http://www.ucla.edu/ve/DAC/departamentos/coordinaciones/costol/Congreso%20Internacional%20de%20Costos/VOL_200511232139%20(D)/artigos/custos_131.pdf) Acesso em: 25 de abril de 2010.

BARDIN, Lawrence. **Análise de Conteúdo**. 3. Ed. Lisboa: edições 70, 2004.

BRAGA, Ascensão. **A Gestão da Informação**. Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CCcQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.arquivar.com.br%2Fespaco_profissional%2Fala_leitura%2Fartigos%2FGestao_da_Informacao.pdf%2Fat_download%2Ffile&ei=x-2pUNOXL4mk8gSOh4CYAw&usq=AFQjCNH3fv3bCuh0wjkMWz_zD8UNff5pbw&sig2=got1Ozqqq_6caocu0QNy0A. Acesso realizado em 14 de setembro de 2011.

Bolsa de Valores de São Paulo. São Paulo 2010. Disponível em: www.bovespa.com.br. Acesso em 19 de abril de 2010.

BORGES, Admir Roberto. **Marketing de varejo: as estratégias adotadas pelos supermercados de vizinhança para conquistar e fidelizar clientes**. Florianópolis, 2001.

CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. **O Conhecimento em Rede: como implantar projetos de inteligência coletiva**.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos: 2. ed.** - Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DAVENPORT, Thomas. PRUSAK, Lawrence. **Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. **Capital Intelectual**: descobrindo o valor real da sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.

ELLYAN, Cosma Nadir Olimpio Juniar. **O marketing no contexto das micro e pequenas empresas**: um estudo dos mini-mercados do bairro José Walter – fortaleza-ce, 2005.

FLICK, Uwe. **Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 2ª ed. São Paulo: Bookman, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 3ª ed. Campinas, São Paulo : Editora Alínea, 2003.

GUIVANT, Julia S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos**: apelando ao estilo de vida ego-trip. 2003.

HANDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da Contabilidade**. 5 ed. Tradução de Antônio Zoratto Sanvincente. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

JUNG, Carlos Fernando. **Metodologia para Pesquisa e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

KARSTEN, Jaime Luiz. **Capital Intelectual**: Novo ativo das Empresas. Disponível em: <http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-07.pdf>. Acesso em: 12 de abril de 2010.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Varejo**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LAZZARI, Eduardo Maccari. **Modelo de Gestão da cadeia de suprimentos do Supermercado Lazzari**. Porto Alegre, 2009.

<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18162/000713070.pdf?sequence=1>. Acesso em 22/10/12.

LOPES, Jorge. **O Fazer do Trabalho Científico em Ciências Sociais e Aplicadas**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2006.

MARION, José Carlos. **Reflexões sobre Ativo Intangível**. 2005. Disponível em: <http://www.pro.br/portal/modulos/wfdowloads/visit.phd?cid=2&lia=7> . Acesso em: 01 de abril de 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contribuição à Avaliação do Ativo Intangível**. 1972. Tese (Doutorado) – FEA, Universidade de São Paulo, São Paulo.

MARTINS, Eliseu. **Capital Intelectual: Verdades e Mitos**. São Paulo: Revista Contabilidade e Finanças – USP, nº 29, p.41-64, mai/ago 2002.

MIRANDA, R. C. da R. **O uso da informação na formulação de ações estratégicas pelas empresas**. Revista Ciência da Informação, Brasília, v.28, n.3, 1999/set./dez.

MORGADO, Maurício; GONÇALVES, Marcelo. **Varejo Administração de Empresas Comerciais**. 2ª Ed. São Paulo: SENAC, 1999.

MURAKAMI, Milton. **Decisão Estratégica em TI: estudo de caso/Milton Murakami**. São Paulo: FEA/USP, 2003. Disponível em: <http://www.redetec.org.br/publique/media/Decisao%20estrategica%20em%20TI%20estudo%20de%20caso.pdf>. Acesso em 10 de outubro de 2012.

OLETO, Ronaldo Ronan. **Percepção da qualidade da informação**. Ciência da Informação, Brasília, v. 35, n. 1, jan./abr. 2006.

PAPA FILHO, S.; VANALLE, R.M. (2002). **O uso da informação como recurso estratégico de tomada de decisão**. Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Curitiba, Paraná: ABEPRO.

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil: Gestão e Estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000.

PEREZ JUNIOR, José Hernandez, BEGALLI, Glaucos Antonio. **Elaboração e Análise das demonstrações Contábeis**. 4º ed. São Paulo: Atlas S.A, 2009.

PORTO, Roseli Moreno. GV Executivo. **Era Digital: varejo multicanal**. Vol. 5. Fev/abr 2006. Disponível em <http://www16.fgv.br/rae/artigos/4202.pdf>. Acesso em 21 de junho de 2010.

PROBST, Gilbert; RAUB, Steffen; ROMHARDT. **Gestão do Conhecimento: os elementos construtivos do sucesso**. Porto Alegre: Brookman, 2002.

QUINTEIRO, Carlos Eduardo. **Evidenciação do Capital Intelectual em Bancos Abertos no Brasil e na Espanha**. São Paulo, 2009. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-09112009-124741/> Acesso em: 29 de abril de 2010.

REVISTA EXAME: Melhores e Maiores. Ed. Julho 2009.

REVISTA EXAME: Os chineses chegaram. Ed. junho 2010.

REZENDE, Yara. **Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual**. Em: El profesionalde la información, maio, 2001.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

RUIZ, Vitor Raúl López. **Indicador sintético de Capital Intelectual: humano y estructural. Um factor de competitividad**. Revista eure. Santiago de Chile, abril de 2008.

SÁ, Antônio Lopes de. **Ativo Intangível e Potencialidades dos Capitais**. Disponível em: <http://www.guiacontabil.hpg.com.br/ativo2.htm> . Acesso em: 02 de abril de 2010.

SCHMIDT, Paulo, SANTOS, José Luis dos. **Avaliação de Ativos Intangíveis**. São Paulo:Atlas, 2002.

_____; _____; MARTINS, Marco Antônio. **Avaliação de Empresas: foco na análise de desempenho para o usuário interno: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2006.

_____; _____; FERNANDES, Luciane Alves. **Fundamentos da avaliação de ativos intangíveis.** São Paulo: Atlas, 2006.

SILVA, Ana Paula da.; FAVARETTO Fábio. **Análise da qualidade da informação: estudo de caso em empresas do setor madeireiro.** Congresso nacional de excelência em gestão Responsabilidade Socioambiental das Organizações Brasileiras Niterói, RJ, Brasil.

SILVA, Reinaldo O. da. **Teorias da Administração.** São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2008.

SOUZA, Antonio Carlos de. Et. al. **TCC. Métodos e técnicas.** Florianópolis: Visual Books, 2007.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 1998 – 14ª reimpressão.

STROEHER, Ângela Maria. FREITAS Henrique. **O uso das informações contábeis na tomada de decisão em pequenas empresas.** R.Adm. USR Eletrônica, São Paulo, v.1, n.1, art.7, jan./jun. 2008.

VEIGA, Claudimar Pereira da. Veiga. Cássia Rita Pereira da. Sato, Kawana Harue. Tortaro, Ubiratã. **Estratégia de planejamento do sortimento: um estudo de caso do varejo de alimentos no Brasil.** Vol.13, Revista Administração em Diálogo. São Paulo, 2011.

Warren, Carl S. Reeve, James M. Fess Philip E.; **Contabilidade gerencial**, trad. Andre Olimpio Mosselman Du Chenoy Castro. 2.ed. - São Paulo: thomson Learning, 2008.

YAMAMOTO, Marina Mitiyo; SALOTTI, Bruno Meirelles. **Informação contábil: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais.** São Paulo: Atlas, 2006.

ZABOT, João Batista M.; SILVA, L.C., Mello. **Gestão do Conhecimento:** aprendizagem e tecnologia construindo a inteligência coletiva. São Paulo: Atlas, 2002.

ANEXOS



Universidade Federal de Campina Grande – UFCG
 Centro de Ciências Jurídicas e Sociais - CCJS
 Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis -
 UACC
 Bacharelado em Ciências Contábeis



Pesquisa: O uso da informação contábil no processo de tomada de decisões: um estudo no setor de varejo alimentar na cidade de Pombal/PB.

Pesquisador: João Paulo Queiroga de Assis

Orientadora: Cristiane Queiroz Reis

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Nº _____

IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Nome da
 Empresa: _____
 CNPJ: _____

Endereço: _____

Proprietário: _____

Número de empregados: _____

Comércio: () pequeno. () médio. () grande porte.

Entrevistado: _____ sexo _____

Faixa etária: () 18 a 30 anos () 31 a 40 () 41 a 50 () 51 a 60 () acima de 60 anos

Grau de Instrução: _____ Quanto
 tempo trabalha na
 empresa? _____

Cargo: _____ Data: _____

01- Tempo em que a empresa atua no mercado:

- Menos de 1 ano
- 1 a 5 anos
- 5 a 10 anos
- 10 a 15 anos
- Mais de 15 anos

02- Quais os serviços oferecidos pelo seu contador?

- Escrita fiscal
- Folha de pagamento
- Controles de contas a pagar
- Balanço Patrimonial e DRE
- Controle de estoques
- Outros

03- Quais as ferramentas de gestão que são oferecidas pelo seu contador?

- Formação de preços de venda
- Fluxo de caixa e orçamento
- Análise de balanços
- Análise financeira
- Planejamento empresarial
- Nenhum das alternativas

04- Você utiliza as informações do seu contador para tomar decisões dentro da empresa?

- As vezes
- Sim
- Não
- Raramente
- NDA

05- Você acha que existe a possibilidade de estabelecer planejamento e estratégias para o futuro com as informações que recebe do seu contador?

- Sim Não

06- Você recebe apoio por parte de seu contador na gestão da empresa?

- Sim Não Não responderam

07- Quais relatórios periódicos são fornecidos pelo escritório de contabilidade?

- Os básicos para atender a legislação
-

Outros: _____

- Não sei.

08- Você encontra dificuldades em analisar os relatórios contábeis?

- Sim Não As vezes

09- Se a resposta a questão anterior é sim, descreva as principais dificuldades: _____

10- A informação contábil apresentada pela contabilidade reflete a realidade da sua empresa?

Sim Não

11- Você consulta sistematicamente seu contador para a resolução de problemas legais?

- Frequentemente
 Algumas vezes
 Raramente
 Nunca consulta

12- Além dos relatórios periódicos, você solicita informações, estudos especiais do escritório de contabilidade para tomada de decisões?

Sim Não

13- Se a resposta à questão anterior é sim, descreva as principais informações/estudos: _____

14- E possível estabelecer um grau de utilização das informações contábeis para suas decisões e gestão?

Alto Médio Baixo Não utiliza

15- Com que frequência tem reunião com seu contador?

Semanalmente Mensalmente Anualmente Não há

16- Você acredita que a eficácia organizacional do seu comercio depende da qualidade das informações que seu contador fornece para suas decisões como gestor?

Sim Não

17- O seu comercio organiza as informações antes de entregar para o seu contador?

Sim Não

18- Estabeleça o nível de satisfação dos serviços prestados pelo seu contador.

Ótimo Razoável Deixa a desejar

19- Qual a finalidade para sua empresa da contabilidade?

utilizada apenas para atender o fisco

utilizada como instrumento de apoio a gestão dos negócios.

20- Você tem interesse do processo contábil de forma a gerar relatórios gerenciais, possibilitando a análise de desempenho da empresa, produzindo informação útil a tomada de decisão?

Não tem interesse

Tem interesse de ter a contabilidade como um instrumento de apoio na gestão dos negócios.

Desde já agradecemos pela sua contribuição para a consecução deste estudo.

Atenciosamente,

João Paulo Queiroga de Assis

Fone p/contato: (83) 9638 5557