



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ – UFC
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA,
CONTABILIDADE E SECRETARIADO EXECUTIVO
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

DANIELLE SALES SILVA

PERCEPÇÃO DO USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL: UM ESTUDO DE CASO
NO MERCADO CENTRAL DE FORTALEZA

ORIENTADORA: CÍNTIA DE ALMEIDA

FORTALEZA
JUNHO/2016

DANIELLE SALES SILVA

**PERCEPÇÃO DO USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL: UM ESTUDO DE CASO
NO MERCADO CENTRAL DE FORTALEZA**

Artigo apresentado ao curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Ceará como requisito para obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da professora M.^a Cíntia de Almeida.

**FORTALEZA
JUNHO/2016**

PERCEPÇÃO DO USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL: UM ESTUDO DE CASO NO MERCADO CENTRAL DE FORTALEZA

Autor: Danielle Sales Silva¹

Orientador: Cintia de Almeida²

RESUMO

As micro e pequenas empresas possuem sua importância reconhecida em todo o mundo, auxiliando no decréscimo do desemprego e a girar a economia. Existem práticas comuns às pequenas empresas e que influenciam negativamente o crescimento da empresa, uma delas é fazer uso da informação contábil apenas com objetivo de atender apenas a uma exigência fiscal e pouco usar a finalidade básica da contabilidade que é a de orientar o administrador em suas decisões, isto posto, este trabalho tem como objetivo geral analisar a percepção dos empresários sobre o uso da informação contábil nas empresas do Mercado Central de Fortaleza que são por eles dirigidas. Para tanto, foi feito um levantamento com 79 empresas, por meio da aplicação de questionários. Os resultados mostram que as empresas apresentaram uma média de 24 anos, sem fazer uso da informação contábil na tomada de decisão. Entende-se, portanto, que os empresários não a consideram necessária para a tomada de decisão.

Palavras-chave: Informação contábil. Tomada de decisão. Micro e pequena empresa.

ABSTRACT

Very small and small companies have their importance recognized around the world, assisting in the reduction of unemployment and rotating the economy. Barros (1978) lists common practices to small businesses and that negatively influence the growth of the company, one of them is to make use of accounting information only in order to meet only a tax requirement and not using the basic purpose of accounting that is to guide the administrator in its decisions, this exposed, this research has as main objective to analyze the perception of entrepreneurs of the use of accounting information in the companies of Mercado Central de Fortaleza. Therefore, a survey of 79 companies was made through the use of questionnaires. The result shows that companies had an average of 24 years, without making use of accounting information in decision making. It is understood, therefore, that entrepreneurs do not consider it necessary for decision making.

Key-words: Accounting information. Decision making. Very small and small companies.

1 INTRODUÇÃO

A contabilidade nasceu para ser capaz de fornecer informação para alguém que tivesse interesse nela. Mesmo após toda uma evolução da ciência contábil, ainda existem indivíduos que poderiam fazer um uso mais proveitoso da contabilidade e não o fazem. Com o passar dos anos, devido a obrigações ligadas ao fisco, acabou-se confundindo contabilidade com atender as obrigações fiscais, perdendo-se de sua verdadeira essência, que é gerar informação sobre o patrimônio. Essa situação é ainda mais evidente nas micro e pequenas empresas.

As micro e pequenas empresas (MPE) possuem importância reconhecida em todo mundo. As MPE auxiliam na diminuição do desemprego, e são relevantes para a circulação da economia. Contudo elas também possuem uma reputação de possuir uma alta taxa de

¹ Graduanda do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Ceará

² Mestre, Professora da Universidade Federal do Ceará

mortalidade, e isso não é desejável pelos empreendedores, e certamente não é algo positivo para a economia.

Pensando nessa mortalidade, é reconhecido que existem inúmeras variáveis que auxiliam na sobrevivência das MPE's. Uma dessas variáveis é a tomada de decisão com base sólida de informações, e não baseada na intuição. A contabilidade surge como uma fonte confiável de informações que serão utilizadas para uma tomada de decisão mais adequada na empresa. Este trabalho busca analisar se as MPE's estão fazendo uso desse recurso eficientemente.

Silva (2010) apresentou uma dissertação de mestrado em 2010, fruto de um estudo sobre a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas de João Pessoa acerca do uso da informação contábil. Este trabalho replica o estudo de Silva (2010), usando como foco de estudo o mercado central de fortaleza no ano de 2016.

Assim, com base no exposto acima se apresenta a seguinte questão de pesquisa: Qual a percepção dos empresários situados no Mercado Central de Fortaleza acerca do uso da informação contábil?

Com o propósito de responder a esse questionamento, este trabalho tem como objetivo geral analisar a percepção dos empresários sobre o uso da informação contábil nas empresas do Mercado Central de Fortaleza que são por eles dirigidas.

Como objetivos específicos, os quais serão necessários para que se atinja o objetivo geral, têm-se os seguintes pontos: i) avaliar como ocorre o uso da informação contábil pelas empresas que compõem o Mercado Central; ii) descrever as características dos serviços prestados pelos profissionais contábeis às empresas; iii) averiguar como ocorre o processo decisório que envolve informações contábeis.

A fim de justificar a pesquisa, este trabalho é importante do ponto de vista científico pelo fato de ampliar o espectro da literatura a respeito do tema, pois é relevante verificar se a contabilidade (informação contábil) é percebida como um instrumento de orientação e apoio ou se os empresários a percebem apenas como uma parte burocrática de obrigações rotineiras. Já foram realizados trabalhos de temática semelhante, tendo como objeto de estudo outras cidades do Brasil, não tendo sido encontrado nenhum estudo abordando o Ceará, nem tampouco o Mercado Central de Fortaleza. Além de ser em outra localidade, o trabalho continua a ser pertinente para verificar se houveram mudanças de comportamento dos empresários na atualidade.

E também é relevante no âmbito prático, pois pode auxiliar na construção de modelos de gestão que contornem possíveis deficiências no emprego da contabilidade em pequenas empresas.

O trabalho é estruturado da seguinte forma: após esta introdução a segunda seção apresenta a fundamentação teórica, abordando contabilidade nas micro e pequenas empresas e tomada de decisão. A terceira seção informa sobre a metodologia utilizada. Após é apresentado o contexto de pesquisa, seguido pela quinta seção onde os resultados são discutidos e, por fim, a sexta seção coloca as conclusões do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Contabilidades nas micro e pequenas empresas.

Todas as empresas possuem características em comum e desafios a serem enfrentados. Todas buscam gerar resultado e continuar atuando no mercado. No entanto, nem todas as empresas conseguem crescer ou até sobreviver, sejam por fatores internos ou externos.

Considerando a classificação de Barros (1978), quando as forças que limitam o desenvolvimento da empresa são causadas por fatores internos, elas estão sob seu controle e, portanto, são passíveis de mudanças. Estas forças são expressas por um conjunto de práticas e costumes que, em muitas das vezes, são passados de pais para filhos e influenciam o crescimento da empresa. Algumas dessas práticas, comuns às pequenas empresas e que influenciam negativamente, são destacadas por Barros (1978, p. 185-186) em sua obra como sendo:

- a) Uso da contabilidade com objetivo precípuo de atender apenas a uma exigência fiscal;
- b) Pouco se aplica a finalidade básica da contabilidade que é a de orientar o administrador em suas decisões;
- c) Comumente, as decisões de importância para empresa são tomadas com base na intuição do empresário;
- d) Decisões sem segurança de estudos técnico-administrativos fundamentados em informações ou dados estatísticos pertencentes ao acervo de experiência da própria empresa;
- e) No caso de pequenas indústrias, há falta de controle das matérias-primas, produtos em elaboração, produtos acabados, resíduos, etc.
- f) Raramente é feito o controle das horas trabalhadas pelos operários, o mesmo se repetindo no tocante ao rendimento das máquinas e equipamentos e matérias-primas empregadas.

Independente do porte da entidade seja uma micro, pequena, média ou grande empresa, a Contabilidade terá uma mesma utilidade. Franco (1997, p. 21) define a contabilidade expressando a contribuição dela para a tomada de decisão: “A contabilidade é a ciência que estuda e controla o patrimônio das entidades, mediante o registro, a demonstração expositiva e a interpretação dos fatos nele ocorridos, com o fim de oferecer informações sobre sua composição e variação, bem como sobre o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial”.

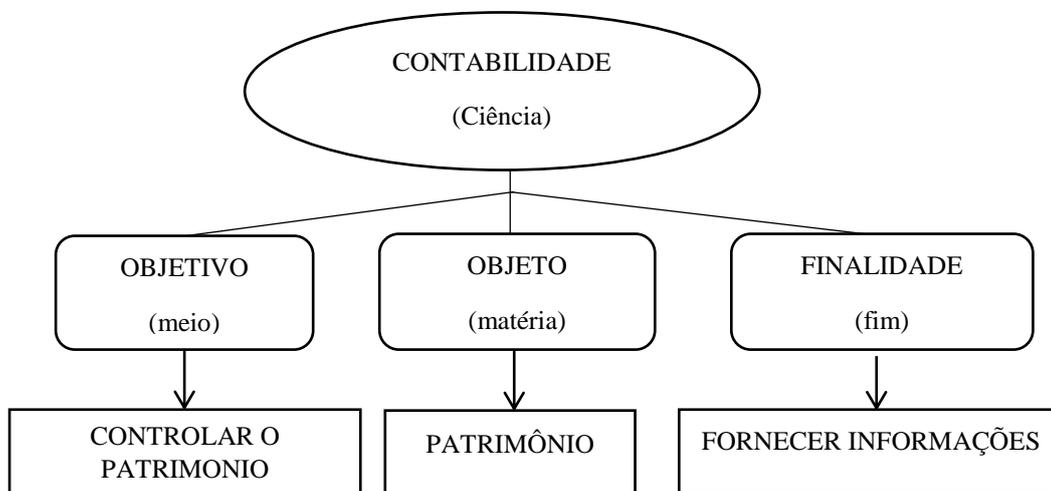
Para Abrantes (1998) a contabilidade não foi criada por contabilistas e não existe para atender as necessidades do profissional, e sim as dos usuários. Esse entendimento reforça a necessidade de a contabilidade fornecer informações relevantes para os usuários.

O maior interessado na contabilidade deveria ser o proprietário da microempresa com o objetivo de constatar se o negócio apresenta lucro compatível com alternativas de investimentos ou não. Daí a necessidade de preparar um plano de contas simples e objetivo que indique o resultado do período, podendo englobar algumas despesas (sem a necessidade e destaca-las individualmente para apurar o lucro) (IUDÍCIBUS; MARION, 2004).

A principal finalidade da contabilidade é munir de informações os diversos usuários da ciência contábil para que possam tomar suas decisões, cada qual dentro dos seus próprios objetivos, conforme relatam Iudicibus et al (2010), o grande objetivo da contabilidade é o de prover seus usuários em geral com o máximo possível de informações sobre o patrimônio de uma entidade e suas mutações.

A Figura 1 mostra um esquema contendo o objeto, objetivo e finalidade da contabilidade.

Figura 1 – Conceito, objeto e finalidade da contabilidade.



Fonte: Silva, 2010.

Uma das formas de apresentar informação é através dos demonstrativos contábeis. O Quadro 1, possui um resumo com exemplos de alguns demonstrativos.

Quadro 1 - Demonstrativos Contábeis

Demonstrativo	Definição
Balancete de Verificação	Reúne todas as contas em movimento na empresa e seus respectivos saldos (saldos de débito e saldos de crédito).
Balanço Patrimonial	É a relação de ativos, passivos e patrimônio líquido em uma data específica (CPC PME)
Demonstração dos Lucros ou prejuízos acumulados:	Apresenta o resultado da entidade e as alterações nos lucros ou prejuízos acumulados para o período de divulgação. (CPC PME)
Demonstração do valor agregado:	Tem por finalidade evidenciar a riqueza criada pela entidade e sua distribuição, durante determinado período. (CPC 09)
Demonstração do fluxo de caixa:	Fornecer informações acerca das alterações no caixa e equivalentes de caixa da entidade para um período contábil, evidenciando separadamente as mudanças nas atividades operacionais, nas atividades de investimento e nas atividades de financiamento. (CPC PME)
Notas explicativas:	Contêm informações adicionais àquelas apresentadas nos demais demonstrativos, descrições narrativas e detalhes de itens apresentados nessas demonstrações e informações acerca de itens que não se qualificam para reconhecimento nessas demonstrações. (CPC PME)

Fonte: Adaptado pelo autor, 2016.

2.2 Tomada de decisão

Segundo Almeida (apud KASSAI, 1997), não é fundamental que o empresário de MPE's tenha um conhecimento profundo de técnicas administrativas e contábeis para garantir uma boa gestão, dada a simplicidade de funcionamento de uma MPE. O importante é conseguir adaptar as teorias e práticas conhecidas, desenvolvidas e executadas nas grandes empresas à realidade, necessidade e capacidade das pequenas empresas.

As micro e pequenas empresas (MPE's) podem ser classificadas por seu faturamento anual, conforme a Lei Complementar nº 12339/2006, e podem ser classificadas pelo número de funcionários, como faz o SEBRAE.

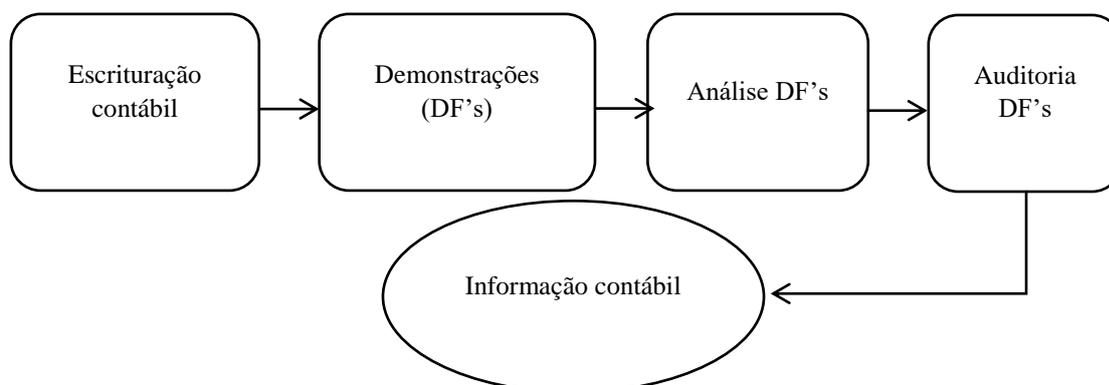
Com as devidas adaptações e com o reconhecimento de sua utilidade por parte do empresário, a contabilidade, em seu foco gerencial, poderá transformar-se na principal ferramenta estratégica para o desenvolvimento e até mesmo para sobrevivência da pequena empresa. (LACERDA, 2003)

Como evoca Silva (2010), a informação contábil, é o produto que se obtém ao término do processo contábil, que se inicia com a escrituração dos fatos contábeis, passando pela elaboração dos relatórios contábeis (demonstrações), que em seguida se tem a técnica da análise das demonstrações (análise de balanços) e termina com a auditoria das demonstrações. Conforme é possível visualizar na Figura 2.

Reconhecendo o valor que a informação gerada pela contabilidade tem para a empresa, (ATKINSON et. al 2003) comentam:

A informação gerencial contábil mede o desempenho econômico de unidades operacionais descentralizadas, como as unidades de negócios, as divisões e os departamentos. Essas medidas de desempenho econômico ligam a estratégia da empresa à execução da estratégia individual de cada unidade operacional. Através de ferramentas que permitem uma interpretação dos números da empresa a contabilidade poderá executar o seu papel de gerar informações aos empresários para que este tome decisões mais acertadas e a tempo hábil.

Figura 2 – Processo contábil



Fonte: Adaptado pelo autor, 2016.

Uma informação não possui qualquer valor se ela não tiver o seu potencial reconhecido. Uma planilha cheia de números e índices é inútil se o usuário dessas informações não os utilizar da forma devida, com o propósito para o qual foram concebidas. Como nos acautela Lunkes e Magalhães (2000), para que as informações contábeis sejam utilizadas no processo de administração é necessário que essas informações sejam desejadas pelos responsáveis pela administração da entidade.

O objetivo básico da informação contábil é ajudar alguém a tomar decisões. Esse alguém pode ser o presidente de uma empresa, o empreendedor individual, o proprietário de uma loja, o gestor de produção, o administrador de um hospital ou de uma escola ou um investidor (HORNGREN; SUNDEM; STRATTON, 2004).

Não se pode pensar no objetivo da informação contábil, sem falar sobre o seu usuário. Silva (2010) relembra que o papel dos usuários da informação contábil é fundamental, porque a contabilidade tem que se voltar para as suas reais necessidades.

Niyama e Silva (2008) advertem que, na verdade, o usuário tem um papel importante, de modo que é impossível ignorar suas participações na determinação das escolhas realizadas pela contabilidade e nas próprias opções feitas pelo contador.

Por fim, conceitua-se usuário qualquer pessoa física ou jurídica que tenha interesse na avaliação da situação e do progresso de determinada entidade, seja tal entidade empresa, ente de finalidades não lucrativas ou mesmo o patrimônio familiar (IUDICIBUS; MARTINS, GELBCKE, 2003).

A partir de informações geradas pela contabilidade, são obtidos os índices. Matarazzo (1992) define os índices como a relação entre contas ou grupos de contas das Demonstrações Financeiras, que visa evidenciar determinado aspecto da situação econômica ou financeira de uma empresa. “Assim como um médico usa certos indicadores, como pressão e temperatura, para elaborar o quadro clínico do paciente, os índices financeiros permitem construir um quadro de avaliação da empresa”. (MATARAZZO, 1992, p. 154).

Existe uma vasta variedade de índices, no entanto, importa existirem índices que permitam conhecer a situação da empresa, segundo os objetivos e desejos do usuário, e não calcular uma grande variedade de índices que não serão utilizados. Em resumo os índices revelam informações econômicas, financeiras e de atividades da empresa (MATARAZZO, 1992).

Os índices são ferramentas que têm como função apresentar as situações econômicas ou financeiras da empresa, auxiliando no sentido de alertar para futuros problemas e também de mostrar se a empresa está dentro dos objetivos e metas estipulados pelo planejamento.

Levando em conta Groppelli e Nikbakht (1999, p. 408), “a administração responsável por uma empresa exige constante monitoramento das operações”. A maneira pela qual se pode monitorar a empresa é através de seus índices, que serve de base para um bom planejamento e desempenho financeiro.

O uso da Tecnologia da Informação (TI) também pode ser um auxílio à tomada de decisão. O uso efetivo da TI pode proporcionar uma série de ganhos às empresas, como o aumento da produtividade, maiores vendas, redução dos custos operacionais, aumento da base de clientes, decisões com maior qualidade, além da diferenciação de produtos e serviços inovadores (HU; PLANT, 2001).

Lunardi, Dolci e Maçada (2010) realizaram uma pesquisa com MPE's, analisando o uso da TI e seu impacto no desempenho organizacional. Verificou-se que as MPE são motivadas principalmente por quatro diferentes fatores: necessidade interna, pressões externas, utilidade percebida e presença de um ambiente organizacional adequado. Nota-se que muitos desconhecem o verdadeiro potencial da TI, adotando-a muito mais em função das pressões do mercado que pelos benefícios que sua utilização pode proporcionar.

Ao realizar uma pesquisa sobre outros trabalhos publicados sobre a temática, foram encontradas diversas publicações semelhantes, abordando MPE's de outras localidades. A principal publicação norteadora é a de Silva (2010), que foi replicada neste estudo. Silva (2010) não especificou um ramo de atuação da empresa, mas as escolheu por sua localidade, sendo no caso, a Grande João Pessoa. Como resultado encontrado tem-se que os gestores são indiferentes quanto à utilização da informação contábil para a tomada de decisão (SILVA, 2010).

Lucena, Vasconcelos e Marcelino (2015), em seu trabalho intitulado “A Evidenciação das Informações Contábeis Geradas pelas Micro e Pequenas empresas no Processo Decisório: Um estudo no setor de confecções” escolheram um setor específico de mercado, no município

de Toritama, conhecido pela alcunha de “capital do jeans”. Em seus resultados, foi afirmado que as empresas são influenciadas pelo uso de relatórios contábeis preparados manualmente.

Teixeira et. al (2014), fizeram um estudo sobre a percepção dos empresários de MPE's a cerca da Contabilidade de Custos, na cidade de Londrina/PR. Os resultados apontaram que a maioria dos respondentes não têm conhecimento aprofundado sobre custos, embora concordem que a contabilidade de custos colabora com o desenvolvimento das empresas e auxilia no processo decisório.

Hall, Costa, Kreuzberg, Moura e Hein (2013), pesquisaram sobre o uso da contabilidade como uma ferramenta de gestão, envolvendo MPE's no ramo de comércio em Dourados-MS. Seus resultados revelaram que os empresários utilizam as informações contábeis na tomada de decisão e gestão ainda de forma tímida, e se utilizam muito mais pelos seus conhecimentos do negócio do que pelas informações advindas da contabilidade.

Borges e Leal (2012) publicaram uma pesquisa cujo objetivo era investigar qual é a importância atribuída pelo gestor das micro e pequenas empresas às informações contábeis gerenciais, e também identificar a frequência de utilização dessas informações. Esta pesquisa mostrou como resultados que os gestores consideram alta a utilidade das informações gerenciais, mas que muitas ferramentas não são implantadas por desconhecimento de sua aplicabilidade, e também falta de capacitação para fazer uso. Além disso, foi verificado que não existe um estabelecimento de uma periodicidade formal para a análise dos relatórios gerenciais.

Conforme é possível observar nos trabalhos acima, esse é um tema que é relevante e pertinente, cujos resultados variaram de acordo com o tempo e o espaço da pesquisa.

3 METODOLOGIA

Quanto à natureza da pesquisa, ela foi considerada tanto quantitativa quanto qualitativa. A pesquisa quantitativa utiliza métodos estatísticos visando solucionar os problemas da pesquisa. Para Vieira (2009), nesse tipo de pesquisa as informações são de natureza numérica, onde o pesquisador procura classificar, ordenar ou medir as variáveis com o objetivo de apresentar estatísticas, comparar grupos ou determinar associações.

Já no método qualitativo, a pesquisa propõe-se a conhecer as características e atributos de determinados indivíduos, considerando suas particularidades e subjetividades. “A pesquisa qualitativa mostra as opiniões, as atitudes e os hábitos de pequenos grupos, selecionados de acordo com perfis determinados” (VIEIRA, 2009).

Portanto, referente ao método de abordagem, com a utilização dos métodos quantitativo e qualitativo, infere-se que a pesquisa foi tratada de forma ampla, visando responder de forma adequada o problema de pesquisa.

Quanto ao caráter, trata-se de uma pesquisa descritiva. Conforme Gil (2009, p.43) a pesquisa descritiva caracteriza-se pela utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionários.

Marion, Dias e Traldi (2002) salientam que as variáveis de estudo não são manipuladas nesse tipo de pesquisa. A finalidade é descrever as características de determinada população ou fenômeno. Nesse sentido, Andrade (2008) afirma que na pesquisa descritiva os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados sem a interferência do pesquisador neles.

Quanto à estratégia de pesquisa, foi utilizada uma pesquisa de campo ou empírica. Marconi e Lakatos (2009) explicam que a pesquisa de campo é a técnica utilizada que

objetiva obter informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, problema esse que se busca uma resposta, ou descobrir novos acontecimentos, ou a comprovação de uma hipótese, ou as relações entre eles.

Marconi e Lakatos (2009) conceituam população por um conjunto de seres que apresentam pelo menos uma característica em comum. O universo ou população da pesquisa é composto por 559 boxes, ou seja, pela totalidade das lojas (boxes) localizadas dentro do Mercado Central de Fortaleza.

A amostra é a constituição de uma parcela ou porção, selecionada do universo (população), é um subconjunto do universo (MARCONI; LAKATOS, 2009). A amostra foi obtida por conveniência, de acordo com a receptividade da população ao estudo no período de aplicação do questionário. Oliveira et al (2003) explica que a amostra por conveniência é a mais comum das amostras e que os elementos são mais acessíveis ou mais fáceis de serem avaliados. Neste estudo foram obtidas informações de 79 empresas, que equivalem a 100 boxes.

A coleta de dados se deu por meio da aplicação de um questionário, cujo período de aplicação foi maio de 2016. O questionário possui questões de respostas predominantemente fechadas, no entanto, algumas poderiam ser do tipo aberta, onde o respondente tem a opção de se manifestar de forma livre.

O instrumento de coleta de dados que foi utilizado foi o questionário. Vieira (2009) diz que esse instrumento de pesquisa é constituído por várias questões sobre determinada temática. O questionário aplicado foi uma adaptação do estudo de Silva (2010), o qual é subdividido em três categorias, conforme Quadro 2:

Quadro 2 – Subdivisões do questionário

Categoria	Assunto
Informações sobre a empresa e o gestor	Nesse tópico são levantadas informações sobre as características, tanto da empresa quanto do gestor a fim de possibilitar melhor análise dos dados. Os respondentes são classificados quanto ao ramo de atuação da empresa, tempo de existência, quantidade de empregados e ocupação de boxes. Além disso, são levantadas informações sobre os respondentes, como função, grau de instrução e formação acadêmica.
Informações sobre o sistema de informação da empresa	Nesse item são feitos questionamentos sobre o uso de sistema de informação por parte da empresa. Essa é uma importante ferramenta de auxílio na gestão do negócio, principalmente relacionado ao controle e análise. As questões estão voltadas para avaliar se existe sistema de informação ligado ao uso (ou se não existe) de: computadores, internet, planilhas Excel e outros semelhantes; controle de contas a pagar, a receber, de estoques, de saldos bancários, de disponibilidades; conhecimento da posição real de venda, custos e despesas, lucro (ou prejuízo).
Informações sobre o responsável pelos serviços contábeis	Nesse terceiro item os questionamentos são a respeito do contador e dos serviços contábeis prestados às empresas. Primeiramente são levantados dados sobre se o contabilista é profissional liberal ou empregado da empresa, sobre a categoria do contabilista e o tempo que o contabilista presta serviço à empresa. Em seguida, as questões abordam os relatórios que são fornecidos pelo contador para o uso da empresa, e sobre o seu uso na tomada de decisão.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Após a aplicação dos questionários, as respostas foram tabuladas no Microsoft Excel, para passarem por um tratamento estatístico. Foram utilizadas medidas de estatística descritiva, como medidas de posição (com média, mediana, moda), comparação de frequências e apresentação dos dados.

4 CONTEXTO DE PESQUISA: MERCADO CENTRAL DE FORTALEZA

A história do Mercado Central de Fortaleza confunde-se com a própria história da cidade. Tendo seu início em 1809, servindo à comercialização de carne, fruta e verdura em uma estrutura de madeira o Mercado passou por diversas mudanças acompanhando as mudanças da cidade, não apenas de ordem física, mas também relacionada à natureza dos artigos comercializados. E as mudanças se estenderam até a clientela, sendo composta cada vez mais por visitantes, tanto do estado quanto de variadas cidades do Brasil e do mundo.

O Mercado nas instalações atuais iniciou suas atividades em janeiro de 1998, sob a administração gerencial outorgada a atual Associação dos Lojistas do Mercado Central (ALMEC) pelo município. O novo Mercado Central começou suas operações acomodando 559 boxes, 18 banheiros, distribuídos em 5 (cinco) andares, sendo um deles destinado a estacionamento.

Os visitantes podem encontrar no Mercado Central: artigos em couro (sandálias, sapatos, chapéus, bolsas e malas), rendas e bordados em roupas e em peças de cama, mesa e banho, rendas de bilro, camisetas, lembrancinhas como mini jangadas, bijuterias, joias em ouro e artigos para decoração. Além disso, produtos regionais como cachaça, licores, castanha e doce de caju também estão à venda no mercado, e restaurantes oferecem comidas típicas nordestinas. Mercado Central de Fortaleza é o maior mercado do nordeste e possui um site (<http://www.mercadocentraldefortaleza.com.br/>) como uma forma de celebrar e manter sempre viva a rica história do Mercado Central que acompanhou e ainda acompanha a história de Fortaleza.

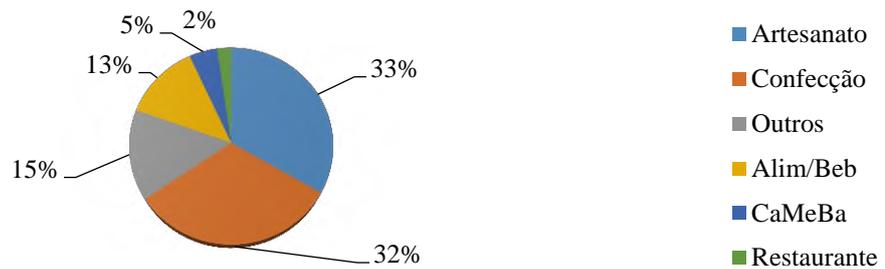
Os visitantes podem encontrar no Mercado Central: artigos em couro (sandálias, sapatos, chapéus, bolsas e malas), rendas e bordados em roupas e em peças de cama, mesa e banho, rendas de bilro, camisetas, lembrancinhas como mini jangadas, bijuterias, joias em ouro e artigos para decoração. Além disso, produtos regionais como cachaça, licores, castanha e doce de caju também estão à venda no mercado, e restaurantes oferecem comidas típicas nordestinas. Mercado Central de Fortaleza é o maior mercado do nordeste e possui um site (<http://www.mercadocentraldefortaleza.com.br/>) como uma forma de celebrar e manter sempre viva a rica história do Mercado Central que acompanhou e ainda acompanha a história de Fortaleza.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a aplicação do questionário com 79 empresas, que correspondem a 100 boxes de um total de 559, representando 18% da população, é possível traçar um perfil especificamente para essas empresas, devido ao número de empresas pesquisadas ser limitado, insuficiente para representar o todo do Mercado Central de Fortaleza.

Referente às informações gerais sobre a empresa e o gestor, no Gráfico 1 é possível ver a distribuição dos ramos de atuação das empresas. Existem empresas que atuam em mais de um ramo de atividade, correspondendo a aproximadamente 10% das empresas entrevistadas. Artesanato e confecção foram os ramos mais expressivos nesta pesquisa, correspondendo juntos a 65% dos respondentes. A opção “Outros” correspondeu a 15%, e apresentou ramos como: couro, calçados, bolsas, tabacaria e bijuteria.

Gráfico 1 - Ramo da empresa



Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Foi identificado que as empresas possuem uma média de 24 anos, uma moda de 20 anos, e que apenas 10% das empresas possuem menos de 5 anos de atuação. Quanto à quantidade de empregados, 32% possui 1 empregado, 25% possui 2, 17% 3 ou mais, e 26% não possui nenhum empregado. Com isso, apresentou-se uma média de 2 empregados e a moda de 1 empregado. Referente à quantidade de boxes utilizados, 83% utilizam 1 box, 14% 2 boxes e 3% mais de 2 boxes.

Referente ao perfil dos respondentes, conforme observa-se no Gráfico 2, 79% são gerentes-proprietários, 13% gerente funcionário e apenas 8% parente/familiar dos proprietários. Quanto ao grau de instrução, 70% possuem até nível médio, 16% nível superior, 6% até nível fundamental, e 5% possuem outro grau de instrução como superior incompleto e nível técnico. Dos que possuem nível superior, 71% possuem graduação em outros cursos, como Educação Física, Direito, Moda, Sociologia, dentre outros; 21% em Administração; e 7% em Contabilidade.

Gráfico 2 – Perfil dos respondentes



Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Quanto aos dados referentes ao sistema de informação da empresa, representado pela Questão 8, pode-se observar sua frequência na Tabela 1. Observou-se que apesar das empresas não fazerem uso da TI, é feito um registro e controle manual, que acaba servindo como fonte de informação para o empresário em sua tomada de decisão.

Tabela 1 – Uso interno de sistema de informação

Uso interno	Uso de computador	Internet	Sistema operacional	Sist. de inf. gerencial	Noticiários ligados ao negócio	Reuniões ou encontros s/ negócio
% de uso	19%	29%	23%	14%	29%	26%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Na Questão 9 observa-se um cenário mais otimista, conforme observa-se na Tabela 2. Verifica-se que, mesmo de forma manuscrita, 77% possui controle de contas a pagar a

fornecedores, 35% de contas a receber de clientes, esse item merece um destaque de que a maioria trabalha com dinheiro ou cartão, por isso muitos responderam não possuindo esse controle, por não haver a conta de Clientes; 56% possuem controle e acompanhamento dos estoques, 43% controle e acompanhamento de custos, 53% controle de saldos bancários, 68% de dívidas com imposto, água, luz, telefone e taxa de condomínio do Mercado Central; 31% do fluxo de caixa, e 45% estabelecem, controlam e acompanham suas metas de venda.

Tabela 2 – Controles da empresa

Área de Controle	%
Contas a pagar – Fornecedor	77%
Contas a receber de Clientes	35%
Controle e acompanhamento de estoques	56%
Controle e acompanhamento de custos	43%
Controle de saldos bancários	53%
Controle de dívidas como imposto, água, luz, telefone e taxa de condomínio do mercado	68%
Fluxo de caixa	31%
Estabelecem, controlam e acompanham metas de venda	45%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

A Questão 10 levantava se as empresas possuem controle e conhecimento exato sobre alguns itens essenciais na empresa, levantou-se que 79% sabem exatamente quanto venderam no mês, 65% custos e despesas, 65% lucro ou prejuízo, e apenas 13% não possui nenhum dos controles citados.

Com isso entende-se que os empresários possuem controle, fazem uso de informação, mas não necessariamente esse controle e informação são contábeis, conforme ilustrado anteriormente na Figura 2.

Barros (1978) elenca algumas práticas que influenciam negativamente a empresa que podem ser observadas nas empresas pesquisadas, tais como: uso da contabilidade para atender apenas exigência fiscal, pouco se aplicar a finalidade básica da contabilidade que é a de orientar o administrador em suas decisões, e decisões de importância tomadas com base na intuição do empresário. No entanto percebe-se que as empresas possuem uma considerável longevidade, contrariando as premissas de Barros (1978).

Quanto aos dados referentes aos serviços contábeis, 95% possuem um profissional liberal como o responsável pela contabilidade. Quanto à categoria e grau de instrução do profissional da contabilidade, 18% são técnicos, 57% possuem nível superior, sendo desses 8% possuem também pós-graduação, e 25% não soube responder. Percebe-se que 68% possuem o mesmo contabilista desde a abertura, e dos que não possuem o mesmo desde a abertura, 64% está com o atual contabilista há mais de 10 anos, 25% a menos de 5 anos, e 16% entre 5 e 10 anos.

Das questões 15 até 22 foram mostrados relatórios contábeis em que eles marcariam a periodicidade de seu recebimento. Os percentuais de recebimento de relatórios foi bastante baixo, conforme demonstrado na Tabela 3.

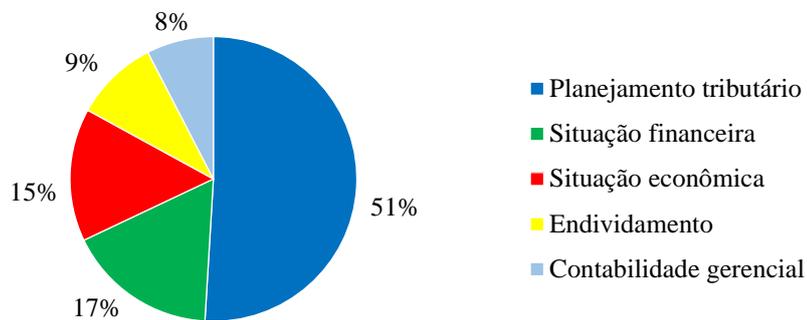
Tabela 3 – Relatórios contábeis (recebimento)

Demonstrativo e frequência	BP (anual)	BP (mensal)	LP Acum. (anual)	NE e Outros (anual)	DFC (anual)	BV (anual)
Percentual	9%	5%	5%	4%	3%	1%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Na Questão 23, trata de relatórios especiais não inclusos nas questões de 15 até 22, tendo apenas 30 empresas (39%) marcando essa questão. Dos relatórios especiais, o Gráfico 3 apresenta a frequência de recebimento. Além disso, observa-se que nenhuma empresa recebe informações sobre eficiências operacionais.

Gráfico 3 - Relatórios especiais



Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Com isso percebe-se que o objetivo básico da informação contábil, que é ajudar alguém a tomar decisões não pôde ser cumprido. Lunkes e Magalhães (2000) advertem que para que as informações contábeis sejam utilizadas no processo de administração é necessário que essas informações sejam desejadas pelos responsáveis pela administração da entidade, e não foi observado esse desejo pela informação contábil.

As questões 24 e 25 tratavam da tomada de decisão, na Questão 24 era questionado em quais momentos a opinião do contador era solicitada numa tomada de decisão, 35% marcaram o item 6, “outra situação”, e todos responderam que a situação era “tributação”, os demais itens foram pouco expressivos, 8% pedem a opinião do profissional contábil para fazer uma promoção de vendas, ou uma compra em um montante fora do padrão, 5% para levantar empréstimos ou planejar recursos financeiros, e 3% na aquisição de ativo imobilizado.

Dos demais, conforme Tabela 4, 57% disse tomar suas decisões sozinho com sua experiência e intuição do negócio, 18% sozinho com apoio do pessoal interno e 1% com apoio de outro profissional que não seja o contador. Vale Salientar que dos 27 que marcaram pedir a ajuda relacionada à tributação, 23 deles marcaram também a opção de tomarem suas decisões sozinhos, mostrando excetuar as decisões de natureza tributária.

Tabela 4 – Tomada de decisão

Forma de tomar decisão	%
Sozinho, com sua experiência e intuição do negócio	57%
Sozinho com apoio do pessoal interno	18%
Com auxílio de outro profissional que não seja o contador	1%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Em síntese, os empresários não consultam seus contadores para tomada de decisão, e tampouco utilizam informação contábil. Eles sequer possuem a informação contábil. As decisões são tomadas baseadas na experiência própria. Como as empresas apresentaram uma média de 24 anos, sem a utilização da informação contábil na tomada de decisão, entende-se que os empresários não a considerem necessária para a tomada de decisão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a percepção dos empresários sobre o uso da informação contábil nas empresas do Mercado Central que são por eles dirigidas. Para atender tal objetivo, foi realizada uma pesquisa com 79 empresas do Mercado Central pela qual foi possível perceber que os gestores não fazem uso da informação contábil para a tomada de decisão, atendo-se a utilizar os conhecimentos do contador para a área tributária.

Percebeu-se que a maioria das empresas não recebem quaisquer relatórios contábeis. Notou-se que em geral os contadores possuem nível superior, e prestam serviços à empresa desde sua abertura. Embora não detenham e tampouco façam uso da informação contábil, os empresários fazem uso de informação para tomar suas decisões. Tais informações são captadas e analisadas diariamente, de forma natural, refletindo-se em uma alta taxa de sobrevivência das empresas.

Observou-se também que embora o contador não seja consultado na tomada de decisões, o empresário possui controle próprio de suas operações, já que apenas a minoria alega não possuir controles de venda, custos/despesas e lucro ou prejuízo. Verificou-se também que muitos empresários tomam suas decisões sozinhos, com sua intuição do negócio, e alguns consultam o contador para decisões ligadas a área tributária.

O trabalho apresentou a seguinte questão de pesquisa: Qual a percepção dos empresários situados no Mercado Central de Fortaleza acerca do uso da informação contábil? A pesquisa concluiu que a percepção quanto à utilidade da informação contábil é indiferente, já que o gestor continua a tomar suas decisões, sem a mesma.

A pesquisa limitou-se a avaliar a percepção sobre o uso da informação contábil, não engloba se o empresário sabe fazer uso dessa informação. Limita-se também a pesquisar a percepção dos gestores, não incluindo o contador na pesquisa. O estudo também não levantou diretamente qual a importância da informação para tais usuários. Além disso, também se considera a desconfiança dos empresários para responder à pesquisa de campo, recusando-se a responder como desejado pelo pesquisador, dificultando o processo.

Recomenda-se para pesquisas futuras, pesquisar sobre quais as variáveis que o empresário considera ao tomar suas decisões sozinho. Fica também a sugestão de um estudo sobre a percepção do contador de uma MPE a respeito do uso da informação contábil.

REFERÊNCIAS

- ABRANTES, J. S.. A estratégica função do contabilista. **Memória empresarial**. Rio de Janeiro, Ed 310, mar. 1998. Disponível em: <http://www.empresario.com.br/memoria/entrevista.php3?pic_me=60>. Acesso em: 12 jan 2016.
- ANDRADE, M. M.. **Como preparar trabalhos para curso de pós-graduação**. 7.ed. São Paulo: Atlas 2008.
- ATKINSON, A. A.; BANKER, R. D.; KAPLAN, R. S.; YOUNG, S.. **Contabilidade Gerencial**. 1ª ed., São Paulo: Atlas, 2003.

BARROS, F. R.. **Pequena e média empresa e política econômica: Um desafio à mudança.** Ed. Apec. Rio de Janeiro. 1978.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** Institui o Estatuto nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em: 18 Abr. 2016.

BORGES, L. F. M.; LEAL, E. A.. **Contabilidade Gerencial: a Utilização das Informações Contábeis Gerenciais Pelos Gestores das Micro e Pequenas Empresas.** Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. IX SEGeT. 2012. Disponível em: <<http://www.wa.aedb.br/seget/artigos12/36416335.pdf>>. Acesso em: 18 Abr. 2016.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Técnico CPC 09: Demonstração do Valor Adicionado.** Disponível em: <http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/175_CPC_09.pdf>. Acesso em: 21 Abr. 2016.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Técnico PME: Contabilidade Para Pequenas E Médias Empresas.** Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos>>. Acesso em: 21 Abr. 2016.

FRANCO, H.. **Contabilidade geral.** 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

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

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira.** 7ª ed. São Paulo: Ed. Harbra, 1997. 841 p.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAHKT, E.. **Administração Financeira.** 3. Ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

HALL, R., COSTA, V., KREUZBERG, F., MOURA, G., HEIN, N.. Contabilidade como uma ferramenta da gestão: um estudo em micro e pequenas empresas do ramo de comércio de Dourados-MS. **REVISTA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA**, Campo Limpo Paulista. 6, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.faccamp.br/ojs/index.php/RMPE/article/view/473/251>>. Acesso em: 18 Abr. 2016.

HORNGREN, C. T.; SUNDEM, G. L.; STRATTON, W. O. **Contabilidade Gerencial.** 12.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

HU, Q.; PLANT, R. An empirical study of the casual relationship between IT investment and firm performance. **Information Resources Management Journal**, USA, v.14, n.3, p.15-26, Jul/Set. 2001.

IUDÍCIBUS, S.; MARION, J. C. **Contabilidade Comercial.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

IUDÍCIBUS, S. et al. **Manual de contabilidade societária:** aplicada a todas as sociedades – De acordo com as normas internacionais e do CPC. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, S. de; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.. **Manual de contabilidade das sociedades por ações:** aplicável às demais sociedades. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

KASSAI, S.. **As empresas de pequeno porte e a contabilidade.** Caderno de estudos, FIECAFI, v.9, n.15, p.60-74, 1997.

LACERDA, J. B.. **A contabilidade como ferramenta gerencial das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs):** necessidade e aplicabilidade. Disponível

em:<[http://biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/4D0B9C74BD56C03803257053005D83A8/\\$File/NT000AA6DE.pdf](http://biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/4D0B9C74BD56C03803257053005D83A8/$File/NT000AA6DE.pdf)> . Acesso em: 12 jan 2016.

LUCENA, W. G. L.; VASCONCELOS, M. T. C.; MARCELINO, G. F.. A evidenciação das informações contábeis geradas pelas micro e pequenas empresas no processo decisório: um estudo no setor de confecções. **REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 35-51, dez. 2015. Disponível em: <<http://revistas.ufcg.edu.br/reunir/index.php/uacc/article/view/10>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

LUNKES, I. C.; MAGALHÃES, A. D. F.. **Sistemas contábeis: o valor informacional da contabilidade nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M.. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARION, J. C.; DIAS, R.; TRALDI, M. C.. **Monografia para os cursos de administração, contabilidade e economia**. São Paulo: Atlas, 2002.

MATARAZZO, D. C.. **Análise financeira de balanços**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MATARAZZO, D. C. **Análise Financeira de balanços**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

Mercado Central de Fortaleza. História do Mercado Central de Fortaleza. Disponível em: <<http://www.mercadocentraldefortaleza.com.br/HistoriaLer.html>>. Acesso em 12 fev. 2016

NIYAMA, J. K.; SILVA, C. A. T.. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2008.

SANVICENTE, A. Z. **Administração Financeira**. Editora: Atlas, 1987.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 21 Abr. 2016.

SILVA, M. S.. **Utilidade da Informação Contábil para Tomada de Decisões: Um estudo sobre a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas da Grande João Pessoa**. 2010. 116 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa Multi-Insitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade de Brasília (UnB) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), 2010. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/7351/1/2010_ManuelSoaresdaSilva.pdf>. Acesso em: 12 jan 2016.

TEIXEIRA, G. B.; SOUZA, L. R. B.; VOESE, S. B.; BEZERRA, C. A.. **A percepção dos empresários de micro e pequenas empresas acerca da contabilidade de custos**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS. Natal, 2014. Disponível em: <<http://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3649>>. Acesso em: 18 Abr. 2016.

VIEIRA, S.. **Como elaborar questionários**. São Paulo: Atlas, 2009.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2a ed. Porto Alegre: Bookman; 2001.