

SUELY MARIA SILVA MANZI

**A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NO PROCESSO DE TOMADA
DE DECISÃO: ESTUDO NO SETOR DE *PET SHOP*, NA CIDADE DO RECIFE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Controladoria (PPGC) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), como requisito para obtenção do título de Mestre em Controladoria.

Orientador: Prof. Dr. Antônio André Cunha Callado

**RECIFE
2016**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE
Biblioteca Central, Recife-PE, Brasil

M296i Manzi, Suely Maria Silva
A importância da informação contábil no processo de tomada de
decisão: estudo no setor de *pet shop*, na cidade do Recife / Suely Maria
Silva Manzi. – 2016.
92 f. : il.

Orientador: Antônio André Cunha Callado.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural de Pernambuco,
Programa de Pós-Graduação em Controladoria, Recife, BR-PE, 2016.
Inclui referências, anexo(s) e apêndice(s).

1. Informação contábil 2. Processo decisório 3. *Pet shop* 4. Lojas de
produtos para animais 5. Controladoria I. Callado, Antônio André Cunha,
orient. II. Título

CDD 657

SUELY MARIA SILVA MANZI

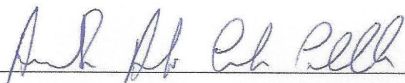
**A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NO PROCESSO DE
TOMADA DE DECISÃO: ESTUDO NO SETOR DE PET SHOP, NA CIDADE DO
RECIFE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Controladoria da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Mestre em Controladoria.

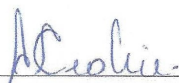
Linha de Pesquisa: Estratégia, Desempenho e Controle.

Aprovada em: 20 de dezembro de 2016

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Antônio André Cunha Callado – Orientador
Universidade Federal Rural de Pernambuco



Prof. Dr.ª Alessandra Carla Ceolin
Universidade Federal Rural de Pernambuco



Prof. Dr.ª Simone Bastos Paiva
Universidade Federal da Paraíba

Dedico este trabalho a Maria Edite Silva Manzi “in memoriam” - minha mãe.
Exemplo de vida, fonte de inspiração, amor e ternura, minha eterna gratidão!

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por mais uma etapa vencida, sob sua luz e orientação.

Não é fácil nomear, em poucas linhas, as muitas pessoas que contribuíram para a elaboração desta dissertação, algumas das quais ficarão anônimas, exceto na minha memória.

No entanto, é de toda justiça que sejam nomeados:

- à UFRPE, na pessoa da Magnífica Reitora Professora Doutora Maria José de Sena;
- à Maria Wellita dos Santos, Diretora do Sistema de Bibliotecas da UFRPE, por possibilitar o ingresso no Curso de Mestrado em Controladoria, dar todo o apoio necessário para a concretização deste meu sonho, e incentivar essa qualificação profissional;
- ao Professor Antônio André Cunha Callado, por me apresentar a importância e a significação da informação contábil para tomada de decisão;
- aos meus amigos da Biblioteca Central, que me incentivaram e apoiaram e pelo carinho e paciência durante essa jornada, nas pessoas de: Catarina Macêdo, Marleide Guedes, Maria Auxiliadora Cunha, Miguel Figueiredo, Lorena Teles, Janete Gomes da Silva, Miranda Gomes, Sueli Ferreira, Roberta Sueli; Vania Ferreira e Cleia Lima;
- às amigas Conceição Martins, Bárbara Martins e Paula Maria Martins, por todo carinho, competência e ajuda imensurável. *Palavras são poucas para externar os meus agradecimentos;*
- a todos os professores e colegas do Curso, que muito me ajudaram a percorrer o caminho rumo ao conhecimento;
- aos sujeitos da pesquisa, pela atenção e disponibilidade em participar.

Por fim, à minha família, que surge em último na lista e em primeiro no meu coração.

“... É o tempo da travessia: e, se não ousarmos fazê-la, teremos ficado, para sempre, à margem de nós mesmos.”

Fernando Teixeira de Andrade

RESUMO

A presente pesquisa objetivou averiguar a utilização da informação contábil no processo de tomada de decisão no setor de *pet shop* da cidade do Recife, nicho de mercado, o qual segundo a revisão da literatura ainda é relativamente carente de pesquisa no campo da informação contábil para tomada de decisão. Constituiu-se em um estudo cujas características dialogaram com a pesquisa exploratória agregada à pesquisa descritiva, utilizando a abordagem quantitativa através da aplicação de questionários a partir de questões fechadas. A amostra para operacionalização da pesquisa foi composta de 16 gestores de empresas do segmento *pet shop*. Através da análise dos dados, observou-se que no universo pesquisado, a maioria dos *pet shops* tem natureza jurídica de sociedade empresarial limitada. Foi verificado que o tempo de existência das empresas varia entre 2 e 5 anos. Percebeu-se que a amostra da pesquisa contemplou, basicamente, microempresas e empresas de pequeno porte, de acordo com o faturamento anual bruto. Pelo número de funcionários as empresas são enquadradas como microempresas. Além disso, em sua quase totalidade, os gestores contam com contadores externos. Conclui-se que, no tocante às relações entre as características das informações contábeis e as percepções dos gestores na tomada de decisão, a clareza foi a característica da informação contábil mais relevante dentro da percepção de compreensibilidade dos gestores da pesquisa, no setor de *pet shop* da cidade do Recife.

Palavras-chave: Informação contábil. Processo decisório. *Pet shop*. Lojas de produtos para animais.

ABSTRACT

The present study aimed to investigate the use of accounting information in the decision making process in the pet shop sector of the city of Recife, a market niche, which according to the literature review is still relatively lacking in research on the field of accounting information for decision-making. It consisted of a study whose characteristics dialogued with the exploratory research aggregated to the descriptive research, using the quantitative approach through the application of close ended questionnaires. The sample for operation of the research was composed of 16 managers of companies in the pet shop segment. Through the analysis of the data, it was observed that in the universe surveyed, most pet shops have the legal nature of a limited company. It was verified that the time of existence of the companies varies between 2 and 5 years. It was noticed that the research sample consisted basically of micro-enterprises and small companies, according to the gross annual revenue. By the number of employees, companies are classified as micro-enterprises. In addition, almost all managers rely on external accountants. It was concluded that, regarding the relationship between the characteristics of accounting information and the perceptions of managers in decision making, clarity was the most relevant accounting information characteristic within the perception of comprehensibility of the research managers in the pet shop sector in the city of Recife.

Key words: Accounting information. Decision making process. Pet shop. Pet products stores.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Objetivo, objeto e finalidade da ciência contábil.....	22
Figura 2 - Hierarquia de qualidades em contabilidade.....	28
Figura 3 - Tripé da qualidade da informação	29
Figura 4 - Visão tradicional da contabilidade.....	34
Figura 5 - Visão moderna da contabilidade.....	35
Figura 6 - Níveis de tomadas de decisão em uma organização.....	46
Figura 7 - O processo decisório e o processo gerencial	47

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tipo de empresa	59
Tabela 2 - Periodicidade da prestação de contas aos sócios	59
Tabela 3 - Amplitude dos mercados explorados pelas empresas	60
Tabela 4 - Tempo de existência das empresas.....	60
Tabela 5 - Tamanho das empresas pelo nível de faturamento anual bruto.....	61
Tabela 6 - Tamanho das empresas pelo número de funcionários.....	61
Tabela 7 - Estrutura hierárquica das empresas	62
Tabela 8 - Grau de formalização dos processos operacionais	62
Tabela 9 - Prestação de serviços contábeis à empresa.....	62
Tabela 10 - Gênero dos gestores.....	63
Tabela 11 - Idade dos gestores.....	63
Tabela 12 - Nível de escolaridade dos gestores.....	64
Tabela 13 - Tempo de experiência profissional como gestores.....	64
Tabela 14 - Tempo de atuação como gestor da empresa	65
Tabela 15 - Atividades de gerência em outra empresa	65
Tabela 16 - Periodicidade das reuniões com o responsável pela contabilidade	65
Tabela 17 - Opinião dos gestores acerca das características das informações contábeis	66
Tabela 18 - Meio de comunicação interna referente às informações contábeis	67
Tabela 19 - Opinião dos gestores acerca da aplicabilidade das informações contábeis na tomada de decisão	68
Tabela 20 - Relações entre as características das empresas e as características das informações contábeis	69
Tabela 21 - Relações entre o tipo das empresas e as características das informações contábeis	69
Tabela 22 - Relações entre as características dos gestores e as características das informações contábeis.....	70
Tabela 23 - Relações entre o gênero e experiência prévia dos gestores e as características das informações contábeis	71
Tabela 24 - Relações entre as características das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão.....	71
Tabela 25 - Relações entre o tipo das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão.....	72
Tabela 26 - Relações entre as características dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão.....	72
Tabela 27 - Relações entre o gênero e a experiência prévia dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão.....	73
Tabela 28 - Relações entre as características das informações contábeis e as percepções dos gestores na tomada de decisão	73

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação dos usuários em função dos tipos de informação	35
Quadro 2 - Níveis de evidenciação da informação contábil.....	39
Quadro 3 - Estudos anteriores	49

LISTA DE SIGLAS

AICPA	<i>American Institute of Certified Public Accountants</i>
ANFALPET	Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação no Brasil
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CPC	Comitê de Pronunciamentos Contábeis
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
EPP	Empresa de Pequeno Porte
FASB	<i>Financial Accounting Standards Board</i>
IBCT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IBRACON	Instituto Brasileiro de Contadores
ME	Microempresa
MPME	Micro, Pequena e Média Empresa
ONU	Organização das Nações Unidas
PPGC	Programa de Pós-Graduação em Controladoria
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
UFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 JUSTIFICATIVA	13
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA.....	16
1.3 OBJETIVOS	19
1.3.1 Geral.....	19
1.3.2 Específicos.....	19
2 REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1 INFORMAÇÃO CONTÁBIL	21
2.2 CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL.....	27
2.3 USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL	32
2.4 EVIDENCIAÇÃO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL	36
2.5 AS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS PARA TOMADA DE DECISÃO	42
2.6 ESTUDOS ANTERIORES.....	48
3 METODOLOGIA.....	52
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	52
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA INVESTIGADA.....	53
3.3 VARIÁVEIS DA PESQUISA	53
3.4 COLETA DE DADOS	54
3.5 TÉCNICA ESTATÍSTICA.....	56
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	58
4.1 ESTATÍSTICA DESCRITIVA	59
4.1.1 Perfil das Empresas	59
4.1.2 Perfil dos Gestores.....	63
4.1.3 Informações Contábeis	66
4.1.4 Tomada de Decisão	68
4.2 TESTES ESTATÍSTICOS.....	68
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
5.1 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	77
REFERÊNCIAS	78
ANEXO A - CARTA DE APRESENTAÇÃO.....	89
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA	90

1 INTRODUÇÃO

1.1 JUSTIFICATIVA

Na atualidade, a informação pode ser vista como um recurso indispensável para as organizações, sendo capaz de retratar uma vantagem competitiva para algumas empresas (BEUREN, 2000; McGEE; PRUSAK, 1994). Diversos autores discutem a relevância da informação para as empresas inseridas em um mercado progressivamente competitivo (BEUREN, 2000; DAVENPORT, 2000; GOLDRATT, 1991; McGEE; PRUSAK, 1994).

As empresas estão submetidas, diariamente, a uma quantidade de dados e informações que necessitam de um gerenciamento eficaz (BEUREN, 2000), sendo esta questão parte complementar do processo decisório dos administradores no interior das organizações (STROEHER, 2005). Já que, administrar é decidir, a continuidade de qualquer empreendimento depende da qualidade das decisões tomadas pelos dirigentes nos diversos níveis organizacionais (ASSAF NETO, 1997).

Existe nas organizações uma diversidade de fontes e de usos da informação (DAVENPORT, 2000). Dentre as diversas fontes efetivas nas organizações, encontra-se a Contabilidade, que, na qualidade de ciência encarregada do registro, controle e mensuração dos acontecimentos que abrangem a movimentação organizacional (CARVALHO; NAKAGAWA, 2004), tem como primordial atribuição munir os dirigentes com informação importante, com o propósito de habilitá-los a atingir os objetivos da empresa, usando eficientemente os seus recursos (BEUREN, 2000).

A contabilidade proporciona à empresa coletar, processar e relatar informação para uma diversidade de decisões, tanto administrativas como operacionais (STROEHER, 2005). Diante dessa conjuntura, a contabilidade procura sempre aprimorar seus métodos e técnicas em concordância com o panorama atual, produzindo informações de qualidade, apoiadas nas imposições informacionais dos seus usuários em conformidade com os seus paradigmas decisórios (CAMPELO, 2007).

Embora inúmeras decisões organizacionais sejam fundamentadas, em parte, em informações contábeis (MEIGS; JOHNSON; MEIGS, 1977), que tem como objetivo auxiliar os gestores nos procedimentos administrativos, às vezes, essas informações têm consequência contrária por serem inconclusas, não apresentando regularmente o funcionamento das negociações (WERNKE; BORNIA, 2001). Para que as negociações sejam providas na forma certa e no momento oportuno, é indispensável que as organizações façam uso de informações

fidedignas que dê alicerce aos dirigentes e, por conseguinte, o incremento da eficácia organizacional (FREITAS et al., 2014).

Segundo Ribeiro, Freire e Barella (2013), o frequente uso das informações contábeis pode influenciar os gestores na análise do comportamento econômico-financeiro de sua empresa, na tomada de decisão com maior determinação e na estimativa de rendimentos vindouros para sua empresa, podendo possibilitar melhoria consecutiva nos seus negócios e, assim sendo, aumentar de forma considerável as chances de sucesso.

Sendo assim, é fundamental que a melhor decisão seja retirada de uma sucessão de afirmações seguras, baseadas em elementos verdadeiros, e de informações contábeis úteis, precisas e confiáveis, visto que essas informações auxiliarão para uma futura decisão. Contudo, são comuns as críticas acerca das informações contábeis, principalmente pelo motivo da Contabilidade avaliar informações remotas, o que parece insuficiente para produzir decisões (LUCENA, 2004). É incontestável, que vários profissionais da contabilidade se limitam a possibilitar informações desatualizadas de fato, não atualizam o sistema a uma regularidade de acordo com as ações da empresa, sequer procuram subsídio na contabilidade, para propiciar informações mais apropriadas ao meio empresarial, e não apenas a obtenção dos propósitos legais (SILVA; BRITO, 2002).

Atualmente, as empresas buscam por informações que forneçam a seus dirigentes uma perspectiva para o futuro dessas empresas, e a contabilidade tem papel essencial na difusão desse conhecimento. A era da informação surgiu para ser elemento chave na competitividade entre as empresas (LUCENA; VASCONCELOS, 2004). Porém, no entendimento de Moscové, Simkin e Bagranoff (2002), na era da informação, as organizações estão entendendo que o sucesso ou o fracasso está atrelado à forma como utilizam e gerenciam as informações.

A informação tem o seu valor, em razão de que é uma restrição para o êxito das empresas, traduzindo-se em um mecanismo estratégico de valor agregado, uma vez que concede aos dirigentes ficarem sempre informados acerca dos acontecimentos exteriores, além de reunir todas as variáveis relevantes para a tomada de decisão (REZENDE, 2003).

Deste modo, torna-se indispensável que os gestores estejam sempre dotados das melhores informações para a ocasião apropriada em que necessitam decidir sobre alguma prática acerca da utilização dos recursos que estão ao seu dispor, porque, se assim não procederem, podem deixar de ampliar o uso dos recursos e colocar em perigo o seguimento da empresa (SILVA, 2010). Estas informações influem nas tomadas de decisões, estimulando os

dirigentes de uma empresa a procederem com vistas a alcançar as metas e os objetivos desta (SUZART; MARCELINO, 2013).

Todavia, no olhar de Deaconu, Filip e Buiga (2008), as informações contábeis apenas serão usadas nas tomadas de decisões, caso a qualidade dessas informações possam ser avaliadas pelos usuários. Por outro lado, Hendriksen e Van Breda (1999) ressaltam, é essencial analisar como os usuários tomam decisões a fim de que, ao definir como isso acontece, seja possível entender que informação seria mais útil para eles. Dentro desse ambiente, surge a contabilidade para oferecer essas informações úteis aos usuários.

A contabilidade tradicional, efetuada somente para atender às exigências legais, e os relatórios contábeis por ela produzidos, esporadicamente, acrescenta valor às atividades das empresas, retratando geralmente despesas obrigatórias para as organizações e se apresentando incapaz de responder adequadamente às necessidades dos usuários (CARVALHO; NAKAGAWA, 2004; OLIVEIRA; PEREZ JÚNIOR; SILVA, 2002).

Ou seja, em diversas empresas, a contabilidade ainda é olhada como uma simples atividade direcionada ao pagamento de tributos e satisfação de exigências fiscais, e isso é capaz de ocasionar resultados avassaladores se esta situação não for transformada imediatamente, ainda mais frente à recente crise que se insere no país e que, lamentavelmente, dá indícios de que pode continuar por longos tempos, amedrontando a população brasileira (FEYH, 2015).

Contudo, atualmente, com um mercado excessivamente competitivo, a função da contabilidade está muito além. Ela é vista também como um instrumento gerencial que auxilia os empresários na tomada de decisão, e no processo de gestão, planejamento, execução e controle (MIOTTO; LOZECKYI, 2008), bem como fornece informações por meio da análise das demonstrações aos administradores, acionistas, investidores e demais *stakeholders*, possibilitando gerir o negócio de maneira eficiente (BRONDANI et al., 2014).

Pelo visto, a informação contábil é, com certeza, um dos elementos primordiais na tomada de decisões, um dos pilares para a continuidade das atividades empresariais, visto que, sem elas, raramente uma empresa permanece no cenário contemporâneo.

Por fim, observa-se que a temática importância da informação contábil no processo de decisão vem sendo abordada já há algum tempo por outros pesquisadores. Porém, a contribuição da presente pesquisa a ser ressaltada é o contexto, ainda pouco explorado, no qual se propõe o estudo: setor de *pet shop*. A revisão da literatura ou estado da arte mostra que, na pesquisa acadêmica brasileira, estudos no campo da informação contábil para tomada de decisão são ilimitados. Entretanto, no contexto *pet shop*, estudos são diminutos ou

precários, dado que os números de citações de autores nacionais em pesquisas e estudos sob o tema mostram que esses autores têm dedicado relativamente pouca atenção para o segmento de *pet shop*. Este fato justifica a presente pesquisa, por se tratar de um contexto ainda pouco explorado no campo da informação contábil para tomada de decisão.

Diante do exposto, surgiu a necessidade e o interesse de investigar a utilização da informação contábil no processo de tomada de decisão no setor de *pet shop* da cidade do Recife, no Estado de Pernambuco.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

O início para qualquer disciplina é determinar os seus limites de atuação, assim como seus objetivos. O objetivo básico da contabilidade consiste no fornecimento de informações econômicas para os diversos usuários, de forma a lhes propiciar decisões racionais (IUDÍCIBUS, 2009).

Contudo, o alcance desse objetivo não é tão simples, visto que, como ciência social, a Contabilidade caminha paralela à sociedade e sofre influências por transformações sócio-político-econômicas, que tornam contínua a sua procura para se adaptar às novas práticas (CAMPELO, 2007). A autora ainda acrescenta que essas transformações influem, dentre outros aspectos, no tipo de informação, no perfil de usuário, no processo decisório e, sobretudo, na utilidade da informação. Sobre a utilidade da informação, Iudícibus (2009) adverte que, na realidade, não é fácil decidir se a informação é ou não útil para a tomada de decisão.

Atualmente, as organizações precisam de controles eficientes, para que os gestores fiquem cientes dos acontecimentos e possam tomar as decisões no tempo devido. Dessa forma, as empresas terão condições de conseguir o retorno desejado e permanecer no mercado (STRASSBURG et al., 2007). Para conseguir uma decisão indispensável sobre seus negócios, as empresas procuram o máximo possível de informações relevantes frente a um mercado cada vez mais competitivo (SILVA; ORDONES, 2014).

As transformações na gestão dos negócios são progressivamente frequentes. Este cenário é devido à expansão da concorrência, bem como à precariedade de recursos disponíveis em um mercado cotidianamente mais globalizado. Desse modo, ressalta-se a inevitabilidade de informações que ajudem os dirigentes e os empresários nas estratégias para

as tomadas de decisões. Acontece que, em muitas situações, estas informações são disponibilizadas sem a adequada explicação e apreciação, de modo que possam ajudar no gerenciamento das empresas (ROSA; VOESE, 2003).

Os autores supracitados afirmam que os usuários finais, ou seja, os consumidores são os determinantes da informação, que deve ser tratada como qualquer outro produto disponível para consumo. Desta forma, o foco da informação deve ser os consumidores, e não os contadores. Os responsáveis pela contabilidade, a partir das decisões que precisam ser tomadas, devem realizar um estudo para conhecer as reais necessidades de informações.

No processo de tomada de decisão, a informação contábil pode ser usada de forma relevante pelo usuário, que, de acordo com o *Financial Accounting Standards Board* (FASB) (2008, p. 27, tradução nossa), “a informação contábil relevante é capaz de produzir uma diferença em uma decisão ajudando os usuários para formar previsões sobre os resultados de eventos passados, presentes e futuros ou confirmar ou corrigir expectativas anteriores”. Assim, levando-se em conta a relevância da informação contábil para o processo decisório, é de essencial importância conhecer como os gestores estão usando as informações para o processo de gestão nas suas empresas, a fim de que seja possível melhorar a geração de informações contábeis relevantes, bem como potencializar o desempenho das organizações.

Lamentavelmente, a administração de algumas empresas não utiliza as informações contábeis, afetando as decisões no tocante ao controle de despesas e receitas, estoques, investimentos, entre outros (RIBEIRO; FREIRE; BARELLA, 2013). Ao mesmo passo, o contínuo uso das informações produzidas pela contabilidade pode influir os empresários na avaliação do desempenho econômico-financeiro da empresa, assim como a tomar decisões com maior segurança e planejar resultados futuros para a dita empresa, podendo possibilitar avanço seguido dos seus negócios, o que, conseqüentemente, acrescentará de modo considerável as chances de sucesso (RIBEIRO; FREIRE; BARELLA, 2013).

O que acontece, segundo Lucena, Vasconcelos e Marcelino (2011), é que os empresários têm consciência da importância da Contabilidade, todavia, só utilizam as informações tributárias. Com isto, na maioria das vezes, o contador tem realizado trabalhos ligados à questão fiscal, esquecendo ou deixando de lado outros segmentos da área contábil como instrumento de apoio ao desenvolvimento das empresas, visto que apenas com o conhecimento fiscal o gestor não terá condições de tomar nenhuma decisão. Portanto, neste contexto, o objetivo da contabilidade não é alcançado totalmente, uma vez que consiste em proporcionar informações úteis aos seus usuários para tomada de decisão.

É coisa de o passado manter uma contabilidade somente para atender ao Fisco. Atualmente, com a moeda brasileira estável, é relevante que o empresário gerencie os seus recursos eficientemente. A globalização está aí, a concorrência existe, e vencerá aquele que for mais decisivo, logo, quem melhor use estratégias na gestão do seu empreendimento. Assim sendo, para que haja o seguimento e a competência das empresas, é fundamental o entendimento da necessidade do uso da informação contábil, especialmente no enfoque estratégico (ROSA; VOESE, 2003).

Desta forma, de acordo com Kaplan e Norton (1996), a empresa, para desempenhar seu papel, precisa buscar junto aos seus administradores, o seu sucesso, administrando competentemente seus recursos, baseando-se em seus planos e objetivos e utilizando os meios primordiais da administração, dos quais se sobressai, nos dias atuais, a informação.

Destacando que a esta questão – informação contábil e tomada de decisão – se aplica, em particular, aos *pet shops*, em que o mercado brasileiro de produtos e serviços direcionado ao cuidado e tratamento dos animais domésticos é um recorte em desenvolvimento, surgindo como um nicho de mercado para o pequeno empreendedor, visto que, no Brasil, o número de animais domésticos vem aumentando, seguindo o rumo constatado nos Estados Unidos e em alguns países europeus (MÜLLER, 2012).

Conforme a Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação no Brasil (ANFALPET), existem em torno de 100 mil pontos de venda que comercializam produtos direcionados aos animais domésticos no Brasil, dos quais cerca de 40 mil são lojas de animais – *pet shops*.

Este ramo que cresceu a uma taxa 16,4% de 2012 para 2013 é responsável por uma receita em torno de 14 bilhões de reais, o que torna o mercado *pet* brasileiro o segundo maior do mundo (RIBEIRO et al., 2015), seguindo os Estados Unidos.

Pesquisas recentes apontam que o ramo dos *pet shops*, ou lojas de produtos para animais, encontram-se em plena expansão em todo o país. Não diferente na cidade do Recife, este ramo tem criado oportunidades aos pequenos empreendedores habilitados a este segmento.

Esta realidade pode ser comprovada nos diversos bairros do Recife, onde várias lojas do ramo oferecem serviços e produtos variados e com relativo grau de sofisticação, algumas delas fazem uso da internet para divulgá-los.

Na prática, alguns *pet shops* não possuem todos os produtos e serviços elencados, optando por oferecer parte destes, o que normalmente os diferencia, pois cada um procura focar a atividade que julga poder desempenhar de forma mais competente e competitiva.

Em razão deste mercado mais competitivo, cabe aos gestores dos *pet shops* buscarem progressivamente informações que os auxiliem na gestão, visto que a informação contábil é o coração da empresa na tomada de decisão (MIOTTO; LOZECKYI, 2008).

Considerando que a informação contábil tem o propósito de fornecer informações relevantes e confiáveis aos gestores na tomada de decisão, e que se pretende discutir nesta pesquisa esse tema no contexto do setor a ser investigado, a problemática estabelecida para esta pesquisa é: Quais são as características das informações contábeis e qual a sua utilização para a tomada de decisão na opinião dos gestores das empresas que atuam no setor de *pet shop* da cidade do Recife?

Segundo Ribeiro, Freire e Barella (2013), a frequente mutação econômica mundial vem provocando as empresas a repensarem suas atividades de gestão e adequá-las à nova realidade de mercado. É fato, que essas mudanças estão acontecendo nos aspectos econômico, financeiro, tecnológico, ambiental, político, social, dentre outros, o que demanda das empresas caminhos seguros de conseguir informações para alcançarem os resultados esperados e auxiliá-las no processo de tomada de decisão.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral

Investigar a utilização da informação contábil no processo de tomada de decisão no setor de *pet shop* da cidade do Recife.

1.3.2 Específicos

- a) Caracterizar o perfil das empresas investigadas e seus respectivos gestores;
- b) Identificar a percepção de gestores acerca das características referentes às informações contábeis;
- c) Identificar a percepção dos gestores sobre o processo de tomada de decisão no âmbito das empresas investigadas;

- d) Analisar as relações entre o perfil das empresas, o perfil dos gestores e suas percepções acerca das características das informações contábeis e do processo de tomada de decisão;
- e) Analisar as relações entre as percepções dos gestores acerca das características das informações contábeis e acerca do processo de tomada de decisão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A revisão de literatura foi elaborada com base nos argumentos-chave que justificam os resultados alcançados na pesquisa de campo realizada. Nesta seção, serão expostos os conteúdos fundamentais e paralelos que formam o construto do tema objeto desse estudo, a partir da determinação e objetivos propostos.

2.1 INFORMAÇÃO CONTÁBIL

“A Contabilidade é tão antiga quanto o próprio homem que pensa” (IUDÍCIBUS, 2009, p. 31). Quer dizer, mesmo que de forma não científica, as civilizações primitivas já usavam meios contábeis elementares para controlar o seu patrimônio e, em poucos casos, averiguar custos e preparar orçamentos, como se percebe em anotações realizadas em pranchas de argila nas civilizações da Suméria e da Babilônia (SÁ, 1997).

Desde esse tempo, inúmeras mudanças aconteceram no campo da Contabilidade. Entretanto, só começaram a aparecer especialistas em contabilidade, a partir do início da revolução industrial, no século XVIII. Mais tarde, foi exigida através de atos legais a presença de um profissional técnico para responder pela contabilidade da empresa. No Brasil, a legislação desde o Código Comercial de 1850, no art. 10, até o Código Civil de 2002 coloca obrigatoriedade da contabilidade para todas as empresas e, por conseguinte, o dever de um profissional apto para assumir a escrituração contábil (ANGELO, 2005).

A contabilidade da escrituração dos fatos evolui para definir os eventos econômicos que impactam no patrimônio de uma organização. Ademais de definir os eventos econômicos, a contabilidade mensura, depois comunica e informa os efeitos dos referidos eventos, bem como da atual situação patrimonial (SMITH; FADEL, 2010). Conforme Iudícibus, Martins e Carvalho (2005, p. 12), o objetivo da contabilidade “nasce da necessidade dos usuários” e, como objeto, o patrimônio, onde tem início “a grande resposta contábil”. Através da evolução do patrimônio no tempo, observa-se que este foi o processo, inicialmente, eleito pela contabilidade para começar a geração de informações úteis com o intuito de atender às necessidades dos usuários da informação contábil (SMITH; FADEL, 2010).

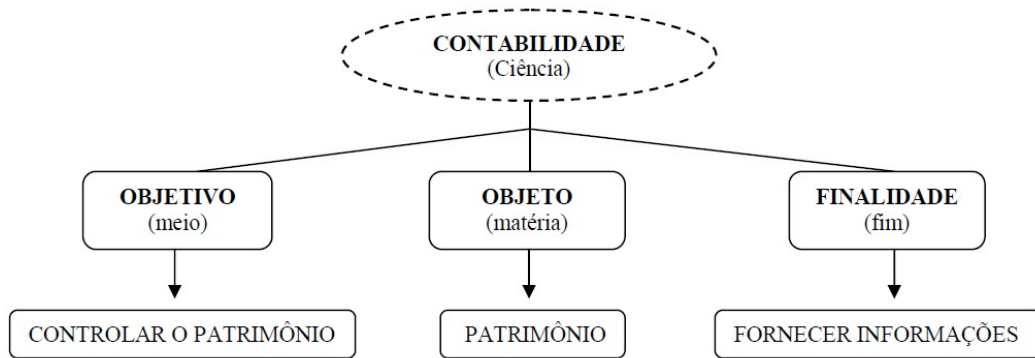
Na mesma linha de raciocínio, Ferrari (2003) explicita que a contabilidade tem como objeto o patrimônio das entidades e como objetivo o controle deste patrimônio com o

propósito de conceder informações a seus usuários. Pelo conceito do autor, fica claro que a ciência contábil tem um objeto específico, o patrimônio; uma função, controlar esse patrimônio; e um objetivo final, prover informações aos usuários da contabilidade.

Silva (2010) complementa que o escopo da contabilidade é prover de informações os seus vários usuários, a fim de que possa tomar suas decisões, cada um dentro dos seus objetivos específicos. Essas informações, quando disponíveis em consonância com as expectativas dos usuários, aumentam o bem estar da população, revelando também o papel social da Contabilidade (GLAUTIER; UNDERDOWN, 1994).

Na figura 1, pode-se observar de maneira resumida o objetivo, o objeto e a finalidade da ciência contábil.

Figura 1 - Objetivo, objeto e finalidade da ciência contábil



Fonte: Adaptado de Ferrari (2003, p. 2)

A contabilidade, na intenção de atingir seu objetivo final, que é fornecer informações aos seus diversos usuários, procede e age conforme os conceitos de um sistema.

Na percepção de Oliveira (2001, p. 53), “sistema é um conjunto de partes interagentes e interdependente que, conjuntamente, forma um todo unitário com determinado objetivo e efetuam determinada função”.

Várias pessoas, ao ouvirem o termo sistema de informação, pensam imediatamente em computadores. Contudo, Moscovice, Simkin, e Bagranoff (2002, p. 23) esclarecem muito bem o que vem a ser um sistema:

[...] um sistema de informação não tem que ser um sistema computadorizado. Muitas vezes por dia vemos sistemas de informações que não se baseiam em computadores. Por exemplo, você vê um sistema de informação em funcionamento quando vai a um cinema, compra o ingresso e depois entrega ao porteiro que destaca o canhoto. Naturalmente, o computador pode emitir o ingresso e analisar o canhoto para atualizar o sistema de informações. Contudo, um sistema de informação existe com ou sem computador.

A empresa é visualizada como um sistema que se relaciona com o ambiente interno e o ambiente externo (SILVA, 2010). No modo de um sistema aberto, a empresa está constantemente interagindo com seu ambiente. A empresa é formada por vários subsistemas. Um dos quais é o subsistema de informação, que inclui o subsistema contábil (CATELLI et al., 2001).

O avanço tecnológico tem possibilitado grande evolução na forma de se realizar a contabilidade. A escrituração contábil, primeira técnica utilizada pelo profissional da contabilidade, no início foi manual, depois mecânica e, atualmente, encontra-se em processo eletrônico, isto é, através de computador. Simplesmente, seja qual for o método utilizado, o que se procura é a informação contábil por meio da produção de relatórios que concerne às saídas do sistema (SILVA, 2010).

A informação é o resultado do processamento, manipulação e organização de dados, de modo que retrate uma modificação quantitativa ou qualitativa no entendimento do sistema que a recebe, dando sentido a esse dado (MILETTO; GONSALES; OKUYAMA, 2014). Para Padoveze (2000), informação é o dado que foi processado e armazenado de maneira entendível para seu receptor, apresentando valor efetivo ou constatado para suas decisões correntes ou perspectivas. No mesmo olhar, Davis (1974, tradução nossa) expõe que informação é o dado que foi processado em uma forma significativa para o receptor, para o qual tem valor real ou percebido e que serve na tomada de decisões ou estabelecimento de ações atuais ou futuras.

Frequentemente, informações e dados são usados como sinônimos, contudo, são coisas diferentes. Dados são fatos registrados, se trabalhados adequadamente, podem ser transformados em informação. Dessa forma, os dados passam a ser considerados matéria-prima da informação (ANGELO, 2005).

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 62) fazem distinção entre dados e informação:

[...] a contabilidade faz uma distinção geral relevante entre dados e informação. Os dados podem ser definidos como mensurações ou descrições de objetos ou eventos. Se estes dados já são conhecidos ou não interessam à pessoa a quem são comunicados, não podem ser definidos como informação. A informação pode ser definida como um dado (ou conjunto de dados) que provoca o efeito surpresa na pessoa que a recebe. Além disso, ela deve reduzir a incerteza, comunicar uma mensagem, ter um valor superior ao seu custo e ser capaz, potencialmente, de evocar uma resposta do tomador de decisão.

No que diz respeito à diferenciação entre dados e informação, Oliveira (1993, p. 34-35) expõe que:

[...] dado é qualquer elemento identificado em sua forma bruta que por si só não conduz a uma compreensão de determinado fato ou situação. Informação é dado trabalhado que permite ao executivo tomar decisões. A informação (como um todo) é recurso vital da empresa e integra, quando devidamente estruturada, os diversos subsistemas e, portanto, as funções das várias unidades organizacionais da empresa.

Diante das discussões acerca do conceito de informação no campo contábil, faz-se conveniente o remate de Iudícibus (2009, p. 7) sobre informação contábil:

O objetivo básico da Contabilidade, portanto, pode ser resumido no fornecimento de informações econômicas para os vários usuários, de forma que propiciem decisões racionais. Não conhecemos suficientemente, ainda, os detalhes de cada modelo decisório de cada usuário. Enquanto isso não for conseguido, não poderemos atender igualmente bem, em todo e qualquer tempo, a todos os usuários. A alternativa é formar um arquivo-base de informação contábil capaz de fornecer saídas, periodicamente, de utilidade para as metas de maior número possível de usuários.

A contabilidade é uma atividade econômica complexa, uma vez que atua em um cenário sob circunstâncias de indefinições. Seus usuários exercem reações heterogêneas à frente de uma mesma informação contábil, daí sua condição de complexa (PAULO; MARTINS, 2007).

A ausência de uniformidade de informações pode acontecer até mesmo entre os tipos de investidores (mais sofisticados e menos sofisticados). Uma informação de qualidade pode diminuir a dúvida e guiar o usuário para melhores decisões, ampliando a possibilidade de maior rendimento econômico. Vale destacar que nem a todo o momento a melhor resolução conduz aos melhores resultados, em razão da incerteza das circunstâncias do momento em que julgamentos são efetuados (PAULO, 2007).

Scott (2003, p. 6) declara que:

Um investidor sofisticado pode reagir positivamente à mensuração dos ativos ao *fair value*, pois ele julga que essa métrica auxiliará na predição do desempenho futuro da companhia; enquanto outros investidores podem reagir negativamente, considerando que os números contábeis divulgados não são confiáveis ou pelo simples fato de que seu processo decisório está baseado no custo histórico.

Desse modo, o espaço contábil, complicado e proativo, é igualmente identificado pelo antagonismo entre as pressões dos diversos grupos de motivados na informação (PAULO; MARTINS, 2007).

A informação contábil tem início na coleta de dados por toda empresa, mantendo-os conforme seus preceitos, para dar um formato denominado contábil, que tem uma série de características e procedimentos metodológicos definidos na esfera contábil (MORALES, 2009). A informação contábil é o produto que se consegue ao final do processo contábil, que começa com a escrituração dos acontecimentos contábeis, avançando pela confecção dos relatórios contábeis (demonstrações). Logo depois, obtém-se a técnica da análise das

demonstrações (análise de balanço), concluindo com a auditoria dessas demonstrações (SILVA, 2010).

O sucesso de uma empresa está vinculado à informação contábil, a qual não deve se limitar ao atendimento das exigências legais, mas corroborar para a tomada de decisão pelos dirigentes da empresa, assim como pelos demais usuários interessados nas informações contábeis, como os investidores, os acionistas, dentre outros. O fornecimento da informação é fundamental para satisfação de todos esses usuários (PEREIRA; SILVA, 2014).

A informação contábil deve ser relatada para o futuro, refletindo as perspectivas financeiras da empresa e os efeitos prováveis de riscos e incertezas, potenciais e conhecidos (LATRIDIS, 2011, tradução nossa). Do ponto de vista de Padoveze (1996), a informação deve ser almejada para ser indispensável. Para ser indispensável, deve ser útil. Da mesma maneira, Stair (1998) ratifica que a importância da informação está exatamente ligada à forma como ela auxilia os tomadores de decisão a alcançarem as metas. A informação não tem valor específico, seu valor é demarcado por aqueles que dela precisam (ROSA; VOESE, 2003).

No tocante ao valor da informação, os autores destacam para a quantidade de informações repassadas, visto que o seu excesso é tão prejudicial quanto a sua falta se não existir uma abordagem apropriada.

É fundamental a oportunidade e a prioridade da informação. Uma informação deve ser gerada em tempo hábil, caso contrário, perde seu sentido. Sua habilidade de diminuir incertezas está relacionada com a oportunidade de sua disposição, do mesmo modo que o reconhecimento das prioridades, que é o pilar para seu êxito (ROSA; VOESE, 2003).

Segundo Beuren (2000), a informação é essencial no suporte às estratégias e nos processos decisórios, do mesmo modo que no controle das operações organizacionais. O maior desafio da informação reside em capacitar os dirigentes a atingirem os objetivos apontados para a empresa através da utilização dos recursos que estão à disposição.

A informação oxigena os gestores. A informação tem que estar presente na vida diária dos gestores, caso contrário, eles se sentem incapazes de executar, seja qual for a atividade, ou melhor, para efetuar alguma atividade ou tomar alguma decisão, o gestor tem que estar munido de informações. No contexto organizacional, não é diferente. Toda e qualquer atividade executada na empresa, seja de caráter operacional ou gerencial, está firmada por algum tipo de informação que precisou ser tratada, desde os dados coletados até serem compilados (ROSA; VOESE, 2003).

As empresas vêm entendendo a contabilidade como um novo caminho de oportunidades, haja vista a incerteza do futuro, a necessidade de sobrevivência e as ameaças

do ambiente no qual estão inseridas. Conivente com esse processo encontra-se a informação contábil como ferramenta essencial para a tomada de decisão. A contabilidade, como sistema de informação, esclarece acerca dos acontecimentos patrimoniais, gera informações rápidas e necessárias, além de fornecer a seus usuários informações econômico-financeiras concernentes à empresa, da mesma maneira que faz projeções para exercícios futuros (ROSA; VOESE, 2003).

No tocante à questão do uso das informações contábeis para a gestão, Marion (1998) assegura, a função primordial do contador é gerar informações adequadas aos seus usuários para a tomada de decisões. Todavia, em alguns segmentos da nossa economia, a função do contador foi alterada (infelizmente), estando direcionada unicamente para atender às imposições legais.

No entendimento de Rosa e Voese (2003), o contabilista vem perdendo cada vez mais o entendimento do que representa a contabilidade, devido ao desvio do eixo da informação contábil. Esta modificação no eixo da informação contábil acarreta no contabilista o desinteresse na busca de sistemas tecnologicamente mais desenvolvidos e amplos para auxiliar a contabilidade, uma vez que, para grande parte dos profissionais, a informação deve ser solicitada, e não oferecida. Não adianta apenas atender bem às solicitações de informações, é importante saber ofertar informações que sejam úteis (ROSA; VOESE, 2003).

Resultantes do aumento e da dificuldade das atividades empresariais, tornam-se cada vez mais distintas as necessidades de informações dos administradores e dos demais usuários da contabilidade. Esses últimos necessitam de uma maior demanda de informações contábeis, a fim de que possam pressupor o comportamento do administrador e da empresa, como também acompanhar a preparação e efetivação dos contratos (PAULO; MARTINS, 2007).

Para os autores, as decisões individuais dos usuários são influenciadas pela informação contábil, atingindo o andamento dos mercados e a alocação dos recursos, por conseguinte, a eficiência da economia. Vale salientar que nem sempre a melhor decisão acarreta melhores resultados, “devido à incerteza dos cenários em que julgamentos são realizados” (PAULO; MARTINS, 2007, p. 3).

A informação contábil é relevante no processo de tomada de decisão empresarial, onde inúmeros usuários não entendem as informações divulgadas nas demonstrações contábeis pelo desconhecimento de vários termos que são usados na evidenciação dos eventos econômico-financeiros. Assim sendo, essas informações não têm colaborado com o propósito a que se destina, que é comunicar os eventos financeiros (DIAS FILHO, 2000).

Lima, Chacon e Silva (2004) constataram que grande parte dos gestores não utilizam as informações contábeis no gerenciamento do negócio, visto que desconhecem os benefícios que estas possibilitariam na gestão empresarial e, com relação a esse fato, julgam a contabilidade como uma despesa a mais, não agregando valor ao empreendimento.

Conforme Flippo e Musinger (1970), os gestores agem de maneira restrita em decorrência do volume e da qualidade dos dados disponíveis, tanto por sua aptidão para acessá-los, como também por sua competência para analisá-los. O sucesso do gerente pode ser avaliado quanto à quantidade e à qualidade das suas decisões, que irão depender de sua competência no uso das informações contábeis. Para Ferreira (2006), a informação é determinante para toda e qualquer empresa se manter aberta e funcionando, atendendo a todas as necessidades e ordenamentos do mercado globalizado.

2.2 CARACTERÍSTICAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

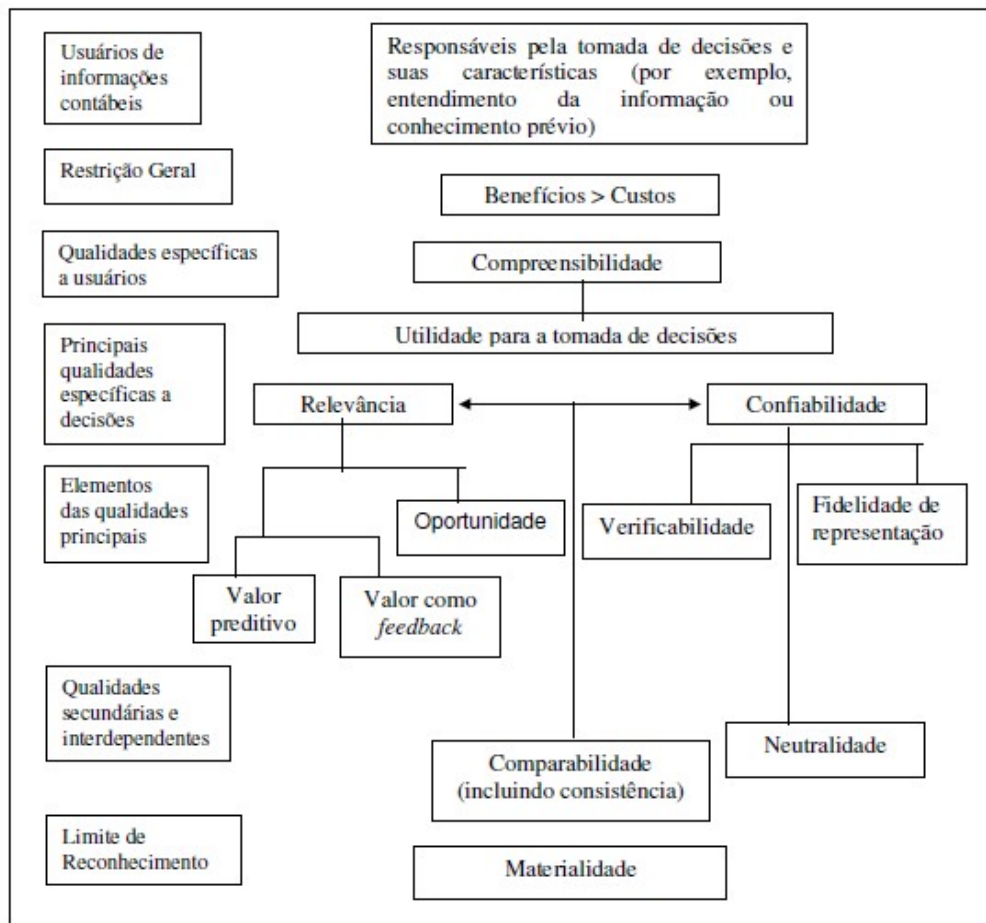
Quando uma informação não é exata ou concluída, o gestor ou usuário das informações da organização pode tomar decisões trocadas, o que pode ocasionar danos econômicos e/ou sociais para a organização. À vista disso, dependendo do valor que é dado à informação pelo usuário, esta pode apresentar diferenças para cada uma de suas características (STRASSBURG et al., 2007).

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 90) ressaltam que a informação contábil tem características qualitativas denominadas “atributos de informações contábeis que tendem a ampliar sua utilidade”. Alegam, apresentando três características qualitativas da informação contábil: duração, generalidade e viabilidade. A característica da duração está associada à tempestividade e oportunidade da informação contábil, que deve ser conhecida em tempo hábil satisfatório, a fim de que o usuário possa usá-la na tomada de decisão. A qualidade da generalidade está ligada à aplicabilidade dos procedimentos contábeis das atividades a serem elaboradas por todas as instituições contábeis. E a terceira característica, a viabilidade, está associada à competência de execução e a probabilidade de verificação objetivamente (ANGELO, 2005; COSTA, 2002).

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 96), além de hierarquizarem as qualidades da informação contábil, especificam essas qualidades com algumas subdivisões. A figura

apresentada a seguir sintetiza a posição dos autores sobre as qualidades da informação contábil (Figura 2).

Figura 2 - Hierarquia de qualidades em contabilidade



Fonte: Hendriksen e Van Breda (1999, p. 96)

Hendriksen e Van Breda (1999) consideram o custo/benefício de uma informação o fator primordial no que diz respeito ao reconhecimento contábil de determinadas operações e comentam a importância de se analisar o custo/benefício da informação contábil. Contudo, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 96) reconhecem que, “apesar da aparente simplicidade, é extremamente difícil fazer uma análise custo-benefício de informações contábeis; talvez seja até impossível”.

Iudícibus e Marion (1999, p. 63) declaram que “a informação contábil, como todo bem econômico, tem um custo e esse custo deve ser sempre comparado como os benefícios esperados da informação”. Se o custo da informação for maior do que o benefício proporcionado aos seus usuários, não haverá nenhuma razão de ser (ANGELO, 2005; COSTA, 2002). Por conseguinte, antes de solicitar qualquer informação, o gestor deverá fazer

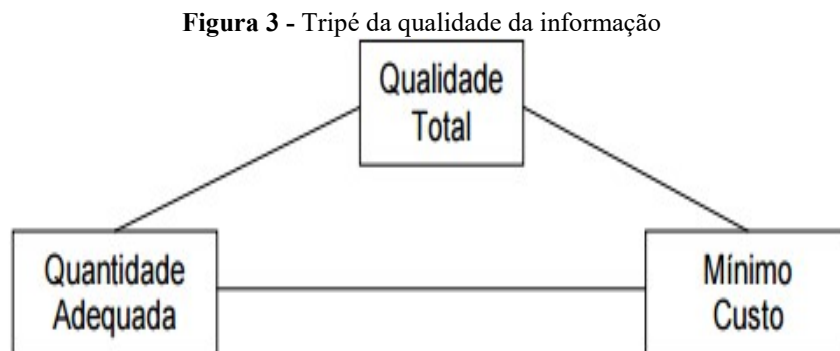
uma avaliação entre os benefícios e custos que esta implicará (PORTON; LONGARAY, 2006).

Em contrapartida, a medição da materialidade é subjetiva e vai depender da avaliação e discernimento nas decisões dos contadores. O acordo da materialidade versa sobre o custo/benefício de uma determinada informação (COSTA, 2002).

Conforme o emitido pelo Instituto Brasileiro de Contadores (IBRACON) (1992, p. 50), o acordo da materialidade expõe que “o contador deverá, sempre, avaliar a influência e a materialidade da informação evidenciada ou negada para o usuário, à luz da relação custo/benefício, levando em conta os aspectos internos do sistema contábil [...]”.

Este acordo fortalece a relevância de a contabilidade divulgar as informações ambientais, visto que as empresas estão cada vez mais investindo em aspectos ambientais, influenciando, significativamente, sua situação patrimonial e econômica (COSTA, 2002).

Oliveira (1993, p. 113) propõe um esquema para caracterizar o tripé do que seria uma informação de qualidade, como apresenta a figura 3.



Fonte: Adaptado de Oliveira (1993, p. 113)

Deste modo, a informação deve ser coberta pelas pressuposições da qualidade total, ter uma quantidade adequada de informações e mostrar um custo ínfimo. A aplicação desse tripé oferece informações adequadas para assegurar a satisfação dos usuários (SILVA; BRITO, 2002).

Como qualidades específicas das informações contábeis a usuários, no quadro hierárquico de Hendriksen e Van Breda, têm-se: compreensibilidade, relevância, confiabilidade e comparabilidade. A compreensibilidade representa a informação divulgada, de maneira que o usuário entenda o que está pesquisando. Iudícibus e Marion (1999, p. 64)

afirmam que “a informação contábil precisa ser compreensiva, isto é, completa, e retratar todos os aspectos contábeis de determinada operação ou conjunto de eventos ou operações”.

Esta característica concerne à relação usuário e contabilidade, na qual a contabilidade deve evidenciar informações a cada grupo de usuário de maneira compreensível. Por sua vez, torna-se necessário que este usuário tenha conhecimentos elementares de contabilidade e das atividades empresariais para que possa usar tal informação para a execução de suas operações econômicas (SILVA, 2010).

Têm existido inúmeras definições de relevância. Em seu grau mais elementar, segundo Hendriksen e Van Breda (1999, p. 97), “a informação relevante é a informação pertinente à questão sendo analisada”. O termo relevância é definido pelo FASB (2008, p. 2, tradução nossa) como a capacidade de a informação fazer a diferença numa decisão, ajudando o usuário a efetuar previsões acerca dos efeitos de eventos passados, presentes e futuros ou a confirmar ou corrigir expectativas passadas. Por conseguinte, a informação, para ser relevante, tem que ser oportuna e ter valor preditivo ou valor de *feedback* ou os dois (SANTOS, 1998).

Assim sendo, uma informação tem relevância quando influencia nas decisões dos usuários, ajudando-os a analisar eventos passados e presentes, proporcionando as retificações para o futuro (ANGELO, 2005). A Figura 2, mostrada anteriormente, apresenta uma subdivisão da relevância em: valor preditivo, valor como *feedback* e oportunidade. O primeiro consente que os usuários façam previsões acerca das condições ou eventos futuros que **lhe** sejam significativos. Já o segundo faz com que a informação desempenhe um papel fundamental em termos de confirmação ou correção de expectativas anteriores. As funções de previsão e confirmação das informações são inter-relacionadas (INANGA; SCHNEIDER, 2004).

Contudo, na percepção do FASB (2008 apud HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 97), o valor preditivo é “a qualidade da informação que ajuda os usuários a aumentarem a probabilidade de prever corretamente o resultado de eventos passados ou presentes”.

O valor como *feedback*, segundo Hendriksen e Van Breda (1999), é a informação acerca do resultado de uma decisão, usualmente, é um dado importante para a tomada de decisão seguinte. Tem papel fundamental em termos de confirmação ou correção de expectativas. Uma decisão depende, frequentemente, de informações passadas para se averiguar o seu procedimento no transcorrer do tempo e ajudar na tomada de decisão futura (COSTA, 2002).

A respeito do conceito de oportunidade, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 99) afirmam que “a informação não pode ser relevante quando não é oportuna, ou seja, deve estar disponível a um indivíduo que deseja tomar uma decisão antes de perder sua capacidade de influenciar a decisão”. A oportunidade não assegura relevância, todavia, não pode existir relevância sem oportunidade.

A confiabilidade é o atributo da informação contábil que consiste na necessidade do usuário acreditar nos dados que estão sendo apresentados, a fim de que possa utilizá-los como base de decisões.

Conforme o Fasb (2008, p. 2 apud HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p.99), a confiabilidade é “a qualidade da informação que garante que a informação seja razoavelmente livre de erro e viés e represente fielmente o que visa representar”.

Observa-se na Figura 2 que a confiabilidade tem três elementos: fidelidade de representação, verificabilidade e neutralidade. Fidelidade de representação expressa que as informações devem traduzir fielmente os fenômenos que visa a representar. A verificabilidade constitui-se na viabilidade de verificar se a informação é verdadeira ou não. Por fim, a neutralidade “quer dizer que não há viés na direção de um resultado predeterminado” (FASB, 2008, p. 2 apud HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 100).

A comparabilidade, segundo Hendriksen e Van Breda (1999, p. 101), é “a qualidade da informação que permite aos usuários identificar semelhanças e diferenças entre dois conjuntos de fenômenos econômicos”.

Iudícibus e Marion (1999, p.66) atribuem dois objetivos à comparabilidade. O primeiro objetivo é a capacidade de a informação contábil propiciar ao usuário comparar as demonstrações da empresa ao longo dos anos (micro), com vistas a possibilitar melhor entendimento sobre a evolução da empresa durante esse período e, assim, prever as tendências econômico-financeiras. O segundo objetivo tem uma perspectiva macro. Procura fazer comparações entre as demonstrações contábeis das empresas do mesmo segmento, para observar, em termos comparativos, o desempenho de uma empresa (COSTA, 2002).

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 103), ao afirmar que a uniformidade é fundamental para que as demonstrações contábeis sejam suscetíveis de comparação, argumentam, também, que a consistência é um fator intrínseco ao atributo da comparabilidade, e deve ser interpretada “no sentido da divulgação, a cada período, de toda informação necessária relevante para que os usuários possam fazer predições.” Por esse motivo, passa a ser um meio para se obter a relevância da informação contábil, e não um objetivo em si mesmo.

2.3 USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

A contabilidade nasceu dentro de um contexto absolutamente prático, sem ligação com qualquer tipo de legislação e, sim, resultante da necessidade de informação acerca do lucro do período por parte dos gestores do patrimônio, ou seja, informação que auxiliasse no entendimento do seu patrimônio (SZÜSTER; SZÜSTER; SZÜSTER, 2005). No início da civilização, quando as operações eram feitas através de trocas, a contabilidade prestava-se apenas para informar acerca do patrimônio individual, muito restritamente (DIAS FILHO; SANTOS, 2000).

O usuário das informações contábeis era basicamente o dono do patrimônio, que as usava somente para ter o entendimento do montante do seu patrimônio (ANGELO, 2005). Mais tarde, com o surgimento da moeda e do mercantilismo, a informação contábil passou a ser usada como meio de controlar o desenvolvimento financeiro de alguns empreendimentos (DIAS FILHO; SANTOS, 2000).

Nessa fase, apareceram outros usuários, dentre eles os banqueiros, os fornecedores de créditos, bens e serviços que procuravam, nas informações contábeis, uma forma de segurança por intermédio do controle e do desenvolvimento do patrimônio que custeavam, à volta de seus recursos aplicados às entidades (ANGELO, 2005).

Seguidamente, apareceu o Estado, que procurou nas informações contábeis o caminho para apresentação de tributos, sendo apontado até agora em diversos países como o usuário mais importante, devido aos elevados tributos colocados aos seus contribuintes (ANGELO, 2005). O autor ainda acrescenta que, há pouco tempo, com o surgimento das sociedades por ações e a criação de aglomerados organizacionais, apareceu o investidor, que é tido em alguns países como o principal usuário, em virtude da grande representação do mercado de capitais.

O advento da Revolução Industrial incentivou o conhecimento contábil, uma vez que as empresas e seus agentes financiadores começaram a solicitar informações mais refinadas para colaborar no cenário financeiro das referidas empresas. Desde esse tempo, a contabilidade começou a cooperar de maneira mais cabal na disseminação das informações econômicas, proporcionando elementos que ajudem nas decisões de acionistas, fornecedores, governo e outros (DIAS FILHO; SANTOS, 2000).

Através desse sucinto histórico, observa-se que a contabilidade retrata as características ambientais socioeconômicas em que está inserida, procurando a todo o momento moldar-se às necessidades dos seus usuários (CAMPELO, 2007).

A contabilidade, como um meio direcionado ao provimento de informações, tem na sua mira a inquietação com o usuário, indivíduo que receberá a informação. A relevância do usuário encontra-se explicada em diversas definições e objetivos da contabilidade (SUZART; MARCELINO, 2013).

Todavia, a trama da atual situação mudou os grupos de usuários da contabilidade, igualmente, suas necessidades de informações, incentivando, deste modo, o progresso dessa ciência. De acordo com Iudícibus, Martins e Carvalho (2005), cada etapa de evolução da contabilidade está nivelada ao aparecimento de muitos “interessados” na informação contábil. Mudanças consideráveis têm ocorrido, tanto nos perfis de usuários, como nos tipos de informações por eles procuradas (IUDÍCIBUS, 2009).

Cada conjunto de usuário mostra objetivos e interesses exclusivos e usa a informação para diversos propósitos (PADOVEZE et al., 2004), sendo possível existir entendimentos distintos entre usuários do mesmo conjunto a respeito da informação que é essencial para sua tomada de decisão (McCULLERS; VAN DANIKER, 1978).

A tomada de decisão, frequentemente, é examinada no olhar dos usuários externos, ou seja, do credor e do investidor. Esporadicamente, tem seu olhar direcionado para o gestor (usuário interno) (SUZART; MARCELINO, 2013). Assim sendo, de acordo com Young (2006), para atender unicamente a esse tipo de usuário, através do tempo, os relatórios e as práticas contábil foram sendo estabelecidos.

Segundo o IBRACON (1992, p. 59), o usuário será “toda pessoa física ou jurídica que tenha interesse na avaliação da situação e do progresso de determinada entidade, seja tal entidade empresa, ente de finalidades não lucrativas, ou mesmo patrimônio familiar”.

Por meio do pronunciamento da estrutura conceitual para a elaboração e apresentação das demonstrações contábeis, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) (2009, p. 23) menciona

[...] entre os usuários das demonstrações contábeis os investidores atuais e potenciais, empregados, credores por empréstimos, fornecedores e outros credores comerciais, clientes, governos e suas agências e o público. Eles usam as demonstrações contábeis para satisfazer algumas das suas diversas necessidades de informação.

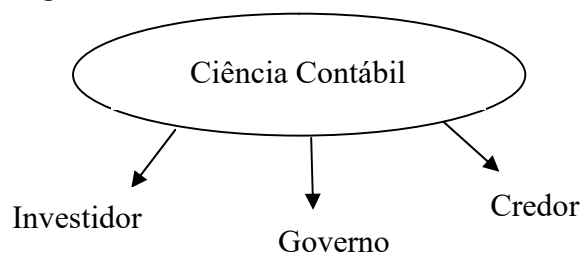
Os usuários da informação contábil estariam divididos em dois grupos de concentração: usuários internos e usuários externos. Os usuários internos estariam relacionados ao local onde se encontram os administradores e empregados, e os usuários externos são aqueles que estariam relacionados ao ambiente externo à entidade, compartilhando dela ou não, como o governo e seus órgãos, seus investidores e seus credores (MACEDO et al., 2008).

O FASB (1978, tradução nossa) julga que o grupo fundamental de usuários da contabilidade é constituído por acionistas, outros investidores e credores, de forma que a disseminação financeira deve responder às suas necessidades de informações, visto que esse grupo não tem poder a ponto de definir a produção da informação que almejam.

Segundo Costa (2002), independente dessa divisão de usuários, a contabilidade deve compreender cada conjunto de usuários interessados na sua base de dados, a fim de discernir suas reais necessidades e, desse modo, melhorar essa base, visando a atendê-los com informações úteis para uma eficiente tomada de decisão.

Costa (2002) também sinaliza para a visão tradicional da contabilidade, que respondia somente às necessidades informacionais do investidor por meio da evidenciação do resultado, do governo com o propósito de cumprir com os encargos tributários, e dos credores que necessitam compreender a situação financeira da organização para a subvenção de crédito, conforme mostra a figura 4.

Figura 4 - Visão tradicional da contabilidade

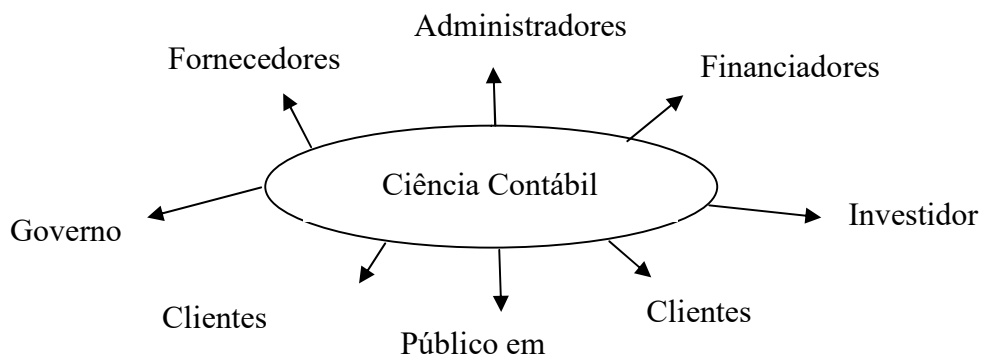


Fonte: Adaptado de Costa (2002, p. 6)

Contudo, com a industrialização e as mudanças inseridas no processo produtivo, complementado da conveniência de elevados investimentos, a diversidade nos negócios e a disputa acirrada entre as empresas, a contabilidade teve de procurar opções de adequação a esse padrão de empresa, seja por meio da inserção de novos demonstrativos ou a apropriação dos já existentes para responder às necessidades dos vários conjuntos de usuários que começaram a precisar das informações contábeis (COSTA, 2002).

Com a consolidação dos meios de comunicação, os indivíduos ficaram mais informados e, desse modo, mais cientes do seu papel na sociedade, aparecendo um novo usuário dos demonstrativos contábeis: a sociedade civil, como mostrado na figura 5, adaptada de Costa (2002).

Figura 5 - Visão moderna da contabilidade



Fonte: Adaptada de Costa (2002, p. 7)

Iudícibus (2009, p. 23), apresentou um quadro contendo os principais usuários das informações contábeis com o tipo de informação mais importante (Quadro 1):

Quadro 1 - Classificação dos usuários em função dos tipos de informação

USUÁRIO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL	META QUE DESEJARIA MAXIMIZAR OU TIPO DE INFORMAÇÃO MAIS IMPORTANTE
Acionista minoritário	Fluxo regular de dividendos.
Acionista majoritário ou com grande participação	Fluxo de dividendos, valor de mercado da ação, lucro por ação.
Acionista preferencial	Fluxo de dividendos mínimos ou fixos.
Emprestadores em geral	Geração de fluxos de caixa futuros suficientes para receber de volta o capital mais os juros, com segurança.
Entidades governamentais	Valor adicionado, produtividade, lucro tributável.
Empregados em geral, como assalariados	Fluxo de caixa futuro capaz de assegurar bons aumentos ou manutenção de salários, com segurança; liquidez.
Média e alta administração	Retorno sobre o ativo, retorno sobre o patrimônio líquido; situação de liquidez e endividamento confortáveis.

Fonte: Adaptado de Iudícibus (2009, p. 23)

Julgando a contabilidade como provedora de informações, Vihermaa (2008) ressalta que o reconhecimento dos usuários e das finalidades, pelo motivo que estes precisam de informações, repercute nos métodos de coleta, mensuração e transmissão das informações

contábeis. Desta forma, a referida autora classifica três tipos de usuários da informação contábil: os gestores, onde as informações contábeis se propõem a ajudar no processo decisório; os *stakeholders*, comumente interessados nas informações econômico-financeiras de uma organização; e os governos, onde as informações são usadas, visando à tributação e/ou regulamentação.

Por este ângulo, Horngren, Sundem e Stratton (2004, p. 4), partindo do pressuposto que o objetivo da contabilidade é colaborar na tomada de decisão, enquadram os usuários da informação contábil em três categorias:

1. Gestores internos que usam a informação para o planejamento e controle, em curto prazo, de operações rotineiras;
2. Gestores internos que usam a informação para tomar decisões não rotineiras (por exemplo, investir em equipamentos, determinar o preço de produtos e serviços, decidir a que produtos dar relevo ou não) e formular as políticas gerais e planos de longo prazo;
3. Usuários externos, tais como investidores e autoridades governamentais, que usam a informação para tomar decisões a respeito da empresa.

Suzart e Marcelino (2013) contextualizam que, independentemente de serem usuários internos ou externos, ambos utilizam as informações contábeis, cada um a sua maneira, que se aplica a sua necessidade. Portanto, os meios como estes grupos usam as informações contábeis possibilitam a classificação desta em duas classes: a) Informações gerenciais, que transferem assuntos que ajudam os gestores em suas incumbências organizacionais, em específico, no processo decisório e, b) Informações financeiras, que transferem assuntos acerca dos acontecimentos econômicos da organização.

2.4 EVIDENCIAÇÃO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

A palavra evidenciação interpõe-se às principais reflexões quando o assunto diz respeito à utilidade da informação contábil, visto ser uma palavra que se assemelha aos objetivos da contabilidade, tipificando-se como o caminho pelo qual ela deve realizar a sua missão, ou melhor, expor aos seus usuários informações claras, compreensíveis e relevantes para guiar decisões (DIAS FILHO, 2000).

De acordo com Most (1977), os limites da evidenciação se expandem adiante das demonstrações contábeis. Contudo, o autor destaca que, no olhar habitual, ela continua relacionada ao conceito de “relatórios financeiros” para apoiar as decisões dos usuários externos. O correto é que as fronteiras da evidenciação devem ser definidas visando aos

interesses e características dos usuários, atendendo às definições de relevância e materialidade (DIAS FILHO, 2000).

Dias Filho (2000) ainda enfatiza que, normalmente, os teóricos defendem que a evidenciação tem que ser “justa, adequada e plena”, permitindo que todos os elementos contábeis sejam entendidos, a fim de que possam influir no processo decisório. Enfim, se a contabilidade for desligada dos interesses do usuário, “torna-se um instrumento estéril, sem qualquer serventia” (DIAS FILHO, 2000, p. 40).

Na percepção de inúmeros profissionais brasileiros da área contábil, a palavra evidenciação é semelhante às notas explicativas, as quais, para obedecer a uma imposição legal, devem apresentar-se ao final das demonstrações financeiras. A evidenciação contábil consiste em mostrar a situação econômico-financeira e patrimonial de uma organização, efetuada com apoio das informações provenientes das escriturações contábeis, seja por meio das demonstrações impostas de publicações, seja pelos inúmeros relatórios expedidos pelos contadores (MACHADO; NUNES, 2006).

Atualmente, o investidor é bem mais metuculoso e refinado no tocante à informação do que anteriormente. Dessa forma, segundo o *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA) (1961 apud IUDÍCIBUS, 2009, p. 117), as informações contábeis devem ser evidenciadas com informações importantes, sem excessos que poderiam confundir quem estivesse investigando-as. Desta forma, “os demonstrativos contábeis deveriam evidenciar o que for necessário, a fim de não torná-los enganosos”.

Para Iudícibus (2009), a divulgação financeira é um acordo intransferível da contabilidade com seus utentes e com os próprios objetivos. As formas de divulgação podem diversificar, porém, a intenção é sempre a mesma: mostrar informação quantitativa e qualitativa de forma organizada, evitar o menos possível ficar de fora dos demonstrativos formais, com o propósito de oferecer um suporte adequado de informação para o usuário. Iudícibus (2009) ainda complementa que as notas explicativas não devem ser sobrepesadas com informações suplementares e se deve ter o cuidado para que as informações qualitativas não se transformem em informações subjetivas, afetando a evidenciação.

Acerca do processo de evidenciação, Beuren (2000) ressalta como uma das principais funções da contabilidade munir os gestores com informações úteis, cabendo-lhe gerar informações que ofereçam estrutura ao processo de tomada de decisões em todas as suas fases.

Para entender as razões que induzem a empresa a evidenciar ou não uma determinada informação, é importante conhecer os motivos que conduziriam a organização a proceder

daquela maneira. A evidenciação das empresas pode assumir duas perspectivas, a divulgação obrigatória e voluntária (LAMBERTI; SPERANDIO, 2012).

A imposição de *disclosure* obrigatório é positiva pela uniformização da informação. No panorama nacional, no que concerne às companhias abertas, pertence à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) o direito de padronizar (e fiscalizar) a disseminação das demonstrações contábeis (LAMBERTI; SPERANDIO, 2012). A divulgação obrigatória tem a função secundária de atribuir confiabilidade à divulgação voluntária, não o papel principal no *informing price*, tratamento mais comum (GIGLER; HEMMER, 1998).

A divulgação voluntária diz respeito ao *disclosure* que ultrapassa o que é indicado por lei, é uma escolha livre (*free choice*) dos gestores em divulgar informações suplementares para o processo de decisão dos utentes (LAMBERTI; SPERANDIO, 2012). O *disclosure* obrigatório é mais fidedigno do que o *disclosure* voluntário, todavia, inclina-se para ser menos tempestivo, significando que a confiabilidade deste último pode ser consequência dos estímulos que o gestor possui na ocasião da divulgação (GIGLER; HEMMER, 1998).

Para que as demonstrações contábeis possam ser compreendidas por todos os usuários, torna-se necessário que sejam apresentadas dentro do que destacam Hendriksen e Van Breda (1999, p. 515): “o nível de divulgação também depende do padrão considerado mais desejável. Três conceitos de divulgação são geralmente propostos: divulgação adequada, justa e completa”.

Na verdade, não existem diferenças concretas entre esses conceitos, apesar de que tenham definições distintas (Quadro 2). Toda a informação para o usuário tem necessidade de ser, concomitantemente, adequada, justa e completa, pelo menos no que diz respeito à particularidade do que está sendo evidenciado. De outra maneira, evidenciação é mostrar para o usuário da informação o necessário, a fim de que ele possa tomar as devidas decisões sobre o assunto em pauta (LAMBERTI; SPERANDIO, 2012).

No olhar de Araújo et al. (2004), o tipo e a quantidade de evidenciação deve ser pesquisada paralelamente ao tipo de usuário da informação contábil, e a determinação é para que os demonstrativos desprezem as informações não-relevantes e que as que forem apresentadas sejam adequadas, justas e completas, no tocante ao aspecto que deve ser evidenciado, tornando os demonstrativos relevantes e viáveis de serem compreendidos totalmente pelo responsável pela decisão (ARAÚJO et al., 2004).

No Quadro 2, são apresentadas as definições de cada nível de evidenciação.

Quadro 2 - Níveis de evidenciação da informação contábil

Níveis de Evidenciação	Definição
Adequada	Estabelece que um volume mínimo de informações deva ser divulgado para que as demonstrações não enganem o usuário.
Justa	Os usuários são tratados igualmente em seu potencial.
Completa	Presume que deve ser apresentada toda a informação relevante.

Fonte: Adaptado de Hendriksen e Van Breda (1999, p. 515)

Assim, para alcançar um nível apropriado das informações a serem divulgadas, três questões devem ser vistas: para quem deve ser divulgada a informação contábil; qual o objetivo da informação contábil; e quanta informação contábil deve ser divulgada (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999).

Destarte, as informações adequadas são aquelas propagadas em volume pequenino a fim de que os usuários possam entendê-las sem que aconteçam interpretações indevidas das respostas que pretendem expor. Ao contrário, as informações justas são aquelas divulgadas de maneira padronizada, permitindo que todos os usuários possam entendê-las, contanto que entendam no mínimo a estrutura das demonstrações. Por fim, as informações completas são aquelas que têm valor para o usuário, isto é, que de algum modo venham a auxiliar o usuário no entendimento da conjuntura da organização (SÖTHER; DILL; DRESEL, 2014).

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 515) adicionam que, “num mundo ideal, as decisões sobre o nível apropriado de divulgação seriam baseadas no aumento do bem estar social que qualquer divulgação adicional produzisse”. À vista disso, as informações adicionais ou voluntárias terão de ser disseminadas quando proporcionarem o acréscimo da satisfação do usuário (SÖTHER; DILL; DRESEL, 2014).

Quanto às formas de evidenciação, elas podem diversificar, conforme a literatura vigente, contanto que se preserve comunicar a informação de forma clara e ordenada (DIAS FILHO, 2000). Existem vários instrumentos para se realizar a divulgação da situação da empresa. Dentre os mais utilizados, destacam-se: as demonstrações financeiras, as notas explicativas, quadros e demonstrativos suplementares, parecer dos auditores independentes e os relatórios da diretoria.

- **Demonstrações Financeiras:** são os instrumentos que possuem maior quantidade de evidenciação. Apresentam aos seus usuários as condições financeiras da empresa num determinado período e proporcionam ampla colaboração na apreciação dos riscos e potencialidades de retorno da empresa. Tanto a estrutura como a terminologia usada nestas demonstrações financeiras

destinam-se a um melhor entendimento por parte do usuário (TAKAMATSU; LAMOUNIER; COLAUTO, 2008);

- Notas explicativas: quiçá seja a forma mais conhecida de evidenciação, sendo indicada a evidenciar informações que não podem ser expostas no corpo das demonstrações contábeis, visto que sua inserção só afetaria o entendimento desses demonstrativos. As notas explicativas têm como principais finalidades: expor informação não quantitativa como parcela do relatório financeiro; publicar correções e limitações a itens inclusos nas demonstrações; mostrar mais pormenores do que é possível nas demonstrações; e, expor material detalhado ou quantitativo de relevância secundário (PEREIRA; SILVA, 2014);
- Quadros e demonstrativos suplementares: os quadros em algumas vezes são adicionados no meio das notas explicativas e novamente em uma seção posterior as demonstrações e as notas explicativas. Podem ser usados para mostrar particularidades de itens que figuram nos demonstrativos contábeis, que complicariam a compreensão do usuário se fossem demonstrados no corpo destes. Já os demonstrativos suplementares podem ser utilizados de maneira mais audaciosa, servindo para mostrar demonstrações contábeis sob outra visão de análise, por exemplo, corrigidos pelo nível geral de preços, ou a custo de reposição, dentre outros (PEREIRA; SILVA, 2014);
- Parecer dos auditores independentes: serve como motivo complementar de evidenciação, legitimando para o mercado a posição achada nas demonstrações financeiras, visto que os auditores são pessoas exteriores à empresa, não tendo nenhum tipo de ligação que pudesse deturpar as informações (MACHADO; NUNES, 2006);
- Relatórios da diretoria: é um elemento de informação essencial para os usuários externos, em razão de que apresenta uma linguagem menos técnica. Incluem informações de natureza não financeira que atingem, ou poderão atingir o capital e o patrimônio da empresa (MACHADO; NUNES, 2006).

Dentro desse contexto, o contador, ao organizar os demonstrativos para publicação, deve ter o entendimento que esses demonstrativos correspondem claramente a um processo de comunicação com o usuário externo (DALMÁCIO; PAULO, 2004). Segundo Louzada (2002, p. 19), “o processo de comunicar implica no reconhecimento dos tipos de informações

necessárias aos usuários da informação contábil e a avaliação da sua habilidade em interpretar adequadamente a informação”. A habilidade de analisar a informação contábil deve recair no contador ou de um profissional apto,

[...] os relatórios contábeis devem ser preparados tendo em vista ser analisados por indivíduos com conhecimento bastante avantajado dos procedimentos e das normas contábeis, os quais interpretarão e traduzirão em termos mais simples o que dizem os demonstrativos para seus clientes (IUDÍCIBUS, 2009, p. 118).

Iudícibus (2009, p. 117) complementa: “a interpretação dos demonstrativos contábeis é tarefa única e exclusivamente reservada aos *experts* em contabilidade e finanças, que deveriam ser os intermediários entre as empresas e os donos de recursos, assessorando estes últimos nas análises”.

Quanto à linguagem aplicada na evidenciação, grande parte dos autores destaca que ela deve comunicar com exatidão os acontecimentos que pretende interpretar (DIAS FILHO, 2000).

Martins (1998, p. 24), trata a questão terminológica utilizando as seguintes palavras: "desde que duas pessoas resolvam comunicar-se, é absolutamente necessário que passem a dar aos objetos, conceitos e idéias o mesmo nome, sob pena de, no mínimo, reduzir-se o nível de entendimento". O referido autor complementa, confirmando: "o que comumente se denomina de mero problema de terminologia, talvez fosse mais bem tratado como magno problema de terminologia."

Sobre esse mesmo olhar, a Organização das Nações Unidas (ONU), por meio de um grupo de trabalho de especialistas em padrões internacionais de contabilidade, em seus relatórios, apontou que o modo de apresentação, a terminologia usada, os conceitos e hipóteses determinados devem ser apresentados de forma não dúbia, e bastante especificados, a fim de que a informação seja entendida com segurança (DIAS FILHO, 2000).

Mesmo admitindo que o usuário deve ter conhecimento antecipado para simplificar o entendimento da informação contábil, especialistas em comunicação argumentam que a situação ambiental e alguns aspectos pessoais são variáveis que devem ser apreciadas no processo de evidenciação (DIAS FILHO, 2000).

Andrade (1999) afirma que as dificuldades com a evidenciação estão contidas nos padrões de divulgação das informações contábeis que não expõem de maneira cabível o cenário econômico-financeiro, a avaliação de desempenho, o rumo e as expectativas futuras dos bancos, como também não atendem às expectativas dos distintos usuários, que, para trabalhar concomitantemente com as instituições financeiras com proteção, necessitam estar informados de tudo o que diz respeito às informações supramencionadas.

Por conseguinte, Pereira e Silva (2014) concluem dizendo que é fundamental evidenciar com transparência os eventos que necessitam ser informados, bem como os episódios que acontecem depois da data da conclusão das demonstrações contábeis. Todavia, é importante não apresentar informações desnecessárias, que podem confundir os usuários da informação, assim como estar atento à linguagem usada nas ditas demonstrações.

2.5 AS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS PARA TOMADA DE DECISÃO

O estudo do processo decisório nas organizações é um tema que vem sendo pesquisado por inúmeros estudiosos e empresários, no mínimo, nos últimos 50 anos, resultando em várias descobertas acerca do tema (PEREIRA; BARBOSA, 2007). Os autores afirmam que os profissionais de várias áreas comprometidos em processos de tomada de decisão são conscientes da sua importância, como também reconhecem que, na atual conjuntura sócio-político-econômica, de globalização, acirrada concorrência e avanço tecnológico, tem requerido, progressivamente, desses profissionais decisões mais corretas em um curto espaço de tempo. Por esse motivo, é importante compreender e procurar elaborar modelos que propiciem melhor aplicação de técnicas e regras em um processo de tomada de decisão organizacional no qual a informação se mostra como recurso imprescindível para o alicerce deste processo (PEREIRA; BARBOSA, 2007).

À frente da recente situação sócio-econômica global, onde a concorrência mercadológica está progressivamente evidente no meio organizacional, faz-se indispensável que as empresas desfrutem de informações de caráter tanto externo como interno, que apresentem confiança, qualidade, relevância e que sejam satisfatórias para auxiliar a tomada de decisão (SANTOS; MORAES; NASCIMENTO JUNIOR, 2013).

No ambiente organizacional, a procura por informações para tomada de decisão é fundamental para o êxito empresarial, pois, fazendo uso destas informações estarão aptos para progredir (FERREIRA et al., 2013). Para tornar compreensível a utilização da informação, Marion (1998, p. 28) declara que:

[...] função básica do contador é produzir informações úteis aos usuários da Contabilidade para tomada de decisões. Ressalte-se, entretanto, que, em nosso país, em alguns segmentos da nossa economia, principalmente na pequena empresa, a função do contador foi distorcida (infelizmente), estando voltada exclusivamente para satisfazer às exigências legais.

A distorção do eixo da informação tem acarretado perda bastante significativa para a contabilidade. Deste modo, mais que informar, é imprescindível disponibilizar informações relevantes à gestão empresarial. Os gestores consideram as informações contábeis imprescindíveis, todavia, salientam que a falta de qualidade dessas informações afetam as estratégias empresariais. Por esse motivo, é importante a contabilidade antepor-se ao futuro, canalizando seus esforços em detrimento de informações que venham a contribuir com a evolução de estratégias e indicadores de desempenho, visando à excelência empresarial (LUCENA, 2004).

O autor ainda comenta que as informações devem ser confiáveis e necessárias e chegarem aos gestores em tempo hábil de tomar decisões, já que decisões necessitam ser tomadas e os empresários não podem esperar. Por essa razão, as informações contábeis devem estar a todo tempo atentas para ajudar e colaborar com uma decisão.

A contabilidade tem como objetivo possibilitar informações importantes a seus usuários, visando a oferecê-los maior firmeza em suas decisões. Na modernidade, as informações contábeis apontam um amplo diferencial competitivo. Nesse mercado tão austero, as empresas que souberem utilizar essas informações de forma adequada, sobreviverão às dificuldades que lhes forem determinadas com maior facilidade, e apresentarão maior segurança no desenvolvimento de suas atividades (SANTOS; MORAES; NASCIMENTO JUNIOR, 2013).

Dessa forma, Needles, Anderson e Caldwell (1994) ressaltam que as informações contábeis apresentam ferramentas que não devem ser dirigidas para auxiliar aqueles que não têm entendimento qualificado para apreendê-las e aplicá-las corretamente. Apesar disso, o seu uso pode ser compreendido e a contabilidade deve oferecer informações que possam ser usadas por todos aqueles que estejam afeitos a fazê-lo de modo apropriado.

Guerreiro (1992, p. 2) afirma que:

Os gestores têm uma grande dependência do recurso “informação”. A informação é matéria prima do processo de tomada de decisão. A informação útil é aquela que atende as necessidades específicas dos gestores, segundo as áreas que atuam, as operações que desenvolvem e os conceitos que lhes façam sentido lógico [...].

Assim, as empresas, para tornarem-se competitivas, devem utilizar a contabilidade de forma completa e apropriada às suas necessidades, como um bem necessário. A fim de que essas empresas possibilitem maior eficiência, agilidade, flexibilidade, além de propagar maior segurança aos gestores, para que estes possam avaliar de maneira mais adequada as decisões que serão tomadas e os resultados que estas poderão naturalmente acarretar quando postas em ação (SANTOS; MORAES; NASCIMENTO JUNIOR, 2013).

A tomada de decisões tem papel de destaque na contabilidade. Seu valor tem sido destacado nas definições dos objetivos da contabilidade, que, segundo Iudícibus (2009, p. 23), “[...] pode ser resumido no fornecimento de informações econômicas para os usuários, de forma que propiciem decisões racionais”. Para tal é preciso um entendimento do modelo decisório do usuário e, de maneira mais fácil, é necessário conhecer qual a informação que o usuário considera mais importante, a fim de delinear o conjunto de informações apropriadas (IUDÍCIBUS, 2009). No entanto, faz-se necessário que essa informação emitida pela contabilidade seja relevante, útil, oportuna, tempestiva e confiável, a fim de que ela possa atender a esse objetivo e, por conseguinte, as necessidades dos seus usuários (SUZART; MARCELINO, 2013).

Na mesma linha de pensamento, Feies, Virag e Mates (2013) afirmam, para as informações contábeis serem úteis ao usuário, assim como serem relevantes no processo de tomada de decisão, devem responder a quatro características qualitativas: serem compreensíveis, terem relevância, serem confiáveis e compatíveis com a realidade. Van der Veeken e Wouters (2002) afirmam que, se as informações contábeis forem tempestivas, confiáveis e relevantes, elas ajudam aos gestores. Todavia, destacam que essas informações não configuram a única saída, sendo uma parcela de um conjunto mais amplo de informações que é aplicado no processo decisório.

Baron (1998) também afirma, não basta que as informações possuam essas características, ao dizer que as decisões tomadas de um modo vigorosamente positivo podem ampliar o otimismo e disposição para arcar perigos ilimitados no negócio e desconhecer certas opções e resultados de decisões impensadas, o que deve ser repensado antes de tomá-las. Desta forma, o gestor deve estar alerta com o que se processa ao seu redor e procurar a gestão do conhecimento que foca no planejamento, na organização, na motivação e no controle de pessoas, os quais são processos contínuos na empresa para garantir que os resultados possam ser constantemente melhorados (FEIES; VIRAG; MATES, 2013).

Segundo Figueiredo e Caggiano (2006, p. 33), “o processo de tomada de decisão é uma seqüência lógica de etapas que expressam a racionalidade com a qual os gestores buscam soluções ótimas para os problemas da empresa”. Ou melhor, o processo decisório percorre uma sucessão racional de etapas, tendo em vista a resolução de problemas, são elas: a) definição do problema; b) obtenção dos fatos; c) formulação das alternativas; d) ponderação e decisão (FIGUEIREDO; CAGGIANO, 2006, p.34).

Por conseguinte, antes de o gestor tomar qualquer decisão, deve juntar todas as informações relevantes para a execução da ação almejada. Para tal, esta decisão demanda do

gestor um entendimento para executar a decisão tomada (MARTINS; BONFIM; DANTAS, 2009).

Segundo Silva e Ordones (2014), a tomada de decisão pelos gestores requer muita responsabilidade, pois as decisões tomadas direcionam o olhar a resultados posteriores da organização. Cotidianamente, os indivíduos estão sujeitos a tomar várias decisões, sejam elas simples ou complexas, longas ou de curto prazo, planejadas ou não. Contudo, essas decisões, impreterivelmente, vão influir no seu próprio futuro e, igualmente, acontecerá com as empresas. Percebe-se, portanto, que, entre outras, existem decisões que necessitam de maior cautela, em razão de que uma decisão errônea, obviamente, pode acarretar danos e, muitas vezes, o desfecho de grandes entidades (SILVA; ORDONES, 2014).

À vista disso, os autores afirmam que, para qualquer tomada de decisão, é importante ter uma visão diversificada da empresa, a fim de que se possam estimar, com aproximada precisão, os prováveis embates que poderão ocorrer; sem esquecer as incertezas do mercado, visto ser uma das circunstâncias que mais intervém na tomada de decisão. Iudícibus e Marion (1999) reiteram, o processo decisório resultante das informações fornecidas pela contabilidade não se resume meramente ao âmbito empresarial e aos usuários internos. O gestor, para tomar decisões, deve verificar as transações comerciais e funcionais internas e também estar ciente dos acontecimentos externos. Uma visão macro diminui a probabilidade de acontecer erros na tomada de decisões.

Logo, para uma maior proteção em uma tomada de decisão, é fundamental obter vários tipos de informações, minimizando, assim, a ocorrência de riscos e falhas, lembrando que, tomada de decisões podem ter resultados vantajosos ou infelizes. Esse último resultado deve ser evitado, em razão de que o mercado não tem permitido erros, e a concorrência está aguardando qualquer engano para obter mais espaço no mercado externo (CASSARRO, 2001).

No olhar de Borilli et al. (2000, p. 13):

A tomada de decisão requer um estudo prévio, em que se procederá ao levantamento dos dados e informações que, numa atitude de inteligência, propicia a percepção da necessidade da decisão, ou ainda, da melhor oportunidade em que deverá ocorrer.

Para discernir os componentes que concederão alicerce para uma correta tomada de decisão, é indispensável detectar o problema ou a decisão que deve ser tomada, conseguindo-se então as informações prévias. Nessa etapa de procura dos componentes e dos objetivos específicos é onde tem início o delineamento do sucesso da tomada de decisão (BORILLI et al., 2000). Para os autores, o processo decisório está relacionado aos objetivos da empresa, a

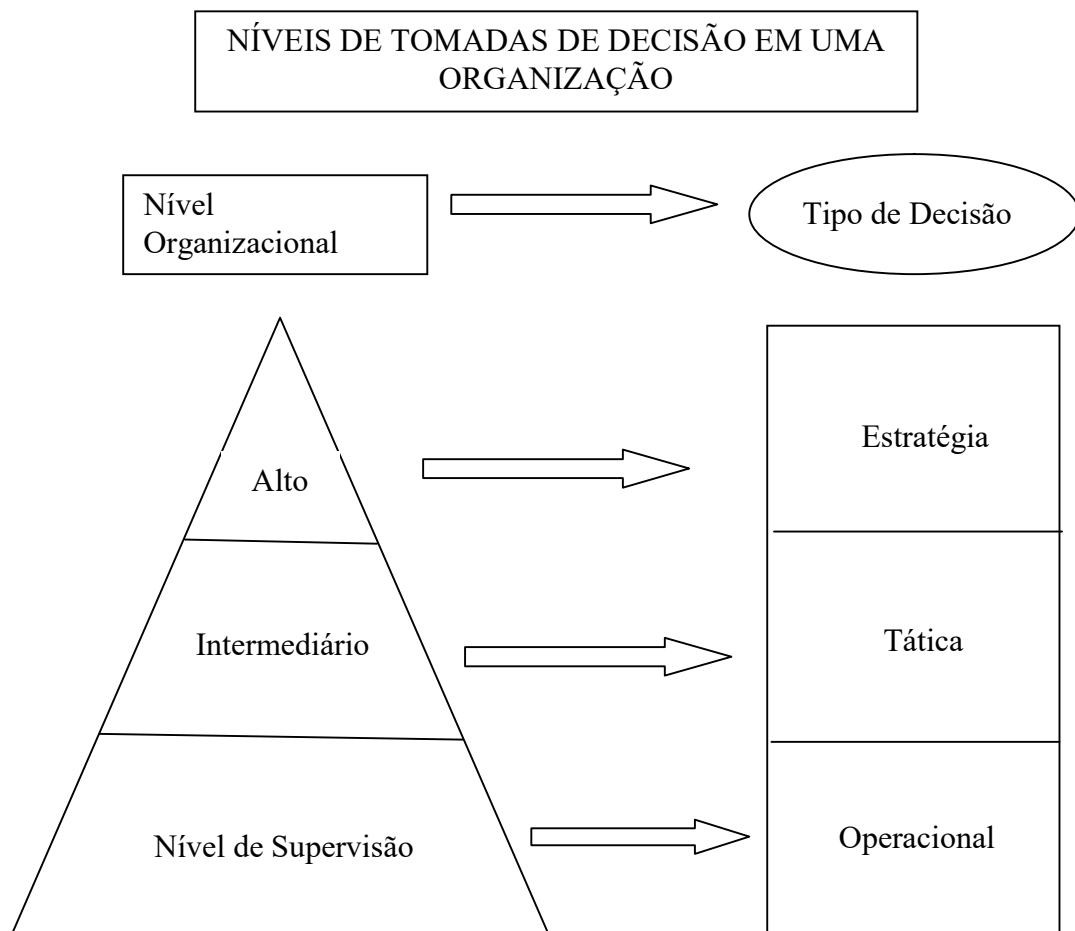
conseguir e repartir recursos, usualmente insuficientes. Para administrar e determinar os recursos, a empresa precisa priorizar as decisões e estratégias de acordo com a seu valor e relevância com decisões estratégicas, táticas e operacionais (BORILLI et al., 2000).

Conforme Moritz e Pereira (2006, p. 42-43),

As decisões estratégicas são aquelas que determinam os objetivos da organização como um todo, seus propósitos e direção, sendo uma função exclusiva da alta administração [...]. Em relação às decisões táticas (ou administrativas), elas são tomadas em um nível abaixo das decisões estratégicas. Normalmente são tomadas pela gerência intermediária, como gerentes de divisão ou de departamentos. Essas decisões envolvem o desenvolvimento de táticas para realizar as metas estratégicas definidas pela alta gerência [...]. E por último, as decisões operacionais, que são tomadas no nível mais baixo da estrutura organizacional, no campo da supervisão ou operacional de uma empresa, e se referem ao curso de operações diárias [...].

As decisões estratégicas, táticas e operacionais estão a seguir estruturadas, como mostradas na figura 6.

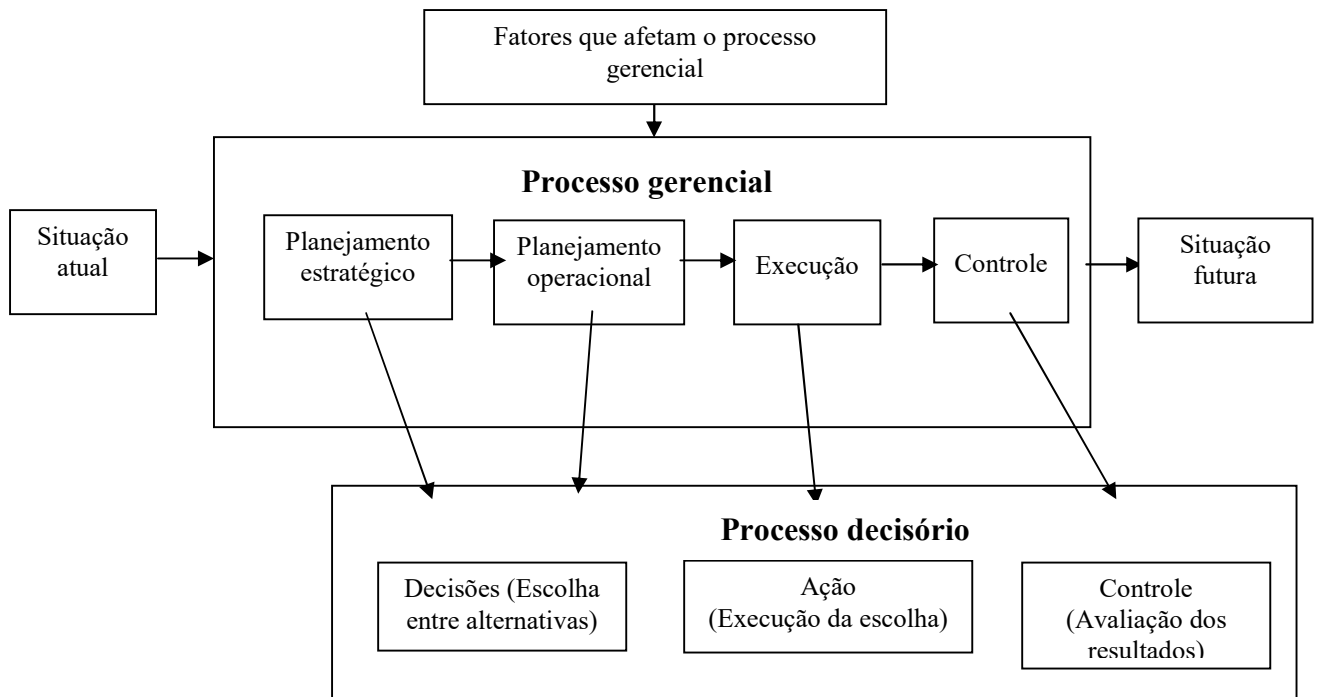
Figura 6 - Níveis de tomadas de decisão em uma organização



Fonte: Adaptado de Moritz e Pereira (2006, p. 42)

No tocante ao processo decisório no âmbito organizacional Guerreiro (1989 apud PARISI; NOBRE, 1999) compreende que ele pode ser comparado com as fases do ciclo gerencial: planejamento (identificar e escolher a melhor alternativa de ação); execução (implementar a alternativa escolhida – ação) e; controle (avaliar os resultados e medidas corretivas necessárias), como demonstrado na figura 7, adaptado de Parisi e Nobre.

Figura 7 - O processo decisório e o processo gerencial



Fonte: Adaptado de Parisi e Nobre (1999, p. 120)

Horngren, Sundem e Stratton (2004, p. 8) afirmam que “a tomada de decisão, entendida como sendo a escolha entre um conjunto de opções visando ao alcance de um objetivo, constitui o núcleo do processo gerencial”.

Porton e Longaray (2006) admitem que as informações contábeis influenciam no processo decisório, contanto que estejam acessíveis em tempo ágil, sejam simples e sejam utilizadas pelos gestores.

Conforme Lowe (2000), as informações contábeis são úteis, porque, além de apresentarem acontecimentos concretos de forma fidedigna, minimizam a incerteza. Em decorrência, as informações contábeis exercem um papel importante no processo decisório de uma entidade.

As informações contábeis são de grande valor para a tomada de decisão, oferecendo informações a respeito da vida financeira e econômica da organização, de maneira a propiciar decisões acertadas e produtivas. No processo decisório, as informações contábeis exercem uma função importante ao resumir e organizar os dados das operações econômicas efetuadas por uma organização (SUZART; MARCELINO, 2013).

Na organização, o valor da tomada de decisão é muito nítido e pode ser constatado praticamente em qualquer observação organizacional (FREITAS et al., 1997). Segundo os autores, esta conexão é tão próxima que é impraticável pensar a organização sem ocorrer, frequentemente, o processo decisório, uma vez que as atividades efetuadas na organização, nas suas diversas classes hierárquicas, são principalmente atividades de tomada de decisão e resolução de problemas.

A informação é fator decisivo para qualquer empresa permanecer funcionando e atendendo às necessidades do comércio globalizado. A quantidade e qualidade das informações acerca dos produtos e serviços aplicados no comércio servem de base para o processo decisório. Assim, nas informações utilizadas no processo de tomada de decisão pelo gestor organizacional, encontra-se o processo da informação, ou melhor, como a informação é abordada, organizada e trabalhada no universo organizacional (FERREIRA, 2006).

Para concluir, Ferreira et al. (2013) ressaltam que, para a organização alcançar seus objetivos (metas) e conseguir eficiência, deve usar como ferramenta as informações contábeis para a tomada de decisão.

2.6 ESTUDOS ANTERIORES

No desenvolvimento desse estudo, foi realizada uma revisão bibliográfica com base na informação contábil para tomada de decisão, visando detectar a ocorrência de literatura específica sobre o assunto em discussão, assim como para verificar o ponto de vista de outros pesquisadores sobre o tema. Para tal, se fez uso de pesquisas em bases de estudos, tais como o portal de periódicos da Capes e o Google Acadêmico, agregados a consultas a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). A partir da mencionada revisão bibliográfica, destacamos alguns estudos que se relacionam com a abordagem dessa pesquisa, tal qual exposto no quadro 3, a seguir.

Quadro 3 - Estudos anteriores

AUTOR(ES)/ ANO	TÍTULO	OBJETIVOS
Strocher (2005)	Identificação das características das informações contábeis e a sua utilização para tomada de decisão organizacional de pequenas empresas	Identificar as características das informações contábeis e a sua utilização para tomada de decisão organizacional de pequenas empresas, a partir das opiniões de contadores e proprietários de pequenas empresas.
Campelo (2007)	Características qualitativas da informação contábil: uma análise do grau de entendimento dos gestores financeiros de empresas do setor elétrico brasileiro	Analisar se o grau de entendimento dos gestores financeiros de empresas do setor elétrico brasileiro quanto às características qualitativas das informações contábeis está relacionado com a sua experiência na função e/ou com a sua área de formação acadêmica.
Dantas (2009)	Um diagnóstico da utilização da informação contábil como suporte à tomada de decisão nas indústrias calçadistas da cidade de Campina Grande – PB	Verificar quais variáveis relacionadas com o perfil do gestor e/ou com a estrutura do negócio explicam a opção pelo uso da informação contábil por parte dos tomadores de decisões nas indústrias do polo calçadista de Capina Grande .
Marcelino; Suzart (2009)	O papel das informações contábeis no processo decisório das indústrias situadas na Região Metropolitana de Salvador	Analisar o papel das informações contábeis no processo decisório das indústrias situadas na Região Metropolitana de Salvador (RMS).
Silva (2010)	Utilidade da informação contábil para tomada de decisões: um estudo sobre a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas da Grande João Pessoa	Explicar qual é o nível de percepção que os gestores das micro e pequenas empresas localizadas nos municípios que fazem parte da Grande João Pessoa têm quanto á utilidade das informações contábeis no processo de gestão das organizações por eles dirigidas.
Silva; Ordones (2014)	A importância das informações contábeis no processo de tomada de decisão	Demonstrar e definir as características da informação contábil no seu aspecto gerencial, bem como analisar sua influência no processo decisório dentro das organizações.

Fonte: elaboração da autora (2016)

O estudo de Strocher (2005) percebeu que os empresários ligam a Contabilidade ao excesso de fiscalismo e à arrecadação de impostos. Isso acontece em virtude de que muitos contadores, em particular aqueles que têm escritórios de contabilidade e prestam serviços para as pequenas empresas, se especializam em aspectos fiscais, oferecendo, dessa maneira, informações aos seus clientes concernentes a essa área. Por conseguinte, dado o aspecto legal e fiscal das informações que os contadores oferecem aos empresários, esses não as têm utilizado, na maioria das vezes, para a tomada de decisão. Verificou, todavia, que o empresário, em muitos casos, não tem os conhecimentos contábeis suficientes e, às vezes, não consegue sequer avaliar a sua relevância.

Por esse motivo, competiria ao contador estreitar uma aproximação, participar e conhecer mais a vida empresarial de seus clientes e mostrar com convencimento a importância da contabilidade para uma apropriada gestão empresarial. Além disso, para que as informações contábeis, não apenas as de caráter legal, fiscal e burocrático, tenham relevância para a gestão das pequenas empresas, sendo utilizadas para a tomada de decisão, devem elas respeitar as especificidades das pequenas empresas, serem apresentadas de forma simples e, principalmente, contextualizadas para possibilitar a compreensão por parte dos empresários.

Dessa maneira, a partir das opiniões de contadores e proprietários de pequenas empresas, e os resultados do estudo, tem-se que as características das informações contábeis para torná-las mais úteis aos proprietários das pequenas empresas devem estar pautadas na transparência, evidenciação, confiabilidade, relevância, direção (orientação), simplicidade e objetividade.

Campelo (2007) observou que as informações contábeis utilizadas pela maior parte dos gestores estavam munidas das características qualitativas da compreensibilidade, relevância (tempestividade, valor preditivo e valor como *feedback*), confiabilidade (representação fiel, essência sobre a forma, neutralidade, prudência e verificabilidade) e comparabilidade.

Concluiu-se que, de modo geral, o grau de entendimento quanto às características qualitativas da informação contábil não está associado com as variáveis das hipóteses de pesquisa (tempo de experiência e área de formação acadêmica), muito menos com as demais variáveis, com ressalva das associações achadas entre as características da tempestividade e do valor como *feedback* e a variável tempo de experiência, entre o grau de entendimento quanto ao valor preditivo e o tipo de empresa, entre a representação fiel e as variáveis gênero e região e entre a característica da neutralidade e a função e o nível de escolaridade do gestor.

Já no estudo de Dantas (2009), os resultados da pesquisa mostram que as variáveis relacionadas ao perfil do gestor e/ou estrutura do negócio que podem esclarecer a preferência dos gestores pelo uso da informação contábil são: quantidade de modelos de calçados produzidos, ou seja, quanto maior o número de modelos produzidos pela indústria maior será a opção pelo uso da informação contábil, o porte da indústria e o grau de escolaridade do gestor.

Marcelino e Suzart (2009) salientaram as seguintes características: as informações contábeis são processadas externamente, através de serviço terceirizado, e atualizadas em até um mês da ocorrência dos atos e/ou fatos geradores; são utilizadas como fonte secundária no

processo decisório, sendo a experiência do responsável pela tomada de decisão a fonte mais importante; a área de custos é a mais importante na tomada de decisões gerenciais e o Balancete é o relatório contábil mais útil; as informações contábeis são mais utilizadas em decisões de investimentos e operacionais e existe o apoio de sistemas informatizados no processamento de informações que auxiliam o processo decisório.

Silva (2010) constatou que não há percepção estatisticamente significativa ao nível 5%, por parte dos gestores das micro e pequenas empresas da Grande João Pessoa, quanto à utilidade da informação contábil no processo decisório, ou seja, esses gestores são indiferentes quanto à utilidade da informação contábil em seus processos de tomadas de decisão.

Silva e Ordones (2014), a partir dos resultados da pesquisa, concluíram que as demonstrações dos custos diretos e custos indiretos formalizam o totalizador dos gastos operacionais para a formalização do custo unitário. Tais constatações evidenciam, ainda, que o custo total dividido pelo total de unidades produzidas é equivalente ao preço unitário de cada produto. Logo, o preço em questão será definido não só pelo custo apurado, mas também por uma decisão extraída das informações da tabela; nesse caso, a essência da decisão virá da informação mais precisa. Conclui-se, assim, que a informação gerada pela contabilidade possui grande relevância e oferece suporte ao processo decisório nas organizações.

Tendo em vista os fatos apresentados, ressalta-se que os estudos listados no quadro 3, além de colaborar para o delineamento teórico do conteúdo abordado nesse estudo, podem possibilitar debates adicionais com os resultados obtidos nessa pesquisa.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa tem características que dialogam com os seguintes tipos de pesquisa: a exploratória e a descritiva. A pesquisa exploratória se explica pela necessidade de possibilitar maior conhecimento acerca do tema escolhido, pretendendo à clarificação de conceitos e o maior entendimento do assunto para auxiliar no avanço das questões abordadas.

Para determinados autores, como Gil (2008), muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira fase de uma análise mais extensa, principalmente quando o tema escolhido é bastante genérico.

Dessa forma, este estudo fará uso da pesquisa exploratória por propor a investigar um tema ainda pouco abordado no universo pretendido.

Concernente à pesquisa descritiva, segundo Andrade (2010), nesse tipo de pesquisa os acontecimentos são reparados, registrados, investigados, classificados e decifrados sem que o pesquisador interfira neles. Marion, Dias e Traldi (2002) ressaltam que neste tipo de pesquisa não se manipulam as variáveis do estudo. Na prática se objetiva descrever as características de determinada população ou fenômeno.

Face ao exposto, a presente pesquisa será de natureza descritiva porque estudará uma determinada população, descrevendo suas características, estabelecendo variáveis entre si, a partir de seus objetivos (LOPES et al., 2010).

O presente estudo teve início com um levantamento bibliográfico de fontes secundárias como: livros, artigos e eventos científicos, trabalhos acadêmicos além de consultas em páginas de *websites*.

Os dados primários foram gerados a começar da aplicação de questionários à amostra selecionada, mediante descrito no tópico 3.4, mais adiante exposto.

Finalmente, esta pesquisa sugere uma abordagem quantitativa, porque o questionário que foi usado para a coleta dos dados primários engloba questões fechadas, que se centralizam na objetividade.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA INVESTIGADA

Na definição de Matias-Pereira (2010, p. 75), “população ou universo da pesquisa é a totalidade dos indivíduos que possuem as mesmas características definidas por um determinado assunto”.

Na maioria das vezes, por impedimento ou impossibilidade econômica ou temporal, a pesquisa limita-se a apenas uma parte da população, que é chamada de amostra.

Lakatos e Marconi (1991, p. 108) escrevem que “a amostra constitui uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”.

Considerando a impossibilidade de acesso ao cadastro oficial do universo de *pet shop* da cidade do Recife, Pernambuco, esta pesquisa foi operacionalizada através de uma amostra dessas empresas a partir do contato direto e acessibilidade. A amostra para operacionalização desta pesquisa foi composta por 16 (dezesesseis) *pet shops*, que aceitaram participar espontaneamente desta investigação.

O tema escolhido decorreu da necessidade de se tomar decisões ágeis e seguras, a fim de que a empresa sobreviva às diversas mudanças que acontecem hoje no mercado, onde cada decisão tomada poderá conduzir a empresa ao sucesso ou ao fracasso.

Diante dessa perspectiva o tema apresentado nesta pesquisa, a importância da informação contábil no processo de tomada de decisão: estudo no setor de *pet shop*, na cidade do Recife, no Estado de Pernambuco, serve para que seus gestores estejam assessorados e recebam informações para escolherem as melhores alternativas, e para identificá-las são necessários os dados contábeis, que devem ser considerados a fim de que a decisão tomada seja a mais apropriada à necessidade da empresa.

3.3 VARIÁVEIS DA PESQUISA

Nesta pesquisa serão considerados quatro grupos de variáveis:

- perfil das organizações;
- perfil dos gestores;
- características das informações contábeis;
- características da tomada de decisão.

Com relação ao perfil das organizações, serão analisados os seguintes aspectos: tipo de empresa, periodicidade da prestação de contas aos sócios, tempo de existência da empresa, amplitude do mercado explorado, tamanho da empresa pelo número de funcionários, tamanho da empresa pelo nível de faturamento anual bruto, estrutura hierárquica da empresa, grau de formalização dos processos operacionais e prestação de serviços contábeis à empresa.

Com relação ao perfil concernente aos gestores, serão analisados os seguintes aspectos: gênero, idade, nível de escolaridade, experiência profissional como gestor, tempo de atuação como gestor, atividade anterior de gestão e periodicidade de reunião com o responsável pela contabilidade.

Com relação às características das informações contábeis, serão analisados os seguintes aspectos: opinião dos gestores acerca das características das informações e do meio de comunicação interna referente as informações contábeis.

Com relação às características da tomada de decisão, será analisada a opinião dos gestores acerca da aplicabilidade das informações contábeis na tomada de decisão.

3.4 COLETA DE DADOS

Ao escolher o questionário do tipo fechado (Apêndice A) como instrumento de coleta, optou-se pela escala psicométrica *Likert*, definição lastreada pelas vantagens de sua aplicação, amplamente utilizada em pesquisas de opinião.

A escala *Likert* requer que os indivíduos da pesquisa indiquem seu grau de concordância ou discordância com declarações relativas à atitude que está sendo medida (BACKER, 1995). Mattar (2001) explica que a cada item de resposta é atribuído um número que reflete a direção da atitude dos respondentes em relação a cada assertiva. A pontuação total da atitude de cada respondente é dada pela somatória das pontuações obtidas para cada assertiva.

A cada assertiva foi atribuída uma escala qualitativa, representando uma gradação ou nível de concordância, tendo como centralidade a indiferença (algo / às vezes) ou desconhecimento acerca do teor da proposição apresentada.

A escala utilizada foi a *Likert-5*, com o parâmetro de 0 a 4, onde zero correspondia a nada e quatro correspondia a tudo, para que o respondente assinalasse a opção que melhor

correspondesse ao seu entendimento acerca da incidência de cada uma das características das informações contábeis por ele usadas. E, para medir a opinião atribuída pelo respondente acerca da aplicabilidade das informações contábeis na tomada de decisão, também foi utilizada a escala *Likert-5*, com o parâmetro de 0 a 4, onde zero correspondia a nunca e quatro correspondia a sempre.

Por essa escala, os respondentes são requisitados a refletir acerca das assertivas, escolhendo, posteriormente, o grau na escala que melhor representa sua atitude ou opinião.

Por outro lado, o questionário fechado permite que o respondente, em cada pergunta, assinale uma ou mais alternativas para informar a sua preferência sobre a pergunta que lhe foi feita, Marconi e Lakatos (2010, p. 184), com propriedade, afirmam que "o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador".

No mesmo olhar e detalhando a definição, Vergara (2004) informa que no questionário fechado, o respondente faz escolhas, ou pondera, diante das alternativas apresentadas.

No tocante à forma de aplicação do instrumento de coleta proposto, o questionário foi realizado pela própria pesquisadora respeitando o horário de conveniência do gestor do *pet shop*, e cada entrevista durou, em média, entre 30 (trinta) e 40 (quarenta) minutos. Juntamente ao questionário foi inserida uma carta de apresentação (Apêndice A), esclarecendo a natureza da pesquisa, assim como destacando o valor da sua contribuição, pois, como alegam Marconi e Lakatos (2010, p. 184), "junto ao questionário deve-se enviar uma nota ou carta explicando a natureza da pesquisa, sua importância e a necessidade de obter respostas, tentando despertar o interesse do receptor, no sentido de que ele preencha e devolva o questionário dentro de um prazo razoável".

O questionário em comento foi elaborado considerando os construtos a serem avaliados, ou melhor, os fenômenos de interesse, os atributos ou comportamentos a serem descobertos, os quais guardam consenso com os objetivos específicos delineado nesta dissertação. Isso posto, foram considerados os seguintes construtos:

- Parte I – Perfil Organizacional
- Parte II – Perfil do Gestor
- Parte III – Informações Contábeis
- Parte IV – Tomada de Decisão

Logo depois da elaboração do questionário, realizou-se um pré-teste com três gestores de *pet shop*, através do qual foi possível entender a necessidade de revisar e

acrescentar algumas questões e a partir daí os questionários foram aplicados. Vale ressaltar que os gestores do pré-teste fizeram parte da amostra da pesquisa.

3.5 TÉCNICA ESTATÍSTICA

Nesta pesquisa foram utilizadas três técnicas estatísticas distintas para a análise dos dados coletados, a saber:

- estatística descritiva;
- coeficiente de correlação de *Spearman*;
- teste U de *Mann-Whitney*

Para analisar os dados coletados por meio dos questionários, foi utilizado, inicialmente, o tratamento estatístico através da análise descritiva dos resultados. Segundo Levine, Berenson e Stephan (2000, p. 5), “a estatística descritiva pode ser definida como os métodos que envolvem a coleta, a apresentação e caracterização de um conjunto de dados de modo a descrever apropriadamente as várias características deste conjunto”.

Na segunda parte da análise, foram realizados os testes estatísticos não paramétricos que, segundo Bruni e Famá (2004), são usados quando não é possível supor ou assumir características sobre parâmetros de onde a amostra foi extraída e, de acordo com Martins (1998), esses testes são especialmente úteis para dados provenientes de pesquisas da área de ciências humanas.

Foram utilizados os testes não paramétricos de *Mann-Whitney U* para as variáveis ordinais e binárias e o coeficiente de correlação de *Spearman* para as variáveis ordinais, considerando um nível de significância de 0,05, procurando verificar a existência de correlação entre a opinião dos gestores acerca das características das informações contábeis para o processo decisório e as variáveis da pesquisa. Acerca do teste de correlação de *Spearman*, Vieira (2004) expõe que o referido teste é usado quando se almeja investigar a existência de correlação entre variáveis ordinais.

Viali (2008) afirma desde que o grau de mensuração seja no mínimo ordinal, pode-se utilizar a prova U de *Mann-Whitney* para confirmar se dois grupos independentes foram ou não tirados da mesma população. Refere-se a uma das mais importantes provas não-

paramétricas e representa uma alternativa intensamente útil da prova paramétrica t, quando se almeja impedir as hipóteses exigidas por ela ou quando a mensuração exigida é inferior à de escala de intervalos.

Tanto a análise descritiva quanto os testes estatísticos foram efetuados com a aplicação do software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 12.0. O SPSS é um sistema de análise estatística que possibilita o cruzamento dos dados, acarretando uma análise mais acurada das informações pesquisadas.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste item, são mostrados e analisados os resultados conseguidos com a aplicação dos questionários de pesquisa aos *pet shops* na cidade do Recife, Pernambuco construídos visando responder aos objetivos da pesquisa, levantados no item 1.3 deste trabalho. A amostra para operacionalização desta pesquisa foi composta por 16 (dezesesseis) *pet shops* a partir do contato direto e acessibilidade, que aceitaram participar espontaneamente desta investigação.

A análise dos dados foi distribuída em duas partes: estatística descritiva e testes estatísticos. Na parte I, estatística descritiva, foram analisados o perfil das empresas (tabelas 1 a 9), perfil dos gestores (tabelas 10 a 16), informações contábeis (tabelas 17 e 18) e tomada de decisão (tabela 19). Posteriormente, na parte II, foram analisadas algumas relações: entre as características das empresas e as características das informações contábeis (tabela 20); entre o tipo das empresas e as características das informações contábeis (tabela 21); entre as características dos gestores e as características das informações contábeis (tabela 22); entre o gênero e experiência prévia dos gestores e as características das informações contábeis (tabela 23); entre as características das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão (tabela 24); entre o tipo das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão (tabela 25); entre as características dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão (tabela 26); entre o gênero e a experiência prévia dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão (tabela 27); entre as características das informações contábeis e as percepções dos gestores na tomada de decisão (tabela 28).

Inicialmente, apresenta-se o perfil das empresas e dos gestores com os respectivos resultados da pesquisa. Após, foi feita análise concernente ao conjunto de informações dos seguintes tópicos: informações contábeis e tomada de decisão.

Para cada tópico, foram elaboradas questões concernentes ao assunto, aglutinadas em questionários aplicados pessoalmente pela própria pesquisadora aos dezesseis gestores. As análises feitas, a seguir, serão apresentadas em dados quantitativos, não percentuais, uma vez que o universo estudado é limitado.

4.1 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Para verificar qual o nível de percepção quanto à utilidade da informação contábil no processo de tomada de decisões pelos gestores dessa pesquisa, foram pré-estabelecidas 4 variáveis, conforme o item 3.3 partindo da suposição de que a relação, ou não, dessas variáveis no cotidiano do gestor proporcionará, ou não, influência na tomada de decisão.

As tabelas de 1 a 19 são concernente a verificação supracitada:

4.1.1 Perfil das Empresas

No atinente às questões relacionadas à empresa, foram analisados os tópicos a seguir, a partir das respostas dos dezesseis gestores.

Tabela 1 - Tipo de empresa

Tipo	Frequência
Individual	5
Sociedade Empresarial Limitada	11
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A pesquisa evidenciou que, do universo analisado, a sociedade empresarial limitada aparece com maior frequência: dos dezesseis entrevistados, onze pertencem à sociedade empresarial limitada, enquanto cinco estão enquadrados como empresa individual. Esse quantitativo demonstra que, nessa área de serviços, há uma tendência para o associativismo, a parceria empresarial.

Tabela 2 - Periodicidade da prestação de contas aos sócios

Periodicidade	Frequência
Nunca	2
Anualmente	4
Semestralmente	0
Mensalmente	5
Total	11

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Com relação à periodicidade da prestação de contas aos sócios, a pesquisa observou um maior quantitativo referente à forma mensal, corroborando com o item anterior, que demonstra um trabalho em parceria, com constante troca de ideias para o crescimento da empresa. Foram cinco gestores que sinalizaram nesse sentido, enquanto que quatro gestores têm periodicidade anual, ao passo que dois gestores apresentaram que nunca fazem prestação de contas aos sócios.

Tabela 3 - Amplitude dos mercados explorados pelas empresas

Amplitude de mercado	Frequência
Próprio bairro	0
Bairros vizinhos	5
Cidade	8
Cidades vizinhas	3
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A amplitude dos mercados explorados também foi objeto de estudo da presente pesquisa, que demonstrou que as empresas ultrapassam o atendimento local, dos bairros em que se localizam, englobando a cidade do Recife como um todo. Do universo pesquisado, três empresas têm amplitude de cidades vizinhas, enquanto que cinco empresas têm amplitude de bairros vizinhos.

Tabela 4 - Tempo de existência das empresas

Idade	Frequência
Menos que 2 anos	3
Entre 2 e 5 anos	6
Mais de 5 ou até 10 anos	2
Mais de 10 anos	5
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

O presente questionamento demonstra que a maioria das empresas está no mercado entre 2 e 5 anos, evidenciando que o mercado é novo e promissor. Este quantitativo representa seis das dezesseis empresas. Por outro lado, três empresas possuem tempo de existência menor que dois anos; por conseguinte, duas empresas possuem mais de 5 ou até 10 anos de existência, enquanto que cinco das empresas têm mais de 10 anos de existência.

Tabela 5 - Tamanho das empresas pelo nível de faturamento anual bruto

Faturamento	Frequência
Até R\$ 240.000,00	8
Acima de R\$ 240.000,00 até R\$ 2.400.000,00	8
Acima de R\$ 2.400.000,00	0
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Percebeu-se que oito das empresas apresentam receita bruta anual até R\$ 240.000,00 por ano (média de R\$ 20.000,00 por mês), ao mesmo tempo em que mais oito delas possuem receita bruta anual até R\$ 2.400.000,00 por ano. Por este critério da receita bruta anual, nota-se que, o estudo mostrou que a totalidade das mesmas é formada de microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2016). Em outras palavras, elas possuem faturamento anual abaixo de R\$ 2.400.000,00. Nenhuma das empresas pesquisadas tem faturamento acima de R\$ 2.400.000,00, conforme se vê na tabela 5.

Tabela 6 - Tamanho das empresas pelo número de funcionários

Número	Frequência
Até 9 funcionários	15
Acima de 10 até 49 funcionários	1
Acima de 50 até 99 funcionários	0
Acima de 99 funcionários	0
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A pesquisa demonstrou que a quase totalidade das empresas pesquisadas é formada por até nove funcionários, evidenciando que elas fazem parte da tipologia ME, segundo SEBRAE (2016). Apenas uma empresa possui acima de 10 até 49 empregados.

Estes achados estão também em conformidade com os resultados de Silva (2010), em sua pesquisa com as micro e pequenas empresas (MPE) da grande João Pessoa (PB), revelando que das 103 empresas pesquisadas, 84 delas possui até 9 funcionários, o equivalente a 81,6% do total investigado.

Tabela 7 - Estrutura hierárquica das empresas

Número de níveis	Frequência
Dois níveis – Direção e Setores	14
Três níveis – Direção, Departamentos e Setores	1
Quatro níveis – Direção, Diretorias, Departamentos e Setores	1
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Com relação ao presente questionamento, evidenciou-se que catorze, das dezesseis empresas pesquisadas têm como estrutura dois níveis de hierarquia, a saber: direção e setores. Isso evidencia, mais uma vez, que o universo pesquisado é composto por EPP. Uma empresa possui três níveis de hierarquia: direção, departamentos e setores. Além disso, uma empresa possui quatro níveis de hierarquia: direção, diretorias, departamentos e setores.

Tabela 8 - Grau de formalização dos processos operacionais

Processos	Frequência
Não são padronizados	7
Planejados, supervisionados e revisados	7
Padronizados e aprimorados	1
Possuem metas específicas	0
Continuamente aprimorados	1
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Os achados evidenciam que o grau de formalização dos processos operacionais está equilibrado entre não padronizados e planejados, supervisionados e revisados.

Sete das empresas pesquisadas, os processos não são padronizados; sete das empresas, por outro lado, os processos são planejados, supervisionados e revisados. Uma empresa possui os processos padronizados e aprimorados; por fim, uma empresa apresentou como resposta que os processos são continuamente aprimorados.

Tabela 9 - Prestação de serviços contábeis à empresa

Serviços contábeis	Frequência
Contador próprio	1
Contador externo	14
Misto	1
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No relativo aos serviços contábeis, evidenciou-se que a maioria das empresas utiliza contador externo, portanto, mão-de-obra terceirizada, provando, com isso, a não valorização para a contratação de um funcionário fixo, contador próprio, como parceiro para o crescimento da empresa, utilizando serviços de contabilidade prestados por um profissional externo, com os propósitos fiscais e legais.

Do universo pesquisado, catorze empresas contam com contador externo. Apenas uma empresa utiliza contador próprio. Por último, uma empresa utiliza os serviços contábeis misto. Segundo Nunes e Serraqueiro (2004), uma das principais dificuldades no segmento das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) seja pelo motivo das informações contábeis serem concedidas de fora a essas empresas, assim sendo, quando a contabilidade é realizada por profissional externo, o primordial propósito da sua preparação pode ser para fins fiscais e legais.

4.1.2 Perfil dos Gestores

Com relação aos gestores das empresas analisadas, seguem as tabelas.

Tabela 10 - Gênero dos gestores

Gênero	Frequência
Feminino	4
Masculino	12
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No que se refere ao gênero dos gestores pesquisados, constatou-se uma atuação pequena do gênero feminino, uma vez que de um total de 16 respondentes apenas 4 são mulheres. Percebe-se, então, que a maioria dos gestores é do gênero masculino, atingindo um total de 12 respondentes.

Tabela 11 - Idade dos gestores

Idade	Frequência
Até 30 anos	0
Entre 31 e 40 anos	4
Entre 41 e 50 anos	6
Maior que 50 anos	6
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A tabela 11 evidencia a idade dos gestores que participaram da pesquisa. De acordo com os dados, os gestores na faixa etária entre 41 e 50 anos correspondem a seis respondentes, assim como os gestores com idade maior que 50 anos, que também correspondem a seis respondentes, totalizando doze gestores. Analisando-se tais dados observa-se que a maioria dos gestores apresenta idade acima dos 41 anos.

Tabela 12 - Nível de escolaridade dos gestores

Escolaridade	Frequência
Ensino médio	0
Ensino superior/graduação	11
Pós-Graduação	5
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Firmada no argumento de que a instrução é nos dias de hoje um motivo relevante para o sucesso de qualquer ocupação na esfera dos negócios (SILVA, 2010), neste questionário se teve o propósito de conhecer o nível de escolaridade dos gestores dos *pet shops* pesquisados. Observa-se que o resultado mais expressivo encontra-se entre os respondentes com ensino superior/graduação, correspondente a onze gestores. Enquanto que cinco deles possuem pós-graduação.

Tabela 13 - Tempo de experiência profissional como gestores

Tempo	Frequência
Menor que 10 anos	5
Entre 11 e 20 anos	8
Acima de 20 anos	3
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No tocante ao tempo de experiência profissional (Tabela 13) dos respondentes na função de gestor, a metade do universo pesquisado possui experiência entre 11 e 20 anos, ou seja, 8 gestores e três dos pesquisados possuem experiência acima de 20 anos. Destaca-se ainda que, cinco dos gestores responderam que possuem menos que 10 anos de experiência desempenhando tal função.

Tabela 14 - Tempo de atuação como gestor da empresa

Tempo	Frequência
Menos que 10 anos	9
Entre 11 e 20 anos	3
Acima de 20 anos	4
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Quanto ao tempo de atuação dos gestores na empresa, a pesquisa mostrou que nove dos dezesseis gestores têm tempo menor que dez anos. Três gestores, por outro lado, atuam entre 11 e 20 anos, e quatro deles atuam há mais de 20 anos como gestor da empresa.

Tabela 15 - Atividades de gerência em outra empresa

Atividade anterior de gestão	Frequência
Não	4
Sim	12
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Neste questionamento procurou-se pesquisar se aqueles gestores que responderam ao questionário já tinham desempenhado tais atividades em outra empresa anteriormente. Observou-se que, do total analisado, a maior parte dos gestores já desenvolveu atividades de gerência em outras empresas. Foram doze gestores que sinalizaram nesse sentido, enquanto que quatro deles, por outro lado, não desenvolveram atividades anteriores no mesmo âmbito em outra empresa.

Tabela 16 - Periodicidade das reuniões com o responsável pela contabilidade

Periodicidade	Frequência
Anual	1
Semestral	6
Mensal	6
Semanal	2
Diária	1
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No relativo à periodicidade das reuniões com o responsável pela contabilidade, a pesquisa mostrou que houve um empate: mensal e semestralmente, os gestores reúnem-se para acompanhar o desempenho contábil e avaliar o andamento e possíveis tomadas de decisão. Foram seis gestores para a periodicidade semestral, e seis gestores para a periodicidade mensal. Ainda com relação ao universo pesquisado, um gestor assinalou a periodicidade como anual, enquanto que dois gestores responderam como semanal. Por fim, um gestor assinalou a periodicidade das reuniões como diária.

4.1.3 Informações Contábeis

Para as informações contábeis, foram feitos questionamentos, a seguir analisados.

Tabela 17 - Opinião dos gestores acerca das características das informações contábeis

Características	Opinião				
	Nada	Pouco	Algo	Muito	Tudo
Clareza das informações	1	4	5	4	2
Objetividade das informações	1	6	3	3	3
Valor preditivo das informações	1	6	3	4	2
Valor das informações como <i>feedback</i>	2	5	5	3	2
Oportunidade das informações	1	5	5	4	2
Verificabilidade das informações	1	5	3	6	2
Neutralidade das informações	1	5	5	5	1
Fidelidade das informações	1	5	3	6	2
Uniformidade das informações	1	5	4	4	2
Consistência das informações	1	3	5	5	2

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Para medir a opinião atribuída pelo informante sobre as características das informações contábeis foi utilizada a escala *Likert-5*, com o parâmetro de 0 a 4.

Utilizando a técnica da escala *Likert-5*, que varia entre (0) nada; (1) pouco; (2) algo; (3) muito; (4) tudo, o resultado para esta questão variou, de acordo com cada característica, como discriminado abaixo:

- ⇒ Clareza – a opinião que teve maior quantitativo foi algo (cinco respondentes);
- ⇒ Objetividade – pouco foi a opção com maior quantitativo de opiniões (seis informantes);
- ⇒ Valor preditivo – pouco foi a opinião que obteve a maior frequência (seis gestores assinalaram neste sentido);

- ⇒ Valor das informações como *feedback* – houve um empate entre pouco e algo (cinco gestores para cada opinião);
- ⇒ Oportunidade – da mesma forma, também houve um empate entre pouco e algo (cinco gestores para cada opinião);
- ⇒ Verificabilidade – o resultado que predominou foi muito (seis gestores);
- ⇒ Neutralidade – empate entre pouco, algo e muito (cinco gestores entenderam nesse sentido para as três opiniões);
- ⇒ Fidelidade – muito foi a opção com maior quantitativo (seis informantes responderam nesse sentido);
- ⇒ Uniformidade – pouco foi a opção mais escolhida (cinco respostas);
- ⇒ Consistência – apresentou empate entre algo e muito (cinco gestores opinaram por esses dois quesitos).

Enfim, dentre as características das informações as que obtiveram maior quantitativo foram objetividade e valor preditivo, com opinião voltada para pouco, com 6 gestores cada e, verificabilidade e fidelidade, com opinião apontada para muito, também com 6 gestores cada.

Tabela 18 - Meio de comunicação interna referente às informações contábeis

Meios de comunicação	Frequência
Reuniões	5
Documentos impressos	2
Documentos eletrônicos	7
Sistema integrado	2
Total	16

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No que tange a este questionamento, documentos eletrônicos foi a opção com maior frequência como meio de comunicação interna referente às informações contábeis (sete respondentes). Isso mostra que é um setor que faz uso das novas tecnologias da informação e comunicação. Cinco gestores responderam que o meio de comunicação são as reuniões. Por fim, houve um empate entre documentos impressos e sistema integrado, com opinião de dois gestores cada.

4.1.4 Tomada de Decisão

No relativo à tomada de decisão, foram feitos questionamentos, que passam a ser analisados a seguir.

Tabela 19 - Opinião dos gestores acerca da aplicabilidade das informações contábeis na tomada de decisão

Características	Opinião				
	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
Decisivas para o processo	1	1	1	8	5
Essenciais para o processo	2	0	1	8	5
Compreendidas no processo	2	0	1	8	5
Disponibilizadas em tempo	1	2	4	4	5
Auxiliam a escolha de ações	1	0	4	6	5

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Relativo às opiniões dos gestores acerca da aplicabilidade das informações contábeis na tomada de decisão, observou-se que:

- ⇒ São decisivas para o processo – a metade do universo pesquisado escolheu frequentemente (oito gestores);
- ⇒ São essenciais para o processo – da mesma forma a metade do universo pesquisado optou por frequentemente (oito gestores);
- ⇒ São compreendidas no processo – também a metade do universo pesquisado preferiu frequentemente (oito gestores);
- ⇒ São disponibilizadas em tempo – prevaleceu a opinião sempre (cinco gestores);
- ⇒ Auxiliam a escolha de ações – a opinião que mais se destacou foi frequentemente (seis gestores).

Com o resultado supramencionado constata-se que os gestores utilizam, frequentemente, as informações contábeis por serem decisivas, essenciais e compreendidas para o processo de tomada de decisão.

4.2 TESTES ESTATÍSTICOS

Foram utilizados os testes não paramétricos de *Mann-Whitney U* para as variáveis ordinais e binárias e o coeficiente de correlação de *Spearman* para as variáveis ordinais,

considerando um nível de significância de 0,05, procurando verificar a existência de correlação entre a opinião dos gestores acerca das características das informações contábeis para o processo decisório e as variáveis da pesquisa.

Para os testes estatísticos, alguns questionamentos foram feitos, e serão analisados a partir da tabela 20.

Tabela 20 - Relações entre as características das empresas e as características das informações contábeis

Informações	Empresas					
	Amplitude	Tempo de existência	Faturamento	Empregados	Estrutura	Formalização
Clareza	0,29	-0,08	-0,03	0,23	0,16	-0,12
Objetividade	0,27	-0,03	-0,01	0,20	0,31	-0,07
Valor preditivo	-0,01	-0,28	0,11	0,23	0,20	-0,10
Valor como <i>feedback</i>	0,02	-0,21	-0,06	0,03	0,22	-0,27
Oportunidade	0,37	0,03	-0,03	-0,03	0,16	-0,18
Verificabilidade	0,28	-0,02	-0,04	-0,09	0,25	-0,10
Neutralidade	0,10	0,17	0,41	0,26	0,16	-0,14
Fidelidade	0,28	0,05	0,08	0,17	0,25	-0,04
Uniformidade	0,28	-0,02	0,11	0,22	0,15	-0,24
Consistência	0,42	-0,03	0,07	0,20	0,10	-0,14

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Aqui se teve a intenção de analisar se há relações entre as características das empresas e as características das informações contábeis. Foi visto que não existe estatisticamente nenhuma associação significativa entre essas variáveis.

Tabela 21 - Relações entre o tipo das empresas e as características das informações contábeis

Características	Tipos (p)
Clareza	0,87
Objetividade	0,82
Valor preditivo	0,43
Valor como <i>feedback</i>	0,57
Oportunidade	0,50
Verificabilidade	0,46
Neutralidade	0,50
Fidelidade	0,82
Uniformidade	0,81
Consistência	0,73

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Neste questionamento foi procurado entender se há relações entre o tipo das empresas e as características das informações contábeis. Foi verificado não existir correlação estatisticamente significativa entre essas variáveis.

Cabe evidenciar que as tabelas 20 e 21 apresentaram resultados isomórficos, em outras palavras, houve uma correspondência biunívoca entre os elementos de dois grupos, que preservou as operações de ambos.

Tabela 22 - Relações entre as características dos gestores e as características das informações contábeis

Informações	Gestores				
	Idade	Escolaridade	Experiência	Tempo como gestor	Frequência de reuniões
Clareza	0,61	-0,02	-0,16	-0,29	0,23
Objetividade	0,65	-0,12	-0,19	-0,28	0,19
Valor preditivo	0,49	-0,20	-0,03	-0,24	0,32
Valor como <i>feedback</i>	0,57	-0,03	-0,18	-0,30	0,26
Oportunidade	0,45	-0,02	-0,24	-0,14	0,14
Verificabilidade	0,41	0,14	-0,26	-0,11	0,30
Neutralidade	0,50	-0,12	0,00	0,06	0,04
Fidelidade	0,57	0,00	-0,18	-0,11	0,24
Uniformidade	0,68	-0,17	-0,18	-0,30	0,11
Consistência	0,52	-0,11	-0,15	-0,25	0,15

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Na relação entre as características dos gestores e as características das informações contábeis, o que se destacou foi a idade dos gestores, cujas características das informações mais relevantes para eles foram: uniformidade (0,68), objetividade (0,65), clareza (0,61), valor como *feedback* e fidelidade (0,57), consistência (0,52) e neutralidade (0,50). Ressalta-se que dentre as características das informações contábeis as três que mais se destacaram foram: uniformidade, objetividade e clareza. Para esse resultado, Hendriksen e Van Breda (1999) afirmam que a uniformidade implica no conceito de eventos iguais e são representados de maneira idêntica, ou seja, possuem características suficientemente parecidas para tornar as comparações apropriadas. Já no entendimento sobre objetividade Hendriksen (1965) relaciona ao dado que pode ser verificado independentemente e que não é influenciado pela percepção ou julgamento do contador.

Mas de acordo com Lima (2006), as informações contábeis devem ter clareza, ou seja, ser fornecida de uma forma que seja fácil compreendê-la, para que sirvam de base sólida ao gestor no processo de tomada de decisão.

Finalizando o estudo dessa relação, verificou-se estatisticamente que não há resultados significativos entre as demais características tanto dos gestores como das informações contábeis.

Tabela 23 - Relações entre o gênero e experiência prévia dos gestores e as características das informações contábeis

Características	Gênero (p)	Experiência prévia (p)
Clareza	0,81	0,03
Objetividade	1,00	0,08
Valor preditivo	0,95	0,08
Valor como <i>feedback</i>	0,54	0,09
Oportunidade	0,81	0,03
Verificabilidade	0,40	0,09
Neutralidade	0,33	0,13
Fidelidade	0,40	0,09
Uniformidade	0,84	0,04
Consistência	0,67	0,02

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No que tange às relações entre o gênero e a experiência prévia dos gestores e as características das informações contábeis, pode-se dizer que, quanto ao gênero, não foi encontrada relação estatisticamente significativa. Com relação à experiência prévia, as características que obtiveram frequência foram: uniformidade, com maior quantitativo (0,04); clareza e oportunidade, que empataram com 0,03 e consistência, que teve menor número (0,02).

Vale destacar que as tabelas 22 e 23 apresentaram especificidades: na tabela 22, no que concerne à idade, e na tabela 23, no condizente à experiência prévia.

Tabela 24 - Relações entre as características das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão

Percepção	Empresas					
	Amplitude	Tempo de existência	Faturamento	Empregados	Estrutura	Formalização
Decisivas	0,01	0,45	-0,21	-0,06	0,49	-0,04
Essenciais	0,01	0,45	-0,21	-0,06	0,49	-0,04
Compreensíveis	0,20	-0,03	-0,62	0,00	0,07	0,05
Disponibilizadas	0,16	0,04	-0,42	-0,17	0,29	-0,08
Permite acompanhar resultados	0,21	0,29	-0,48	0,00	0,25	0,02

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No tocante à percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão destacou-se a compreensibilidade com relação ao faturamento da empresa, conforme dados da tabela acima.

Quanto a esse resultado Santos e Vasconcelos (2006) afirmam que, a compreensibilidade respalda-se no fato de que a informação somente terá utilidade para o usuário se ele conseguir compreendê-la.

Tabela 25 - Relações entre o tipo das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão

Percepção	Tipo (p)
Decisivas	0,40
Essenciais	0,40
Compreensíveis	0,50
Disponibilizadas	0,69
Permitem acompanhar resultados	0,53

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Feitas as relações entre o tipo das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão, não foi encontrada relação estatisticamente significativa para nenhuma das informações relacionadas e pesquisadas. Neste caso, não se pode afirmar que há relações entre o tipo das empresas e a percepção dos gestores sobre as informações contábeis na tomada de decisão (Tabela 25).

Tabela 26 - Relações entre as características dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão

Percepção	Gestores				
	Idade	Escolaridade	Experiência	Tempo como gestor	Frequência de reuniões
Decisivas	0,38	0,46	-0,01	0,26	0,07
Essenciais	0,38	0,46	-0,01	0,26	0,07
Compreensíveis	0,42	0,20	-0,26	-0,12	0,34
Disponibilizadas	0,53	0,21	-0,25	-0,04	0,31
Permitem acompanhar resultados	0,49	0,51	0,07	0,03	0,26

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Relativamente às características dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão, no aspecto idade, a característica que teve mais predominância foi a disponibilidade da informação (0,53). No aspecto escolaridade, foi a

característica permitem acompanhar resultados (0,51). Os demais aspectos não obtiveram dados estatisticamente significativos.

Tabela 27 - Relações entre o gênero e a experiência prévia dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão

Percepção	Gestores	
	Gênero (p)	Experiência prévia (p)
Decisivas	0,81	0,81
Essenciais	0,81	0,81
Compreensíveis	0,30	0,63
Disponibilizadas	0,10	0,63
Permitem acompanhar resultados	0,59	1,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Neste questionamento foi procurado entender se há relações entre o gênero e a experiência prévia dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão. Não foi encontrada relação estatisticamente significativa para nenhuma das informações enumeradas e pesquisadas, na tabela 27. Pode-se concluir com esse resultado que, não há relações entre o gênero e a experiência prévia dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão.

É importante destacar que as tabelas 25 e 27 apresentaram resultados isomórficos, de outro modo, houve uma correspondência biunívoca entre os elementos de dois grupos, que preservou as operações de ambos.

Tabela 28 - Relações entre as características das informações contábeis e as percepções dos gestores na tomada de decisão

Informações	Percepções				
	Decisivas	Essenciais	Compreensíveis	Disponibilizadas	Permitem acompanhar resultados
Clareza	0,49	0,49	0,70	0,44	0,50
Objetividade	0,50	0,50	0,62	0,45	0,43
Valor preditivo	0,30	0,30	0,54	0,32	0,34
Valor como <i>feedback</i>	0,42	0,42	0,67	0,50	0,49
Oportunidade	0,49	0,49	0,63	0,40	0,43
Verificabilidade	0,50	0,51	0,56	0,34	0,41
Neutralidade	0,38	0,38	0,27	0,21	0,21
Fidelidade	0,50	0,51	0,56	0,39	0,41
Uniformidade	0,42	0,42	0,64	0,48	0,42
Consistência	0,39	0,38	0,58	0,36	0,39

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Com a finalidade de responder a principal questão deste estudo, foi elaborada a tabela 28 contendo os resultados obtidos na pesquisa sobre as relações entre as características das informações contábeis e as percepções dos gestores na tomada de decisão, destacando-se as seguintes informações:

- ⇒ Concernente as percepções decisivas, houve empate com relação às características das informações contábeis: objetividade, verificabilidade e fidelidade com 0,50 cada;
- ⇒ Com relação às percepções essenciais, houve empate entre verificabilidade e fidelidade (0,51 cada), enquanto que, para objetividade, houve menor demanda (0,50);
- ⇒ Em referência às percepções compreensíveis (frequência com maior demanda entre as percepções), clareza foi a característica das informações contábeis com maior número quantitativo (0,70), seguida do valor como *feedback* (0,67), uniformidade (0,64), oportunidade (0,63), objetividade (0,62), consistência (0,58); empataram verificabilidade e fidelidade (0,56 cada) e, por fim, o valor preditivo, com o valor mais baixo entre as características (0,54).
- ⇒ No que concerne às percepções disponibilizadas, obteve apenas o quantitativo de 0,50, concernente ao valor como *feedback*, dentre as características das informações contábeis.

Em outras palavras, significa dizer que a clareza foi a característica da informação contábil mais relevante dentro da percepção de compreensibilidade dos gestores da pesquisa, no setor de *pet shop* da cidade do Recife.

Quanto a esse resultado Hendriksen e Van Breda (1999) afirmam que, para haver um processo eficaz de comunicação, a informação precisa ser compreensível ao receptor, de maneira clara e explicativa, para que não ocorra confusão de entendimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A informação contábil é um dos elementos primordiais na tomada de decisões, um dos pilares para a continuidade das atividades empresariais, visto que, sem ela, raramente uma empresa permanece no cenário contemporâneo. A informação, de modo geral, é um recurso imprescindível para as empresas, podendo verdadeiramente representar uma vantagem competitiva para determinadas empresas.

No mundo hodierno, as empresas buscam por informações que forneçam a seus dirigentes uma perspectiva para o futuro dessas empresas, e a contabilidade tem papel essencial na difusão desse conhecimento.

Apesar de considerável literatura teórica sobre informação contábil no processo decisório, a pesquisa no segmento *pet shop* tem recebido relativamente pouca atenção. Esse fato justifica a presente pesquisa, por se tratar de um segmento ainda pouco explorado no campo da informação contábil para o processo decisório.

A abordagem social pode ser percebida pelo fato de, cada vez mais, observar-se que o mercado de *pet shop* está diversificado. A cada ano, os animais de estimação são adquiridos como animais de companhia na cidade do Recife, passando a fazer parte da família, as quais estão ficando menores e em alguns casos as pessoas solitárias suprem a necessidade de afeto, carinho e companheirismo com a presença de um animal doméstico.

Como abordagem econômica, vê-se que o mercado brasileiro de produtos e serviços direcionado ao cuidado e tratamento dos animais domésticos é um recorte em desenvolvimento, surgindo como um nicho de mercado para o pequeno empreendedor.

A informação contábil inicia-se com a coleta de dados por toda empresa, mantendo-os conforme seus preceitos, para dar um formato denominado contábil. O sucesso de uma empresa está vinculado a essa mesma informação contábil, a qual não deve se limitar ao atendimento das exigências legais, mas corroborar para a tomada de decisão pelos dirigentes da empresa, assim como pelos demais usuários interessados nas informações contábeis, como os investidores, os acionistas, dentre outros.

A seguir, passa-se a apresentar os resultados relevantes conseguidos através da análise descritiva e dos testes estatísticos dos resultados e dos dados decorrentes dos entrevistados da pesquisa.

Na primeira parte, estatística descritiva, analisou-se: o perfil das empresas, o perfil dos gestores, informações contábeis e tomada de decisão. Nesse diapasão, destaca-se que, do

universo pesquisado na cidade do Recife, a maioria dos *pet shops* tem natureza jurídica de sociedade empresarial limitada, com área de atuação em toda cidade.

Também foi observado que o tempo de existência das empresas varia entre 2 e 5 anos. É um mercado relativamente recente, porém em ascensão, rentável e lucrativo.

De acordo com os dados obtidos, observou-se que a amostra contemplou, basicamente, microempresas e empresas de pequeno porte, sendo metade com faturamento anual bruto até R\$ 240.000,00 e a outra metade até R\$ 2.400.000,00, respectivamente. Por outro lado, pelo número de funcionários, são enquadradas como microempresas, em sua quase totalidade.

Ademais, em sua quase totalidade, os gestores das empresas contam com contadores externos, o que nos leva a entender que a função de contador não é valorizada no âmbito dos *pet shops*. Além de o contador ser terceirizado, atua para prestar informações ao fisco.

A pesquisa foi realizada com 16 gestores, em sua maioria do gênero masculino, entre os 41 e maior que 50 anos, com experiência profissional como gestor entre 11 e 20 anos, graduandos e com menos de 10 anos de atuação como gestor da empresa.

O mercado de *pet shop* é promissor, mas carecedor de qualificações por parte do gestor, bem como qualificação contábil. Observou-se, com o estudo, carência de conhecimento especializado nessa área do conhecimento. Urge que haja aprimoramento dos profissionais deste ramo, a fim de que as empresas ascendam cada vez mais no mercado, e promovam serviços de qualidade para a sociedade, gerando, também, emprego e renda.

O estudo desenvolvido comprovou que nas relações entre as características dos gestores e as características das informações contábeis, o que se destacou foi a idade dos gestores e dentre as características das informações contábeis as três que mais se destacaram foram: uniformidade (0,68), objetividade (0,65) e clareza (0,61).

No que tange às relações entre o gênero e a experiência prévia dos gestores e as características das informações contábeis, pode-se dizer que, quanto ao gênero, não foi encontrada relação estatisticamente significativa para as informações listadas e analisadas. Referente à experiência prévia, houve relação com as seguintes características das informações contábeis: uniformidade (0,04); clareza e oportunidade (0,03 cada) e consistência (0,02).

Relativamente às características dos gestores e suas percepções sobre as informações contábeis na tomada de decisão, no aspecto idade, a característica que teve mais predominância foi a disponibilidade da informação (0,53) e, no aspecto escolaridade, foi a característica permite acompanhar resultados (0,51).

Assim, a pesquisa teve como ponto central as relações entre as características das informações contábeis e as percepções dos gestores na tomada de decisão, concluindo-se, portanto, que a clareza foi a característica da informação contábil mais relevante dentro da percepção de compreensibilidade dos gestores da pesquisa, no setor de *pet shop* da cidade do Recife.

5.1 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

Dentre as limitações deste estudo, algumas podem ser destacadas:

- a ausência do contador, no quadro de pessoal do setor de *pet shop*, dificultando o acesso às informações contábeis;
- o baixo número de gestores que colaboraram no estudo, porque, apesar dos muitos contatos que foram efetuados houve dificuldade em obter respostas e a boa vontade desses gestores.

Como sugestões para futuras pesquisas, ressaltam-se:

- ampliar o universo da pesquisa, a fim de conhecer a importância da informação contábil para tomada de decisão em *pet shop* de todo o Estado, ou até mesmo, de outras regiões do País e;
- realizar trabalhos que auxiliem o mercado de *pet shop* a implantar a informação contábil, em seu processo de tomada de decisão.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Eurídice Soares Mamede de. **Evidenciação contábil**: usuários não especialistas. 1999. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ANGELO, Dorival Izidoro. A importância das informações contábeis no processo decisório das empresas. **Sapientia**, Cariacica, n. 4, p. 38-45, 2005. Disponível em: <http://faculdade.pioxii-es.com.br/anexos/Sapientia04/RC_N4_Pio_XII_artigo_1.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2015.
- ARAÚJO, Edson Menezes de; FERNANDES, Márcio Henrique Herrera; SOUZA, Rafael Ferreira Reis de; NAKANISHI, Renata; ONUSIC, Luciana Massaro. Evidenciação nas demonstrações contábeis das instituições financeiras. **Jovens Pesquisadores**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 136-148, 2004. Disponível em: <http://www.mackenzie.com.br/fileadmin/Graduacao/CCSA/Publicacoes/Jovens_Pesquisadores/01/jp0001.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- ASSAF NETO, Alexandre. A dinâmica das decisões financeiras. **Caderno de Estudos da FIPECAFI**, São Paulo, v.16, p.9–25, jul. / dez. 1997.
- BACKER, P. **Gestão ambiental**: a administração verde. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995
- BARON, Robert A. Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think differently than other people. **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 4, p. 275-294, jul. 1998.
- BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Gerenciamento da informação**: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- BORILLI, Salete Polônia; VANZELLA, César Roberto; BRAUN, Salério; DONIN, Jandyr Cláudio. Uso da informação contábil na tomada de decisão. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, Umuarama, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2000.
- BRONDANI, Gilberto; CAGLIONI, Calazans Fernando Alves; SILVA, Juliano Moura da; FARIAS, Raíssa Silveira de. Escritórios de contabilidade e sua utilização como ferramenta de gestão. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 11., 2014, Resende, RJ. Gestão do conhecimento para a sociedade. **Anais...** Resende, RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2014. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/38120393.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2015.
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços**. São Paulo: Atlas, 2004.
- CAMPELO, Karina Simões. **Características qualitativas da informação contábil**: uma análise do grau de entendimento dos gestores financeiros de empresas do setor elétrico

brasileiro. 2007. 122 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Recife, 2007.

CARVALHO, A. M. R.; NAKAGAWA, Masayuki. Informações contábeis: um olhar fenomenológico. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 17., 2004, Santos. **Resumos...** Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2004.

CASSARRO, Antonio Carlos. **Sistema de informação para tomada de decisões**. 3. ed. São Paulo: Afiliada, 2001.

CATELLI, Armando (Coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica – GECON**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CONTI, Fátima. **Qui-Quadrado**. 2009. Disponível em: <<http://www.ufpa.br/dicas/biome/biopdf/bioqui.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2016.

COSTA, Raquel. **A contribuição da ciência contábil para a preservação do meio ambiente**. 2002. Disponível em: <http://www.serrano.neves.nom.br/MBA_GYN/apsa02.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2015.

CPC (COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS). Estrutura conceitual para a elaboração e apresentação das demonstrações contábeis. In: _____. **Pronunciamentos técnicos contábeis 2008**. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2009. p. 9-66. Disponível em: <http://portalcfc.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2013/01/livro_CPC2.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2016.

DALMÁCIO, Flávia Zóboli; PAULO, Francislene Ferraz Magalhães de. A evidenciação contábil: publicação de aspectos sócio-ambientais e econômico-financeiros nas demonstrações contábeis. **BBR - Brazilian Business Review**, Vitória, v. 1, n. 2, p. 1-16, 2004. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=123017745001>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

DANTAS, Ricardo Ferreira. **Um diagnóstico da utilização da informação contábil como suporte à tomada de decisão nas indústrias calçadistas da cidade de Campina Grande – PB**. 2009. 92 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campina Grande, 2009.

DAVENPORT, Thomas Hayes. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 2000.

DAVIS, Gordon Bitter. **Managment information systems: conceptual foundations, structure and development**. New York: McGraw-Hill, 1974.

DEACONU, Adela; FILIP, Crina; BUIGA, Anuta. Solutions for measuring the quality of the accounting information. **Munich Personal Repec Archive - MPRA Paper**, n. 14760, p. 1-13, jun. 2008. Disponível em: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/14760/1/MPRA_paper_14760.pdf>. Acesso em: 12 set. 2016.

DIAS FILHO, Maria José. A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. **Caderno de Estudos da FIPECAFI**, São Paulo, v.13, n. 24, p. 38 – 49, 2000.

DIAS FILHO, Maria José; SANTOS, Ariovaldo dos. Perspectivas e tendências da contabilidade para o século XXI. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 16., 2000, Goiânia. **Anais ...** Brasília: CRC, 2000. p. 123-124.

FASB (*FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD*). **Statements of Financial Accounting Concepts nº. 1**: objectives of financial reporting by business enterprises. Connecticut, 1978. Disponível em: <<http://www.fasb.org>>. Acesso em: 30 jan. 2016.

FASB (*FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD*). **Statement of Financial Accounting Concepts nº. 2**: qualitative characteristics of accounting information. 2008. Disponível em: <http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1218220132599&acceptedDisclaimer=true>. Acesso em: 26 abr. 2015.

FEIES, Gheorghe Claudiu; VIRAG, Nicolae. Paul; MATES, Dorel. Accounting information – basic support for decision making. **Studia Universitatis Vasile Goldiș, Arad – Seria Stiinte Economice**, v. 23, n. 4, p. 73-77, 2013.

FERRARI, Ed Luiz. **Contabilidade geral**: série provas e concursos. 4. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2003.

FERREIRA, Ana Nubia Vieira; FERREIRA, Dalsiele Amaro dos Santos; DUARTE, Maiara; CUNHA, Francisco Sérgio; CARMO, Carlos Roberto Sousa; LIMA, Igor Gabriel. Estudo sobre a percepção dos empresários de Cajati/SP, acerca da utilização das informações contábeis como ferramenta para tomada de decisão. In: CONGRESSO ONLINE – ADMINISTRAÇÃO, 10., 2013, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Instituto Pantex de Pesquisa, 2013. Disponível em: <http://www.convibra.org/upload/paper/2013/81/2013_81_8284.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2016.

FERREIRA, Leonardo Rodrigues. **A importância das informações no processo de tomada de decisão**. 2006. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/a-importancia-das-informacoes-no-processo-de-tomada-de-decisoes/12714/>>. Acesso em: 18 abr. 2015.

FERREIRA, Rosilda Arruda. **A pesquisa científica nas ciências sociais**: caracterização e procedimentos. Recife: UFPE, 1998.

FEYH, Denise Maria. **A função da contabilidade dentro das empresas de São Gabriel do Oeste–MS**. 2015. 53 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Santa Catarina, São Gabriel do Oeste, MS. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/163180/Denise%20Maria%20Feyh.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 13 out. 2016.

financial accounting information. **Corporate Ownership & Control**, v. 2, n. 1, p. 60-72, 2004.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade**: para o nível de graduação. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; CARVALHO, Luiz Nelson Guedes de. Contabilidade: aspectos relevantes da epopéia de sua evolução. **Revista Contabilidade e Finanças**, São Paulo, n. 38, p. 7-19, 2005.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em ação**: balanced scorecard. Rio de Janeiro : Campus, 1996.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LAMBERTI, José Renato de Paula; SPERANDIO, Olirio. **Teoria da contabilidade**. Maringá: [s.n.], 2012.

LATRIDIS, George Emmanuel. Accounting disclosures, accounting quality and conditional and unconditional conservatism. **International Review of Financial Analysis**, Greenwich, Conn., v. 20, n. 2, p. 88-102, 2011.

LEVINE, David M.; BERENSON, Mark L.; STEPHAN, David F. **Estatística**: teoria e aplicações, usando Microsoft® Excel em português. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

LIMA, Magna Regina dos Santos; CHACON, Márcia Josienne Monteiro; SILVA, Maurício Correa da. Uma contribuição a importância do fluxo de informações contábeis no processo decisório das micro e pequenas empresas: uma pesquisa realizada na cidade de Recife no estado de Pernambuco. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO NA AMÉRICA LATINA, 3., 2004, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2004. CD-ROM. Disponível em:
<http://www.esuda.com.br/coord/cont/artigos/fluxo%20infor%20microempresa_CIPEAL.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2016.

LIMA, Márcia Maria Silva de. **O uso da informação contábil no setor sucroalcooleiro**: um estudo nas indústrias de Alagoas. 2006. 107 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2006.

LOPES, Jorge; RIBEIRO FILHO, José Francisco; PEDERNEIRAS, Marcleide; MULATINHO, Caio; MORANT, Dimmitre; DANTAS, Felipe; RIBEIRO, Izabel. **Didática e pesquisa aplicadas ao ensino da contabilidade**: guia de atividades. São Paulo: Atlas, 2010.

LOUZADA, Luiz Cláudio. Fatores que influenciam a capacidade de geração, comunicação e informação das demonstrações contábeis. **Universo Acadêmico**, Nova Venécia, v.2, n.2, p. 13-32, 2002.

LOWE, Alan. **Accounting information systems as knowledge-objects**: some effects of objectualization. Hamilton, New Zealand: University of Waikato, 2000. (Working paper series, n. 67).

LUCENA, Wenner Gláucio Lopes. **Uma contribuição ao estudo das informações contábeis geradas pelas micro e pequenas empresas localizadas na cidade de Toritama no agreste pernambucano**. 2004. 114 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, João Pessoa, 2004.

LUCENA, Wenner Glaucio Lopes; VASCONCELOS, Marco Tullio de Castro. O gerenciamento e as tecnologias das informações: um estudo aplicado ao setor de confecções de jeans em Toritama – PE. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 11, 2004, Porto Seguro. **Anais...** Porto Seguro: Associação Brasileira de Custos, 2004. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/viewFile/2296/2296>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

LUCENA, Wenner Glaucio Lopes; VASCONCELOS, Marco Tulio de Castro; MARCELINO, Gileno Fernandes. A evidenciação das informações contábeis geradas pelas micro e pequenas empresas no processo decisório: um estudo no setor de confecção. **Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, Sousa, PB, v. 1, n. 1, p. 35-51, 2011. Disponível em: <<http://150.165.111.246/revistaadmin/index.php/uacc/article/view/10/12>>. Acesso em: 04 abr. 2015.

MACÊDO, João Marcelo Alves; PEREIRA, Luiz Arthur Cavalcanti; ANJOS, Luiz Carlos Marques dos; RIBEIRO FILHO, José Francisco; LOPES, Jorge Expedito de Gusmão; SILVA, Daniel José Cardoso da. Informação contábil: usuário interno, externo e o conflito distributivo. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro, v.13, n.3, p.1-17, 2008.

MACHADO, Nilson Perinazzo; NUNES, Marcelo Santos. A evidenciação das informações contábeis: sua importância para o usuário externo. **Revista Acadêmica - Business Review**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 111-121, 2006. Disponível em: <<http://www.unifin.com.br/Content/arquivos/20080416134816.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARION, José Carlos; DIAS, Reinaldo; TRALDI, Maria Cristina. **Monografia para os cursos de administração, contabilidade e economia**. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINS, Orleans Silva; BONFIM, Emanuel Truta do; DANTAS, José Elinilton. Margem de contribuição como ferramenta para a tomada de decisões: o caso de uma empresa de laticínios paraibana. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 16., 2009, São

Paulo. **Ensino de engenharia de produção: desafios, tendências e perspectivas. Anais...** São Paulo: UNESP, 2009.

Disponível em:

<[file:///C:/Users/suely/Downloads/XVI_SIMPEP_Art_519%20Margem%20de%20contribui%C3%A7%C3%A3o%20numa%20empresa%20de%20latic%C3%ADnios%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/suely/Downloads/XVI_SIMPEP_Art_519%20Margem%20de%20contribui%C3%A7%C3%A3o%20numa%20empresa%20de%20latic%C3%ADnios%20(1).pdf)>.

Acesso em: 22 set. 2016.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

McCULLERS, Levis D.; VAN DANIKER, Relmond P. **Introdução à contabilidade financeira**. Rio de Janeiro: Interciência, 1978.

McGEE, James; PRUSAK, Laurence. **Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como ferramenta estratégica**. 11. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MEIGS, Walter Berkeley; JOHNSON, Charles E.; MEIGS, Robert F. **Accounting: the basis for business decisions**. 4th ed. New York: McGraw-Hill Book Company, 1977.

MILETTO, Evandro Manara; GONSALES, Alex Dias; OKUYAMA, Fabio Yoshimtsu. O que é informática? In: OKUYAMA, Fabio Yoshimtsu; MILETTO, Evandro Manara; NICOLAO, Mariano (Org.). **Desenvolvimento de software I: conceitos básicos**. Porto Alegre: Bookman, 2014. p. 1-4. (Serie Tekne). Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=Vhs7AgAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=A+informa%C3%A7%C3%A3o+%C3%A9+o+resultado+do+processamento,+manipula%C3%A7%C3%A3o+e+organiza%C3%A7%C3%A3o+de+dados&source=bl&ots=soX9xjM_Oe&sig=W3tJhx80mkqpIKyjcNpBj1Go&hl=pt-BR&sa=X&ved=0CFEQ6AEwCGoVChMIwfc42t7ixwIVBhSQCh38cwM6#v=onepage&q=A%20informa%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20o%20resultado%20do%20processamento%20%C2%20manipula%C3%A7%C3%A3o%20e%20organiza%C3%A7%C3%A3o%20de%20dados&f=false>. Acesso em: 05 jun. 2015.

MIOTTO, Neivandra; LOZECKYI, Jeferson. A importância da contabilidade gerencial na tomada de decisão nas empresas. **Unicentro** – Revista Eletrônica Lato Sensu, São Paulo, ed. 5, p. 1-11, 2008.

MORALES, Pedro Paulo Galindo. **A importância da contabilidade no sistema de informações gerenciais na empresa**. 2009. Disponível em:

<<http://www.webartigos.com/artigos/a-importancia-da-contabilidade-no-sistema-de-informacoes-gerenciais-na-empresa/22840/>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

MORITZ, Gilberto de Oliveira; PEREIRA, Maurício Fernandes. **Processo decisório**. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2006. Curso de Graduação em Administração a Distância.

Disponível em:

<http://cead.ufpi.br/conteudo/material_online/disciplinas/pro_dec/download/Processo_Decisório_final_18_12_06.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MOSCOVE, Stephen A.; SIMKIN, Mark G.; BAGRANOFF, Nancy A. **Sistemas de informações contábeis**. São Paulo: Atlas, 2002.

MOST, Kenneth S. **Accounting theory**. Columbus: Grid, 1977.

MÜLLER, Daiana Vanise. **Estudo de viabilidade econômica do segmento de pet shop no município de Ijuí**. 2012. 130 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2012.

NEEDLES, Belverd E. Jr.; ANDERSON, Henry R.; CALDWELL, James C. **Financial & managerial accounting**. 3 ed. Boston, MA: Houghton Mifflin College, 1994.

NUNES, Leonor da C. Ferreira; SERRASQUEIRO, Zélia Maria da Silva. A informação contábilística nas decisões financeiras das pequenas empresas. **Revista de Contabilidade e Finanças - USP**, São Paulo, n. 36. p. 87-96, set./dez. 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceito, metodologia e prática**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistemas de informações gerenciais: estratégicas, táticas, operacionais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993.

OLIVEIRA, Luis Martins de; PEREZ JÚNIOR, José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria estratégica**. São Paulo: Atlas, 2002.

PADOVEZE, Clóvis. Luís. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. São Paulo: Atlas, 1996.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Sistemas de informações contábeis: fundamentos e análise**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PADOVEZE, Clóvis Luís; BENEDICTO, Gideon Carvalho de; ROMANINI, Geraldo; COPATTO, Antonio Carlos. Objeto, objetivos e usuários das informações contábeis. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 2, n. 2, p. 77-102, maio/ago. 2004.

PARISI, Claudio; NOBRE, Waldir de Jesus. Eventos, gestão e modelos de decisão. In: CATELLI, Armando (Coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica - GECON**. São Paulo: Atlas, 1999. p. 103 – 124.

PAULO, Edilson. **Manipulação das informações contábeis: uma análise teórica e empírica sobre os modelos operacionais de detecção de gerenciamento de resultados**. 2007. 269 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <file:///C:/Users/suely/Downloads/EdilsonPauloTese_vI%20(4).pdf>. Acesso em: 19 jan. 2017.

PAULO, Edilson; MARTINS, Eliseu. Análise da qualidade das informações contábeis nas companhias abertas. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro.

Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. CD-ROM. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/CON-A1568.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2015.

PEREIRA, Frederico Cesar Mafra; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Modelos de tomada de decisão em empresas de pequeno porte: estudo de caso em uma escola de atendimento especializado de Belo Horizonte. In: ENANCIB – ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. Grupo Temático GT 4: Gestão da informação e do conhecimento nas organizações: Comunicação oral. Disponível em: <<http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/GT4--023.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

PEREIRA, José Carlos da S.; SILVA, Rafael de Castro da. Evidenciação (*disclosure*): o produto final da ciência contábil. **Revista Digital Simonsen**, Rio de Janeiro, [2014]. Disponível em: <<http://www.simonsen.br/rds/contabeis/artigo4.php>>. Acesso em: 27 jun. 2015.

PORTON, Rosimere Alves de Bona; LONGARAY, André Andrade. Relevância do uso das informações contábeis no processos decisoriais. **Revista Angrad**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p. 89-110, 2006.

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento de sistemas de informação e informática**. São Paulo: Atlas, 2003.

RIBEIRO, Andressa; FREIRE, Eduardo José; BARELLA, Lauriano Antonio. A informação contábil como instrumento de apoio às micro e pequenas empresas: percepção dos gestores de micro e pequenas empresas de Paranaíta–MT, quanto à utilização de informações da contabilidade no processo de tomada de decisão, no ano de 2012. **REFAF Revista Eletrônica**, Alta Floresta, MT, v. 3, n. 1, p. 32-61, 2013.

RIBEIRO, Ivano; CARVALHO, Filipe de; CARVALHO, Antonio Oliveira; CINTRA, Renato Fabiano; SERRA, Fernando Antonio Ribeiro. Empreendedorismo local: uma análise a partir das características de clientes de pet shops. **Revista Ciências Administrativas**, Fortaleza, v. 21, n. 1, p. 262-287, 2015.

ROSA, Luciano; VOESE, Simone Bernardes. **A utilização da informação contábil como elemento estratégico para a contabilidade de gestão**: um estudo de caso. [2003].

Disponível em:

<http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_14/Luciano_Rosa_y_Simone_Bernardes.pdf>.

Acesso em: 29 abr. 2015.

SÁ, Antônio Lopes de. **História geral e das doutrinas da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1997.

SANTOS, Agda Raquel de Souza; MORAES, Vanessa Romão; NASCIMENTO JUNIOR, Rivaldo José do. Contabilidade gerencial no terceiro setor: análise na Fundação José Augusto Vieira. **Revista Eletrônica da Fundação José Augusto Vieira**, Lagarto, SE, a. 6, p. 215-227, 2013. Disponível em:

<http://fjav.com.br/revista/Downloads/EdicaoEspecialPosControladoria/Artigo215_227.pdf>.

Acesso em: 10 jan. 2016.

SANTOS, Angélica de Vasconcelos Silva Moreira; VASCONCELOS, Ana Lúcia Fontes de Souza. A legitimidade dos atributos da confiabilidade e da compreensibilidade da informação contábil implícita em Habermas. In: CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 3., 2006, São Paulo. **Anais ...** São Paulo: [USP], 2006.

SANTOS, Edilene Santana. Objetividade x relevância: o que o modelo contábil deseja espelhar? **Caderno de Estudos FIECAFI**, São Paulo, v. 10, n.18, p. 1-16, maio/ago. 1998.

SCOTT, William Robert. **Financial accounting theory**. 3rd ed. Toronto: Prentice Hall, 2003.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <<http://www.sebrae.org.br>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

SILVA, Juarez Pereira da; ORDONES, Solange Aparecida Devechi . A importância das informações contábeis no processo de tomada de decisão. **Revista Eletrônica de Graduação do UNIVEM [REGRAD]**, Marília, n. 1, p. 160-169, 2014.

SILVA, Luiz Ivan dos Santos; BRITO, Carlos Alberto Oliveira. A informação contábil no ambiente globalizado. **Sitientibus**, Feira de Santana, n. 27, p. 179-203, 2002.

SILVA, Manuel Soares da. **Utilidade da informação contábil para tomada de decisões: um estudo sobre a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas da Grande João Pessoa**. 2010. 116 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal do Rio Grande do Norte, João Pessoa, 2010. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/7351/1/2010_ManuelSoaresdaSilva.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2015.

SMITH, Marines Santana Justo; FADEL, Barbara. Gestão da informação contábil: a questão da necessidade, busca e uso da informação no contexto das pequenas empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da informação, 11., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. Disponível em : <<http://www.brapci.inf.br/article.php?dd0=0000010439&dd90=43e4659f1b>>. Acesso em 02 abr. 2015.

SÖTHER, Ari; DILL, Rodrigo Prante; DRESEL, Iara. Evidenciação das informações contábeis: estudo dos governos municipais da região sul do Brasil. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 21, n. 2, p. 221-239, 2014.

STAIR, Ralph M. **Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

STRASSBURG, Udo; FIORI, Rodrigo; PARIZOTO, Kety Gavlik; BAZZOTTI, Cristiane; FONSECA, Eva Fabiani de Mello. **A importância do sistema de informação contábil como fonte de informações para tomada de decisões**. 2007. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/VISeminarario/Artigos%20apresentados%20em%20Comunica%20E7%F5es/ART%205%20-%20A%20Import%20ancia%20do%20Sistema%20de%20Informa%20E7%E3o%20Cont%20E1bil>>

%20como%20Fonte%20de%20Informa%E7%F5es%20para%20Tomada%20de%20.pdf>. Acesso em: 25 maio 2015.

STROEHER, Angela Maria. **Identificação das características das informações contábeis e a sua utilização para tomada de decisão organizacional de pequenas empresas**. 2005. 159 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

SUZART, Janilson Antonio da Silva; MARCELINO, Carolina Venturini. O papel das informações contábeis no processo decisório das indústrias situadas na região metropolitana de Salvador. **Revista de Contabilidade da Bahia**, Salvador, v. 1, n. 1, p. 1-13, jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://web.crcba.org.br:8080/seer/index.php/volume012013/issue/view/1/showToc>>. Acesso em: 19 abr. 2015.

SZÜSTER, Natan; SZÜSTER, Fortunée Rechtman; SZÜSTER, Flávia Rechtman. Contabilidade: atuais desafios e alternativa para seu melhor desempenho. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 16, n. 38, p. 20 – 30, maio/ago. 2005.

TAKAMATSU, Renata Takamatsu; LAMOUNIER, Wagner Moura; COLAUTO, Romualdo Douglas. Impactos da divulgação de prejuízos nos retornos de ações de companhias participantes do Ibovespa. **Revista Universo Contábil**, Blumenau, v. 4, n. 1, p. 46-63, 2008.

VAN DER VEEKEN, Henk J. M.; WOUTERS, Marc J. F. Using accounting information systems by operations managers in a project company. **Management Accounting Research**, London, v. 13, n. 3, p. 345-370, 2002.

VERGARA, Sylvia Constante. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VIALI, Lori. **Testes de hipóteses não paramétricos**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

VIEIRA, Sônia. **Bioestatística: tópicos avançados**. 2. ed. São Paulo: Campus, 2004.

VIHERMAA, Kirsi-Mari. The role of accounting information in the context of organizational creativity. Finlândia: Turku School of Economics, 2008. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.167.1413&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

WERNKE, Rodney; BORNIA, Antonio Cezar. A contabilidade gerencial e os métodos multicritérios. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v.14, n. 25, p. 60–71, 2001.

YOUNG, Joni J. Making up users. **Accounting, Organizations and Society**, Oxford, v. 31, p. 579-600, 2006.

ANEXO A - CARTA DE APRESENTAÇÃO

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM CONTROLADORIA**

CARTA DE APRESENTAÇÃO

O Programa de Mestrado em Controladoria da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), por meio da mestranda Sra. SUELY MARIA SILVA MANZI, no intuito de contribuir com as discussões acerca da informação contábil, está desenvolvendo uma pesquisa que subsidiará a sua dissertação de Mestrado focada no estudo da informação contábil no processo de decisão no setor de *pet shop* na cidade do Recife.

Desta forma, cumprimentando-o(a), venho pelo presente solicitar os bons préstimos de V. Ex.^a. no sentido de responder, para a supracitada mestranda, um questionário da referida pesquisa.

Esclarecemos que as respostas serão utilizadas, EXCLUSIVAMENTE, para fins acadêmicos aos quais se propõe a pesquisa e sem identificação individual dos que aceitarem participar da mesma.

Antecipadamente agradecemos.

Atenciosamente.

Antônio André Cunha Callado

Coordenador do Programa de Mestrado em Controladoria da UFRPE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CONTROLADORIA QUESTIONÁRIO DE PESQUISA GESTOR

PARTE I – PERFIL ORGANIZACIONAL

Empresa: _____

1. Tipo de Empresa:

- Individual de Responsabilidade Limitada
- Sociedade Empresarial Limitada

2. Se a pergunta anterior foi respondida, a Empresa presta contas aos seus associados?

- Nunca
- Anualmente
- Semestralmente
- Mensalmente

3. Amplitude do mercado explorado:

- Próprio bairro
- Bairros vizinhos
- Cidade
- Cidades vizinhas

4. Tempo de existência da Empresa:

- Menos de 2 anos
- Entre 2 e 5 anos
- Mais de 5 até 10 anos
- Mais de 10 anos

5. Com base no faturamento anual, qual é o porte da Empresa?

- Microempresa (ME): faturamento anual até R\$ 240.000,00
- Empresa de pequeno porte (EPP): faturamento anual acima de R\$ 240.000,00 até R\$ 2.400.000,00
- Outros: faturamento anual acima de R\$ 2.400.000,00

6. Número de funcionários da empresa:

- Até 9 funcionários
- De 10 a 49 funcionários
- De 50 a 99 funcionários
- Acima de 99 funcionários

7. Estrutura hierárquica organizacional da Empresa:

- Dois níveis - Direção e Setores
- Três níveis - Direção, Departamentos e Setores

Quatro níveis - Direção, Diretorias, Departamentos e Setores

8. Grau de formalização dos processos operacionais

Os processos não são padronizados

Os processos são planejados, supervisionados e revisados

Os processos são padronizados e aprimorados

Os processos possuem metas específicas

Os processos são continuamente aprimorados

9. Os serviços contábeis da empresa são prestados por:

Contador interno /funcionário do quadro de pessoal da empresa

Contador externo / proprietário de escritório de contabilidade

Parte pelo contador interno e parte pelo contador externo

PARTE II – PERFIL DO GESTOR

10. Gênero:

Feminino

Masculino

11. Idade:

Até 30 anos

Entre 31 e 40 anos

Entre 41 e 50 anos

Maior que 50 anos

12. Nível de escolaridade:

Ensino médio

Ensino Superior/Graduação

Pós-Graduação

13. Experiência profissional como gestor:

Menor que 10 anos

Entre 11 e 20 anos

Acima de 20 anos

14. Qual o tempo de atuação como gestor desta Empresa?

Menor que 10 anos

Entre 11 e 20 anos

Acima de 20 anos

15. O (a) Senhor(a) já desenvolveu as atividades de gerência, gestão ou dirigiu outra empresa antes?

Não

Sim

16. Qual a periodicidade das reuniões com o responsável pela contabilidade?

Anual

Semestral

Mensal

Semanal

() Diária

PARTE III – INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

17. Opinião dos gestores acerca das características das informações contábeis

Características	Opinião				
	Nada	Pouco	Algo	Muito	Tudo
Clareza das informações					
Objetividade das informações					
Valor preditivo das informações					
Valor das informações como <i>feedback</i>					
Oportunidade das informações					
Verificabilidade das informações					
Neutralidade das informações					
Fidelidade das informações					
Uniformidade das informações					
Consistência das informações					

18. Assinalar com um X como se processa(m) a comunicação interna na empresa referente às informações contábeis

- () Reuniões
 () Documentos impressos
 () Documentos eletrônicos
 () Sistema integrado

PARTE IV – TOMADA DE DECISÃO

19. Opinião dos gestores acerca da aplicabilidade das informações contábeis na tomada de decisão

Características	Opinião				
	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
Decisivas para o processo	1	1	1	8	5
Essenciais para o processo	2	0	1	8	5
Compreendidas no processo	2	0	1	8	5
Disponibilizadas em tempo	1	2	4	4	5
Auxiliam a escolha de ações	1	0	4	6	5

Muito Obrigada!