



**UMA CONTRIBUIÇÃO AO ESTUDO DAS INFORMAÇÕES
CONTÁBEIS GERADAS PELAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS LOCALIZADAS NA CIDADE DE TORITAMA NO
AGRESTE PERNAMBUCANO**

WENNER GLAUCIO LOPES LUCENA
ORIENTADOR: PROF. DR. MARCO TULLIO DE CASTRO VASCONCELOS

João Pessoa/PB

2004



**UMA CONTRIBUIÇÃO AO ESTUDO DAS INFORMAÇÕES
CONTÁBEIS GERADAS PELAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS LOCALIZADAS NA CIDADE DE TORITAMA NO
AGRESTE PERNAMBUCANO**

Dissertação submetida à apreciação do Mestrado Multiinstitucional e Inter-Regional em Ciências Contábeis do Convênio UnB, UFPB, UFPE e UFRN, para obtenção do grau de Mestre em Ciências Contábeis.

WENNER GLAUCIO LOPES LUCENA
ORIENTADOR: PROF. DR. MARCO TULLIO DE CASTRO VASCONCELOS

João Pessoa/PB

2004

TERMO DE APROVAÇÃO

WENNER GLAUCIO LOPES LUCENA

UMA CONTRIBUIÇÃO AO ESTUDO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS GERADAS PELAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS LOCALIZADAS NA CIDADE DE TORITAMA NO AGRESTE PERNAMBUCANO

APROVADO POR:

Orientador Prof. Dr. Marco Tullio de Castro Vasconcelos
(UnB/UFPB/UFPE/UFRN)

Jorge Expedito de Gusmão Lopes Ph.D. (UnB/UFPB/UFPE/UFRN)

Dr. Fernando Antonio Prado Gimenez (PUC – PR)

Dr. Jeronymo José Libonati (UnB/UFPB/UFPE/UFRN) (Suplente)

João Pessoa/PB

2004

FICHA CATALOGRÁFICA

Lucena, Wenner Glaucio Lopes

Uma Contribuição ao Estudo das Informações Contábeis Geradas pelas Micro e Pequenas Empresas Localizadas na Cidade de Toritama no Agreste pernambucano/ Wenner Glaucio Lopes Lucena – João Pessoa: [s. n.], 2004. 114f.

Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília/ Universidade Federal da Paraíba/ Universidade Federal de Pernambuco/ Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

1. Informações Contábeis nas Micro e Pequenas Empresas 2. Sistemas de Informações Contábeis 3. Sistemas de Informações I. Título

Dedico este trabalho às três mulheres da minha vida, minha mãe Maria do Socorro Lopes Lucena, minha esposa Daisy Beserra Lucena e a minha filha Ana Beatriz Beserra Lucena. Sem vocês eu não teria realizado esse sonho.

AGRADECIMENTOS

É sempre muito gratificante para o ser humano se sentir realizado. Essa dissertação representou, representa e representará muito na minha vida. Foi através dela que vivi cerca de dois anos, com muita alegria e força de vontade; convivi com pessoas que marcaram muito nesse curto espaço de tempo, e é para elas, o meu agradecimento inicial.

O que seria da “nossa turma” sem a reserva moral do José Geraldo de Albuquerque Pinto; a experiência do José Roque Fagundes da Silva em quem procurei me espelhar todo tempo; o carinho do grande amigo José Nelson Barbosa Tenório; a inteligência e perspicácia do Eduardo Jorge Pyrrho Barbosa? E o que falar do companheirismo das “Super Poderosas”, Daniela Cíntia de C. Leite, Marcleide Maria Macedo Pederneiras e Rosa Fidélia Vieira Cavalcanti? Não poderia esquecer o “Xi Rapaz” do Hipônio Fontes Guilherme, das brincadeiras do Domingos Carvalho de Souza e da amizade e ajuda do amigo sempre centrado João Maria M. Ribeiro. Vocês tiveram uma participação grandiosa para que esse trabalho fosse concluído.

Agradeço ao programa Multiinstitucional por ter me oferecido a oportunidade de aprender e fazer parte de um seleto grupo de mestres acadêmicos e garanto que honrarei essa confiança, em especial à UFPB. Aos professores(as) Msc. Adilis Rocha de Almeida, Msc. José Décio de Almeida Leite, Dr. Paulo Roberto Nóbrega Cavalcante, Msc. Paulo Gildo de Oliveira Lima, Msc. Marcelo Pinheiro de Lucena e Msc. Maria Sueli Arnoud F. Pinheiro.

Às pessoas de Márcia Andréa Paula Gomes Barcelos, Ivanacy Lira de Almeida, Maria de Fátima de Souza, Dinamérico Liberal Lopes e Ridan Borges do Nascimento, pelo trabalho realizado em prol dos mestrados.

Aos meus alunos Flávio Tavares de Araújo e Jane de Lima Araújo (FAVIP) e José Ivanilson da Silva (FAFICA), por terem me ajudado nas visitas aos empresários de Toritama. E aos professores Noelma Cristina Ferreira dos Santos pelas suas incansáveis correções e Alecxandro Alves Vieira pelo auxílio no tratamento dos dados estatísticos, ambos professores do departamento de Ciências Contábeis da FAVIP.

Ao meu grande incentivador na pesquisa acadêmica durante as minhas graduações, o professor Dr. Tumkur Rajarao Gopinath; foi a partir dele que iniciei e estou aprendendo a ser professor.

Às faculdades que contribuíram para minha formação, em primeiro lugar à UEPB (Universidade Estadual da Paraíba) na qual fiz minha graduação em Ciências Contábeis, à UFCG (Universidade Federal de Campina Grande) graduação em Engenharia de Minas, à UFPB (Universidade Federal da Paraíba) através da especialização em controladoria, e às faculdades de Caruaru, FAVIP (Faculdade do Vale do Ipojuca) onde sou Professor e coordenador do curso de Ciências Contábeis e FAFICA (Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Caruaru), na qual ensinei durante um bom tempo.

Aos meus professores do Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós Graduação em Ciências Contábeis, Prof. Dr. Jorge Katsumi Niyama, Prof. Jorge Expedito de Gusmão Lopes (Ph.D.), Prof. Dr. Josenildo dos Santos, Prof. Luiz Carlos Miranda (Ph.D.), Prof. Dr. César Augusto Tibúrcio Silva, Prof. Dr José Francisco Ribeiro Filho, Prof. Dr. Marco Tullio de Castro Vasconcelos, Profa. Dra. Aneide Oliveira de Araújo, Prof. Dr. José Dionísio Gomes da Silva, Prof. Dr. Jeronymo José Libonati.

Ao meu orientador Prof. Dr. Marco Tullio de Castro Vasconcelos que por vários momentos me incentivou e me encorajou a realizar esse trabalho, e por vários instantes considerei-o como um “pai” pelos seus conselhos e experiências passados a minha pessoa.

À minha mãe Maria do Socorro Lopes Lucena, por ter me oferecido o único bem que não tem preço, a educação, através de seu sacrifício; ainda espero realizar um de seus sonhos, de ter um filho doutor. A minha irmã Suênia Lopes que me deu três sobrinhos, Jonathan, Amanda e Vitória, inclusive a segunda considero como uma filha; à minha outra irmã Myrela Lopes para quem espero ter sido um espelho e a todos meus familiares que viram a minha luta para vencer.

À pessoa mais importante da minha vida hoje, a quem devo tudo o que sou, pelos seus ensinamentos, contribuições, paciência, zelo, dedicação e amor, minha esposa Daisy Beserra Lucena. Hoje eu sou o homem mais feliz do mundo por tê-la em minha vida. E desse fruto, você fez brotar um pedaço de mim, a nossa menina Ana Beatriz, a quem espero que seja muito feliz quando chegar. Todo esse trabalho dedico a você minha "MARGARIDA".

Agradeço, principalmente, a Deus, por tudo o que tem feito por mim, e espero continuar sendo sempre guiado por Ele. Obrigado meu Deus.

*“Um dia um grande mestre olhando para seu discípulo disse-lhe: Você não sabe de nada. O discípulo cabisbaixo respondeu: Posso não saber de nada, mas, tenho algo que poucas pessoas têm. O mestre surpreso pergunta-lhe, o que é? **VONTADE DE APRENDER**”.*

(Tumkur Rajarao Gopinath)

RESUMO

O objetivo desta investigação foi de evidenciar as informações contábeis, que auxiliam no processo de tomada de decisão nas Micro e Pequenas Empresas – MPE's, localizadas no município de Toritama em Pernambuco.

Os procedimentos metodológicos aplicados na escolha das empresas seguiu o critério de conveniência, utilizando o método indutivo, através da aplicação de um formulário em empresas, que se dispuseram a responder às questões. A partir dessa etapa, as empresas foram selecionadas de acordo com o seu porte, definido por dois critérios: o número de empregados e o faturamento anual bruto. Enfim, o formulário definitivo foi aplicado a 30 empresa da cidade.

De posse dos resultados, foi possível detectar que o tipo de informação predominante nestas organizações é a informal, e, em alguns casos funciona muito bem, entretanto, é necessário que elas comecem a tentar criar procedimentos para facilitar os processos de geração de informações para a tomada de decisão. Observou-se que os empresários da região são jovens, têm uma postura conservadora e possuem um grau de instrução elevado para o município. Estes procuram seguir sua intuição e conhecem muito bem o mercado onde atuam, usam seu capital próprio e reinvestem o lucro na própria empresa.

Conclui-se que a informação contábil nas MPE's assume um papel muito importante e, considerando que o processo de tomada de decisão é a todo instante auxiliado por essa informação, resta às empresas saber gerenciá-la, e obter o melhor aproveitamento das informações geradas pela contabilidade.

PALAVRAS CHAVES: Pequenas Empresas, Informações Contábeis e Processo de Decisão.

ABSTRACT

The objective of this investigation was of evidencing the accounting information, that you/they aid in the process of socket of decision in the Personal computer and Small Companies - MPE's, located in the municipal district of Toritama in Pernambuco.

The applied methodological procedures in the choice of the companies followed the convenience criterion, using the inductive method, through the application of a form in companies, that were disposed to answer to the subjects. Starting from that stage, the companies were selected in agreement with his load, defined for two criteria: the number of employees and the rude annual revenue. Finally, the definitive form was applied to 30 company of the city.

Of ownership of the results, it was possible to detect that the type of predominant information in these organizations is the informal, and, in some cases it works very well, however, it is necessary that they begin to try to create procedures to facilitate the processes of generation of information for the socket of decision. It was observed that the entrepreneurs of the area are young, they have a conservative posture and they possess a high instruction degree for the municipal district. These try to follow her intuition and they know the market where you/they act, very well use his/her own capital and they reinvest the profit in the own company.

It is ended that the accounting information in MPE's assumes a very important paper and, considering that the process of socket of decision is aided every minute by that information, it remains to the companies to know to manage her, and to obtain the best use of the information generated by the accounting.

KEYWORDS: Small Companies, Accounting information and Process of Decision.

SUMÁRIO

CAPITULO 1 – INTRODUÇÃO	21
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	21
1.2 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	23
1.3 HIPÓTESES DA PESQUISA.....	24
1.4 OBJETIVOS.....	25
1.4.1 Objetivo Geral	25
1.4.2 Objetivos Específicos	26
1.5 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA.....	26
1.6 METODOLOGIA.....	27
1.7 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	28
1.8 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	29
1.9 TRATAMENTO E COLETA DE DADOS.....	30
CAPITULO 2 – A INDÚSTRIA TÊXTIL E AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	32
2.1 ASPECTOS GERAIS DAS INDÚSTRIAS TÊXTEIS	32
2.1.1 O Setor de Confecções	34
2.1.2 Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano	35
2.2 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	36
2.2.1 Cenário Brasileiro	36
2.2.2 Micro e Pequenas Empresas de Confecções de Toritama	40
CAPITULO 3 – O GERENCIAMENTO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS... 45	
3.1 O PAPEL DA INFORMAÇÃO	45
3.1.1 Conceitos Iniciais.....	45

3.1.2 Fluxo de Informações	49
3.1.3 A Informação e a Contabilidade	51
3.2 A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	52
3.3 OS SISTEMAS DE INFORMAÇÕES	54
3.4 AS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS PARA TOMADA DE DECISÃO.....	56
CAPITULO 4 – ANÁLISE DE RESULTADOS	59
4.1 PERFIL DO ENTREVISTADO.....	59
4.1.1 Faixa Etária	59
4.1.2 Grau de Escolaridade	60
4.2 ENQUADRAMENTO DAS EMPRESAS	61
4.2.1 Categoria da Empresa.....	61
4.2.2 Tempo de Existência	61
4.2.3 N° de Empregados	62
4.3 PRODUÇÃO DAS MPE'S DE TORITAMA	63
4.3.1 Faturamento Bruto Anual	63
4.3.2 Estoques	63
4.3.3 Quantidade de Peças Produzidas	65
4.4 AS VENDAS DAS MPE'S DE CONFECÇÕES DE TORITAMA.....	66
4.5 OS CONTROLES DE GESTÃO	71
4.6 O GERENCIAMENTO DE DECISÕES	73
4.7 ANALISE DAS HIPÓTESES	77
CAPITULO 5 – CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS.....	87
5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
5.2 RECOMENDAÇÕES PARA NOVAS INVESTIGAÇÕES.....	91
REFERÊNCIAS.....	92

APÊNDICES.....	102
APÊNDICE A – Carta de Apresentação.....	103
APÊNDICE B – Questionário da Pesquisa.....	104
ANEXOS	108
ANEXO A – Relação das Empresas	109

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Porcentagem de Pessoas Empregadas na Cidade de Toritama.	43
Quadro 02 – Conceitos e Características dos Dados, Informação e Conhecimento	47
Quadro 03 – Fluxo Informacional nas Empresas	50

LISTA DE MAPAS

Mapa 01 – Mapa do Pólo de Confecções de Pernambuco	34
--	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Etapas da Produção Têxtil	33
Figura 02 – Fluxo de Informação dentro de Empresas	49
Figura 03 – Sistemas de Informações.....	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Representação do Segmento do Jeans	27
Tabela 02 – Relação da Receita Bruta X Empregos na Indústria Têxtil.....	32
Tabela 03 – População Residente e Variação da População Residente 1991/2000	42
Tabela 04 – Produto Interno Bruto Real e a Variação do Produto Interno Bruto Real 1991/2000	44
Tabela 05 – Enquadramento da Empresa.....	61
Tabela 06 – Contagem Física dos estoques	63
Tabela 07 – Realização das Vendas.....	66
Tabela 08 – Porcentagem das vendas.....	67
Tabela 09 – Relação Entre Utilização de Relatórios Contábeis e Tempo de Existência	77
Tabela 10 – Relação Entre Utilização da Informática e Acesso a Novas Tecnologias.....	78
Tabela 11 – Relação Entre Porte da Empresa e Estratégias de Vendas.....	79
Tabela 12 – Relação Entre Utilização de Relatórios Contábeis e Classificação da Empresa.....	80
Tabela 13 – Relação Entre Tempo de Existência e Gerenciamentos de Decisões	81
Tabela 14 – Relação Entre Capacidade do Empresário de Assumir Riscos e Classificação da Empresa.....	82
Tabela 15 – Relação Entre o Controle de Caixa e a Classificação da Empresa	84
Tabela 16 – Relação Entre o Sistema de Informação Gerencial e a Classificação da Empresa	85

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Faixa Etária dos Empresários	59
Gráfico 02 – Grau de Escolaridade dos Empresários	60
Gráfico 03 – Tempo de Existência da Empresa	61
Gráfico 04 – Números de Empregados da Empresa.....	62
Gráfico 05 – Faturamento Bruto Anual da Empresa.....	63
Gráfico 06 – Periodicidade da Contagem dos Estoques	64
Gráfico 07 – Quantidade de Peças Produzidas Mensalmente	65
Gráfico 08 – Escoamento da Produção.....	66
Gráfico 09 – Base de Dados de Clientes	67
Gráfico 10 – Controle de Vendas	68
Gráfico 11 – Potencialidades e Fraquezas dos Concorrentes.....	69
Gráfico 12 – Acompanhamento Sistemático do Caixa	70
Gráfico 13 – Controle de Gestão.....	71
Gráfico 14 – Dificuldade no Gerenciamento de Controle	72
Gráfico 15 – Perfil dos Empresários.....	73
Gráfico 16 – Decisões no Gerenciamento das Empresas.....	74
Gráfico 17 – Dificuldades no Fluxo de Informações Internas	75
Gráfico 18 – Tipos de Comunicação Interna	76

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MPE'S	Micro e Pequenas Empresas
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEFAZ/PE	Secretaria da Fazenda de Pernambuco
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SESI	Serviço Social da Indústria
SI	Sistemas de Informações
SIC	Sistemas de Informações Contábeis
SIG	Sistemas de Informações Gerenciais
SINDIVEST/PE	Sindicato de Vestuário de Pernambuco
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TI	Tecnologia da Informação

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A informação se tornou no mundo de hoje uma poderosa ferramenta nos negócios, quem a possuir, controlará o mercado e estará à frente dos seus principais concorrentes. É inerente a qualquer empresa destacar e mostrar a importância dos processos informacionais nos mais variados setores, entendendo-se processo informacional como a passagem da informação bruta para trabalhada, gerando um processo de tomada de decisão.

Gerenciar uma empresa seja ela grande ou pequena, exige que as pessoas à frente destas organizações se deparem, a todo o momento, com escolhas, assim fica evidente que as informações bem utilizadas levarão a empresa ao sucesso. Muitas vezes há uma informação simples, com uma repercussão incrível, em outros casos, há uma busca numa infinidade de dados que não geram nenhuma informação, ou quando geram já não se caracterizam relevantes.

É importante que a melhor decisão seja extraída de uma série de confirmações seguras, embasadas em dados verdadeiros, e de informações contábeis completas e precisas, já que, em muitos casos, essas informações servirão para uma nova decisão.

A função primária da contabilidade é, freqüentemente, gerar informações úteis para tomada de decisão. Com estas informações, os tomadores de decisões analisam a situação, identificam os passos mais apropriados para conhecerem os objetivos da decisão, elaboram um plano e segmentam sua implementação. De forma geral, as críticas em torno das informações contábeis dizem respeito, principalmente do fato de que ela analisa informações passadas, o que parece insuficiente para gerar decisões.

Porém, as empresas procuram encontrar formas de obter um Sistema de Informação compacto para auxiliá-las em decisões, cabe denotar a importância que a contabilidade possui nesta situação, pois muitas das informações que a empresa precisa, estão na contabilidade, o que falta é criar mecanismos de extrair essas informações para que se chegue à decisão, as informações estão dispostas nos gerenciamentos, nos controles, na evidenciação das demonstrações, cabe agora o empresário dar o devido valor.

As informações em contabilidade devem ser satisfatórias para informar e conduzir aos empresários possibilidades de escolhas que atendam seus interesses para tomar uma decisão rápida, levando-os a desenvolver suas próprias estratégias baseadas em suas observações, através de perspicácia dos negócios e/ou de relatórios informais. Parte dessas informações deixa de ser utilizada em função de decisões primárias que se respaldam no não entendimento dos números apresentados pela contabilidade.

No que diz respeito às informações contábeis, as Micro e Pequenas Empresas - MPE's ainda relegam a contabilidade ao segundo plano, entretanto, num espaço de tempo curto essa visão mudará e estas empresas enfatizarão a necessidade e a importância do uso destas informações para a tomada de decisão.

Mcgee e Prusak (1994, p.3) afirmam que “Numa economia de informação, a concorrência entre as organizações baseia-se em sua capacidade de adquirir, tratar, interpretar e utilizar a informação de forma eficaz”.

Quando surgiu a revolução industrial, ocorreram algumas mudanças significativas no mundo, e, nos tempos de hoje, é muito comum ouvir falar de uma nova revolução que modificará a economia mundial, também conhecida como a “Era da Informação”. Portanto, em breve, quem detiver a informação, estará gerando riquezas para seus negócios.

A busca das empresas é por informações que propiciem a seus gestores uma visão do futuro para essas organizações, e a contabilidade tem papel fundamental na transmissão desse conhecimento. A “Era da Informação” chegou para ser fator chave na competitividade das MPE’s.

Os tomadores de decisões em alguns casos possuem as informações necessárias, mas a dificuldade em manuseá-las e a falta de estratégia de organização interferem nas decisões. Eles podem ter muitas informações operacionais, mas não ter informações sobre a estratégia da organização.

Em sua grande maioria, as informações necessárias não estão sendo conhecidas e os sistemas de informações não satisfazem às necessidades de cada função dentro de uma maneira uniforme.

1.2 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

As dificuldades que mais se encontram nas MPE’s dizem respeito à falta de controles relacionados à contabilidade, como, por exemplo, o acompanhamento de seus estoques, o controle dos custos, a responsabilidade da folha de pagamento, entre outros que são inerentes a estas organizações. Por esses motivos, o sistema contábil e a sua estrutura de fluxo de informações financeiras precisa funcionar, gerando informações que atendam a cinco atributos: tempestividade, integralidade, confiabilidade, comparabilidade e compreensibilidade.

Um dos grandes problemas enfrentados pelas MPE’s é como tomar decisão em função das informações geradas pelas empresas, junto aos seus dirigentes. A informação contábil é um dos fatores preponderantes principalmente no que diz respeito à necessidade de manter no mercado e se desenvolver.

O presente trabalho procurou mostrar a importância das informações geradas pela contabilidade, no contexto das micro e pequenas empresas das

indústrias de confecções de Toritama, evidenciando a dicotomia, “*tomada de decisão versus dados extraídos da contabilidade*”, fazendo com que essas informações sejam pontos de partida para o crescimento e desenvolvimento dessas MPE’s auxiliando-as a sobreviverem num mercado cada vez mais competitivo, em se tratando da região do Agreste Pernambucano, onde está localizada a cidade de Toritama.

Diante do exposto, faz-se a seguinte indagação:

Estarão as MPE’s de Toritama utilizando-se de Informações Contábeis para que o processo de Tomada de Decisão ajude a sua competitividade e sobrevivência no mercado da indústria do vestuário?

1.3 HIPÓTESES DA PESQUISA

Para Silva (2003, p.54) “a hipótese não é a certeza da resposta à pesquisa, pois se assim o fosse não seria necessário realizar pesquisa. Contudo, faz-se necessário ter uma relação estreita entre o problema e hipótese(s) de pesquisa”.

As hipóteses são levantadas para confirmar ou rejeitar a pesquisa, buscando orientar o pesquisador para a solução do problema.

De acordo com o mesmo autor op. cit. “Algumas hipóteses estabelecem relação de associação entre variáveis. (...) **Variáveis** referem-se a tudo o que pode assumir diferentes valores ou aspectos, de acordo com os casos particulares ou as circunstâncias. As variáveis são elementos constitutivos das hipóteses”.

Para investigar o problema foram levantadas as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: A utilização de relatórios contábeis relacionada com o tempo de existência da empresa poderá ser um indicador que mostra a dificuldade que as MPE's de Toritama têm no gerenciamento das informações contábeis

Hipótese 2: A não disseminação das informações contábeis é um fator dependente da utilização dos recursos de informática.

Hipótese 3: O porte da empresa influencia na estratégia de vendas para as MPE's de Toritama.

Hipótese 4: Quanto maior o tempo de existência das MPE's de Toritama, maior o faturamento e melhor o nível de instrução dos empresários, e dependendo do seu porte, elas possuem a emissão de relatórios contábeis.

Hipótese 5: As MPE's possuem um nível de sobrevivência maior, em virtude de um melhor controle de gestão.

Hipótese 6: A disponibilidade e o acesso as informações contábeis para decisões de investimentos não diminui a aversão ao risco.

Hipótese 7: O controle de caixa tem grande importância nas decisões da empresa.

HIPOTESE 8: As informações contábeis utilizadas no processo decisório são extraídas de relatórios provenientes da contabilidade.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo Geral

Identificar quais informações contábeis gerenciais são utilizadas no processo de Tomada de Decisão por parte dos gestores das MPE's localizadas no município de Toritama, em Pernambuco, no ano de 2003.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ◆ Verificar como as informações contábeis são geradas por parte dessas empresas;
- ◆ Analisar os processos operacionais para melhorar as informações dentro das empresas de Toritama;
- ◆ Identificar as principais decisões que são tomadas pelos gestores das empresas de Toritama;
- ◆ Identificar junto aos gestores das empresas o uso das informações contábeis para tomada de decisão.

1.5 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

A cidade de Toritama localizada no Agreste Pernambucano fica a 167 Km de Recife. Mesmo sendo o menor município de Pernambuco, com apenas 34,8 Km², a cidade faz sucesso como fornecedor do produto Jeans e atrai compradores e lojistas de várias cidades da região e de outros estados.

A cidade, hoje, tem cerca de 21.800 habitantes, de acordo com o censo do IBGE do ano de 2000. Até a década de 30, ela era produtora de calçados, desaparecendo quase por completo no final dos anos 80 em função basicamente da escassez da matéria prima, iniciando daí a migração para indústrias de confecções. A intenção, ou mesmo, a opção pelo Jeans segundo o SEBRAE/PE (2003, p.1) “foi para criar um nicho de negócios, sem concorrência com as cidades vizinhas”, como por exemplo Santa Cruz do Capibaribe e Caruaru.

“Não há desemprego entre os 21.000 habitantes de Toritama afirma Edilson Tavares Lima, um dos bem sucedidos empresários locais. A *renda per capita* da Cidade é quatro vezes superior à média nacional” (Ramiro e Loturco, 2002, p.1)

Escolheu-se a cidade de Toritama porque ela se apresenta como uma das principais regiões do pólo de confecções de Pernambuco, tem inexistência de desemprego, é a principal cidade no segmento do Jeans, sendo conhecida como a Capital do Jeans, possuindo 83% da produção enquanto Caruaru possui apenas 22% e Santa Cruz do Capibaribe chega apenas a 6%, além disso, tem um dos melhores salários médio do pessoal chegando a R\$ 428,00 (quatrocentos e vinte e oito reais) nas empresas informais¹.

TABELA 01 – Representação do Segmento do Jeans

Cidades de Pernambuco	SEGMENTO DO JEANS (%)
<i>Toritama</i>	83
<i>Santa Cruz do Capibaribe</i>	22
<i>Caruaru</i>	6

1.6 METODOLOGIA

Algumas das questões que figuram qualquer pesquisa é a utilização dos seus métodos e como ela será conduzida pelo pesquisador, a abordagem apresentada frente aos procedimentos metodológicos merecem importante relevância.

De acordo com Silva (2003, p.39) “Podemos definir **Método** como etapas dispostas ordenadamente para investigação da verdade, no estudo de uma ciência para atingir determinada finalidade, e **Técnica** como o modo de fazer de forma mais hábil, segura e perfeita alguma atividade, arte ou ofício”.

A utilização do método científico é um dos pontos principais para que uma pesquisa alcance o objetivo desejado. Essa pesquisa foi realizada a partir do método indutivo.

GIL (1999, p.28) diz que,

¹ Fonte: SEBRAE/PE. Estudo de Caracterização Econômica do Pólo de Confecções do Agreste de Pernambucano FADE/UFPE, jul. 2003. Disponível em: <<http://www.sebraepe.com.br>> Acesso em: 25 jul. 2003.

O método indutivo procede inversamente ao dedutivo: parte do particular e coloca a generalização como um produto posterior do trabalho de coleta de dados particulares. De acordo com o raciocínio indutivo, a generalização não deve ser buscada aprioristicamente, mas constatada a partir da observação de casos concretos suficientemente.

1.7 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Inicialmente, foi realizado um pré-teste, junto a três empresas de confecções de jeans de Toritama, o que tornou possível refinar a pesquisa em alguns pontos, reduzindo algumas perguntas para se obter melhor resultado e aproveitamento do tempo.

Uma pesquisa preliminar junto à Secretaria da Fazenda do Estado de Pernambuco – SEFAZ/PE permitiu o acesso à relação das empresas cadastradas neste órgão da cidade de Toritama, somando um total de 65 (sessenta e cinco) contribuintes da atividade no ramo de Indústria de Tecidos e confecções do Jeans.

Para Silva (2003, p. 75),

O **universo** da pesquisa ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam, pelo menos, uma característica em comum (...) a **amostra** é uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo(população); é um subconjunto do universo. (...) Para que a amostra tenha validade, faz-se necessário observar alguns itens como:

- Homogeneidade dos dados;
- Método empregado na seleção dos dados;
- Natureza dos dados observados;
- Procedimentos adequados ao tipo de dado.

A partir das informações iniciais conseguidas pela SEFAZ/PE e em seguida em visitas ao site do SINDIVEST/PE (www.modapernambucana.com.br), observou-se que existiam 44 (quarenta e

quatro) empresas com endereços e ativas, confrontando esses resultados e cruzando os dados do município de Toritama, utilizou-se como um padrão de amostra 30 (trinta) empresas.

1.8 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Silva (op. cit, p.75) classifica os métodos de amostragem em dois tipos,

Probabilístico e **Julgamento ou não probabilístico** (amostragem intencional e por quotas)[grifos do autor]. Quanto ao segundo, o autor afirma que esse método possibilita ao pesquisador a escolha de determinado elemento do universo. A amostragem não probabilística intencional é a que escolhe cuidadosamente os casos a serem incluídas na amostra, e produz amostras satisfatórias em relação a suas necessidades. Na amostragem não probabilística por cotas, por interesse e responsabilidade do pesquisador seleciona-se determinado número de casos para formar a amostra desejada.

A escolha das empresas foi pelo critério de conveniência, através da aplicação de um formulário em empresas próximas umas das outras que se dispuseram a responder as perguntas. Neste caso, a amostragem é do tipo não probabilística por quotas, pois foram escolhidas as empresas de confecções que se enquadram no porte de micro e pequenas empresas.

De acordo com o universo das empresas de confecções de jeans de Toritama, o formulário foi aplicado baseado em dois critérios: o número de empregados e o faturamento anual bruto das empresas. São classificadas como microempresas as que possuem de 5 a 19 empregados e como empresas de pequeno porte, de 20 a 99 empregados. No que se refere ao faturamento anual bruto, considera-se para as microempresas o valor de 60.000,00 (Sessenta Mil Reais) até 244.000,00 (Duzentos e Quarenta e Quatro Mil Reais), e para as de pequeno porte, o valor de 244.000,00 (Duzentos e Quarenta e Quatro Mil Reais) a 1.200.000,00 (Um Milhão e Duzentos Mil Reais).

Assim sendo, a metodologia compreende:

- ◆ Levantamento Bibliográfico a respeito do assunto a ser analisado;
- ◆ Verificação através de visitas *in loco* a estas empresas; e
- ◆ Aplicação de formulários e/ou entrevistas com os gestores das empresas.

1.9 TRATAMENTO E COLETA DE DADOS

A pesquisa foi padronizada em torno da entrevista *in loco*, ou seja, visita a cada empresa pelo entrevistador conduzindo o formulário frente aos empresários da cidade de Toritama.

Segundo Andrade (1999, p.134), é extremamente importante a coleta de dados, conforme se enfatiza abaixo:

Para a coleta de dados deve-se elaborar um plano que especifique os pontos de pesquisa e os critérios para a seleção dos possíveis entrevistados e dos informantes que responderão aos questionários ou formulários”. (...) A coleta de dados constitui uma etapa importantíssima da pesquisa de campo, mas não deve ser confundida com a pesquisa propriamente dita. Os dados coletados serão posteriormente elaborados, analisados, interpretados e representados graficamente. Depois, será feita a discussão dos resultados da pesquisa, com base na análise e interpretação dos dados.

Primeiramente foi marcada a entrevista com os proprietários da empresa, e depois dos contatos iniciais, explicava-se o motivo da pesquisa usando uma “carta de apresentação”, para se ter um respaldo e confiança maior, ainda garantia-se total sigilo das informações. Então em função dos horários e do pouco tempo desses proprietários, por diversas vezes, teve-se que remarcar as entrevistas em datas posteriores.

As entrevistas duraram em torno de 30(trinta) minutos no formulário em duas vias, os entrevistados marcava suas questões e indagava algumas dúvidas que surgissem ao pesquisador.

Observou-se que os empresários com maior grau de instrução respondiam mais facilmente às perguntas e, de acordo com Pereira (2003, p. 98),

Questões mais técnicas podem ter sido interpretadas de forma incorreta por alguns empresários por falta de conhecimento do assunto. De modo geral, em toda e qualquer pesquisa, que depende da participação de respondentes, existe o fator sinceridade, que não pode ser medido, o que pode ser considerado um limitador.

Vale salientar que a região pesquisada é carente de educação superior, principalmente, em função de algumas empresas viverem na informalidade, ou seja, na “zona escura da tributação”.

Mas, mesmo assim, as empresas visitadas acolheram muito bem o pesquisador, convidando-o até para conhecer a linha de produção, em uma outra oportunidade.

Depois da coleta dos dados, partiu-se para o próximo passo que foi a análise, neste momento foi utilizado o Microsoft Excel, para a criação de gráficos, e a estatística descritiva. Em seguida, com o auxílio do programa SPSS for windows², versão 10.0, deu-se o cruzamento de dados, para possibilitar algumas análises mais significativas e que confirmassem ou refutassem as hipóteses levantadas.

² SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

2 A INDÚSTRIA TÊXTIL E AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

2.1 ASPECTOS GERAIS DAS INDÚSTRIAS TÊXTEIS

O setor têxtil é um dos segmentos mais importantes dentro do segmento industrial. Contando com uma posição de destaque, até a década de 80, a indústria têxtil brasileira, detentora de um mercado cativo e em expansão, fechando as importações, tanto de produtos acabados, quanto de insumos e equipamentos, não encontrou estímulo para realizar os investimentos necessários ao acompanhamento do processo de modernização que ocorria em outros países.

A partir dos anos 90, com a abertura do mercado local à concorrência internacional e, mais tarde, com a estabilização da moeda brasileira, o cenário econômico que a indústria têxtil havia levado a instalar-se e a crescer no Brasil foi modificado por completo.

TABELA 02 – Relação da Receita Bruta X Empregos na Indústria Têxtil

RECEITA BRUTA 2001 (US\$ bi)		EMPREGOS 2001 (mil funcionários)	
<i>Têxteis básicos</i>	14,1	<i>Têxteis básicos</i>	332
<i>Confeccionados</i>	21,4	<i>Confeccionados</i>	1.192
<i>Total da cadeia</i> ³	22,0	<i>Total da cadeia</i>	1.524
<i>PIB geral</i>	503,3	<i>População economicamente ativa</i>	81.407
<i>Participação</i>	4,4%	<i>Participação</i>	1,9%

Fontes: IBGE/BACEN/IEMI

Como se pode observar, com uma participação de 4,4% no PIB brasileiro (que representa o valor agregado de cada segmento econômico) e com uma geração de empregos no patamar de 1,9% da população ativa, o setor têxtil caracteriza-se como muito importante para a economia do país.

³ Representa a receita bruta gerada pela indústria da confecção e as receitas estimadas com comercialização de fios, tecidos e aviamentos ao varejo.

De acordo com SEBRAE/SP (2001, p.23),

As indústrias têxtil e de confecções sofreram recentemente um importante processo de reestruturação no nível internacional. Os fatores detonadores das mudanças foram o declínio da taxa de crescimento do consumo per capita de vestuário nos países avançados na década de 70 e a emergência de novos concorrentes como a Coréia do Sul, Taiwan e a própria China.

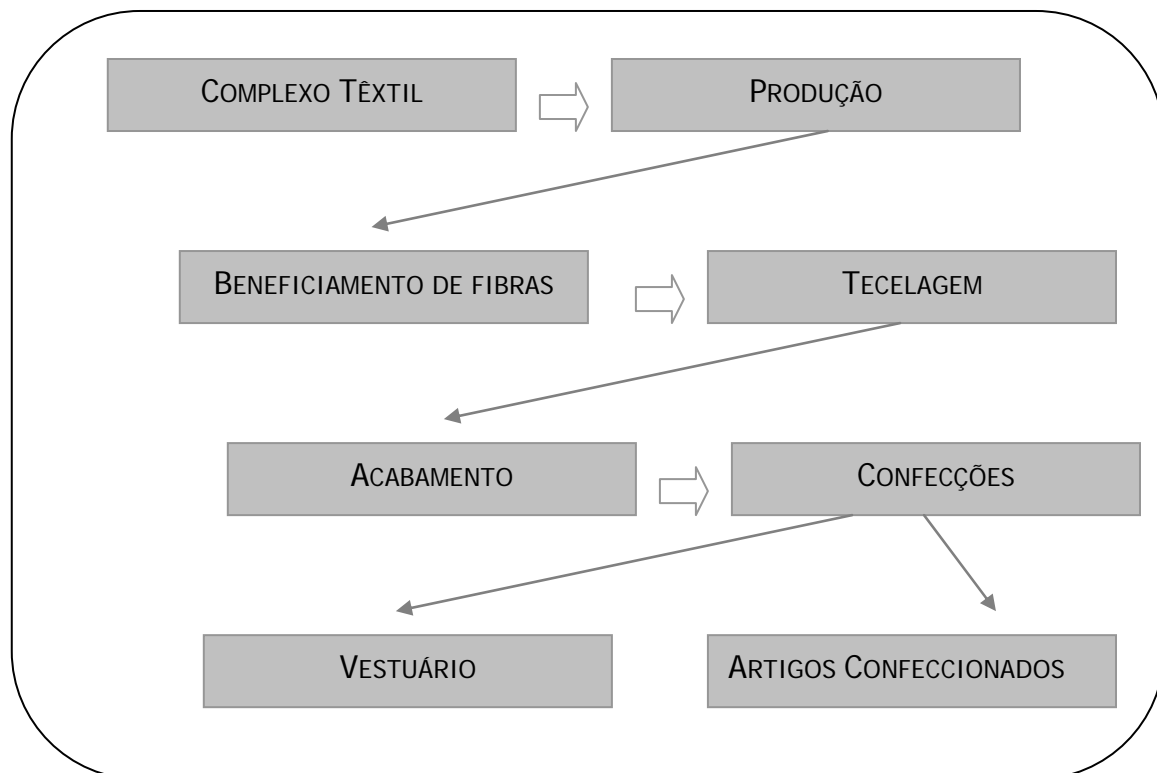


Figura 01 – Etapas da produção Têxtil

Santos (2001, p. 49) afirma que: “o ciclo de produção da indústria do vestuário é composto pelas seguintes etapas: concepção do modelo (*design*), confecção de moldes, gradeamento, elaboração de encaixe, corte, costura, acabamento e lavagem”

O complexo têxtil é constituído das etapas de produção e beneficiamento de fibras, fiação, tecelagem, acabamento e confecções. O setor de confecções, último elo da cadeia, é composto dos segmentos de vestuário e artigos confeccionados. O segmento de vestuário é composto das classes de roupa íntima, de dormir, de esporte, de praia, de gala, social, de lazer, infantil e

as classes de roupas especiais, como as de segurança, profissionais e de proteção.

2.1.1 O Setor de Confeções

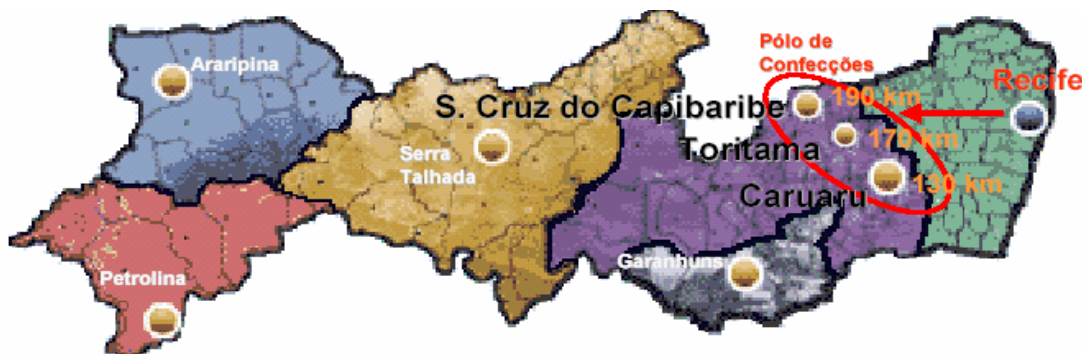
O setor de confeções vem se desenvolvendo muito durante os últimos anos. Para SEBRAE/SP (2001, p.13),

Os principais canais de distribuição do setor de confeções no Brasil são o comércio atacadista, as grandes redes de varejo (incluindo as lojas de departamento e as lojas especializadas), o pequeno comércio de varejo (incluindo as pequenas cadeias e as pequenas lojas independentes), as cooperativas e instituições governamentais, outras indústrias e outros clientes em geral.

De acordo com esse mesmo autor, o setor de confecção anda lado a lado com a produção da indústria têxtil. Embora a etapa da confecção seja constituída por uma indústria distinta, as maiores plantas têxteis internalizaram também esta etapa, que se distingue das demais por gerar junto ao mercado, produtos de maior valor agregado.

A relevância que esse setor da indústria vem recebendo merece destaque nacionalmente. E a cidade de Toritama vem contribuindo significativamente para que o Nordeste se desenvolva, especialmente, o Estado de Pernambuco.

MAPA 01 – Mapa do Pólo de Confeções de Pernambuco



Fonte: FADE/SEBRAE (2003)

Ainda segundo SEBRAE/SP (op. cit, p. 26) “Apesar do setor de confecção está voltado praticamente apenas ao mercado interno (cerca de 90% das vendas), o agregado dos confeccionados vem liderando as exportações da cadeia têxtil nos últimos anos, representando 43,3% do total em 1994 e 36,5% em 1995 e 1996”.

O processo de produção em Toritama se apresenta da seguinte forma: compra-se o tecido geralmente advindo das regiões sul e sudeste do País. Esse material é estirado, desenrolado em uma mesa e, em cima dele são colocados os moldes feitos de papelão, todos encaixados para um melhor aproveitamento do pano; em seguida são feitos os riscos modelando o que se pretende cortar, através desse risco é feito o “estiramento” que é o casamento de peças do tecido, uma sobre a outra, logo após, existe o corte feito através de uma máquina especializada, depois é feita a separação de peças por etapas com seus devidos números separados; são enviadas à máquina para conclusão das peças. Segue-se o processo de acabamento industrial: casear, travetar, chegando ao processo de lavagem feita em lavanderias especializadas. Voltando para a indústria, é feito o serviço de acabamento manual e limpeza, a matéria-prima acabada segue para embalagem e por fim é entregue para sua comercialização.

2.1.2 Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano

O pólo de confecções do Nordeste possui um grande significado para a economia e a sua maior concentração está localizada na mesorregião do Agreste Pernambucano, principalmente nas microrregiões do Alto Capibaribe e do Vale do Ipojuca, onde ficam situadas as cidades de Santa Cruz do Capibaribe, Toritama e Caruaru.

Essa atividade é de suma importância para essas cidades e respondem por cerca de 60% dos estabelecimentos industriais do setor no Estado, proporcionando um nível elevado de empregabilidade tanto formal quanto informal. Estima-se que existam nestas três cidades cerca de 12.000 micro

e/ou pequenos negócios, (dos quais somente 8% são formais), que empregam aproximadamente 76 mil pessoas, produzem 57 milhões de peças por mês e realizam um faturamento mensal superior a R\$ 144 milhões⁴.

Esse pólo de confecções do agreste pernambucano surgiu na década de 60, quando a utilização das sobras de malhas conhecidas como elancas, vindas das indústrias do Sul e Sudeste, proporcionava para os micros e pequenos empresários dessa região, produtos de baixo custo que eram e ainda são vendidos a preços populares, e, a cada ano, vem se aperfeiçoando mais, tornando os municípios de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe conhecidos mundialmente, por produzirem vestuários com qualidade reconhecida em todos os países do mundo. Foi a partir daí que as feiras de ruas, hoje conhecidas como “FEIRAS DA SULANCA” impulsionaram a economia do Estado de Pernambuco, direcionando a sua comercialização tanto para os mercados locais, nacionais, como para o mercado internacional.

Todos esses indicadores favorecem o desenvolvimento deste pólo, evidenciado principalmente na modernização, a qualidade dos produtos e a sustentabilidade do mercado das MPE's da região. Este desenvolvimento tem trazido melhorias nas infra-estruturas urbanas das cidades e progresso para esses municípios.

2.2 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

2.2.1 Cenário Brasileiro

A crescente onda das micro e pequenas empresas torna-se, a cada momento, mais representativa em todo o mundo, elas já tomam conta dos mercados globalizados e respondem pela maior parte dos empregos oferecidos em todo o mundo. É uma realidade que as torna fundamental na economia.

⁴ Fonte: SEBRAE/PE. Estudo de Caracterização Econômica do Pólo de Confecções do Agreste de Pernambuco FADE/UFPE, jul. 2003. Disponível em: <<http://www.sebraepe.com.br>> Acesso em: 25 jul. 2003.

Ramiro e Carvalho (2002 apud BILESSIMO 2002, p.26) dizem que:

O trabalho sem patrão é fruto de uma revolução que começou no final dos anos 70. Nos últimos 20 anos, o modelo de gerenciamento das empresas passou por uma reviravolta. A produtividade cresceu num ritmo alucinante. Hoje, em empresas na vanguarda da tecnologia, um único trabalhador produz o mesmo que 25 deles há duas décadas. O fenômeno de diminuição do emprego formal e aumento das iniciativas econômicas individuais é mundial. Nos EUA, em 1997, apenas 7% das pessoas se descreviam como empresários. Em 2000, já eram 26%. Estima-se que serão 41% em 2008.

É importante ressaltar que as MPE's que surgem hoje no Brasil são as maiores geradoras de empregos, é comum observar pessoas que deixaram seus empregos para abrirem seu próprio negócio e caminham muito bem com suas empresas.

De acordo com Longenecker, Moore e Petty (1998, p.43) "As pequenas empresas prestam contribuições singulares a nossa economia. Fornecem uma parte desproporcional de novos empregos necessários para uma força de trabalho em crescimento".

A forma como os empregos, em médias e grandes empresas, foram acabando, impulsionou uma nova linha de atividades em que o desempregado se sente na obrigação de criar seu próprio negócio. E a todo instante surge no mundo um "novo empreendedor" com características bem particulares.

Os critérios mais utilizados para definir o porte das empresas estão ligados principalmente ao número de empregados e ao faturamento bruto anual. Mas hoje no Brasil existem vários órgãos, tais como: SEBRAE, SENAC, SESI, RAIS, Estatuto das Micro e Pequenas Empresas, que fazem esses números e valores mudarem de um para o outro. Nesta pesquisa, por questões práticas e de facilidade das informações, tomou-se como base à classificação usada pelo SEBRAE com relação ao número de empregados, e, para o critério

do faturamento, foi seguida a Lei Federal 9.841, de 05/10/1999 (Estatuto de Micro e Pequenas Empresas).

A mortalidade das MPE's é alta. Segundo dados do SEBRAE⁵, no período entre 1990 e 1999, cerca de 54%, mais da metade das empresas brasileiras constituídas nesse período eram formada por MPE's. No Brasil existem micro e pequenas empresas que nascem e morrem sem nem completar cinco anos de vida, a falta de acompanhamento sem dúvida caracteriza um dos principais problemas dessas empresas. Esta mortalidade se dá por falta de acompanhamento de profissionais especializados que auxiliem um planejamento estratégico, para fortalecer o seu andamento.

De acordo Labes & Rodrigues (apud LICZBINSKI 2002, p.61)

Este cenário de mortalidade nos permite levantar dois pressupostos básicos. O primeiro é de que micros e pequenas empresas bem sucedidas empregam com maior ênfase certos princípios e instrumentos da administração. O segundo é de que, ao contrário, empresas pouco competitivas ou mal-sucedidas desconhecem ou empregam-nos inadequadamente.

As MPE's como célula de desenvolvimento têm seu próprio mecanismo de sobrevivência para se sobressair em um mercado hiper competitivo, e, em muitos casos se encontram em situação ímpar, ou seja, totalmente alheia às médias e grandes empresas.

Bezerra (apud PEREIRA, 2003, p.87) destaca que,

A pequena empresa, por não possuir uma hierarquia formal, não distingue as necessidades de informação de maneira metódica. O proprietário-gerente supervisiona os processos e assume papéis operacionais na condução da empresa. Desta maneira para atender

⁵ Fonte: SEBRAE/PE. Estudo de Caracterização Econômica do Pólo de Confecções do Agreste de Pernambucano FADE/UFPE, jul. 2003. Disponível em: <<http://www.sebraepe.com.br>> Acesso em: 25 jul. 2003.

as necessidades da pequena empresa, o sistema de informação deve apresentar características, ao mesmo tempo, operacionais, táticas e estratégicas.

Todo esse contexto é propício para que as MPE's cada vez se configurem no mercado, no entanto, é inerente observar que, em alguns casos, essas estruturas adotadas por elas engessam o seu desenvolvimento, junto ao mundo globalizado. Então, existem circunstâncias bastante específicas aplicadas a estas empresas.

De acordo com Bilessimo (2002, p.27), "A dimensão da organização para a micro e pequena empresa gera um enfoque totalmente particular, por possuírem seus próprios problemas, suas próprias limitações e seu próprio contexto social".

A importância das micro e pequenas empresas e a possibilidade de estudos que podem ser realizados a seu respeito servem de motivação para desencadear um processo de investigação na região de Pernambuco. A busca da informação dentro dessas empresas tem um papel decisivo tanto no mercado local como no mercado nacional para sua sobrevivência.

As informações nas micro e pequenas empresas se desenvolvem cada vez mais, Longenecker, Moore e Petty (1998, p.419) afirmam que:

Tanto as grandes quanto às pequenas empresas exigem um processo gerencial para dirigir e coordenar as atividades de trabalho. Se esse processo de dirigir e coordenar forem bem executados, contribuirão para produtividade e lucratividade, qualquer que seja o tamanho dos negócios. À medida que a pequena empresa cresce, sua tarefa gerencial se torna mais complexa, e seus métodos gerenciais devem se tornar mais sofisticados.

O efeito de uma boa informação, muitas vezes, fica para trás em função da não cooperação entre os departamentos de uma empresa, o que se observa é a falta de confiança oriunda de um departamento para o outro, tornando uma informação esquecida e prejudicando uma melhor decisão. A investigação

dessas informações deve proporcionar uma maior segurança na sua transmissão.

As MPE's já reconhecem a necessidade de investir em seu aperfeiçoamento contínuo, pois o mercado avança com uma rapidez que poucos dirigentes de empresas conseguem prever, mas esse "desenvolvimento" está intimamente ligado à indicação de que elas precisem se sobressair umas em relação às outras, e, para isso, abre-se um leque de profissionais que podem e devem auxiliar essas empresas a crescer no mercado.

É necessário se atualizar e estar sempre à frente no mercado, já não existem mais fronteiras nesse mundo globalizado e ganhará quem conseguir viver sempre em evidência, ou seja, entre os melhores, seja na indústria, no comércio e/ou na prestação de serviços. Ser competitivo nesses momentos é pensar mais adiante

Para Bilessimo (2002) a tomada de decisão nas MPE's segue muito a intuição dos proprietários, dentro de estratégia de curto prazo, e essa visão costuma centralizar as informações, causando algumas informalidades nos processos de controle e gerenciamento destas empresas.

2.2.2 Micro e Pequenas Empresas de Confecções de Toritama

Os empresários das MPE's precisam ter informações para tomar decisões e, necessariamente, essas informações devem atender a três requisitos: serem precisas, significativas e oportunas, porque não adianta adquirí-las depois de tomadas as decisões. A evolução das tecnologias das informações e a contabilidade ainda têm muito a oferecer, pois, é através da informação contábil que alguns empresários estão se adaptando às novas realidades e se tornando cada vez mais competitivos.

A situação em que se encontra Toritama é bem definida por Galvão (1999, p.7) ao afirmar:

A concentração geográfica das empresas é elemento facilitador desse processo de disseminação do conhecimento no qual o empresário acompanha pessoalmente os novos processos produtivos e vê novas máquinas em operação, ou seja, o distrito constitui-se em um verdadeiro laboratório prático, no estilo de uma grande incubadora empresarial ou um departamento multidisciplinar de desenvolvimento tecnológico.

Pode-se afirmar que o aglomerado de indústrias de confecções em Toritama contribui e facilita para o aprendizado coletivo, fazendo com que cada empresa estabeleça seus preços, analise os produtos, adquira qualidade em sua produção, tenha conhecimento, enfim se prolifere desenvolvendo a economia da região, gerando mais emprego e renda para os habitantes da cidade.

Em sua maior parte, as MPE's trabalham com "facção", ou seja, são empresas legalmente constituídas que não têm linha de produtos própria, só trabalham sob encomenda para terceiros. Em Toritama, a informalidade impera e é muito comum ver "empresas de fundo de quintal" onde várias famílias trabalham para constituir sua renda.

A informalidade e as suas limitações prejudicam essas empresas, principalmente por viverem num ambiente em constante mudança. Não existem mais lugares para as empresas que trabalham dessa forma, é necessário ter planejamento, buscar as informações corretas e estarem abertas às novas mudanças organizacionais.

De acordo com o Jornal de Pernambuco (2002, p.1), "a influência do Jeans no município é tão forte que a maioria dos 23 mil habitantes de Toritama está envolvida em atividades ligadas ao tecido". O que acontece em Toritama é um fenômeno que expande a economia da região e garante emprego a todos que moram na cidade.

Observa-se que as MPE's de Toritama sentem a necessidade de possuírem um melhor planejamento e controle, já que a cidade vem crescendo muito com o fenômeno da "Confecção do Jeans". Este trabalho busca preencher uma lacuna que pode fazer a diferença para muitos empresários, principalmente no tocante a gerar informações para a tomada de decisão. Percebe-se que o empresariado de Toritama não atentou para as informações geradas pela contabilidade, e, em muitos casos, a preocupação dessas informações fica ligada apenas à data de quitação aos fornecedores e ao atendimento ao fisco.

Outra observação muito importante é que as MPE's das indústrias de confecções de Toritama não possuem noção clara da estrutura dos seus custos. Pode-se dizer que, em muitos casos, elas seguem a concorrência, a análise é feita em função dos olhares para os preços, uma das outras, verificando o quanto o seu vizinho cobra e em seguida dita-se o ritmo de preço para o mercado.

A tabela a seguir procura relacionar a população existente no Brasil com a população de Toritama, observando a variação em dez anos, mostrando como a cidade vem crescendo, principalmente porque este município é o menor do Estado de Pernambuco.

TABELA 03 – População residente e variação da população residente 1991/2000

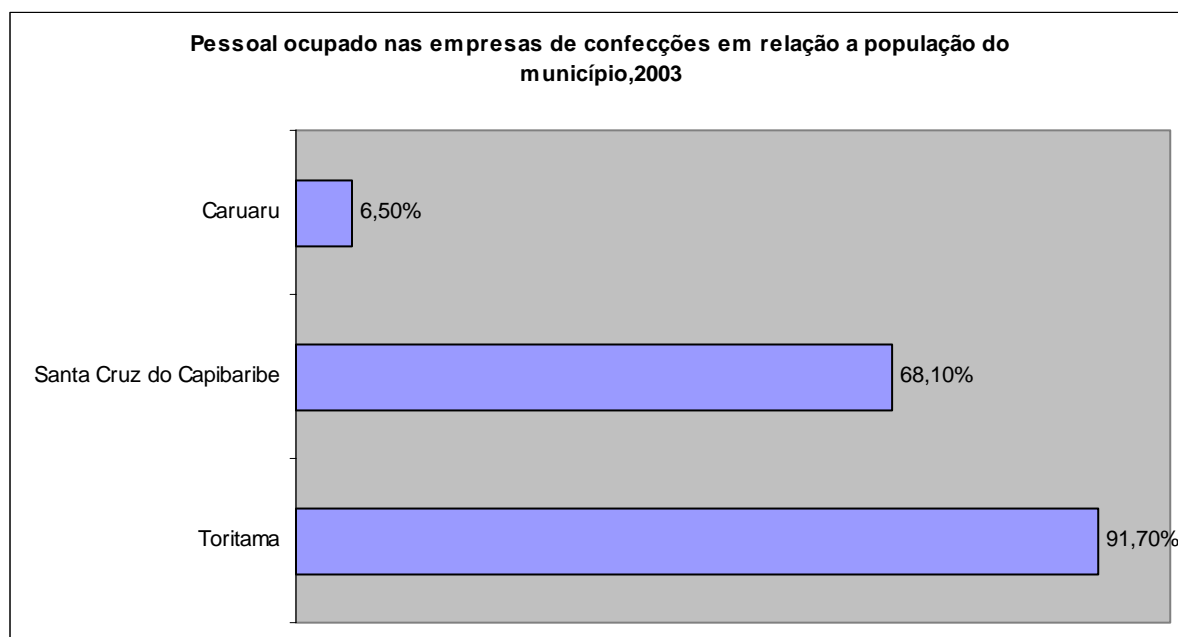
BRASIL, REGIÃO GEOGRÁFICA, UNIDADE DA FEDERAÇÃO E MUNICÍPIO	ANO		VARIAÇÃO % 1991/2000
	1991	2000	
<i>Brasil</i>	146.825.475	169.799.170	15,6
<i>Nordeste</i>	42.497.540	47.741.711	12,3
<i>Pernambuco</i>	7.127.855	7.918.344	11,1
<i>Caruaru</i>	213.697	253.634	18,7
<i>Toritama</i>	14.907	21.800	46,2
<i>Santa Cruz do Capibaribe</i>	38.332	59.048	54,0

Fonte: IBGE/ Censo Demográfico (2003)

O aumento da população no município de Toritama é um reflexo que mostra potencial do lugar, ninguém vai para um local onde a economia fica parada ou que pelo menos não exista a esperança de empregabilidade ou de

montar seu próprio negócio. Sendo assim, a possibilidade do crescimento populacional está ligado ao sinal de crescimento econômico; isso faz de Toritama uma cidade promissora e confirma que essa alavancagem se dá em função do setor de confecção de Jeans.

QUADRO 01 – Porcentagem de pessoas empregadas na cidade de Toritama



Fonte: FADE/UFPE, (2003)

O quadro mostra que a relação entre o pessoal ocupado e a população do município é bem representativa, comprovando que é praticamente zero o índice de desemprego em Toritama, tendo muitas vezes que buscar mão-de-obra em outras regiões.

TABELA 04 – Produto Interno Bruto real e a variação do Produto Interno Bruto real 1991/2000

BRASIL, REGIÃO GEOGRÁFICA, UNIDADE DA FEDERAÇÃO E MUNICÍPIO	PIB TOTAL REAL (EM R\$ 1000 de 2002)		VARIAÇÃO DO PIB TOTAL REAL 1991/2000 (EM %)
	1991	2000	
<i>Brasil</i>	977.857.663	1.280.964.938	31,0
<i>Nordeste</i>	155.668.489	209.975.301	34,9
<i>Pernambuco</i>	30.856.484	40.142.583	30,1
<i>Caruaru</i>	967.790	1.308.775	35,2
<i>Toritama</i>	70.489	99.991	41,9
<i>Santa Cruz do Capibaribe</i>	158.280	253.911	60,4

Fonte: IBGE/ Censo Demográfico (2003)

De acordo com a tabela, o Produto Interno Bruto (PIB) Brasileiro cresceu 31% de 1991 a 2000. O nordeste teve uma variação de 34,9%, algo que representa bem sua potencialidade. Apesar de Pernambuco ter uma variação menor que a do Brasil e principalmente o Nordeste, aquelas cidades que fazem parte do pólo de confecções do Agreste Pernambucano tiveram aumentos consideráveis ficando todos acima da média do Brasil, pode-se citar, por exemplo, o caso de Toritama com uma variação de 41,9% do PIB nesse período. Isso mostra que Toritama figura como uma das principais cidades da região do Nordeste e confirma seu crescimento econômico nesse pólo.

3 O GERENCIAMENTO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

3.1 O PAPEL DA INFORMAÇÃO

3.1.1 Conceitos Iniciais

Segundo Mcgee e Prusak (1994, p.156),

Para que uma empresa seja bem-sucedida na tarefa de gerenciar a informação, precisa haver um consenso sobre o que é a informação dentro de uma organização, quem a possui, sob que forma é conservada, quem é o responsável pelo seu gerenciamento, e mais importante ainda, como controlar e utilizar a informação que existe em todas as organizações.

Para atingir o conhecimento e poder utilizá-lo dentro das empresas, é necessário que se conheça a diferença entre *dados* e *informações*. Dentro de qualquer empresa é importante saber como transformar dados em informações, cabe aqui conceituar cada um deles.

Dados são fontes brutas que não agregam valor algum, quando identificados isoladamente, depois de trabalhados e organizados, dispostos corretamente, permitem gerar decisões. Dessa forma passam de *dados* para *informações*.

Para Oliveira (2001, p.34) “informação é o dado trabalhado que permite ao executivo tomar decisões”. A informação em toda atividade sempre mereceu destaque, e, quando trabalhada, gera decisões relevantes.

Afirma Liczbinski (2002, p.43) que “A informação, (...), é o dado transformado, é a principal matéria-prima dos gestores no processo decisório. É o suporte a tomada de decisões. Através da informação, o gestor consegue reduzir sua margem de erros de decisões, diminuindo seus riscos”.

Segundo o Banco do Brasil (apud PEREIRA 2003, p.27)

Informação é composta por dados organizados, dispostos numa estrutura específica. Pode-se considerar informação como dados que possuem algum significado. A função da informação é reduzir a incerteza e a ambigüidade, permitindo ao usuário maior clareza de uma situação.

Para Romani e Borszcz (apud PEREIRA 2003, p.37)

A informação é considerada a força motriz de nossa vida, mas, ao mesmo tempo, é também considerada uma ameaça, pois a quantidade cada vez maior de informação gerada, exige cada vez mais das pessoas, tornando-as mais ansiosas. Essa ansiedade por informação é o resultado da distância cada vez maior entre o que se compreende e o que se acha que deve ser compreendido. Existe uma lacuna entre os dados e o conhecimento, e isto ocorre quando a informação não diz o que se quer ou precisa saber.

A informação, portanto, é fonte que move não só a empresa, mas nos acompanha por toda vida. Em vários momentos, as pessoas são bombardeadas de informações e, de posse delas, ficam acuadas por não distinguir o que se quer ou pretende fazer. Essa disponibilidade de informações é basicamente em função da tecnologia e da globalização que tornam a vida das empresas um emaranhado de informações.

QUADRO 02 - Conceitos e Características dos Dados, Informação e Conhecimento.

CARACTERÍSTICAS	DADOS	INFORMAÇÃO	CONHECIMENTO
<i>Conceitos</i>	<i>Simples observação sobre o estado do mundo</i>	<i>Dados dotados de relevância e propósito</i>	<i>Informação valiosa da mente humana inclui reflexão, síntese e contexto.</i>
<i>Quanto à Estrutura</i>	<i>Facilmente estruturado</i>	<i>Requer unidade de análise</i>	<i>De difícil estruturação</i>
<i>Quanto à Obtenção</i>	<i>Facilmente obtido por máquinas</i>	<i>Exige consenso em relação ao significado</i>	<i>De difícil captura em máquinas</i>
<i>Quanto à mediação</i>	<i>Freqüentemente quantificado</i>	<i>Exige necessariamente a mediação humana</i>	<i>Freqüentemente tácito</i>
<i>Quanto à Transferência</i>	<i>Facilmente transferível</i>	-	<i>De difícil transferência</i>

Fonte: Adaptado de PEREIRA 2003, p.26

Quem detém a informação e não consegue torná-la fonte de conhecimento, cria uma informação que é considerada apenas um dado irrelevante, já que não consegue absorvê-la e transformá-la em conhecimento, apenas em acúmulo que prejudica sua decisão.

Rezende & Abreu (2000, p. 109) enfatizam muito bem quando dizem que:

A informação desempenha papéis importantes tanto na definição quanto na execução de uma estratégia. Isso se dá em relação ao aperfeiçoamento da definição de estratégias competitivas, à capacidade necessária para garantir que estratégias e execução permaneçam sincronizadas entre si e com o ambiente competitivo.

Cada empresa deverá ter visão e acreditar no seu potencial definir suas estratégias e se respaldar em função das informações que estão sendo dispostas a ela.

Já não existe lugar para empresas que temem o crescimento; estratégias são necessárias, mas, em todo o momento, os empresários devem

atentar para geração de tomada de decisão, dessa maneira, conseguirão ter sempre uma gama de possibilidades para estar à frente de seus concorrentes.

Liczbinski (2002) mostra que para se tomar decisões o empresário encontra várias alternativas e tem a necessidade de optar, sendo assim, qualquer decisão é baseada em alternativas.

O valor informacional deve levar em conta a relação “Custo X Benefício”, para reduzir a incerteza, pois não adianta ter uma informação que, com seu custo final, torne-se sem valor para a decisão.

Tanto quanto a informação, a comunicação é imprescindível dentro de qualquer organização. É importante entender que, quando se passa uma informação para alguém, ela tem que ser clara, sucinta e objetiva, porque, caso contrário não terá valor algum para quem a recebeu.

Toda e qualquer organização está sujeita à transformação, o impacto gerado por uma decisão só é conhecido quando colocado em prática e observado pelos seus gestores em torno de novas informações. Assim, cria-se uma estrutura em que as empresas devem estar preparadas para sua decisão, conforme a seguir explicado:

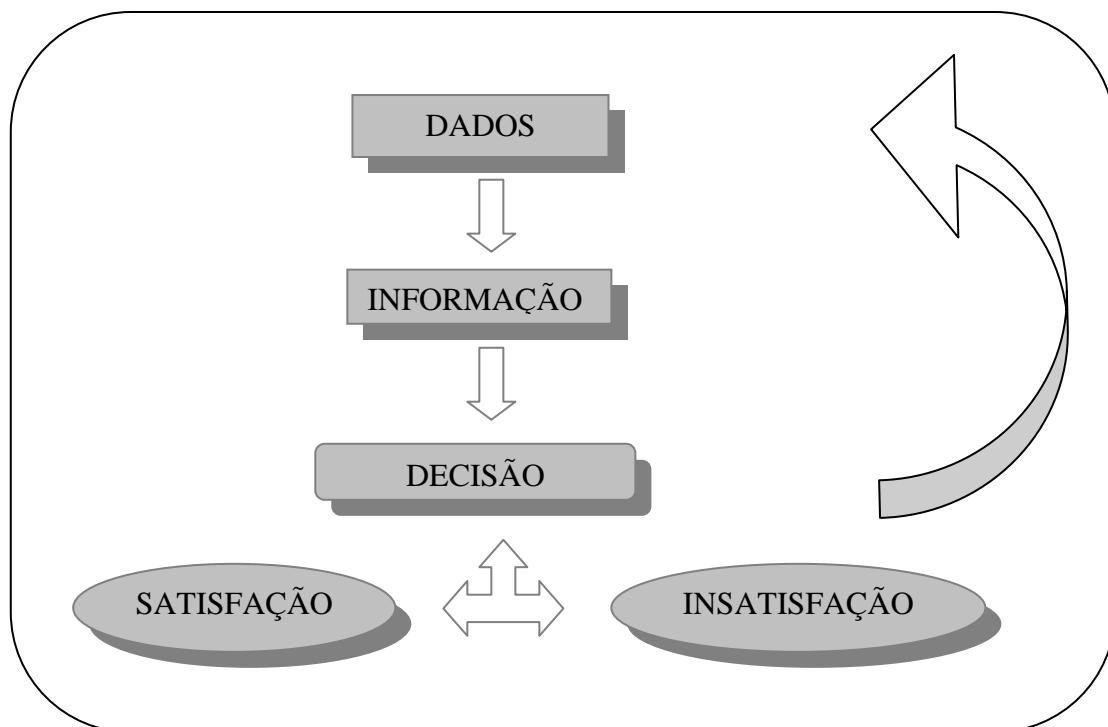


FIGURA 02 – Fluxo de Informação dentro de empresas

Cabe salientar que os gestores são pessoas que a todo o momento estão buscando informações, para gerarem decisões futuras. Há que se ter cuidado, entretanto, em ocasiões difíceis de decidir, quando o que prevalece é o consenso do empresário e a forma como ele gerencia seus negócios. Nesse caso, as informações podem não ser bem utilizadas pelas empresas.

3.1.2 Fluxo de Informações

De acordo com Davidow e Malone (apud SILVA 2002, p.28)

Os extraordinários avanços no processamento da informação serão o dínamo da corporação virtual; além disso, nos próximos anos, as diferenças incrementais na capacidade das empresas pode adquirir, distribuir, armazenar, analisar e invocar ações baseadas nas informações (...) irá determinar quem vence e sobre quem perde a batalha pelos clientes (...) a capacidade de uma empresa para operar e criar produtos e serviços irá depender da sua capacidade de coletar, processar, integrar e dominar essas informações.

Fica claro, portanto, que as empresas que conseguirem identificar, separar e buscar melhores informações terão mais chances de sobreviver. Exatamente porque as que possuem melhores informações, buscam sempre inovar e passar por mudanças organizacionais, e, ainda, as que têm como gerar e tomar decisões sempre estarão um à frente das outras.

Segundo uma ótica de visão do fluxo de informações nas empresas Pereira (2003) tenta mostrar de acordo com o quadro abaixo essa relação e os tipos de informações geradas por elas.

QUADRO 03 - Fluxo Informacional nas Empresas

INFORMAÇÃO	GRANDES FLUXOS	TIPOS DE INFORMAÇÃO	
	<i>Da empresa para a empresa</i>	<i>ATIVIDADE</i> <i>Nota de pedido interno</i> <i>Situação de estoque</i> <i>Informação de gestão</i> <i>Informação contábil</i> <i>Procedimentos de gestão</i> <i>Diferentes funções informatizadas</i>	<i>CONVÍVIO</i> <i>Newsletter da empresa</i> <i>Comunicação informal</i> <i>Idéias</i>
	<i>De dentro para fora da empresa</i>	<i>Pedido de compra</i> <i>Fatura para o cliente</i> <i>Comunicação ao cliente</i> <i>Oferta de emprego</i> <i>Catálogo de produtos</i>	<i>Publicidade</i> <i>Relatório para acionistas</i> <i>Conferências universidades</i> <i>Artigos na mídia</i> <i>Patrocínios</i>
	<i>De fora para dentro da empresa</i>	<i>Fatura do fornecedor</i> <i>Extratos de bancos</i> <i>Pedido de cliente</i> <i>Leis e regulamentações</i> <i>Intervenção de um consultor</i>	<i>Catálogo do fornecedor</i> <i>Relações pessoais</i> <i>Participação em seminários</i> <i>Planos da concorrência</i>

Fonte: PEREIRA 2003, p.34

É fato que as empresas buscam criar mecanismos em que o tomador de decisão seja responsável e consiga desenvolver as informações, mas, questiona-se até que ponto essas informações podem ser trabalhadas e concentradas numa só pessoa. O gerenciamento das informações deve fluir entre cada organização, tornando-se ponto chave em todas as áreas da empresa.

Liczbinski (2002) comenta que a informação é um recurso indispensável que auxilia na execução das estratégias das empresas, desde que se enquadre

na sua realidade e no meio onde elas se localizam, buscando uma forma de identificar o processo decisório embasado em informações.

O decisor deve, a cada momento, investigar a relevância e a contribuição de cada informação, portanto, deve concentrar-se numa linha de pensamento que ofereça uma decisão rápida precisa e confiável.

3.1.3 A Informação e a Contabilidade

Para Chér (apud CANDIDO e DIAS 1998),

A contabilidade tem sido encarada como um instrumento necessário tão somente para se atender a uma série de exigências legais e burocráticas, e não encarada como um instrumento de apoio ao administrador para a tomada de decisões. Verifica-se, assim a ausência de uma contabilidade que promova o conhecimento atualizado da situação patrimonial e financeira da empresa.

Falta o esclarecimento de que entre as figuras de maior destaque para promover esse conhecimento está o contador. Por gerar informações consideradas históricas pelos empresários, muitas vezes a contabilidade é relegada a segundo plano, e, gerando informações redundantes, através de outros mecanismos, os empresários criam as suas próprias estratégias, passando a ser os usuários das informações, buscando as mais precisas e as que julgam importantes.

O que se pode observar em leituras e pesquisas preliminares são as dificuldades que as MPE's sentem de identificar seus custos, traçar modelos de gestão, fazer um planejamento estratégico, acompanhar o fluxo financeiro de sua empresa. Esses são alguns atributos que o contador pode trabalhar, para buscar informação e criar mecanismos com os quais seus dirigentes possam tomar a melhor decisão naquele momento, em tempo real.

Deve-se acrescentar ainda que a Era da Informação está intimamente ligada à Contabilidade, pois os contadores são responsáveis por gerarem informações, uma vez que possuem o intuito de mola mestra para as decisões nas empresas.

Há duas décadas passadas, os computadores vêm influenciando profundas mudanças nas organizações e na precisão de suas informações, e a contabilidade vem se ajustando a estas mudanças. Assim, como o futuro se combina rapidamente com o presente, a contabilidade se adapta para os computadores como a nova realidade econômica, em torno de uma crescente forma possível de alavancagem de dados para vantagens nos negócios e para uma vasta complexidade nas necessidades de informações. Dessa forma, ela pode ser considerada mais precisa para produzir e transformar informações não financeiras, contribuindo efetivamente em decisões gerenciais.

3.2 A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

De acordo com Padoveze (2000, p.46) “Tecnologia da Informação(TI) é todo o conjunto tecnológico à disposição das empresas para efetivar seu subsistema de informação”.

As Tecnologias da Informação (TI) vêm crescendo e aumentando a competitividade através da inovação, facilitando os propósitos da contabilidade e tornando o seu uso uma ferramenta que auxilia os procedimentos estratégicos da informação. O método de gestão busca o hábito de ter informações bem vindas para decisões precisas. As organizações necessitam desses sistemas de informações computacionais que ajudem a concluir com êxito os seus negócios, além de contribuir na criação de estratégias e na elaboração de metas que superem seus concorrentes. A contabilidade bem elaborada é essencialmente importante para as projeções de sistemas de informação para o desenvolvimento da informação e, principalmente, para tomada de decisão. Sendo assim, a contabilidade tem a oportunidade de explorar e contribuir para os projetos de sistemas identificando uma intersecção

entre os Sistemas de Informações Contábeis (SIC) e a Contabilidade Gerencial.

Cruz (2003, p. 26) define a TI como “Todo e qualquer dispositivo que tenha capacidade para tratar e ou processar dados e ou informações, tanto de forma sistêmica como esporádica, quer esteja aplicada no produto, quer esteja aplicada no processo”.

A TI deve gerar ao usuário o efeito desejado que atenda às suas expectativas, caso contrário, essa tecnologia se torna cara, indesejada e, ainda, sem nenhuma utilidade para a empresa. Para se ter uma Excelência Empresarial, muitas empresas investem recursos na TI, mas vale salientar que ela deve ser usada como instrumento de suporte na gestão das empresas e, aliada à contabilidade, tornar-se uma poderosa ferramenta de planejamento.

O grande segredo da TI está no saber utilizar e empregar corretamente seus conceitos e práticas e não apenas em possui-la.

A TI, certamente, num futuro próximo, afetará a maneira de como gerenciar as empresas. E a contabilidade terá uma parcela de contribuição nessa nova forma de gerenciar os negócios, por isso, são muito importantes os procedimentos para colher e registrar as informações, oriundas da Ciência Contábil.

As grandes empresas trabalham com essas informações gerenciadas por tecnologias, que refinam e reproduzem um melhor resultado, e atreladas aos Sistemas de Informações às tornam mais competitivas no mercado. Para as MPE´s essa realidade é diferente, muitas vezes esta “Tecnologia” e esses “Sistemas” estão ligados aos altos custos que praticamente as obrigam a seguirem outros caminhos.

3.3 OS SISTEMAS DE INFORMAÇÕES

Para Moscové, Simkin e Bagranoff (2002, p. 23), Sistema de Informações é: “Um conjunto de subsistemas inter-relacionados que funcionam em conjunto para coletar, processar, armazenar, transformar e distribuir informações para fins de planejamento, tomada de decisões e controle”.

Qualquer sistema de informação deve possuir mecanismos que refinem os seus dados e atendam às necessidades de quem precisa destas informações.

Segundo Melo (1999, p.30), “Sistema de Informação, ou seja, todo e qualquer sistema que tem informações como entrada visando gerar informações de saída. A expectativa de se obter tais informações, para satisfazer determinadas necessidades, corresponde ao objetivo geral dos Sistemas de Informações”.

Os sistemas de informações, por mais simples que sejam, devem ter dados que alimentem e processem os resultados, ou seja, registro de *input* (entrada) e *output* (saída) das informações processadas.

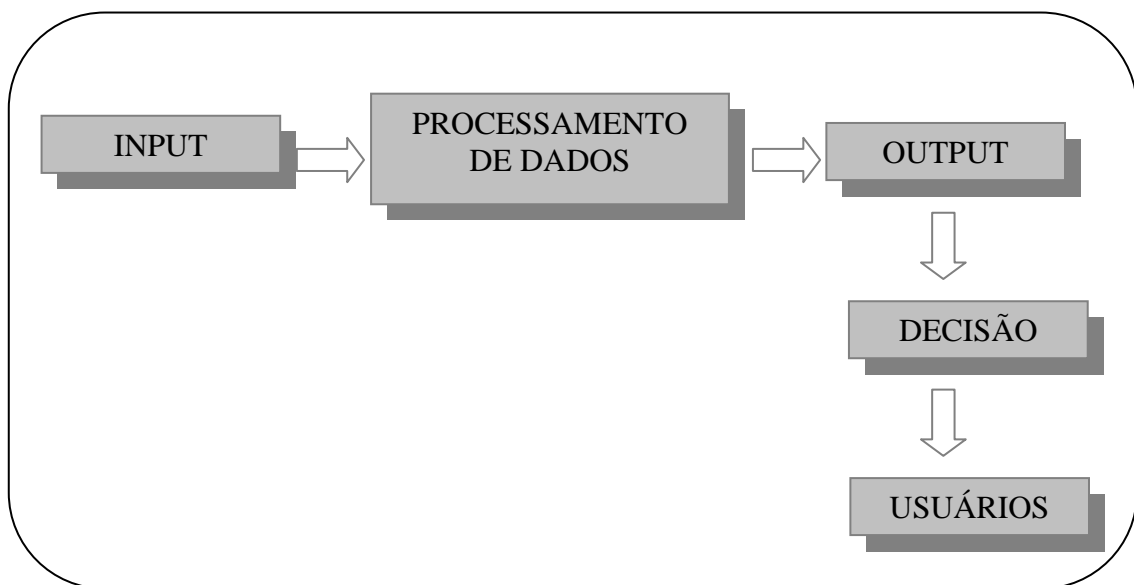


FIGURA 03 – Sistemas de Informações

Segundo Perottoni et. al. (apud LICZBINSKI 2002, p.50)

Os sistemas de informações podem ser entendidos a partir de três dimensões: (1) humana, à medida que as pessoas interagem com os sistemas, alimentando-os de dados, e utilizando as informações resultantes nas suas atividades, integrando-os a sua rotina de trabalho; (2) organizacional, a medida que a cultura da empresa e o ambiente em que a mesma se insere afetam o delineamento dos sistemas de informações; (3) tecnológica, a medida que é preciso selecionar a tecnologia adotada para entrada, saída, processamento e armazenagem da informação.

A mesma natureza da informação que está sendo provida pelos gestores deveria ser mais observada. Uma das críticas mais freqüentes é que os sistemas de informações focalizam em indicadores financeiros e avaliam desempenhos baseados em padrões internos, porém, relatórios financeiros chegam muito recentes e a informação é muito geral para ajudar os gestores a entender o contexto operacional para controle dos processos organizacionais.

Liczbinski (2002) acrescenta que as informações atingem os objetivos desejados quando são respaldados em cima de Sistemas de Informações que contribuem para um aumento da competitividade aliada a eficiências desses sistemas e a administração de seus proprietários.

Muitos empresários costumam receber informações confusas. O foco em torno de sistemas de informações quando os dados vêm deturpados, faz com que os tomadores de decisões se limitem a uma análise insuficiente e aparente, sem enfatizar uma informação objetiva e/ou precisa.

Verdaasdonk e Wouters (2001) declaram que os sistemas de informações não possuem bom suporte para gerar decisões, precisando de informações contábeis para contribuir melhor com os resultados das empresas.

3.4 AS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS PARA TOMADA DE DECISÃO

A contabilidade é importante em qualquer atividade e serve de apoio através de sistemas de informação para orientar e criar possibilidades para os gestores tomarem decisões, além disso, está sempre em busca de se adequar às novas formas de desenvolvimento desses sistemas, cabe agora aos empresários dar o devido valor a uma área tão significativa para empresa.

Hoje, os sistemas de informações se utilizam da contabilidade para gerar informações, e tomar grandes decisões, apesar dela ser baseada em dados históricos. Na verdade, o foco da contabilidade sempre foi de projetar os Sistemas de Informações Contábeis-SIC para aumentar o valor da informação reestruturando suas contribuições e redefinindo as informações para uma melhor decisão.

Deve-se ter claro, portanto, que, sem a perspicácia da informação contábil, os negócios não estarão capacitados para evoluir os custos, a posição dos lucros, a escala do produto ou desempenho único dos negócios, ou os sucessos financeiros para os planos futuros.

Marion (2003, p.25) esclarece a utilização das informações contábeis quando afirma que,

A 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.

O desvio do foco da informação tem proporcionado grande perda para a contabilidade, assim, muito mais que atender pedidos de informações, é importante saber oferecer informações necessárias para gestão da empresa.

Embora a maioria dos gestores julgue as informações contábeis como essenciais, ressaltam que a falta de qualidade prejudica as estratégias das empresas. Então, resta à contabilidade se antecipar ao futuro e focalizar seus esforços em função das informações, que devem, por sua vez, contribuir para o desenvolvimento de estratégias e indicadores de desempenho, buscando a Excelência Empresarial.

Não adianta gerar informações que não sejam necessárias, confiáveis e que cheguem atrasadas, pois, decisões precisam ser tomadas e os empresários não podem esperar, por isso é que as informações contábeis devem estar a todo o momento preparadas para auxiliar e contribuir com uma decisão.

A esse respeito, Pereira & Fonseca (apud LICZBINSKI 2002, p.37) comentam:

Gerir empresas é tomar decisões. As decisões gerenciais afetam diretamente a sobrevivência da empresa e a vida das pessoas que giram em torno dela, sejam elas empregados, acionistas, fornecedores ou clientes. Por isso, o decisor é exposto a uma gama incrível de pressões internas e externas. Todas as pessoas afetadas cobram dele um resultado satisfatório. Às vezes, clientes, acionistas ou empregados percebem o que eles ou a organização precisam, mas não querem ou têm medo de enfrentar as mudanças necessárias. Pedem então ao gerente que mede a situação, sem, contudo, dar-lhe condições de efetuar as mudanças ou então esperam que elas aconteçam de forma mágica. Não é difícil imaginar quem acaba sendo o bode expiatório: quando as coisas não dão certas, é o gerente que tomou a decisão! Mesmo quando os resultados são positivos, a insegurança e o nervosismo da expectativa geram apreensões e medo.

Os empresários já conseguem dar seu devido valor às informações contábeis, a empresa sabe que as decisões devem seguir uma linha e ter como pressuposto a sua contabilidade.

Tseng (2002) mostra que as empresas tomam decisões depois que delegam, ou seja, enumeram uma série de informações, e as mesmas podem ser enquadradas em modelos decisoriais.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados potenciais, das análises dos dados coletados através de entrevistas, junto às 30 (trinta) micro e pequenas indústrias de confecções da cidade de Toritama.

4.1 Perfil do Entrevistado

As micro e pequenas indústrias de confecções em Toritama possuem algumas particularidades em relação ao cenário nacional de empresas desse tipo de atividade. Essas particularidades serão apresentadas nos próximos gráficos.

É obstatante comentar que se trata de uma realidade totalmente atípica e possuidora de um potencial que impressiona qualquer região, pelo alto desenvolvimento econômico.

4.1.1 Faixa Etária

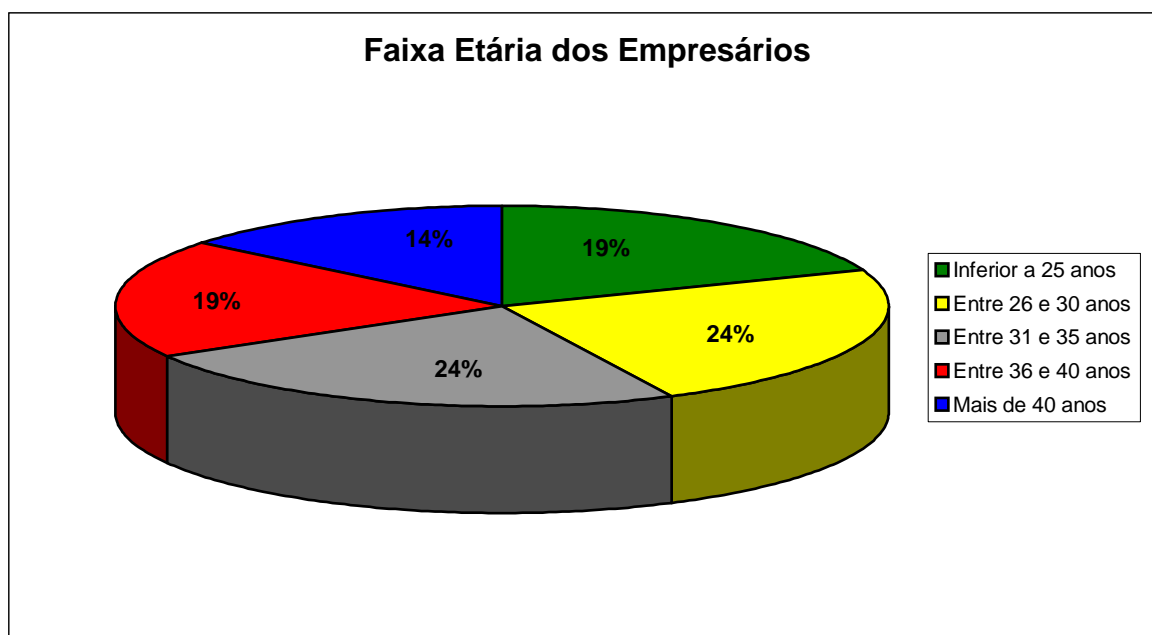


Gráfico 01 – Faixa Etária dos Empresários

O gráfico 01 representa a faixa etária dos empresários de Toritama. Como se pode detectar, são empresários até certo ponto jovens, o que demonstra a visão empreendedora na cidade, ou seja, 24% desses empresários estão na idade entre 26 a 30 anos, com mais 19% daqueles que estão com idades inferiores há 25 anos.

4.1.2 Grau de Escolaridade

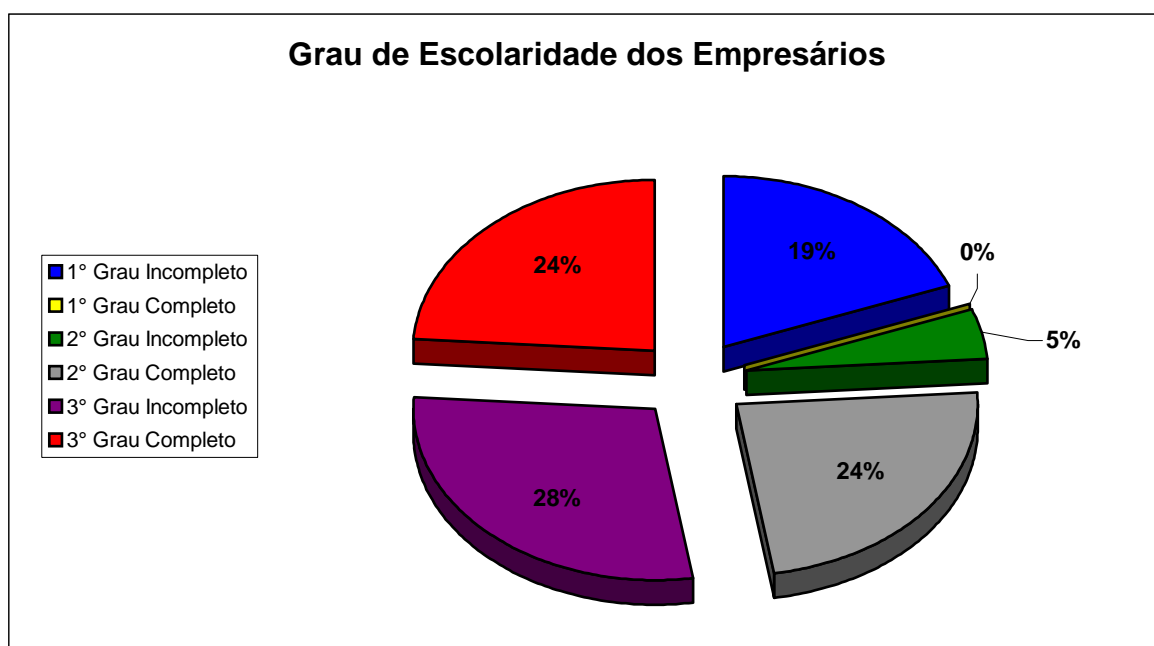


Gráfico 02 – Grau de Escolaridade dos Empresários

Apesar desses proprietários estarem numa cidade com pouco recurso educacional, muitos deles saem para realizar seus estudos na capital ou até mesmo na cidade de Caruaru, que está se transformando num pólo da área da Educação. Eles possuem um grau de escolaridade representativo, já que 24% tem 2º grau completo, 28% nível de 3º grau incompleto, galgando uma formação, e 24% possuem nível superior.

4.2 Enquadramento da Empresa

4.2.1 Categoria da Empresa

Tabela 05 – Enquadramento da Empresa

Enquadramento da Empresa	PORCENTAGEM
<i>Microempresa</i>	48
<i>Pequena Empresa</i>	52

Observou-se que, mesmo estando inserida num contexto de microempresa, a cidade de Toritama tem uma representatividade muito significativa de pequena empresa, destacando-se com 52% (cinquenta e dois) do total.

4.2.2 Tempo de Existência

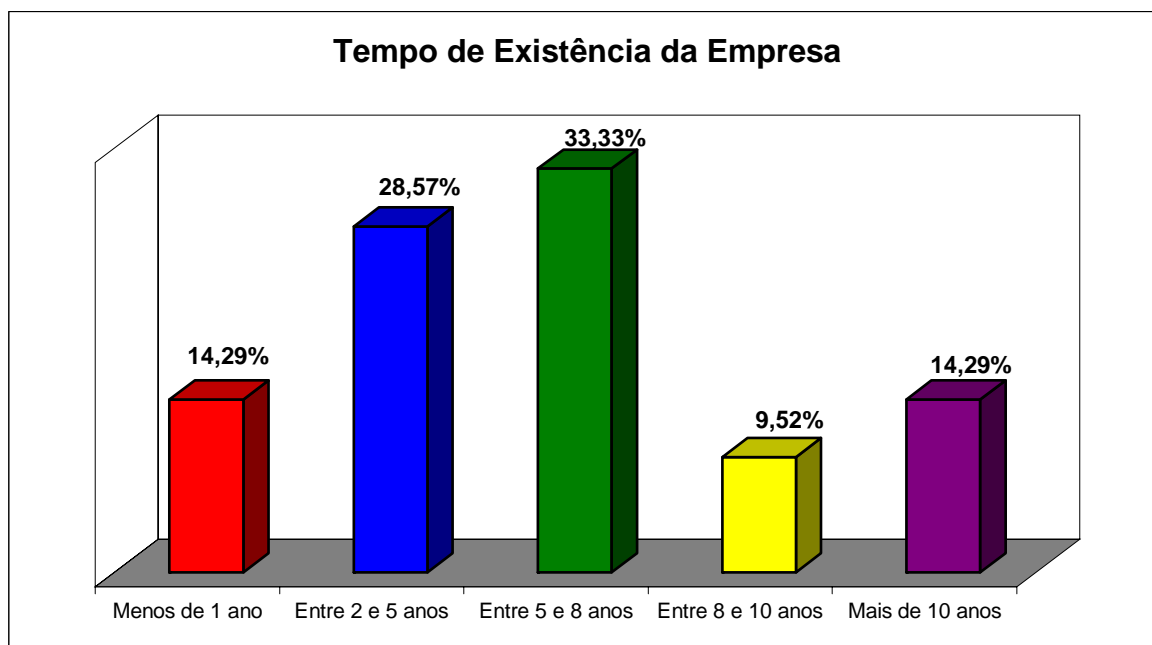


Gráfico 03 – Tempo de Existência da Empresa

Por se tratar de um fenômeno na indústria de confecções de Toritama, além de ter grandes empreendedores, o tempo de existência das empresas é longo, aproximadamente 33% delas têm entre 5 (cinco) e 8 (oito) anos, e as mais tradicionais, ou seja, as empresas antigas que estão entre 8 e 10 anos encontram-se numa porcentagem de cerca de 10% de sobrevivência,

confirmando a caracterização do município como um verdadeiro pólo de confecções do Jeans.

4.2.3 N° de Empregados

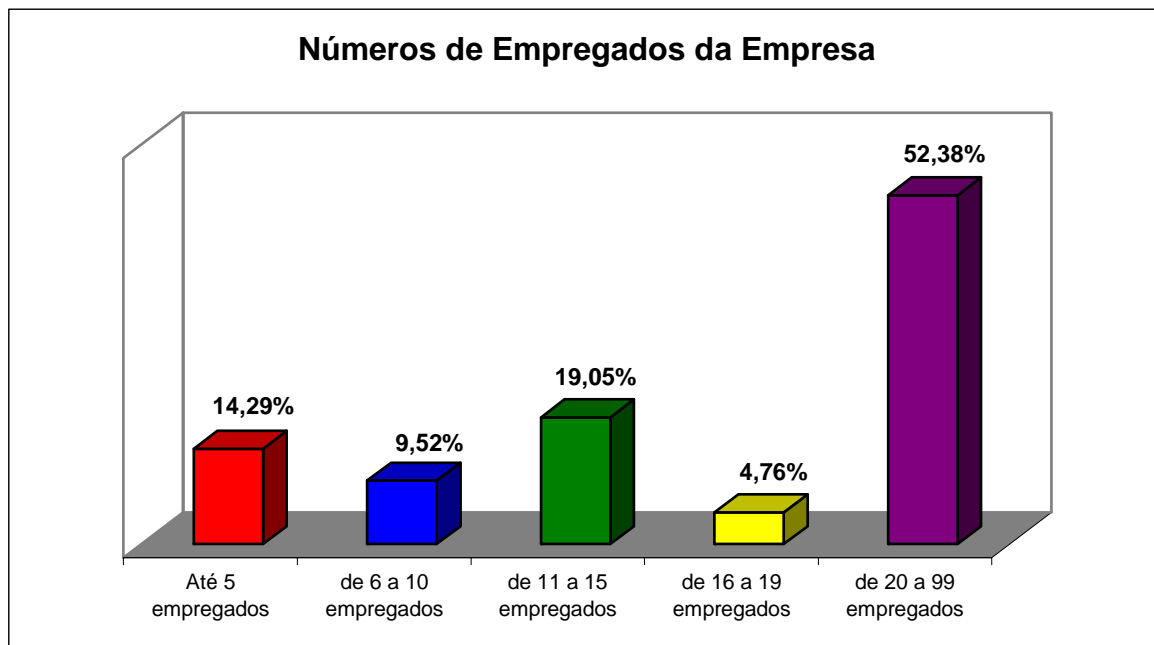


Gráfico 04 – Números de Empregados da Empresa

De acordo com as exigências legais de enquadramento das empresas do SEBRAE, e conforme mostrado no gráfico 04, a maioria das empresas classificam-se como pequenas, já que cerca de 52% possuem um número de empregados entre 20 e 99.

Mesmo sendo consideradas como empresas “familiares”, as microempresas de Toritama empregam muitas pessoas, 19% delas têm de 11 a 15 funcionários e quase 5% possuem de 16 a 19 empregados. Estes números estão bem respaldados em dados que mostram que a cidade possui o menor índice de desemprego do Estado de Pernambuco.

4.3 Produção das MPE's

4.3.1 Faturamento Bruto Anual

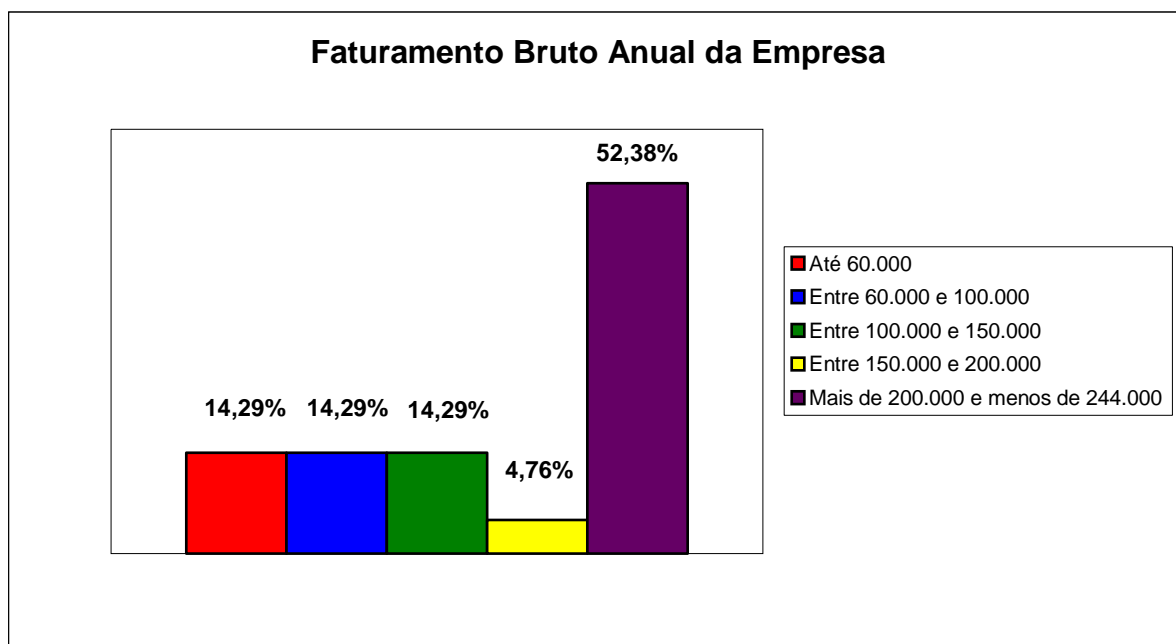


Gráfico 05 – Faturamento Bruto Anual da Empresa

Conforme demonstrado no gráfico 05, 52,38% das empresas de pequeno porte faturam anualmente mais de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) que contribuem para o crescimento e desenvolvimento não só do município, mas de todo o Estado. As microempresas ficam com o restante da fatia.

Destaca-se o equilíbrio no faturamento destas empresas, em função da variedade e especialidade da confecção do Jeans, pois existem aquelas que, notadamente, produzem mais, por já conseguirem descentralizar determinadas atividades e se sobressaírem em relação às outras.

4.3.2 Estoques

Tabela 06 – Contagem Física dos estoques

CONTAGEM FÍSICA DOS ESTOQUES	PORCENTAGEM
<i>Sim</i>	86
<i>Não</i>	14

A partir da tabela 06, observa-se que grande parte das empresas realizam a contagem física dos seus estoques como forma de tentar acompanhar e melhorar o planejamento de armazenamento.

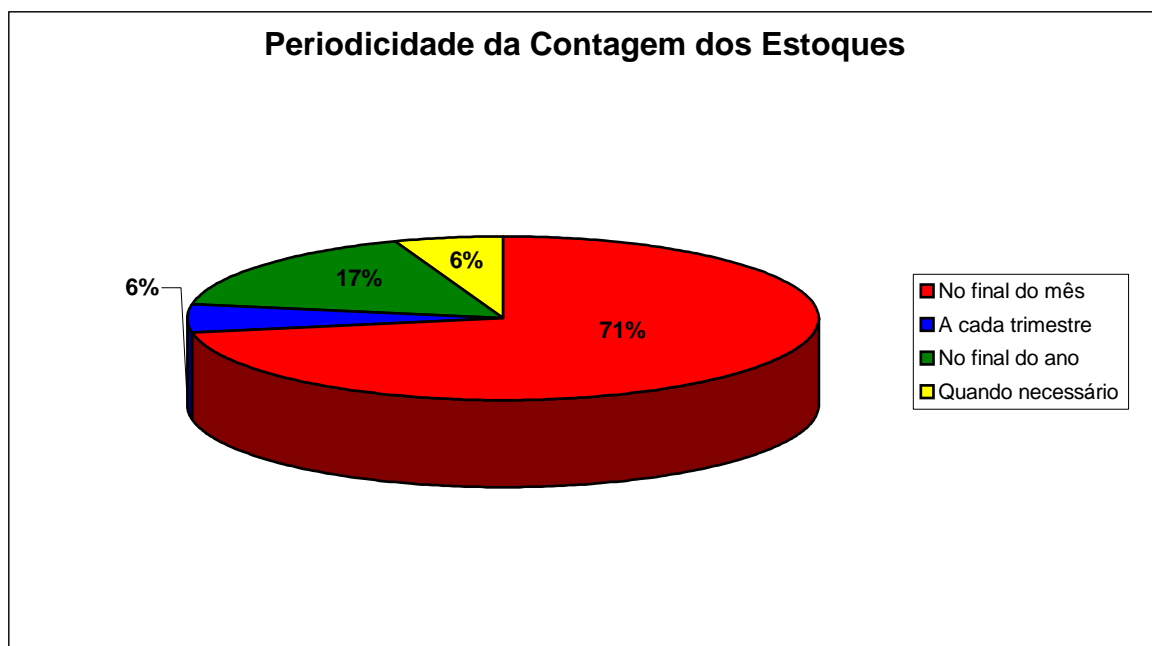


Gráfico 06 – Periodicidade da Contagem dos Estoques

No gráfico 06, demonstra-se que a contagem dos estoques é feita periodicamente, ou seja, 71% das empresas fazem no final do mês e 17% no final do ano, mostrando que as MPE's utilizam procedimentos para controlar seus estoques.

4.3.3 Quantidade de Peças Produzidas

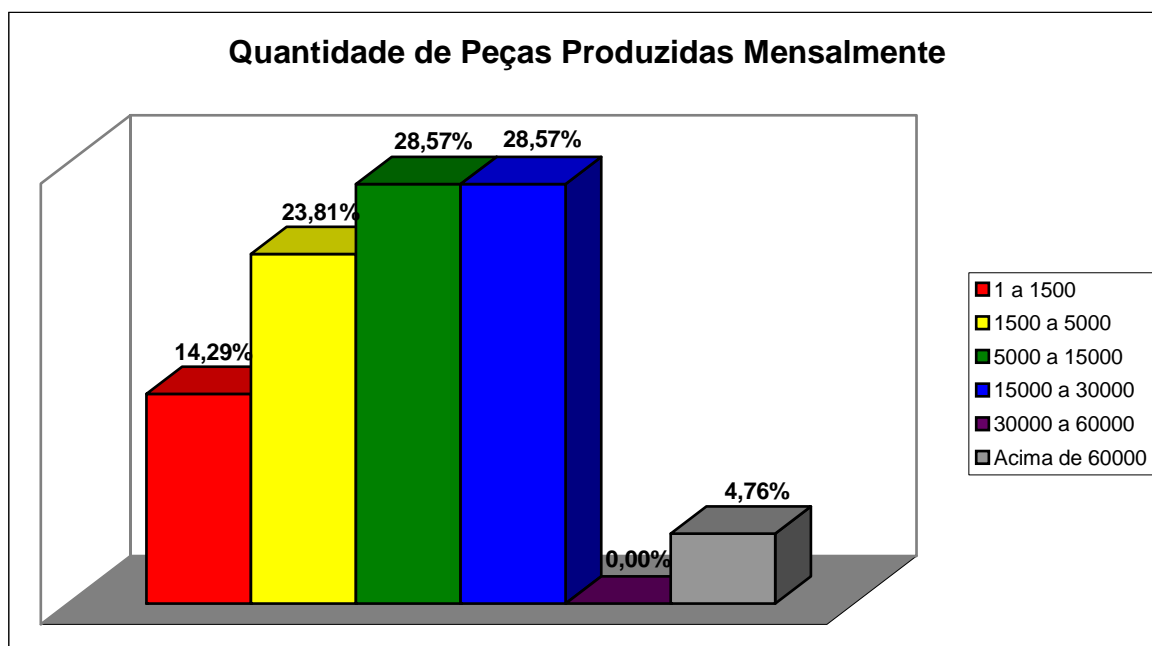


Gráfico 07 – Quantidade de peças Produzidas Mensalmente

Para atender a um mercado cada vez mais crescente, as MPE's do município estudado devem produzir muito. E a quantidade de peças produzidas por mês merece um importante destaque, 23,81% das empresas produzem de 1.500 a 5.000 peças. Outras chegam a produzir de 5.000 a 15.000 peças por mês, resultados que são complementados com aquelas que chegam ao número de 30.000 peças, ambos os casos representam 28,57%. Ainda existem quase 5% destas empresas que atingem mais de 60.000 peças mensalmente.

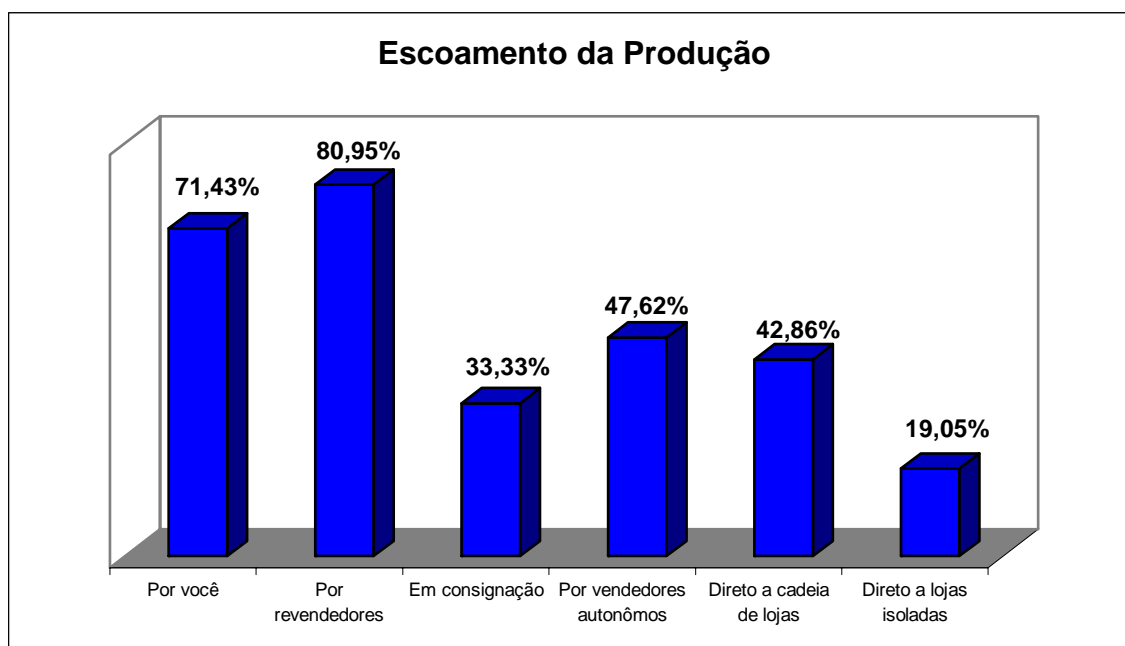


Gráfico 08 – escoamento da Produção

O tratamento utilizado para o escoamento da produção se dá através de venda pelos próprios empresários ou por seus familiares, representando 70% do total, e, em muitos casos, esses produtos são entregues a revendedores ou ainda a vendedores autônomos. Há também a venda em consignação, e diretamente feita para cadeias de lojas, já a venda diretamente a lojas isoladas quase não existe.

4.4 As Vendas das MPE's de Confecções de Toritama

Tabela 07 – Realização de Vendas

REALIZAÇÃO DAS VENDAS	PORCENTAGEM (%)
<i>Atacado</i>	63
<i>Varejo</i>	22
<i>Encomenda</i>	15

Analisando como se processa a realização das vendas da produção do Jeans, observou-se que 63% são vendas por atacado. Confrontando com o gráfico anterior, essa constatação é possível porque a forma de escoamento dos produtos se dá por revendedores. Um forte indício para explicar este resultado são as “feiras da sulanca” que ocorrem na cidade, onde várias

peças compradas as confecções do Jeans para serem vendidas em outros Estados.

Juntamente com estas informações, verificou-se ainda que existem 22% das vendas realizadas no varejo e 15% por encomenda.

Tabela 08 – Porcentagem das Vendas

VENDAS	PORCENTAGEM (%)
<i>À Vista</i>	36
<i>A Prazo</i>	64

Ao contrário do que se pensava, do total das vendas, 64% são a prazo, embora seja bastante comum encontrar nas MPE's a falta de capital de giro obrigando as empresas a trabalharem somente com vendas à vista. Em Toritama acontece diferente, para se tornar competitivas é necessário oferecer prazos e ter controle.

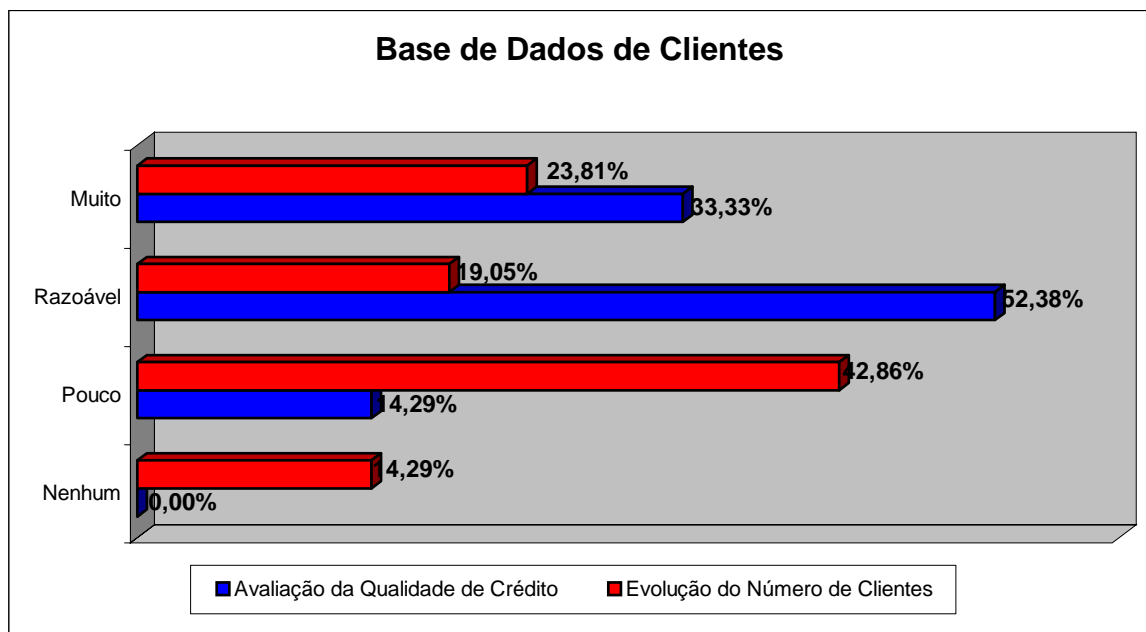


Gráfico 09 – Base de Dados de Clientes

Uma das grandes razões para que as empresas sejam bem sucedidas é a forma como elas adotam os métodos para avaliação da qualidade do crédito de seus clientes. Elas afirmam que utilizam razoavelmente este controle, a partir de um estímulo econômico apresentado por cada uma. Os clientes que pagam suas contas em dia sempre terão crédito.

Acompanhar a evolução do número de clientes pode se tornar uma ferramenta não só de controle, mas também de marketing, cerca de 43% das firmas consideram que esse acompanhamento ainda é raro e precisa melhorar.

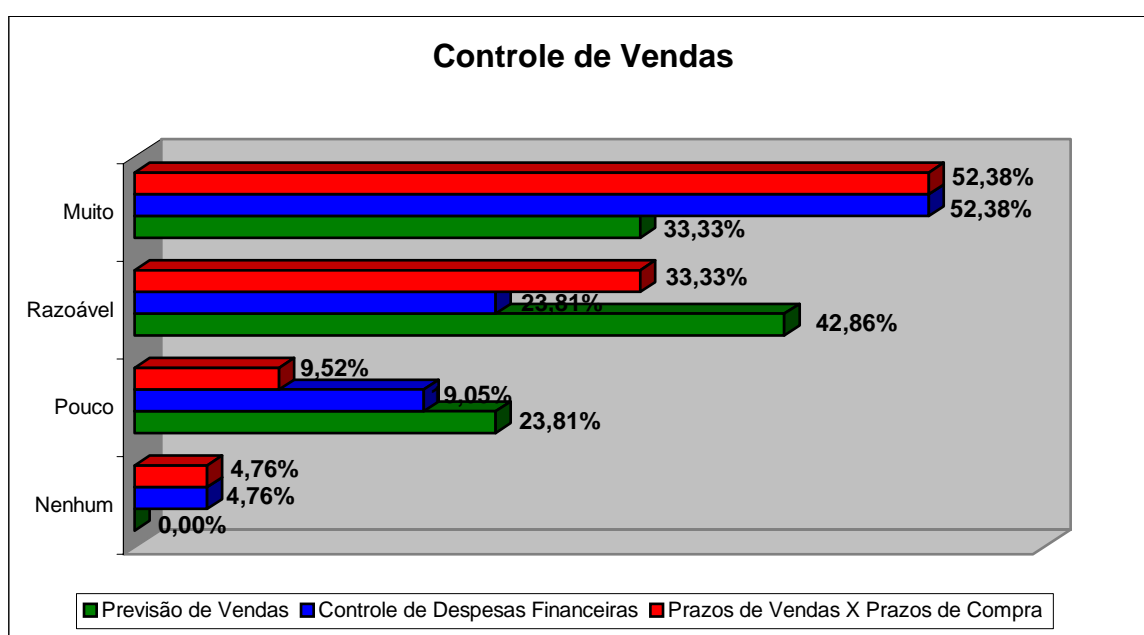


Gráfico 10 – Controle de Vendas

Em muitos casos, as MPE's se preocupam bastante com o que produzir, sem abrir mão do recurso da previsão de vendas, a fim de decidir o que, quando e como produzir. As empresas localizadas na cidade em estudo não são diferentes, aproximadamente 33% vêem essas previsões como algo muito importante e cerca de 43% se preocupam razoavelmente.

Verificou-se que existe um controle de despesas financeiras muito considerável, realizado pela maioria das empresas, o gráfico 10 mostra ainda que os prazos de venda e os de compra são seguidos à risca, representando cerca de 80% das empresas que observam muito e razoavelmente.

Isso demonstra que essas organizações utilizam-se de capital próprio porque um deslize nesses controles pode colocar tudo a perder, e elas não conseguiriam negociar seus prazos.

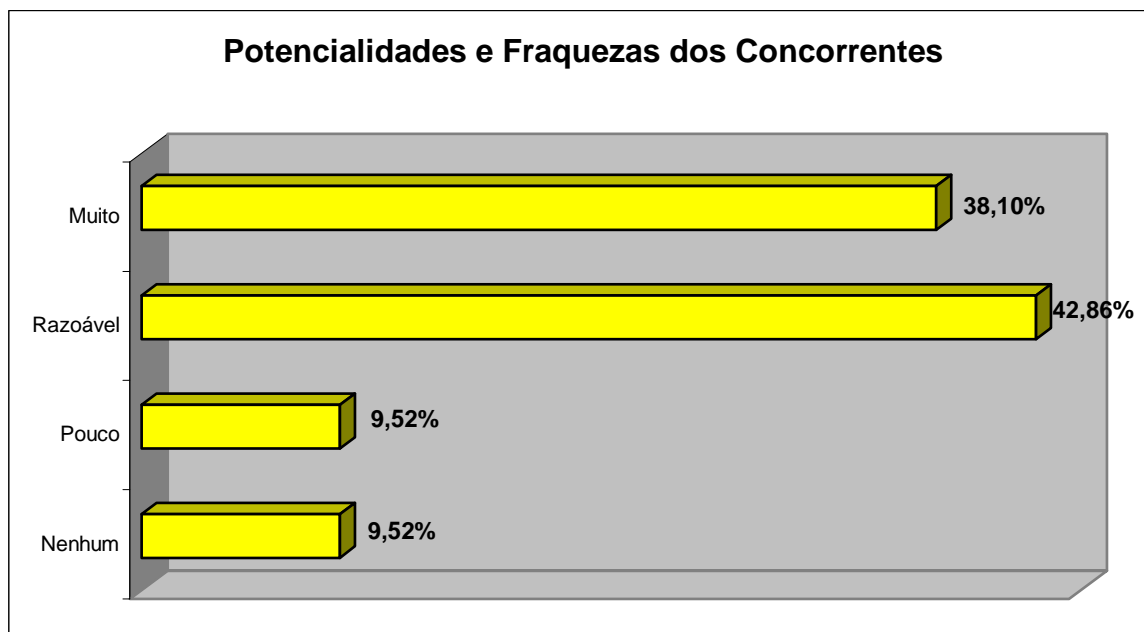


Gráfico 11 – Potencialidades e Fraquezas dos Concorrentes

A vantagem competitiva é a busca das organizações em estar sempre à frente, ou seja, em ser melhor que os seus concorrentes. 38,10% dessas empresas acreditam que conhecem as principais potencialidades e fraquezas dos seus concorrentes e 42,86% conhecem razoavelmente.

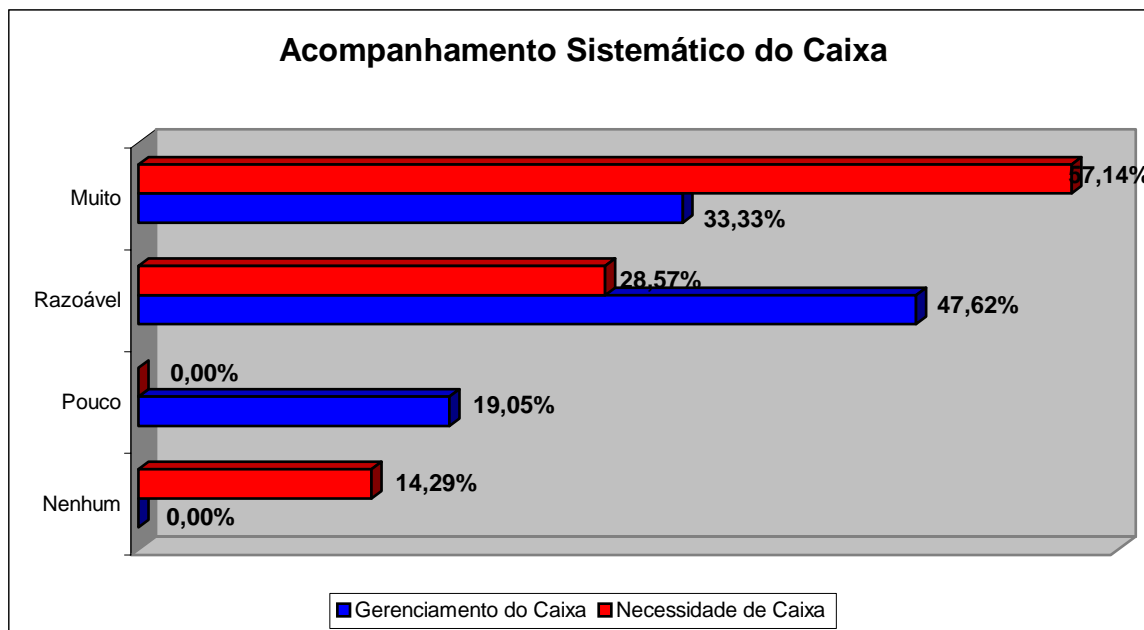


Gráfico 12 – Acompanhamento Sistemático do Caixa

Gerenciar e possuir controle do caixa para efetivar os pagamentos e despesas é fundamental dentro das empresas, aproximadamente 48% admitem que buscam razoavelmente alternativas visando a redução da concentração destes pagamentos e apenas 33,33% utilizam muito o gerenciamento do caixa.

No entanto, ainda no gráfico 12, as MPE's de confecções de Jeans procuram observar as necessidades que o caixa precisa, na forma de prever o que se tem para comprar e pagar, representando 57%, essa disparidade no gráfico ocorre porque estas empresas sentem a necessidade de antecipar recursos, mas não conseguem seguir a programação de reduzir a concentração de pagamentos.

4.5 Os Controles de Gestão

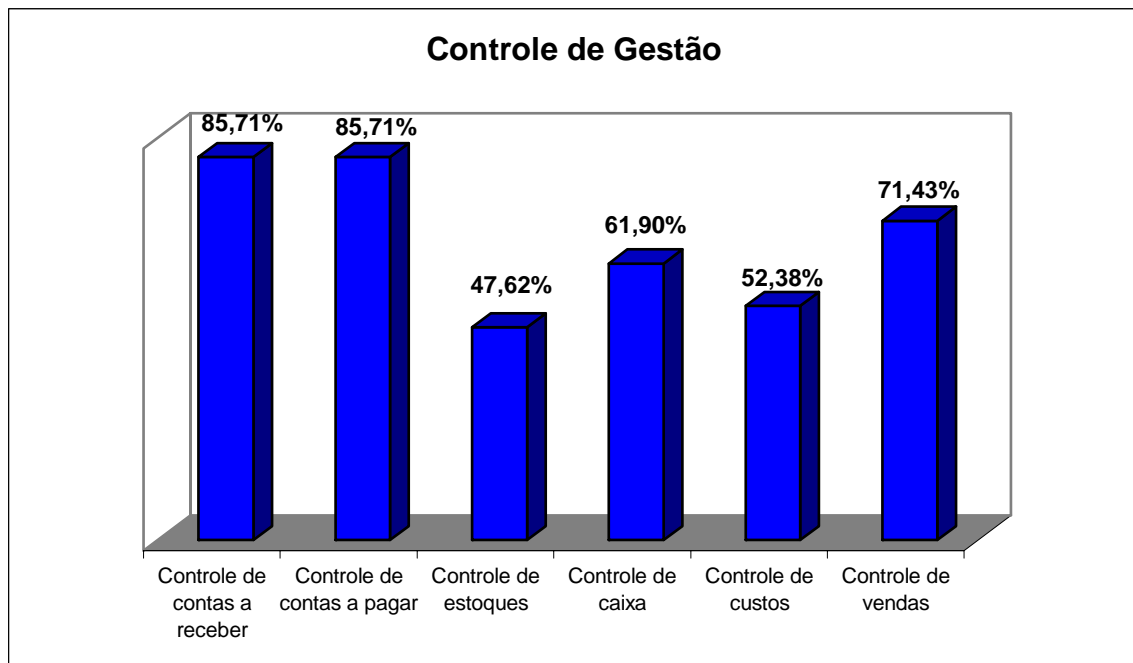


Gráfico 13 – Controle de Gestão

Buscando detectar quais os principais controles que essas MPE's realizam, encontram-se resultados interessantes no gráfico 13, mostrando que existe um controle de estoques, entretanto, os controles mais destacados são as contas a receber e as contas a pagar, o que demonstra que essas organizações se preocupam com a forma de gerar dinheiro para dar continuidade ao seu negócio.

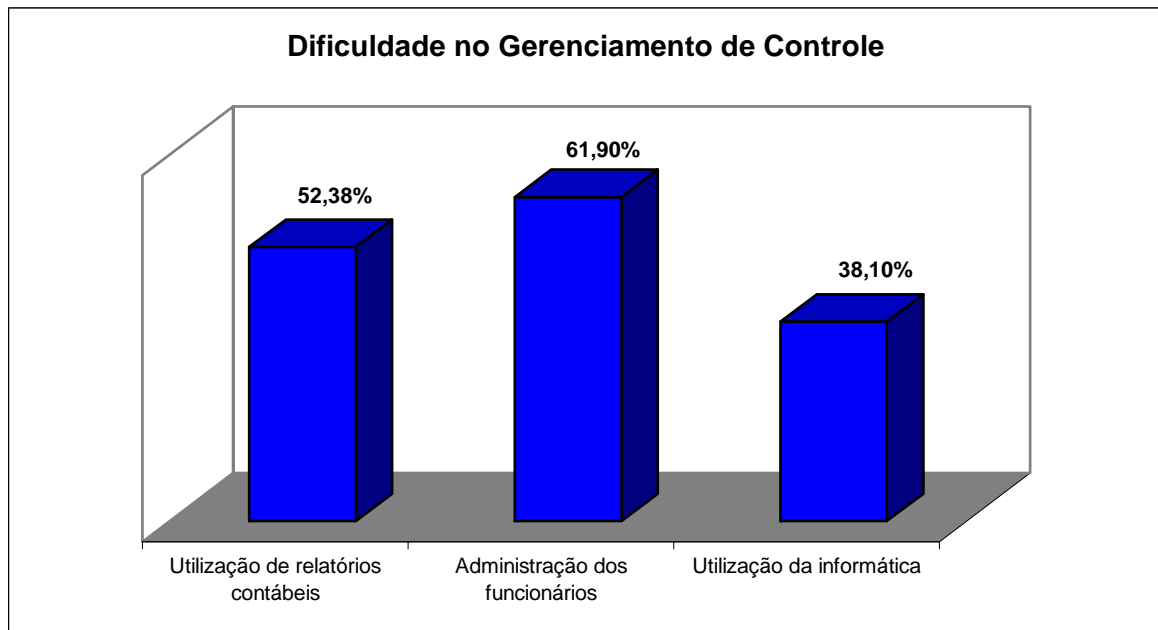


Gráfico 14 – Dificuldade no Gerenciamento de Controle

Foram investigadas também as principais dificuldades no gerenciamento de controle das empresas, e, como mostra o gráfico 14, a administração dos funcionários, juntamente com a emissão de relatórios contábeis são os principais fatores que causam dificuldade nesse gerenciamento. Isso ocorre, primeiro, porque os funcionários dessas organizações, na sua maioria, não têm bom nível de escolaridade, levando em consideração o contexto nacional, e, segundo, em função de contabilistas que não querem quebrar o paradigma de que a contabilidade só serve para gerar informações para o governo. Somando esses fatores constata-se que a região é predominantemente carente de contadores.

Em virtude do processo de informatização nas organizações, muitas delas passaram e passam por dificuldades de adaptação, mas, em Toritama a utilização da informática por essas empresas não representa muita dificuldade ao seu gerenciamento.

4.6 O Gerenciamento de decisões

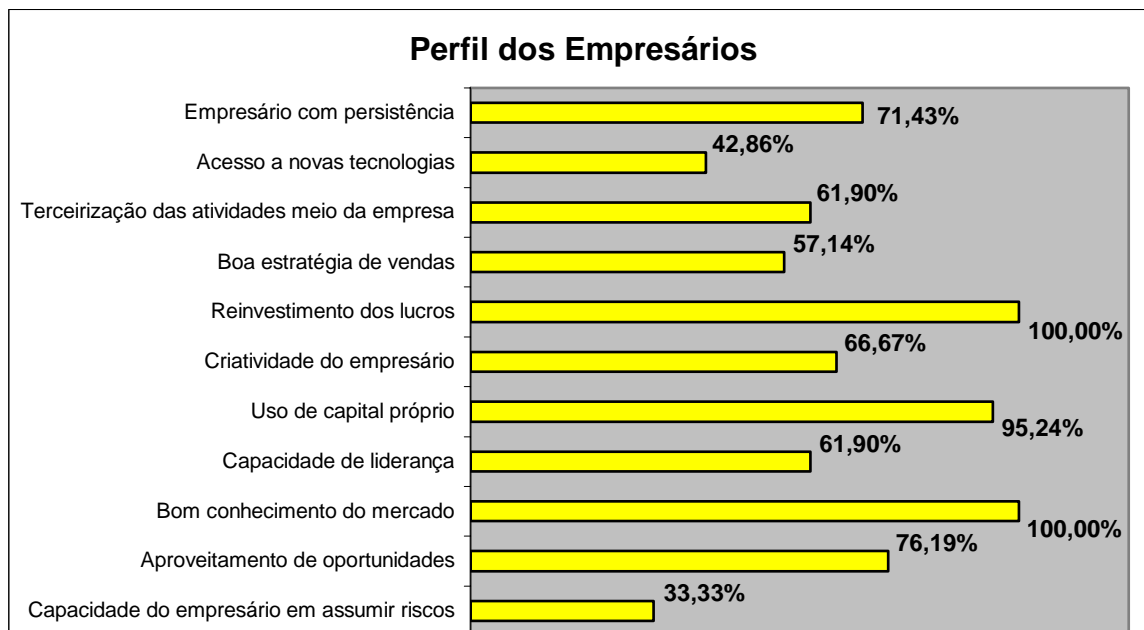


Gráfico 15 – Perfil dos Empresários

Algumas características são típicas dos entrevistados da cidade em estudo, como se pode analisar no gráfico 15. Eles não possuem capacidade de correr riscos, essa pode ser a forma com que conseguem se desenvolver e crescer gradativamente, os mesmos não têm muito acesso a novas tecnologias, mas costumam ter bom conhecimento do mercado onde atuam, aproveitam as oportunidades de negócio, utilizam seu próprio capital sem precisar ou ter que pedir empréstimos e reinvestem os lucros na própria empresa.

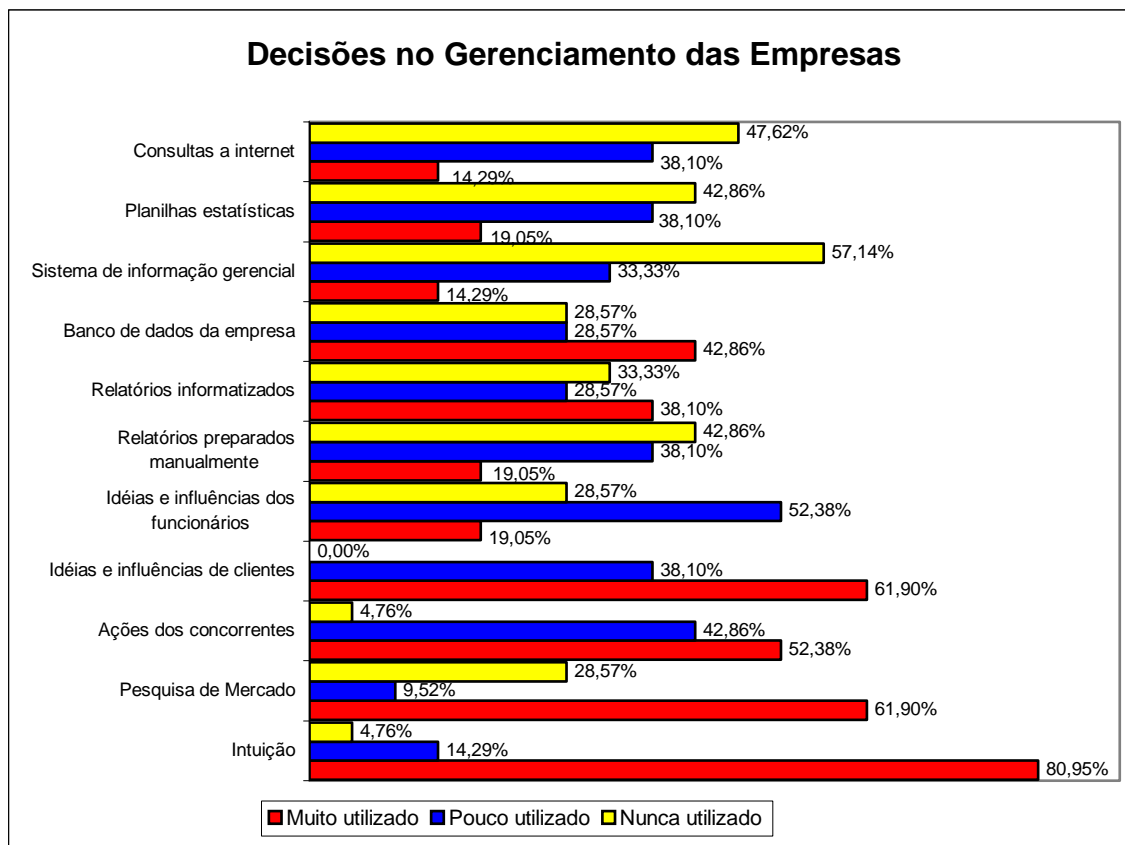


Gráfico 16 – Decisões no Gerenciamento das Empresas

Para tomar as decisões no gerenciamento destas empresas, os empresários seguem muito a sua intuição, baseam-se em pesquisas de mercado para averiguar a aceitação dos produtos; também observam as tendências e ações dos concorrentes, tentando muitas vezes seguir os mesmos procedimentos dos outros; e escutam-se bastante as idéias e influências de seus clientes, deixando de lado algumas idéias dos funcionários. Um dos maiores problemas para dar suporte às decisões é a carência e a falta de preparo de um sistema de informação Gerencial (SIG), além disso, o não uso de planilhas estatísticas principalmente na produção, e a falta de conhecimento para acessar e consultar a internet dificultam o gerenciamento da decisão.

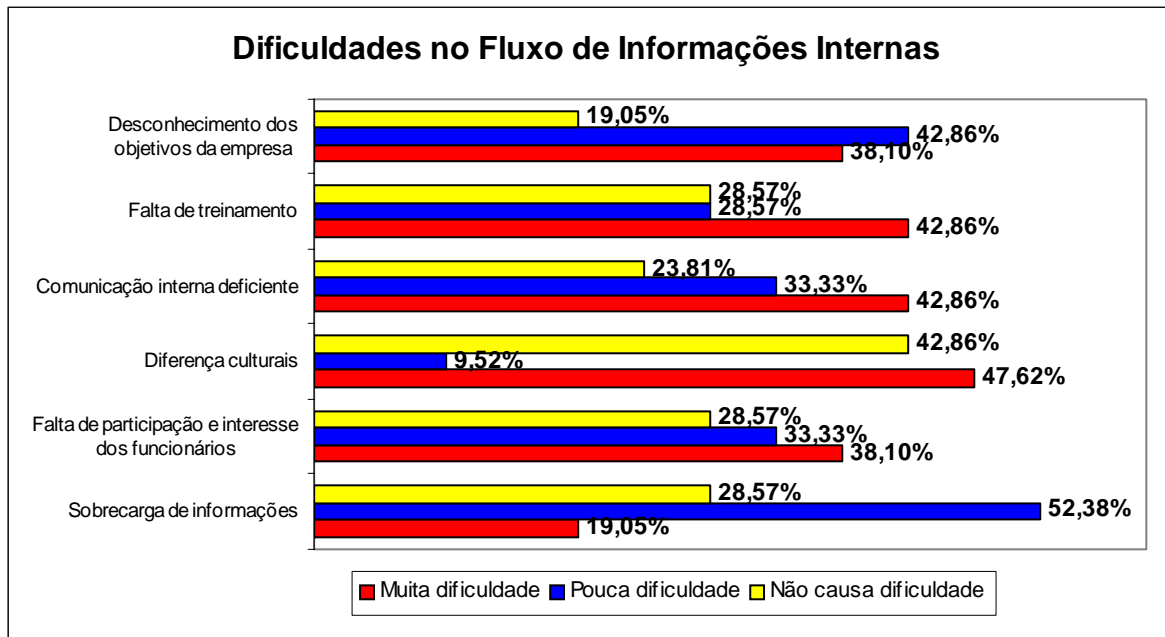


Gráfico 17 – Dificuldades no Fluxo de Informações Internas

Complementando a discussão em torno de gerar informações para tomada de decisão, algumas das dificuldades no fluxo de informações são: comunicação interna deficiente, falta de treinamento e diferenças culturais, conforme mostrado no gráfico 17.

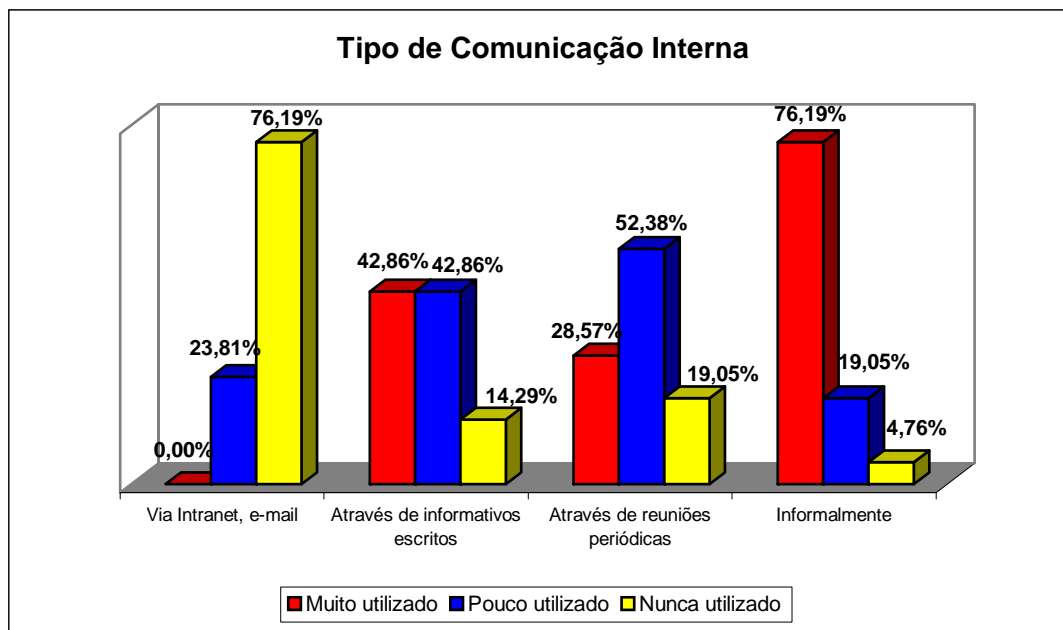


Gráfico 18 – Tipos de Comunicação Interna

Para se ter uma boa informação é necessário que haja uma comunicação eficiente, em que o tomador de decisão consiga gerar informações que se processem internamente na empresa. Uma das comunicações internas que nunca é utilizada pelas empresas estudadas é através de intranet e e-mail. Na maioria dos casos, se dá informalmente, deixando margens a uma comunicação até certo ponto deficiente, e em outros casos existe em pequena escala uma comunicação através de informativos escritos, dificultando dessa forma a geração de informação.

O mecanismo de comunicação no ambiente das MPE's costuma ser de maneira muito informal; os informativos escritos, na grande maioria, caracterizam-se como ofícios, memorandos e são escritos simploriamente, direcionados a determinados funcionários: por fim, as reuniões que deveriam ser periódicas e formais são pouco utilizadas, só se realizam de acordo com a necessidade.

4.7 Análise das Hipóteses

A partir das respectivas *Tabelas de Contingência*, executa-se com o auxílio do software *Statistical Package for Social Science* – SPSS versão 10.0, o **Teste Qui-Quadrado de Pearson para Independência e o Teste Exato de Fisher**, ao nível de significância de 5%. Logo abaixo seguem as tabelas com as relações levantadas nas hipóteses no capítulo 1 com seus respectivos resultados bem como as hipóteses e as variáveis que foram apresentadas nas oito hipóteses da pesquisa, considerando H_0 para hipótese nula e H_1 para hipótese experimental (testada).

As hipóteses testadas foram as seguintes:

HIPOTESE 1: A utilização de relatórios contábeis relacionada com o tempo de existência da empresa poderá ser um indicador que mostra a dificuldade que as MPE's de Toritama têm no gerenciamento das informações contábeis

H_0 : Não há relação entre a utilização de relatórios contábeis e o tempo de existência da empresa

H_1 : Há relação entre a utilização de relatórios contábeis e o tempo de existência da empresa

VAR DEP (Utilização de Relatórios Contábeis)

VAR IND (Tempo de existência)

TABELA 09 – Relação entre Utilização de Relatórios Contábeis e Tempo de Existência

Utilização de Relatórios Contábeis	Tempo de Existência		Total
	Até cinco anos	Mais de cinco anos	
Não	6	8	14
Sim	7	9	16
Total	13	17	30
Teste Qui-Quadrado e Teste Exato de Fisher Nível de Significância Qui – Quadrado = 0,961 Nível de Significância de Fisher = 1,000			

RESULTADO: O valor $\chi^2 = 0,002$, com 1 grau de liberdade, é não-significativo (P-valor = 0,961 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, aceita H_0 , ou seja, **não** há relação entre a utilização de relatórios contábeis e o tempo de existência da empresa.

O Teste Exato de Fisher, como mostra a tabela 10, não apresentou relevância estatística entre a utilização de relatórios contábeis e o tempo de existência da empresa. Portanto, a hipótese nula é aceita.

HIPOTESE 2: A não disseminação das informações contábeis é um fator dependente da utilização dos recursos de informática.

H_0 : A falta de utilização da informática não está relacionada com o acesso às novas tecnologias

H_1 : A falta de utilização da informática está relacionada com o acesso às novas tecnologias

VAR DEP (Utilização da Informática)

VAR IND (Acesso a novas tecnologias)

TABELA 10 – Relação entre Utilização da Informática e Acesso a Novas Tecnologias

Utilização da Informática	Acesso a Novas Tecnologias		Total
	Não	Sim	
Não	15	6	21
Sim	5	4	9
Total	20	10	30
Teste Qui-Quadrado e Teste Exato de Fisher Nível de Significância Qui – Quadrado = 0,398 Nível de Significância de Fisher = 0,431			

RESULTADO: O valor $\chi^2 = 0,714$, com 1 grau de liberdade, é não-significativo (P-valor = 0,398 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, aceita H_0 , ou seja, a falta de utilização da informática **não** esta relacionada com o acesso as novas tecnologias. De acordo com o Teste Exato de Fisher aceita H_0 .

HIPOTESE 3: O porte da empresa influencia na estratégia de vendas para as MPE's de Toritama

H₀: O porte das empresas não influencia nas estratégias das vendas das empresas

H₁: O porte das empresas influencia nas estratégias das vendas das empresas

VAR DEP (Porte da Empresa)

VAR IND (Estratégias de Vendas)

TABELA 11 – Relação entre Porte da Empresa e Estratégias de Vendas

Porte da Empresa	Estratégias de Vendas		Total
	Não	Sim	
Microempresa	5	9	14
Pequena Empresa	6	10	16
Total	11	19	30
Teste Qui-Quadrado e Teste Exato de Fisher Nível de Significância Qui – Quadrado = 0,919 Nível de Significância de Fisher = 1,000			

RESULTADO: O valor $\chi^2 = 0,010$, com 1 grau de liberdade, é não-significativo (P-valor = 0,919 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, aceita H₀, ou seja, o porte das empresas **não** influencia nas estratégias das vendas das empresas, essa afirmativa também é comprovada com o Teste Exato de Fisher, conforme tabela 12.

HIPOTESE 4: Quanto maior o tempo de existência das MPE's de Toritama, maior o faturamento e melhor o nível de instrução dos empresários, e dependendo do seu porte, elas possuem a emissão de relatórios contábeis

H₀: A utilização de relatórios contábeis não está ligado ao porte, tempo e faturamento da empresa, bem como ao nível de instrução do empresariado.

H₁: A utilização de relatórios contábeis está ligada ao porte, tempo e faturamento da empresa, bem como ao nível de instrução do empresariado.

VAR DEP (Utilização de Relatórios Contábeis)

VAR IND (Tempo de Existência, Porte da empresa, Faturamento Bruto, Nível de Instrução)

TABELA 12 – Relação entre Utilização de Relatórios Contábeis e Classificação da Empresa

Classificação da Empresa	Utilização de Relatórios Contábeis			Qui-Quadrado	Fisher
	Não	Sim	Total		
Tempo de Existência					
Até cinco anos	6	7	13		
Mais de cinco anos	8	9	17	0,961	1,000
Total	14	16	30		
Porte da Empresa					
Microempresa	9	5	14		
Pequena Empresa	5	11	16	0,070	0,141
Total	14	16	30		
Faturamento Bruto Anual da Empresa					
Até 244.000	9	5	14		
Mais de 244.000	5	11	16	0,070	0,141
Total	14	16	30		
Nível de Instrução					
Não Tem Formação Superior	11	13	24		
Tem Formação Superior	3	3	6	0,855	1,000
TOTAL	14	16	30		

RESULTADO: Os valores $\chi^2 = 0,002$; $\chi^2 = 3,274$; $\chi^2 = 3,274$; $\chi^2 = 0,033$; com 1 grau de liberdade, são não-significativos (P-valores = 0,961; 0,070; 0,070 e 0,855 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, aceita H_0 , ou seja, a utilização de relatórios contábeis **não** está ligado, ao tempo, porte, ao faturamento da empresa e ao nível de instrução do empresariado.

HIPOTESE 5: As MPE's possuem um nível de sobrevivência maior, em virtude de um melhor controle de gestão.

H₀: O tempo de existência da empresa não caracteriza que ela possui controle de gestão

H₁: O tempo de existência da empresa caracteriza que ela possui controle de gestão

VAR DEP (Tempo de Existência)

VAR IND (Capacidade de assumir riscos, estratégias de vendas, acesso a novas tecnologias, uso de capital próprio)

TABELA 13 – Relação entre Tempo de Existência e Gerenciamentos de Decisões

Gerenciamentos de Decisões	Tempo de Existência			Qui-Quadrado	Fisher
	Até cinco anos	Mais de cinco anos	Total		
Capacidade do Empresário de Assumir Riscos					
Não	8	5	13	0,858	1,000
Sim	11	6	17		
Total	19	11	30		
Boa estratégia de Vendas					
Não	7	4	11	0,088	0,132
Sim	6	13	19		
Total	13	17	30		
Acesso a Novas Tecnologias					
Não	10	3	13	0,297	0,440
Sim	10	7	17		
Total	20	10	30		
Uso do Capital Próprio					
Não	-	-	-	-	-
Sim	-	-	30		
TOTAL			30		

RESULTADO: Os valores $\chi^2 = 0,032$; $\chi^2 = 2,916$; $\chi^2 = 3,274$; $\chi^2 = 1,086$; com 1 grau de liberdade, são não-significativos (P-valores = 0,858; 0,088; 0,070 e 0,297 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, aceita H₀, ou seja, o tempo de existência da empresa **não** caracteriza que ela possui controle de gestão. Vale ressaltar que todo o empresariado de Toritama utiliza o seu capital próprio não ocorrendo relação.

HIPOTESE 6: A disponibilidade e o acesso as informações contábeis para decisões de investimentos não diminui a aversão ao risco.

H₀: Não há relação entre assumir riscos e o porte, tempo e faturamento da empresa, bem como o nível de instrução do empresariado.

H₁: Há relação entre assumir riscos e o porte, tempo e faturamento da empresa, bem como o nível de instrução do empresariado.

VAR DEP (Capacidade de assumir riscos)

VAR IND (Tempo de Existência, Porte da empresa, Nível de Instrução, Faturamento Bruto)

TABELA 14 – Relação entre Capacidade do Empresário de Assumir Riscos e Classificação da Empresa

Classificação da Empresa	Capacidade de Assumir Riscos			Qui-Quadrado	Fisher
	Não	Sim	Total		
Tempo de Existência					
Até cinco anos	8	5	13	0,858	1,000
Mais de cinco anos	11	6	17		
Total	19	11	30		
Porte da Empresa					
Microempresa	11	3	14	0,105	0,142
Pequena Empresa	8	8	16		
Total	19	11	30		
Faturamento Bruto Anual da Empresa					
Até 244.000	11	8	19	0,105	0,142
Mais de 244.000	3	8	11		
Total	14	16	30		
Nível de Instrução					
Não Tem Formação Superior	17	7	24	0,088	0,156
Tem Formação Superior	2	4	6		
TOTAL	19	11	30		

RESULTADO: Os valores $\chi^2 = 0,032$; $\chi^2 = 2,625$; $\chi^2 = 2,907$; $\chi^2 = 2,625$; com 1 grau de liberdade, são não-significativos (P-valores = 0,858; 0,105;

0,088 e 0,105 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, aceita H_0 , ou seja, **não** há relação entre assumir riscos e o porte, tempo e faturamento da empresa, bem como ao nível de instrução do empresariado. Como é comprovado o Teste Exato de Fisher também aceita H_0 .

HIPOTESE 7: O controle de caixa tem grande importância nas decisões da empresa

H_0 : O controle de caixa não está ligado ao porte, tempo e faturamento da empresa, bem como ao nível de instrução do empresariado.

H_1 : O controle de caixa está ligada ao porte, tempo e faturamento da empresa, bem como ao nível de instrução do empresariado.

VAR DEP (Controle de Caixa)

VAR IND (Tempo de Existência, Porte da empresa, Nível de Instrução, Faturamento Bruto)

TABELA 15 – Relação entre o Controle de Caixa e a Classificação da Empresa

Classificação da Empresa	Controle de Caixa			Qui-Quadrado	Fisher
	Não	Sim	Total		
Tempo de Existência					
Até cinco anos	4	9	13	0,794	1,000
Mais de cinco anos	6	11	17		
Total	10	20	30		
Porte da Empresa					
Microempresa	8	6	14	0,010	0,019
Pequena Empresa	2	14	16		
Total	10	20	30		
Faturamento Bruto Anual da Empresa					
Até 244.000	8	6	14	0,010	0,019
Mais de 244.000	2	14	16		
Total	10	20	30		
Nível de Instrução					
Não Tem Formação Superior	9	15	24	0,333	0,633
Tem Formação Superior	1	5	6		
OTAL	10	20	30		

RESULTADO-1: Os valores $\chi^2 = 0,068$; e $\chi^2 = 0,938$; com 1 grau de liberdade, são não-significativos (P-valores = 0,794; e 0,333 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, pode-se concluir **que o controle de caixa não está ligado ao tempo e ao nível de instrução do empresariado.**

RESULTADO-2: Os valores $\chi^2 = 6,696$; $\chi^2 = 6,696$; com 1 grau de liberdade, são significativos (P-valores = 0,010; e 0,010 < 5%). Portanto, ao nível de 5%, pode-se concluir **que o controle de caixa está ligado ao porte e ao faturamento da empresa.**

HIPOTESE 8: As informações contábeis utilizadas no processo decisório são extraídas de relatórios provenientes da contabilidade

H₀: O sistema de informação gerencial não influencia nas informações geradas para tomada de decisão

H₁: O sistema de informação gerencial influencia nas informações geradas para tomada de decisão

VAR DEP (Sistema de Informação Gerencial)

VAR IND (Planilhas Estatísticas, Relatório Informatizado, Relatório Preparado Manualmente, Comunicação via Intranet, e-mail , Consultas a Internet)

TABELA 16 – Relação entre o Sistema de Informação Gerencial e a Classificação da Empresa

	Sistema de Informação Gerencial				Qui-Quadrado
	Muito Utilizado	Pouco Utilizado	Nunca Utilizado	Total	
Planilhas Estatísticas					
Muito Utilizado	2	1	1	4	0,058
Pouco Utilizado	1	3	5	9	
Nunca Utilizado	0	6	11	17	
Total	3	10	17	30	
Relatórios Informatizados					
Muito Utilizado	3	3	4	10	0,054
Pouco Utilizado	0	4	3	7	
Nunca Utilizado	0	3	10	13	
Total	3	10	17	30	
Relatórios Preparados Manualmente					
Muito Utilizado	2	1	1	4	0,026
Pouco Utilizado	0	5	4	9	
Nunca Utilizado	1	4	12	17	
Total	3	10	17	30	
Comunicação via Intranet e e-mail					
Muito Utilizado	1	1	0	2	0,123
Pouco Utilizado	1	3	2	6	
Nunca Utilizado	1	6	15	22	
TOTAL	3	10	17	30	
Consultas a Internet					
Muito Utilizado	1	2	2	5	0,426
Pouco Utilizado	2	4	5	11	
Nunca Utilizado	0	4	10	14	
TOTAL	3	10	17	30	

RESULTADO-1: Os valores $\chi^2 = 9,118$; $\chi^2 = 9,301$; $\chi^2 = 7,255$; e $\chi^2 = 3,856$; com 4 graus de liberdade, **são não-significativos** (P-valores = 0,058; 0,054 ; 0,123 e 0,426 > 5%). Portanto, ao nível de 5%, pode-se concluir **que as informações geradas para tomada de decisão não são influenciadas pelo uso de Planilhas Estatísticas, Relatório Informatizado, Comunicação via Intranet, e-mail, Consultas a Internet**

RESULTADO-2: O valor $\chi^2 = 11,022$; com 4 graus de liberdade, **é significativo** (P-valor = 0,026 < 5%). Portanto, ao nível de 5%, pode-se concluir **que as informações geradas para tomada de decisão são influenciadas pelo uso de Relatórios Preparados Manualmente.**

5 CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS

Neste capítulo, buscou-se apresentar as conclusões dos resultados da pesquisa e algumas recomendações para serem desenvolvidas em pesquisas futuras.

5.1 Considerações Finais

O estudo apresentado em torno das informações contábeis aplicado nas micro e pequenas empresas de Toritama teve como intuito mostrar que os empresários da região tomam decisões baseadas em informações contábeis e descrever o grande potencial que a cidade possui no ramo de confecções de Jeans.

Hoje, é um fato de bastante relevância o crescimento das MPE's no Brasil, e o que se mostra com esse trabalho é que essa realidade conduz a massa populacional a cada vez mais acreditar no sonho de ter seu próprio negócio. Sem dúvida, é uma visão que esta dando muito certo no agreste de Pernambuco.

O empreendedor nasce muitas vezes nas maiores dificuldades enfrentadas por eles, o município pesquisado adquiriu uma nova visão e a cada dia desponta como um dos maiores produtores de confecções de Jeans do Brasil.

Vale salientar a importância dos órgãos do tipo SEBRAE e SENAC para o desenvolvimento dessas empresas, as MPE's ganham muito com o auxílio desses órgãos, e esse trabalho também pretende contribuir para que as informações contábeis sejam vistas como ponto crucial para essas organizações atingirem o sucesso desejado.

As informações produzidas por essas empresas em alguns casos são esquecidas e deixadas de lado, não representando e/ou ajudando aos empresários a tomarem decisão.

Essa pesquisa poderá auxiliar a essas entidades a desenvolver projetos para sanar as deficiências encontradas no gerenciamento da informação.

A pequena empresa possui uma enorme dificuldade na área computacional, e, como se pode constatar nas MPE's de Toritama, essa dificuldade aumenta, sobretudo, no que se refere à Tecnologia da Informação (TI). Isso se justifica porque o tipo de informação que impera nestas organizações é a informal e em alguns casos funcionam muito bem, mas, é necessário que elas comecem a criar procedimentos para facilitar os processos de geração de informações para a tomada de decisão.

Nas empresas pesquisadas, observa-se uma presença marcante do empreendedor com formação superior incompleta e com faixa etária em torno de 20 a 35 anos, destacando-se a noção de que esses empreendedores estão saindo do molde tradicional e se colocando à frente de uma nova realidade para administração de empresas. Além disso, é válido ressaltar que eles conseguiram sobreviver num lugar onde não existia incentivo para a prática de confecções, criando assim um nicho de mercado muito importante para região do agreste pernambucano.

A vivência que existe por parte dos entrevistados nesse setor é um ponto que merece destaque, pois, eles conseguem produzir a matéria-prima da seguinte forma: alguns participam de feiras internacionais e nacionais e quando os produtos expostos nessas feiras vão para as lojas, eles compram e utilizam como molde. Em outros eventos, fotografam a “nova moda” e fabricam na cidade de Toritama, onde mais tarde vendem para o mundo. Essa é a forma encontrada pelos empresários da região para desenvolverem suas empresas e receberem o reconhecimento nacional.

Numa visão geral do que foi apresentado nos resultados, destacam-se alguns pontos que servirão para melhor entender o sucesso das MPE's de Toritama. Merecem especial atenção a faixa etária e o grau de instrução dos entrevistados. O fato de serem muito jovens e possuírem um bom nível de

escolaridade favorece uma melhor percepção de empresa e um crescimento constante e eficiente.

Outro fator que contribui para esse crescimento é o tempo de existência das empresas que já conseguem atingir uma média de 05 (cinco) anos, representando uma boa consolidação no mercado. O número de empregado poderia ser melhor, o que influencia esse indicador é o alto grau de informalidade existente no Pólo de Confecções do Agreste, corroborando com um faturamento muitas vezes aquém da realidade.

No que diz respeito aos controles, apesar de serem MPE's, elas tendem a realizar controles de estoques, de contas a receber e a pagar e de vendas. Este último, em sua grande maioria, é feito para as vendas em atacado e a prazo, contrariando o que se esperava, pois, são empresas que não possuem muito capital de giro.

A produção é vendida por revendedores, por familiares e pelo próprio empresariado. Algumas das maiores dificuldades no gerenciamento é a administração dos funcionários e emissão e utilização de relatórios contábeis. Ainda falta aos contabilistas contribuir mais na geração de informações para tomada de decisão dos micros e pequenos empresários.

Observou-se que poderia existir um melhor acompanhamento no número de clientes e um melhor trabalho relacionado ao marketing, à satisfação e à qualidade. As MPE's têm pouca preocupação no que diz respeito à evolução do número de clientes. Acredita-se que essa questão poderia, mais tarde, ser fonte de novas pesquisas na região.

As tendências da moda são seguidas por todas essas empresas, que analisam as potencialidades e fraquezas das suas concorrentes, isso pode facilitar o desenvolvimento e caracterizar um conglomerado de indústrias de confecções do Jeans em Toritama.

A preocupação com a previsão de vendas, as necessidades do caixa, o controle de despesas financeiras e a observação dos prazos de vendas e compras é comum a todas elas.

O perfil do empresariado de Toritama apresenta-se como conservador por não se arriscar muito; apesar de seguir sua intuição, possui bom conhecimento do mercado, usa seu próprio capital e reinveste o lucro na própria empresa.

No que tange à comunicação das informações, essas empresas deixam muito a desejar, por ser uma estrutura sem muita hierarquia, as informações se processam informalmente e existe uma grande dificuldade de comunicação via e-mail e de uso da internet. O fluxo das informações fica concentrado na mão do proprietário, ocasionando problemas de comunicação e tornando visível a necessidade de um planejamento estratégico. As informações contábeis poderiam ser melhor gerenciadas para as tomadas de decisão, já que tudo do que os empresários necessitem para aprimorar e desenvolver as empresas está nelas próprias.

Através desta pesquisa, pretende-se contribuir para que os empresários conheçam as informações geradas pela contabilidade. Espera-se que diminua o alto índice de informalidade, em função de um melhor controle e planejamento dessas empresas, através das Informações Contábeis.

Acredita-se que a questão tributária é uma das mais preocupantes por parte dessas empresas, principalmente no aspecto da sonegação fiscal. A partir do momento em que elas passarem a evidenciar as informações contábeis, poderá ter uma outra visão.

Finalmente percebe-se que o *Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano* conseguiu criar um cluster de vestuário para o estado, e, a cada dia, vem se desenvolvendo, seja no fluxo das vendas, na comercialização dos seus produtos, no número de empresas e, o mais significativo, no número

de pessoas ocupadas. A evidenciação dessas informações é que faz da cidade de Toritama a “Capital do Jeans”.

5.2 Recomendações para Novas Investigações

Com o intuito de contribuir com novas pesquisas na área acadêmica, principalmente numa região que proporciona uma gama de oportunidades e variáveis muito grande, através de enorme potencial de micro e pequenas empresas do pólo de confecções do Estado de Pernambuco, recomenda-se a título de trabalhos futuros:

- Elaborar uma pesquisa envolvendo a Cidade de Santa Cruz do Capibaribe, identificando as informações contábeis das MPE's do ramo de confecções, mais especificamente da malha;
- Desenvolver uma pesquisa em Caruaru, para estudar o fluxo de informações contábeis na atividade de confecções, envolvendo jeans e malha ao mesmo tempo;
- Elaborar uma pesquisa mais abrangente, comparando as três cidades do pólo de confecções do Agreste Pernambucano: Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe, através da geração das informações contábeis;
- Fazer um levantamento das lavanderias de Toritama, analisando os impactos causados pela poluição através da contabilidade ambiental;
- Analisar as informações de custos para tomada de decisão, junto à produção do pólo de confecções do agreste; e
- Pesquisar a repercussão da informalidade das MPE's, do Pólo de Confecções do Agreste, na contabilidade pública.

REFERÊNCIAS

ADIZES, I. **Os Ciclos de Vida das Organizações: como e porque as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito.** São Paulo: Pioneira, 1990.

ANDRADE M. M de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

BEAUREN, I. M. **Gerenciamento da Informação: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial.** São Paulo: Atlas, 1998.

BILESSIMO, L. D. **Instrumento para Diagnóstico da Expectativa de Sucesso da Micro e Pequena Empresa Brasileira.** Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção 2002. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 20 dez. 2003.

BORDEN, K. Maging Acccounts Payable. **Small Forum the Journal of the Association of Small Business Development Centers.** Wyoming, USA, 2001. Disponível em : <<http://uwadmnweb.uwyo.edu/sbdc/fod/252.html> > Acesso em: 27 jul. 2003.

BRECHT, H. D. e MARTIN, M. P. Accounting Information Systems: The Challenge of Extending Their Scope to Business and Information Strategy. Accounting Horizons, 1996, vol.10, nº 4, pág. 16-22. Disponível em: <<http://search.epnet.com>> Acesso em: 11 Dez. 2003.

BULGACOV, S. **Manual de Gestão Empresarial.** São Paulo: Atlas, 1999.

BUSINESS OWNER'S TOOLKIT. Desenvolvido pela CCH Incorporated de Riverwoods, Illinois, USA, 2001. Apresenta textos sobre Administração Financeira de Pequenas Empresas. Disponível em: <<http://www.toolkit.cch.com/>> Acesso em: 23 maio. 2003.

CÂNDIDO, G. A., DIAS, S. T. **A organização da Pequena e Média Empresa: O que revelam os estudos brasileiros.** Relatório de Pesquisa CNPQ/UFPB/PIBIC. João Pessoa: Editora Universitária, ago. 1998. Disponível em: <http://www.ch.ufpb.br/gegit/downloads_gesinaldo.html> Acesso em: 19 jun. 2003.

_____. **As formas de atuação e a necessidade do pensamento estratégico nas pequenas e médias empresas.** In: Simpósio de Engenharia de Produção, 7. 2000. Bauru. Anais... Bauru: UNESP. 2000. 1 CD. Disponível em: <http://www.ch.ufpb.br/gegit/downloaads_gesinaldo.html> Acesso em: 19 jun. 2003.

_____. **Indicadores de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas Comerciais: Um estudo de caso.** ENEGEP, 1998, Niterói, Anais do ENEGEP, 1998. Disponível em: <http://www.ch.ufpb.br/gegit/downloads_gesinaldo.html> Acesso em: 19 jun. 2003.

_____, ABREU A. F., GOEDERT, A. R. et al. **Metodologia para Formação de Redes de Inovação entre Pequenas e Médias Empresas.** In: Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 21. 2000. São Paulo. Anais... São Paulo: USP, 2000. 1 CD. Disponível em: <http://www.ch.ufpb.br/gegit/downloads_gesinaldo.html> Acesso em: 19 jun. 2003.

CARVALHO, M. M. de. Oportunidade para Parceria Indispensável: Pequenas Empresas e Administradores Competentes. **Revista Brasileira de Administração**, Brasília, ano IX, nº27, p. 52-57, dez. 1999.

CASSAROTTO, N. F. e PIRES, L. H. **Redes de Pequenas e Médias Empresas e Desenvolvimento Local: Estratégias para a Conquista da Competitividade Global com Base na Experiência Italiana.** São Paulo: Atlas, 1999.

CRUZ, T. **Sistemas de Informações Gerenciais: Tecnologias da Informação e a Empresa do Século XXI**. 3º ed. São Paulo: Atlas, 2003.

DAVID, J. S., DUNN, C. L., MCCARTHY, W. E. e POSTON, R. S. The Research Pyramid: A Framework for Accounting Information Systems Research. *Journal of Information Systems*, 1999 vol.13, nº 1, pág. 07-30. Disponível em: <<http://search.epnet.com>> Acesso em: 11 Dez. 2003.

ECO, U. **Como se faz uma tese**. 18 ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

FERREIRA, F. D. F. **O aglomerado Econômico e sua Interferência na Redução dos Custos e na Formação do Preço de Venda: O Caso da Indústria de Confecções do Barro Preto**. Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção 2001. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 12 jun. 2003.

FRANZIN, N. A. **Construção de um Modelo de Previsão de Insolvência de Micro e Pequenas Empresas através da Planilha Eletrônica**. Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção 2001. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 12 jun. 2003.

GALVÃO, C. A. **Sistemas Industriais Localizados: o vale do Paranhana – complexo calçadista do Rio Grande do Sul**. Brasília, IPEA, 1999.(Texto para discussão nº617). Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/>> Acesso em: 23 maio.2003.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HAMAGUCHI, N. **Small and médium Enterprise Policy in Japan**. Artigo preparado no âmbito do projeto de Proposição de políticas para a Promoção de Sistemas Produtivos Locais de MPME'S coordenado pela UFRJ, 2002. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/rede>> Acesso em: 27 maio. 2003.

HENTZ, L. A. S. **Sociedade de Garantia Solidária: A Saída para os Pequenos.** In: Jus Navigandi, n° 43, 2000. Disponível em: <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.Asp?id=753>> Acesso em: 17 maio. 2003.

HO, L. C. J., LIU, C. S. e RAMANAN, R. Open-Market Stock Repurchase Announcements and Revaluation of Prior Accounting Information. The Accounting Review 1997, vol.72, n° 3, pág. 475-487. Disponível em: <<http://search.epnet.com>> Acesso em: 11 Dez. 2003.

INSTITUTO DE ESTUDOS FINANCEIROS – IEF. Capital de Giro: um desafio permanente, 2000. Disponível em <<http://www.ief.com.br/>> Acesso em : 25 maio. 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Censo Demográfico, 2002. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/>> Acesso em : 25 Jul. 2003.

JORNAL DE PERNAMBUCO. **Toritama expande economia e garante emprego à população.** Disponível em <http://www.pe.gov.br/jornal_de_pernambuco/> Acesso em: 16 Jul. 2003.

JUNIOR, C. G., PAMPLONA, E. de O. **Sistema de Custos para Micro e Pequena Empresa: Uso de Planilha Eletrônica com Macros.** Disponível em <<http://www.empresario.com.br/artigos>> Acesso em: 18 Jun. 2003.

KASSAI, S. As Empresas de Pequeno Porte e a Contabilidade. **Caderno de Estudos**, São Paulo, FIECAFI, V. 9, n° 15, p. 60-74. Jan/Jun 1997.

KULP, S. C. The Effect Information Precision and Information Reliability on Manufacturer-Retailer Relationships. The Accounting Review, 2002, vol. 77, n° 3, pág. 653-677. Disponível em: <<http://search.epnet.com>> Acesso em: 11 Dez. 2003.

LEVIN, J. **Estatística Aplicada as Ciências Sociais**. São Paulo: Harbra, 2002.

LICZBINSKI, C. R. **Modelo de Informações para o Gerenciamento das Atividades das Pequenas Indústrias de Produtos Alimentares do Rio Grande do Sul**. Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-graduação 2002. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 20 dez. 2003.

LONGENECKER, J. G., MOORE, C. W., PETTY, J. W. **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo: Makron Books, 1998.

MARCONI, M. de A. e LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MCGEE, J. e PRUSAK L. **Gerenciamento Estratégico da Informação: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MELO, I. S. **Administração de Sistemas de Informação**. São Paulo: Pioneira, 1999.

MOEA. White Paper on Small and Medium Enterprises in Taiwan, 1998. Disponível em: <<http://www.moeasmea.gov.tw/>> Acesso em: 15 maio. 2003.

MOSCOVE, S. A., SIMKIN, M. G. e BAGRANOFF N. A. **Sistemas de Informações Contábeis**. São Paulo: Atlas, 2002.

NEGRA, C. A. S. e NEGRA E. M. S. **Manual de Trabalhos Monográficos de Graduação, Especialização, Mestrado e Doutorado**. São Paulo: Atlas, 2003.

NETO, J. A. **Redes de Cooperação Produtiva e clusters Regionais: Oportunidades para as Pequenas e Médias Empresas.** São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, I. C. de. **Proposta de um Modelo de Diagnóstico do Gerenciamento Financeiro de Curto Prazo para Micro e Pequenas Empresas Industriais.** Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-graduação 2001. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 18 jun. 2003.

OTTOBONI, C., PAMPLONA, E de O. **Proposta de Pesquisa para Avaliar a Necessidade de se Medir o Desempenho Financeiro das Micro e Pequenas Empresas.** Disponível em: <<http://www.empresario.com.br/artigos>> Acesso em: 17 Jun. 2003.

OTTOBONI, C., PAMPLONA, E de O. **Obtenção de Dados para Cálculo de Custos em Micro e Pequenas Empresas: Uma Aplicação em uma Pequena Empresa do Setor Eletrônico.** Disponível em: <<http://www.empresario.com.br/artigos>> Acesso em: 18 Jun. 2003.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em Sistema de Informação Contábil.** São Paulo: Atlas, 2000.

PAIVA, S. B. O Processo Decisório e a Informação Contábil: Entre Objetividades e Subjetividades. **Revista Brasileira de Contabilidade.** n° 123, p. 76-82, mai/jun.2000.

PEREIRA, F. I. **Modelagem de Gerenciamento de Custos e Preços na Micro Empresa Comercial: Um Estudo nas Lojas do Mini Shopping de Boa Vista RR.** Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br>> Acesso em: 19 maio.2003.

PEREIRA, M. F. F. **Gerenciamento da Informação: Um diagnóstico da Micro e Pequena Empresa Industrial de Londrina.** Dissertação de Mestrado. Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção 2003.

PRESTES, N. R. **Um Estudo sobre os Controles de Gestão Utilizados nas Micro e Pequenas Empresas Comerciais da Cidade de Ivaiporã/PR.** Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção 2001. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 19 jun. 2003.

PUGA, F. P. **O Apoio Financeiro às Micro, Pequenas e Médias Empresas na Espanha, no Japão e no México.** Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 21 jun. 2003.

_____. **Experiências de Apoio as Micro, Pequenas Empresas nos Estados Unidos, Itália e Taiwan.** Rio de Janeiro: BNDES, 2000. (Texto para discussão 75) Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/>> Acesso em: 26 jul. 2003.

RAMIRO, D. e LOTURCO, R. **O Poder das Pequenas Empresas.** Revista Veja, 2002. Disponível em: <<http://www.mbc.org.br/noticias/>> Acesso em: 16 jul. 2003.

REID, G. C. “Staying in Business”, **International Journal of Industrial Organization**, n° 9, p.545-556, 1991. Disponível em: <<http://www.st-andrews.ac.uk>> Acesso em: 28 jun. 2003.

_____. “Early Life – Cycle Behaviour of Micro-Firms in Scotland”, **Small Business Economics** n° 7, p.89-95, 1995. Disponível em: <<http://journals.kluweronline.com/>> Acesso em: 28 jun. 2003.

_____. “Financial Structure and the Growing Small Firm: Theoretical Underpinning and Current Evidence”, **Small Business Economics** n° 8, p.1-7.1996. Disponível em: <<http://journals.kluweronline.com/>> Acesso em: 28 jun. 2003.

_____. Dynamics of Small Business Financial Structure, CRIEFF Discussion Papers 9722, **Centre for Reserarch into Industry, Enterprise,**

Finance and the Firm Department of Economics, University of St. Andrews.
Disponível em: <<http://ideas.repec.org/e/pre28.html>> Acesso em: 28 jun. 2003.

RESNIK, P. **A Bíblia da Pequena Empresa: Como iniciar com segurança sua pequena empresa e ser muito bem sucedido**. Tradução de Maria Cláudia Oliveira Santos; revisão técnica de Heitor José Pereira; São Paulo: McGraw-Hill, Makron Books, 1990. 280p.

REVISTA FENACON. Saída para pequenos empresários está no profissionalismo. São Paulo: REVISTA FENACON, n° 33, set. 1998. Disponível em: <<http://www.fenacon.org.br/>> Acesso em: 24 maio.2003.

REZENDE, D. A. e ABREU, A. F. de. **Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informações Empresariais**. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, M. A. B. dos. **Análise do Resultado Financeiro Operacional de Micros e Pequenas Empresas: Um Estudo de caso das Indústrias do Vestuário do Município de Campo Grande/MS**. Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção 2001. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 21 jun. 2003.

SEBRAE. A Mortalidade nas MPE's. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/>> Acesso em: 15 maio. 2003

SEBRAE/PE. Confecção em Pernambuco. Disponível em: <<http://www.sebraepe.com.br>> Acesso em: 19 jun. 2003.

_____. Estudo de Caracterização Econômica do Pólo de Confecções do Agreste de Pernambucano FADE/UFPE, jul. 2003. Disponível em: <<http://www.sebraepe.com.br>> Acesso em: 25 jul. 2003.

SEBRAE/SP. O Desempenho das MPE's no Setor Têxtil – Confecção, jul 2001. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 19 jun. 2003.

_____. Impactos da Desvalorização do Real nas MPE's Paulistas, Maio 1999. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 19 jun. 2003.

_____. Controle de Custos é uma arma contra queda no faturamento. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 19 jun. 2003.

_____. A Gestão dos Custos nas MPE's Paulistas: Um Estudo Exploratório. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 19 jun. 2003.

SILVA, V. L. da. **Diagnóstico do Nível de Tecnologia da Informação e dos Sistemas de Informações Contábeis – Gerenciais no Processo Decisório das Micro e Pequenas Empresas do Ramo de Confecções do Município de Colatina – ES.** Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-graduação 2002. Disponível em: <<http://www.teses.eps.ufsc.br/tese.asp/>> Acesso em: 20 dez. 2003.

SILVA, A C. R. da. **Metodologia da Pesquisa Aplicada à Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2003.

SMALL BUSINESS IN THE UK AND EUROPE. Federation of Small Business. Reino Unido, 2001. Disponível em <<http://www.fsb.org.uk/policy/STATS/small.asp>> Acesso em: 25 maio. 2003.

SMITH, J. A The Behaviour and Performance of Young Micro Firms: Evidence from Businesses in Scotland. Small Business Economics, 1999, vol. 13, pág. 185-200. Disponível em: <<http://journals.kluweronline.com/>> Acesso em 01 Ago. 2003.

TSENG, M. C. Managerial Incentives and Heterogeneous Firms Small Business Economics, 2002, vol.18, pág. 313-316. Disponível em: <<http://www.kluweronline.com/>> Acesso em 07 Nov. 2003.

VERDAASDONK, P. An Object-Oriented Model for Ex Ante Accounting Information. *Journal of Information Systems*, 2003, vol.17, n° 1, pág. 43-61. Disponível em: <<http://search.epnet.com>> Acesso em: 11 Dez. 2003.

_____ e WOUTERS, M. A Generic Accounting Model to Support Operations Management Decisions. *Production Planning & Control*, 2001, vol. 12, n° 6, pág. 605-620. Disponível em: <<http://www.tandf.co.uk/journals>> Acesso em: 11 Dez. 2003.

VIEIRA S. **Bioestatística: Tópicos Avançados**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ZEM, C. A. Pequenas e Microempresas: uma alternativa estratégica para condução do Brasil rumo ao novo milênio. **Revista Brasileira de Administração**, Brasília, ano IX, n°27, p. 33-41, dez. 1999.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Carta de Apresentação



Recife, 29 de Julho de 2003.

Prezado Empresário,

Sou aluno do Mestrado em Ciências Contábeis, do Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis UnB/UFPB/UFPE/UFRN, e preciso de sua colaboração para conduzir minha pesquisa. Meu orientador é o professor Marco Tullio de Castro Vasconcelos, Doutor em Ciências Contábeis pela USP.

Dirijo-me, mui respeitosamente, a V. S^a., com o intuito de solicitar sua colaboração, e, informando que a sua participação nesta pesquisa é muito valiosa, pois, os dados obtidos da sua empresa servirão e terão a finalidade, de cumprir as exigências para obtenção do título de mestre do Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis UnB/UFPB/UFPE/UFRN.

É nosso compromisso tratar como estritamente confidenciais todas as informações prestadas neste questionário e servirão de base para um Estudo das Informações Contábeis geradas pelas Micro e Pequenas Empresas localizada na cidade de Toritama no Agreste Pernambucano. Portanto solicitamos que as respostas sejam as mais exatas possíveis para que possamos tentar cumprir nosso objetivo.

Ainda garanto que as respostas somente serão apresentadas de forma agregada e os dados obtidos de cada empresa não serão destacados individualmente, estes resultados também estarão disponíveis para as empresas ao final da pesquisa no SINDVEST, nas Universidades do Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis UnB/UFPB/UFPE/UFRN e em duas faculdades de Caruaru: a Faculdade do Vale do Ipojuca – FAVIP e Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Caruaru – FAFICA, através da Dissertação.

Cordialmente,

Wenner Glaucio Lopes Lucena
Aluno do Mestrado

Prof. Dr. Marco Tullio de Castro Vasconcelos
Orientador

APÊNDICE B – Questionário da Pesquisa



DADOS GERAIS DO ENTREVISTADO

Função que ocupa na empresa.

Qual? _____

Desde quando? _____

Faixa de idade do entrevistado

- Inferior a 25 anos Entre 36 e 40 anos
 Entre 26 e 30 anos Superior a 40 anos
 Entre 31 e 35 anos

Grau de escolaridade do entrevistado

- 1º grau incompleto 2º grau completo
 1º grau completo 3º grau incompleto
 2º grau incompleto 3º grau completo

Graduação: _____

Pós-Graduação. Qual? _____

DADOS DA EMPRESA

1. Sua empresa de enquadra em que categoria?

- Microempresa Pequena Empresa

2. Há quanto tempo existe a empresa?

- Menos de 01 ano Entre 08 e 10 anos
 Entre 02 e 05 anos Mais de 10 anos
 Entre 05 e 08 anos

3. Qual o número de empregados da empresa?

- De 5 a 10 empregados De 15 a 20 empregados
 De 11 a 15 empregados Mais de 20 e menos de 90

4. Qual o faturamento bruto anual da empresa (em reais)?

- Até 60.000,00 Entre 150.000,00 e 200.000,00
 Entre 60.000,00 e 100.000,00 Mais de 200.000,00 e menos de
 Entre 100.000,00 e 150.000,00 244.000,00

5. A empresa realiza contagem física dos estoques?

Sim Não

O.B.S.: CASO A RESPOSTA SEJA **NÃO** PASSE PARA A QUESTÃO 7

6. Qual a periodicidade da contagem dos estoques?

No final do mês No final do ano
 A cada trimestre Quando necessário

7. Quantas peças sua empresa produz mensalmente?

1 a 1.500 15.000 a 30.000
 1.500 a 5.000 30.000 a 60.000
 5.000 a 15.000 acima de 60.000

8. Como sua produção é vendida?(indique uma ou mais opções)

Por você mesmo, familiares ou pessoal próprio Por vendedores autônomos
 Por revendedores Diretamente a cadeias de lojas
 Em consignação Diretamente a lojas isoladas

9. As vendas realizadas são por:

Atacado - corresponde à _____ %
 Varejo - corresponde à _____ %
 Por encomenda – corresponde à _____ %

10. Do total de vendas, qual a porcentagem de vendas à prazo e a porcentagem de vendas a vista?

Vendas realizadas a prazo é de _____ %
Vendas realizadas à vista é de _____ %

11. Qual desses controles de gestão a empresa utiliza?

Controle de contas a receber Controle de custos
 Controle de contas a pagar Controle de vendas
 Controle de estoques Outros. Quais?
 Controle de caixa _____

12. Qual desses gerenciamentos dificultam o controle de sua empresa?

Utilização dos relatórios contábeis Outros.Quais?
 Administração dos funcionários _____
 Utilização da informática _____

13. A empresa adota métodos para avaliação da qualidade do crédito, ou seja, busca-se informações sobre a honestidade, o potencial, as garantias e as condições financeiras do cliente, assim como as tendências econômicas que podem influir na venda a crédito?

- Nenhuma Razoável
 Pouca Muita

14. Existe acompanhamento da evolução do número de clientes (base de clientes) e das vendas nos últimos doze meses?

- Nenhum Razoável
 Pouco Muito

15. É utilizado pela empresa o recurso da previsão de venda a fim de decidir o quanto produzir?

- Nenhum Razoável
 Pouco Muito

16. A empresa tem conhecimento das potencialidades e fraquezas dos concorrentes e as utiliza para obter vantagem competitiva (ser melhor que a concorrente)?

- Nenhum Razoável
 Pouco Muito

17. A empresa utiliza-se do controle de custos e despesas no gerenciamento do caixa, visando reduzir a concorrência de fatos, como: concentração de pagamentos e despesas elevadas?

- Nenhum Razoável
 Pouco Muito

18. A empresa faz o acompanhamento sistemático das necessidades de caixa (previsão de vendas e previsão de despesas) visando antecipar recursos para atender as exigências de fundos (dinheiro)?

- Nenhum Razoável
 Pouco Muito

19. Há controle de despesas financeiras (despesas bancárias e/ou juros pagos a fornecedores)?

- Nenhum Razoável
 Pouco Muito

20. São observados os prazos de vendas praticadas pela empresa para negociação dos prazos de compras?

- Nenhum Razoável
 Pouco Muito

21. Quais fatores relacionados nos itens abaixo você pratica em sua empresa?

- Capacidade do empresário para assumir riscos
- Aproveitamento das oportunidades de negócio
- Bom conhecimento do mercado onde atua
- Capacidade de liderança do empresário
- Uso de capital próprio
- Criatividade do empresário
- Reinvestimentos dos lucros na própria empresa
- Boa estratégia de vendas
- Terceirização das atividades meio da empresa
- Ter acesso a novas tecnologias
- Empresário com persistência/perseverança
- Outro _____

22. Quais os recursos que você utiliza com maior frequência para dar suporte às decisões no gerenciamento dos negócios da sua empresa? Classifique-os segundo o grau com que são utilizados em: 1-muito utilizado, 2-pouco utilizado, 3-nunca utilizado.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Intuição | <input type="checkbox"/> Banco de dados da empresa |
| <input type="checkbox"/> Pesquisa de mercado | <input type="checkbox"/> Sistema de Informação gerencial |
| <input type="checkbox"/> Ações dos concorrentes | <input type="checkbox"/> Planilhas estatísticas |
| <input type="checkbox"/> Idéias e influências de clientes | <input type="checkbox"/> Consultas a internet |
| <input type="checkbox"/> Idéias e influências dos funcionários | <input type="checkbox"/> Outros. |
| <input type="checkbox"/> Relatórios preparados manualmente | Quais _____ |
| <input type="checkbox"/> Relatórios informatizados | — |

23. Como se processa a comunicação interna na empresa? Classifique-a segundo a frequência de sua utilização em: 1-muito utilizada, 2-pouco utilizada, 3-nunca utilizada.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Via intranet, e-mail | <input type="checkbox"/> Através de reuniões periódicas |
| <input type="checkbox"/> Através de informativos escritos | <input type="checkbox"/> Informalmente |

24. Quais dos problemas abaixo, que dificultam o fluxo de informações internas, são encontrados na sua empresa? Classifique-a segundo o grau de dificuldade: 1-muita dificuldade, 2-pouca dificuldade, 3-não causa dificuldade.

- Sobrecarga de informação
- Falta de participação dos funcionários
- Diferenças Culturais
- Comunicação interna deficiente
- Falta de treinamento
- Desconhecimento dos objetivos da empresa

ANEXOS

LISTA COM EMPRESAS DE TORITAMA DIVULGADAS NO SITE
SINVEST/PE.

VIDE VERSUS CONFEC LTDA

Rua Manoel Borba, 169 - Fone: 81 37411285

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças,shorts,saias,bermudas

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

N R MARTINS IND. COM. CONFEC. LTDA-ME

Rua Emídio Jordão, 187 - Fone: 81 37411940

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças,Bermudas,saias,Shorts

Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

MAMUTE CONF. LTDA

Av João Manoel da Silva, 456 - Fone: 81 37411414

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças, saias, bermudas

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

MARIA SIMONE DOS SANTOS ME

Rua Abílio Floro, 96 - Fone: 81 37411280

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: calças, saias, Camisas, shorts

Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

R R LACERDA CONFEC LTDA

Rua Claudemir Elpídio, 31 - Fone: 81 37411097

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças,bermudas, saias

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

MARIA JUCILENE SILVA SIMPLES-ME

Rua Antonio Soares, 242 - Fone: 81 37411054

CEP: 55125000 Alta da Boa Vista - Toritama

Produtos: Calças, bermudas, saias

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

ABELARDO TAVARES NETO CONFEC - ME

Trav Antonio Soares, 216 - Fone: 81 37411415

CEP: 55125000 Alto da Boa Vista - Toritama

Produtos: Calças, shorts, saias

Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

DIRAK CONFEC LTDA

Av João Manoel da Silva, 104 - Fone: 81 37411209

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças, saias, shorts, bermudas

Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

JEFERSON BORBA SILVA ME

Sítio Areal, 136 - Fone: 81 37411857

CEP: 55125000

Toritama

Produtos: Calças, shorts, saias, bermudas

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

JOSÉ ABELARDO T. CONFEC.

Rua 4 de Outubro, 101 - Fone: 81 37411225

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças, bermudas, saias, shorts

Segmento: Feminino, Jeans, Moda Jovem.

JOSÉ NIVALDO LIMA CONFEC ME

Rua Manoel Tenório, 130 - Fone: 81 37411193

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças

Segmento: Feminino, Jeans, Masculino.

KALTOR CALÇADOS CONFEC

Rua Emidio Jordão, 53 - Fone: 81 37411133

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças, shorts, saias, bermudas

Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

LIMAX JEANS LTDA ME

Rua Antonio Soares, 347 - Fone: 81 37411172

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças, bermudas, saias

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

MARIA MABEL PEREIRA DE LIMA ME

Rua Adalgisa Moura, 406 - Fone: 81 96251004

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças, shorts, saias, bermudas

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

MARLY MARIA SILVA-ME

Rua 13 de maio, 134 - Fone: 81 37411730

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Shorts, bermudas, saias, calças

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

NIEDSON BARBOSA MACIEL-ME

Rua 13 de Maio, 135 - Fone: 81 37411515

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Calças, bermudas, shorts

Segmento: Feminino, Infanto/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

NIELITON MARTINS SILVA - ME

Rua Quatro de Outubro, 198 - Fone: 81 37412062

CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Shorts, saias, bermudas, calças

Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

PALLON IND & COM. DE CONFECÇÕES LTDA

Rua Galdino Bezerra, 25 - Fone: 81 37414400
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Shorts, calças, saias, blusas
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

ROMERITO IND. COM. DE CONFEC. LTDA-ME
Rua Ernesto Herculano Cordeiro, 158 - Fone: 81 37411205
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, shorts, saias, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino.

SAMARA IND E COM LTDA
Rod. BR 104 Km 30,5, - Fone: 81 37411639
CEP: 55125000
Toritama
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

TRUPPE CONFEC LTDA ME
Rua 4 de Outubro, 146 - Fone: 81 37411053
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, shorts, saias
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

DIANA OLIVEIRA SILVA-ME
Cleto Campelo, 10 - Fone: 81 37411780
CEP: 55125000 Duque de Caxias - Toritama
Produtos: Calças, shorts, bermudas, saias
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

ELIONAI HENRIQUE TAVARES CONFEC SIMPLES-PE
Rua Quatro de Outubro, 160 - Fone: 81 37411075
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, saias, shorts, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

FLAILZA BEZERRA SILVA-ME
Rua Emídio Jordão, 320 - Fone: 81 37411101
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, saias, shorts
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

JOSÉ RENATO TAVARES - CONFEC SIMPLES-PE
Trv. Abílio Floro, 23 - Fone: 81 99828329
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, saias, shorts
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

LAVIM IND COM CONFEC LTDA
Rua BR 104, 500 - Fone: 81 37411158
CEP: 55125000
Toritama
Produtos: Calças, saias, blusas, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

LIDIANE T S CAMELO ME

Av. João Manuel da Silva, 17 - Fone: 81 37411148
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, shorts, saias
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

LUMAKS CONFEC LTDA-ME
Rua Ana Cecília, 11 - Fone: 81 37411973
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças
Segmento: Feminino,, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

NEILDA MARIA SILVA-ME
Rua Boa Vista, 62 - Fone: 81 37411519
CEP: 55125000 Duque de Caxias - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, shorts
Segmento: Feminino, Jeans, Moda Jovem.

TACIANA MARIA SILVA-ME
Rua Antonio Soares, 352 - Fone: 81 37413788
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, saias, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino.

ZAYRON CONFECÇÕES - ME
Rua Antonio Soares, 351 - Fone: 81 37411265
CEP: 55125000 Alto da Boa Vista - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, shorts
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

CLOVIS DE PAIVA ME
Rua Ernesto Herculano Cordeiro, 240 - Fone: 81 37411253
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, saias, shorts
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

DILMA OTILIA SILVA-ME
Av. João Manoel Silva, 317 - Fone: 81 37411693
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Shorts, calças, saias, bermudas
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

GERALDINO MORAIS SILVA
Rua Emídio Jordão, 97 - Fone: 81 37411232
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, saias, capri, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

HORTENCIA IND COM CONFEC LTDA
Rua Antonio Soares, 90 - Fone: 81 37412531
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, shorts, bermudas, saias
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

IRANEIDE IRENE TAVARES CONFEC - ME
Rua Antonio Soares, 411 - Fone: 81 37411163

CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, shorts, saias, calças capri
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Moda Jovem.

JOSUE BERTO SILVA - ME
Rua Quatro de Outubro, 60 - Fone: 81 37411239
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, shorts, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

LEA SALES SILVA-ME
Rua Manoel José Filho, 54 - Fone: 81 37412093
CEP: 55125000 Duque de Caxias - Toritama
Produtos: Saias, shorts, calças, jaquetas
Segmento: Feminino, Jeans, Moda Jovem.

LEONARDO BEZERRA SOUZA-ME
Rua Abílio Floro, 60 - Fone: 81 37411022
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, shorts
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

ZIGURAT CONFEC LTDA
Rua Ana Cecília, 17 - Fone: 81 37411540
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, blusas, shorts, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

MEGA DURAN JEANS - ME
Rua 4 de Outubro, 72 - Fone: 81 37411406
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, saias, shorts, bermudas
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

JOSÉ NIVALDO SILVA JEANS - ME
Rua Claudemir Elpídio, 160 - Fone: 81 37411559
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, shorts, saias, bermudas
Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Masculino, Moda

NERIVALDO MARTINS CONFEC - ME
Rua 4 de Outubro, 154 - Fone: 81 37411347
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, bermudas, shorts, saias
Segmento: Feminino, Jeans, Masculino, Moda Jovem.

JOSÉ CÍCERO DE SOUZA
Rua Quatro de Outubro, 178 - Fone: 81 37411306
CEP: 55125000 Centro - Toritama
Produtos: Calças, saias, bermudas, mini-saias
Segmento: Feminino, Jeans, Moda Jovem.

VILLACK CONFEC - ME
Rua João Pereira Tabosa, 38 - Fone: 81 37412068
CEP: 55125000 Centro - Toritama

Produtos: Saias, capri, bermudas, calças

Segmento: Feminino, Infante/Juvenil, Jeans, Moda Jovem.