

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E CIÊNCIAS
ECONÔMICAS

JÉSSICA MARTINS SILVA

A CONTABILIDADE COMO FERRAMENTA GERENCIAL NO PROCESSO
DE TOMADA DE DECISÃO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RAMO
DE CONFECÇÕES E VESTUÁRIO EM GOIÂNIA

GOIÂNIA

2015

Prof. Dr. Orlando Afonso Valle do Amaral
Reitor da Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Luiz Mello de Almeida Neto
Pró-reitor de Graduação da Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Moisés Ferreira da Cunha
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Prof. Ms. Ednei Morais Pereira
Coordenador do curso de Ciências Contábeis

JÉSSICA MARTINS SILVA

**A CONTABILIDADE COMO FERRAMENTA GERENCIAL NO PROCESSO
DE TOMADA DE DECISÃO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RAMO
DE CONFECÇÕES E VESTUÁRIO EM GOIÂNIA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de ciências contábeis na Universidade Federal de Goiás, como requisito da obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora Prof^ª. Ms Celma Duque Ferreira

GOIÂNIA

2015

Ficha catalográfica elaborada automaticamente
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob orientação do Sibi/UFG.

Martins Silva, Jéssica

A contabilidade como ferramenta gerencial no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas de confecção e vestuário em Goiânia [manuscrito] / Jéssica Martins Silva. - 2015.
41, 41 f.

Orientador: Prof. Celma Duque Ferreira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (FACE), Ciências Contábeis, Goiânia, 2015.

Bibliografia. Apêndice.

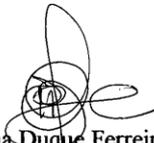
Inclui tabelas, lista de tabelas.

1. contabilidade. 2. micro empresa. 3. vestuário. 4. Goiânia. I. Duque Ferreira, Celma, orient. II. Título.

Jéssica Martins Silva

**A contabilidade como ferramenta gerencial no processo de tomada de decisão nas
micro e pequenas empresas do ramo de confecções e vestuário em Goiânia**

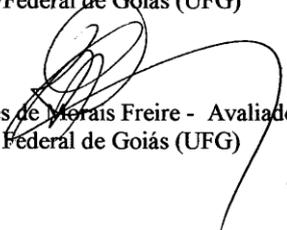
Trabalho de Conclusão de Curso submetido e defendido publicamente na Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (Face) da Universidade Federal de Goiás (UFG) como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, aprovado pela seguinte Comissão Examinadora:



Prof. Ms. Celma Duque Ferreira - Orientadora
Universidade Federal de Goiás (UFG)



Prof. Glória L. Teixeira de Castro - Avaliadora
Universidade Federal de Goiás (UFG)



Prof. Ms. Mac Daves de Moraes Freire - Avaliador
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Goiânia (GO), 25 de junho de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, por ter me dado a oportunidade de concluir minha graduação.

Agradeço ao meu pai José Antônio e a minha mãe Norma Martins por sempre me apoiarem e me incentivarem nos meus estudos além de todo o amor e carinho.

Agradeço à Maria Isabel, Babi, Lilica e Maria Eduarda pela companhia durante os momentos de estudos.

Agradeço à minha orientadora Celma Duque Ferreira pela sugestão do tema e por todo o acompanhamento durante as etapas desenvolvidas no trabalho.

Agradeço à meus primos, futuros colegas de profissão, Jordana Martins e Vinícius Dourado por me incentivarem no ingresso do curso de ciências contábeis.

Agradeço a todos meus amigos e pessoas que compartilharam comigo esse período da graduação, em especial minhas amigas de todas as horas Aline Ribeiro, Isabela Fernanda, Karine Figueiredo, Ludmilla Cristina, Julyanna Neves e Zhara Helou. Agradeço em especial a Zhara por ter me acompanhado durante a realização da coleta dos dados.

Agradeço aos professores do curso de ciências contábeis por todo o aprendizado adquirido.

RESUMO

A pesquisa teve por objetivo identificar como as micro e pequenas empresas de confecção e vestuário na cidade de Goiânia, Rua 44 e *Shopping* Estação Goiânia, utilizam informações contábeis gerenciais no processo de gestão, no qual buscou-se esclarecimentos sobre perfil desse segmento de empresas. Sendo que o método da pesquisa foi descritivo e a amostragem não probabilística do tipo intencional com 181 empresas analisadas. A coleta de dados ocorreu por meio de aplicação de questionário *in loco*. Após a identificação da forma de gerenciamento praticado por essas empresas verificou que os serviços oferecidos pelo contador se restringe praticamente em atender o fisco, poucas empresas utilizam de relatórios gerenciais mais complexos como, por exemplo, elaboração das demonstrações contábeis, o que implica em uma apuração de resultado com instrumentos como realização de balanço (*check-list*) e controles manuais como anotações sobre vendas e gastos.

Palavras-chave: micro e pequena empresa, contabilidade gerencial, tomada de decisão.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classificação quanto a receita bruta.....	15
Tabela 2 – Classificação quanto ao número de empregados.....	15
Tabela 3 – Função	25
Tabela 4 – Escolaridade.....	25
Tabela 5 – Tempo de trabalho.....	26
Tabela 6 – Porte da empresa.....	27
Tabela 7 – Tipo de produção.....	27
Tabela 8 – Possui filial.....	27
Tabela 9 – Produtos negociados.....	28
Tabela 10 – Forma de venda.....	28
Tabela 11 – Percentual de controle dos elementos de custos dos produtos.....	29
Tabela 12 – Periodicidade de controle	29
Tabela 13 – Diferença entre custo e despesa	30
Tabela 14 – Auxílio do contador.....	30
Tabela 15 – Periodicidade de apuração do lucro.....	30
Tabela 16 – Forma de apuração do lucro	31
Tabela 17 – Demonstrações elaboradas	32
Tabela 18 – Serviços fornecidos.....	33
Tabela 19– Previsão de produção	34
Tabela 20– Controle de gastos na produção	34

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.2 PROBLEMÁTICA.....	11
1.3 OBJETIVOS	11
1.3.1 Objetivo Geral	11
1.3.2 Objetivos Específicos	12
1.4 JUSTIFICATIVA.....	12
2. REFERENCIAL	14
2.1 Micro e pequenas empresas de confecção em Goiás.....	14
2.2 Contabilidade gerencial em pequenas empresas	16
2.3 Pesquisas similares	18
3. METODOLOGIA	23
3.1 População e amostra.....	23
3.2 Coleta de dados	23
3.3 Análises de dados	24
4. ANÁLISE DOS DADOS	25
4.1 Identificações dos entrevistados.....	25
4.2 Estrutura da Empresa.....	26
4.3 Estrutura de Custos.....	28
4.4 Estrutura de Planejamento	33
5. CONCLUSÃO.....	36
REFERENCIAL	38
APÊNDICE	41

1. INTRODUÇÃO

Empresas de confecções e vestuário se destacam como segmento promissor para investir no ano de dois mil e quinze, aponta pesquisa elaborada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio ao Empresário) negócios promissores para 2015, Pires (2015), entretanto, esse segmento movimentou a economia goiana já há algum tempo através de marcas conhecidas ou mercado popular.

A partir da década de setenta surgiu o dilema que daria início às confecções em Goiânia, no qual a procura pela mercadoria seria maior que a oferta em decorrência da dificuldade de acesso a esse tipo de produto e com isso estimularia a produção local. Conseqüentemente as pessoas começaram a especular à oportunidade de se promoverem profissionalmente e a partir do empreendedorismo se tornaram proprietários, logo, montaram as próprias confecções para atender inicialmente o público local (CORDEIRO).

Atualmente o comércio de vestuário se concentra em determinadas regiões da cidade e formam um aglomerado de lojas que atraem compradores, os quais buscam consumir as diversas mercadorias que as lojas têm a oferecer, contribuindo dessa forma para o emprego e a renda da cidade. Dados elaborados pelo IMB (Instituto Mauro Borges) através da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais)-2012 apresentam um aumento do nível de emprego formal no ano de 2012, onde o setor de comércio é destaque na segunda posição na geração de empregos, sendo “impulsionado pelo segmento do Comércio varejista (11.632 postos), destacando-se artigos do vestuário e acessórios com 1.902 empregos gerados” Estudos do IMB (2014).

A cidade apresenta várias feiras, ruas de comércio popular e também alguns *shoppings*, sendo os mais populares entre os compradores, por exemplo, Feira Hippie, Feira da lua, Avenida Bernardo Sayão, Rua 44, *Shopping* Estação Goiânia, Goiás Center Modas entre outros. Assim Goiânia se mostra com um amplo comércio do setor de vestuário, sendo o foco do estudo a Estação Goiânia e a região da Rua 44 em Goiânia em decorrência do número de concentração de lojas e acessibilidade.

O surgimento dessas confecções é caracterizado por micro e pequenas empresas com estrutura familiar, sendo que atos como a falta de gerenciamento podem ser vitais para o futuro dessas empresas, no qual segundo Silva *et al* (2002), no momento de tomar algumas decisões os gerentes devem basear-se em dados técnicos extraídos dos registros contábeis, sob pena de se pôr em risco o patrimônio da empresa.

1.2 PROBLEMÁTICA

O crescimento do empreendedorismo nos últimos anos fez aumentar o número de empresas sendo que o Brasil ocupa em 2013 a quarta posição no ranking em números absolutos conforme pesquisa Empreendedorismo no Brasil 2013- GEM (Global Entrepreneurs Monitor), (OBSERVATÓRIO INTERNACIONAL SEBRAE, 2013). Como consequência desse cenário a concorrência se torna uma questão significativa para as novas empresas e essas têm que utilizar de informações cada vez mais precisa e relevante. Segundo Atkinson *et al* (2000) “os gerentes necessitam de controles operacionais que acentuem a melhoria dos custos, qualidade e a redução de tempo de processamento das atividades”.

Sendo assim, as micro e pequenas empresas devem possuir e utilizar controles gerenciais interno de forma a tomarem as melhores decisões em relação aos produtos comercializados bem como estabelecerem os preços adequados, elaborando um planejamento que contempla todo o processo produtivo até a realização das vendas e o recebimento, juntamente com o devido acompanhamento dos resultados planejados e sempre atento às deficiências de controle de gestão e as adequações necessárias em decorrência das falhas encontradas.

Diante do exposto, surge a problemática deste estudo: **Como as micro e pequenas empresas do setor de vestuário e confecção de Goiânia utilizam informações contábeis gerenciais no processo de gestão?**

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Nas micro e pequenas empresas a estrutura familiar está diretamente ligada à empresa, em alguns casos, isso contribui para que as decisões sejam tomadas com base em dados não apropriados visto que nem sempre se utiliza os melhores meios e ferramentas para chegar a uma decisão, sendo que a presença de um especialista com conhecimento específico em determinada área torna-se o diferencial para que as micro e pequenas empresas enfrentem a concorrência e se destaquem no mercado (CARVALHO e LIMA, 2011).

Segundo Medeiros, Costa e Silva (2005), “os gerentes que compreendem como os custos se comportam têm melhores condições de prever qual será a trajetória dos custos em diversas situações operacionais podendo planejar melhor sua atividade e o resultado”.

Portanto é substancial a análise dos processos e das ferramentas utilizadas pelos responsáveis que tomam qualquer tipo de decisão em qualquer empresa. O presente estudo propõe identificar como as micro e pequenas empresas do setor de vestuário e confecção de Goiânia utilizam informações contábeis gerenciais no processo de gestão.

1.3.2 Objetivos Específicos

Sendo os objetivos específicos desenvolvidos para responder o objetivo geral, definiram-se como específicos:

- Identificar os serviços prestados pelo contador bem como as demonstrações que são utilizadas;
- Identificar se as informações sobre custos e despesas são utilizadas; e
- Identificar como ocorre a apuração do resultado do exercício;

1.4 JUSTIFICATIVA

As micro e pequenas empresas juntamente com o Micro Empreendedor Individual que compõem o segmento de vestuário e confecção em Goiânia-GO representam um setor da economia local que possui produtos heterogêneos e com qualidade, sendo que essas empresas estão em constante expansão, por exemplo, com surgimento de diversas lojas e procura por público de diversas regiões, no qual prova disso é a consolidação de lojistas da região da Rua 44, na Feira dos Goianos realizada em Taguatinga Brasília (FREITAS, 2015).

Contanto com o apoio de diversos órgãos no que se refere à constituição e planejamento desse porte de empresas têm-se projetos como, o Planejamento estratégico do setor de confecções 2012/1015 desenvolvido pelo SEBRAE que busca solucionar pontos fracos do setor através de instruções que melhorem o desenvolvimento do setor já que o projeto tem como objetivo; “o intuito é levar aos empreendedores a basear seus negócios em informações e nas necessidades do setor, e não apenas no sonho”, conforme afirma a gestora do projeto a indústria da Moda do SEBRAE em Goiás, Mara Cristina Machado (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2012).

O setor também conta com o apoio do Governo do Estado através do Goiás Fomento no desenvolvimento de projeto para os lojistas do *Shopping* Estação Goiânia para o acesso ao

crédito com baixas taxas de juros visando um desenvolvimento e consolidação desses lojistas que acabam por representar a formação de empregos na economia. Sendo o número de empregos gerados com o projeto do Goiás Fomento cerca de dois mil empregos diretos e outros dez mil indiretos com relação aos lojistas beneficiados no *Shopping Estação Goiânia* (GABINETE DE IMPRENSA DO GOVERNADOR, 2013).

Com relação às lojas da Rua 44 em Goiânia é possível verificar um aglomerado de lojistas que atraem consumidores em busca de compras para consumo e revenda, visto movimento intenso de ônibus com sacoleiros de diversas regiões aos finais de semana, a região da 44 é destaque pelo volume de venda de mercadorias que é realizado em decorrência da variedade de opções disponíveis concentrada em uma única região e os baixos preços, além da competição que acontece entre os lojistas formalizados que pagam tributos e os ambulantes que por não pagarem tributos e aluguel acabam vendendo mais barato, com isso a região da Rua 44 têm se tornado evidente nos últimos anos visto a procura pelo comércio em específico de roupas, sendo que a referida região tem sido acusada de diminuir as vendas em outros polos da capital como a feira hippie e Avenida Bernardo Sayão em decorrência do número de pessoas que passaram a fazerem suas compras na região, já que este número tem aumentado nos últimos anos e nesses outros locais tem diminuído (TAVARES, 2014).

O segmento de vestuário e confecção em Goiânia está tão atrativo que está conquistando além de apoio de alguns órgãos mencionados anteriormente, está também chamando atenção de investidores que buscam mercado que sejam atrativos e valem a pena investir, por exemplo, como vem ocorrendo com a futura unidade do Mega Polo Moda Goiânia, que será a primeira unidade fora de São Paulo, onde a ampliação da unidade de São Paulo para Goiânia; “é decorrente do potencial logístico, econômico e a concentração de confecções na região”, visando dessa forma garantir um público de compradores das demais regiões, dando a eles nova opção de região para compras (A REDAÇÃO, 2014).

2. REFERENCIAL

2.1 Micro e pequenas empresas de confecção em Goiás

As micro e pequenas empresas demonstram sua importância na geração de empregos e crescimento econômico no qual juntas essas empresas representam a maioria das empresas e geram inúmeros empregos formais, segundo dados da micro e pequena empresa fornecidos pelo SEBRAE em parceria com o DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) demonstram que no ano de 2012 as micro e pequenas empresas foram responsáveis por 99% dos estabelecimentos, 51,7% dos empregos privados não agrícolas formais no país e quase 40% da massa de salários. Confirmando dessa maneira o papel significativo que essas empresas possuem na economia, portanto a importância de entender a melhor forma de gerir essas empresas (ANUÁRIO DO TRABALHO, 2013).

Os gestores dessas empresas precisam estar habilitados para enfrentarem a concorrência, ou seja, precisam de conhecimentos prático aliado a teoria, bem como se atualizarem constantemente já que se têm hoje em dia um mercado dinâmico que valoriza o profissional que está sempre melhorando seus conhecimentos, sendo que esses gestores de micro e pequenas empresas contam com o auxílio do banco de dados fornecidos pelo SEBRAE, além de outras fontes no apoio ao micro empreendedor que oferecem palestras, cursos e pesquisas para melhor compreensão das características dessas empresas e do mercado em que estão atuando.

Em decorrência da forma do processo de produção do segmento de vestuário é possível verificar que nem todos os empresários possuem produção própria e acabam terceirizando a produção a partir das fações, sendo que essas fações estão inseridas em um mercado que busca qualidade, agilidade e preço baixo, assim sendo as principais atividades desenvolvidas por elas são o recebimento de matéria prima, separação e distribuição, alimentação dos postos de trabalho, montagem e acabamento e expedição, entretanto a maioria das fações não são legalizadas.

Segundo dados do SEBRAE, como montar um serviço de confecção, o segmento de fação é parte integrante do setor têxtil brasileiro que faturou em 2008 cerca de US\$ 46 bilhões (...) segundo dados da ABIT, hoje o Brasil é o sexto maior produto têxtil do mundo, são 30 mil empresas em todo país que representa uma indústria pujante e qualificada, que tem investido forte no desenvolvimento de suas técnicas de produção e que responde por aproximadamente 3,5% do PIB total brasileiro.

Além das micro e pequenas empresas o comércio de confecções e vestuário conta com vários microempreendedores individuais que são pequenos comerciantes legalizados que

faturam até 60 mil ao ano e podem ter até um empregado registrado. Esses empreendedores buscam na formalidade a competitividade já que com o pagamento do DAS (Documento de arrecadação do Simples Nacional) é possível emitir nota fiscal, ampliando o número de clientes, acesso ao crédito, além da segurança que o empreendedor que contribui com a previdência passa a ter em decorrência dos benefícios previdenciários através de uma contribuição mínima de 39,40 para o INSS acrescido de 1,00 real através do DAS (MEI, SEBRAE). Portanto é possível verificar que a formalidade está acessível aos empreendedores visto à desburocratização para se formalizar e o baixo valor no pagamento de impostos, aumentando o número de empresas formais.

No estado de Goiás essas micro e pequenas empresas de confecções contribuem para o desenvolvimento econômico e social do estado, contudo esse setor se destacou somente após a diversificação da economia visto que alguns anos atrás outros setores se destacavam na cidade sendo principalmente a agropecuária, cenário este contrário do ambiente econômico vivido hoje, onde outros setores passaram a ser explorados pelos novos empreendedores que foram aparecendo e dessa forma Goiânia passou a ser expressiva no cenário nacional, aumentando o PIB em consequência dessa diversificação e crescimento, sendo assim “Setores novos dinamizaram-se no processo de desenvolvimento da cidade e seu entorno, como as indústrias do setor metalúrgico; de bebidas; de móveis e madeira; de couro e calçados; editorial e gráfica, e particularmente as indústrias de vestuário/confecção” (ARRANJO PRODUTIVO, 2006).

Quanto à classificação da empresa em micro e pequena empresa é possível classificar seu porte através da receita anual conforme a Lei Complementar 139/11, ou ainda pelo número de funcionários segundo IBGE.

Conforme a Lei do Simples consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte:

Tabela 1: Classificação quanto à receita bruta

Micro empresa	Receita igual ou inferior a R\$ 360.000,00
Pequeno porte	Receita bruta superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00.

Fonte: adaptação (Dados lei Complementar 139/11)

Através do número de empregados classificação do IBGE e adotada pelo SEBRAE, verifica-se que, para comércio e serviços, a classificação:

Tabela 2: Classificação quanto ao número de empregados

Micro empresa	Até 09 empregados
Pequena empresa	10 a 49 empregados

Fonte: adaptação (Critérios de classificação, SEBRAE).

Os gestores dessas empresas precisam estar preparados para lidar com a administração do negócio, entender todo o processo ao qual estão inseridos, desde o enquadramento da empresa, a concorrência e o mercado no geral, assim como os preços e custos decorrentes da atividade exercida, realizando um planejamento com objetivos e metas a serem alcançadas tomando dessa forma medidas que favoreçam a gestão estratégica, contando com ferramentas relacionadas a informações de custos além de outros aspectos como estarem atentos aos demais relatórios que a contabilidade dispõe. Segundo Mesquita (2002) em alguns casos as pessoas têm uma ambição capitalista, visando lucro e não possuem a avidez de estudar as melhores formas de conduzir o negócio e se enganam com relação à abertura dessas empresas encontrando dificuldades relacionadas à administração.

2.2 Contabilidade gerencial em pequenas empresas

Tomar decisão dentro de qualquer empresa requer responsabilidade e conhecimento no qual é necessário uma base de dados atualizada, planejamento e ferramentas que possibilitem o controle, processamento e análise dos resultados a serem alcançados e praticados. Segundo Nascimento e Reginato (2010) é necessário entender para controlar, aliando a isso metas a serem alcançadas, com isso “a responsabilidade se expressa por meio da realização das tarefas de uma melhor forma possível e da obrigação de prestar contas dos desempenhos alcançados”.

Com uma visão voltada para decisões internas na empresa a contabilidade gerencial utiliza-se de informações que são analisadas, compreendidas e controladas pelos gestores para tomada de decisão. Sendo a contabilidade gerencial utilizada como ferramenta na tomada de decisão onde segundo Crepaldi (2008), ela auxilia os administradores na forma como conduzirem os negócios a partir de um enfoque interno contando com informações que sejam necessárias para agregar valor na tomada de decisão.

Conforme Padovezi (2010), gerenciamento contábil está ligado às informações contábeis que são necessárias para controle, acompanhamento e planejamento da empresa como um todo, e utilizada pela alta administração da companhia. De acordo com Perez Jr., Oliveira e Costa (2006), a contabilidade tem como foco principal a tomada de decisão dos gestores, sendo uma ferramenta que possibilita a análise de informações eficazes sobre o desempenho, auxiliando os gestores no controle da administração. Para Brondani *et al* (2007) é imprescindível à utilização da contabilidade gerencial pelos gestores como ferramenta para alcançar a vantagem competitiva através da escolha da melhor decisão.

No entanto segundo Johnson e Kaplan (1991) *apud* Brondani (2007) “um eficaz sistema de contabilidade gerencial não garante sozinho o sucesso organizacional frente ao atual mercado, porém um ineficaz sistema de contabilidade gerencial pode prejudicar o desenvolvimento de produtos”, e dessa forma comprometer os processos realizados e a vantagem competitiva aliada a ferramentas de gestão utilizadas.

Assim sendo as micro e pequenas empresas enfrentam dificuldades na gestão da empresa em decorrência de estarem acostumadas a utilizarem informações contábeis com foco em atender o fisco e rotinas trabalhistas, Lacerda (2006). Com isso, é possível ocorrer uma falha em relação as informações referentes a aspectos de decisão interna da empresa e utilização de ferramentas gerenciais, conseqüentemente nas micro e pequenas empresas essas informações contábeis nem sempre são produzidas e analisadas frequentemente provocando uma descontinuidade do sistema gerencial e possíveis dificuldades de tomada de decisão.

Para que a tomada de decisão seja feita de maneira mais consistente e sem dificuldades os gestores dessas micro e pequenas empresas podem auxiliar suas decisões com base em instrumentos que possibilitem o conhecimento do processo que está sendo desenvolvido. Em relação a esses instrumentos têm-se segundo Brondani (2007) como principais instrumentos gerenciais aplicados às micro e pequenas empresas o planejamento financeiro, além de demonstrativos como balanço patrimonial, demonstração do resultado, demonstração do fluxo de caixa, planilhas de contas a pagar, contas a receber e fluxo de caixa, e aplicação de custeio, influenciando na forma de apurar os custos e formação do preço do produto.

Ao executar a gestão é necessário ficar atento na forma de reconhecimento das receitas e despesas decorrente da existência do princípio contábil que estabelece o reconhecimento conforme a competência, ou seja, no momento da realização da receita, e este é indispensável para a análise da contabilidade de custos influenciando todo o processo de produção do produto comercializado. Segundo Martins (2003) “pela realização, fica definido o momento do reconhecimento da receita. Após isso, pela competência ou confrontação temos o reconhecimento das despesas”.

De acordo com Perez Jr. Oliveira e Costa (2006) é possível verificar como técnicas gerenciais aplicadas as empresas, por exemplo, o planejamento e controle orçamentário no qual esse planejamento compreende a fixação de metas a serem alcançada, além da contabilidade de custos no amparo a decisões relacionadas ao custo e preço dos produtos e análise das demonstrações contábeis para diversas análises como, por exemplo, financiamentos.

Sendo que a estratégia de custos visa alcançar uma relação negativa entre qualidade e custo, ou seja, a qualidade do produto aumente e os custos reduzam garantindo dessa forma um diferencial no produto a ser ofertado e uma competitividade com relação aos preços existentes no mercado. Aliando dessa forma estratégia de custos com tecnologias que possibilitem a manutenção do diferencial e a provável liderança no mercado através barreiras que tornem a reprodução do procedimento por outros participantes do mercado difícil, segundo Martins (2003) “a gestão estratégica de custos busca designar a integração que deve haver entre o processo de gestão de custos e o processo de gestão da empresa. Entende-se que essa integração é necessária para que as empresas possam sobreviver”.

Assim os procedimentos de apoio à gestão das empresas facilitam na tomada de decisão em bases sólidas, reduzindo os problemas e possibilitando um desempenho estruturado das empresas visto que ferramentas como planejamento, custos e relatórios de controle como contas a pagar e a receber dão uma ampla forma de análise dos dados que compõem a empresa.

2.3 Pesquisas similares

O tema que abrange a contabilidade gerencial, micro e pequenas empresas e setor de confecções/vestuário são explorados em outras pesquisas e regiões do país, sendo assim existem alguns estudos que servem como fonte de pesquisa do assunto desenvolvido no trabalho.

Raupp, Martins e Beuren (2006) pesquisaram o controle de gestão nas maiores indústrias catarinense, mostraram que o cenário de concorrência é um dos fatores que contribuem para a utilização de medidas de controle de gestão na busca de garantir a permanência da empresa no meio a tanta concorrência. Referente aos resultados, 36 empresas responderam, sendo que dentre a amostra o setor têxtil era maioria das empresas representadas e contou com 30% das empresas possuíam 50 anos de atuação de mercado e quanto ao número de empregados, 5 empresas possuíam mais de 2000 empregados. Identificaram vários instrumentos gerenciais como, por exemplo, as demonstrações contábeis, contabilidade de custos e outros instrumentos como planejamento estratégico e benchmarking. Como instrumento de controle mais utilizado teve a contabilidade de custos com 97% e observou que 77% gestores possuem pós-graduação. Concluíram que essas indústrias no geral se preocupam com as ferramentas que são utilizadas pela administração dessas grandes

empresas sendo que utilizam vários instrumentos de gestão aplicados de forma integrada onde os gestores podem ter acesso e acompanhar.

Oliveira e Leite (2007) buscaram compreender melhor o funcionamento e a dinâmica das indústrias do setor de confecções situadas em Jaraguá Goiás, demonstraram o histórico da região com relação à fama alcançada pela falsificação de marcas famosas devido à mídia. Estudaram as micro empresas e destacaram que elas estão entre os empreendimentos que mais enfrentam dificuldades de acesso a canais de comercialização, financiamento, tecnologia e introdução a inovação além de abordarem conceitos de arranjo produtivo local (APL) que é a concentração de um tipo de produção em uma mesma região. Explicam o surgimento das confecções decorrente da localização da rodovia Belém Brasília e a característica dessas empresas familiares. Em relação aos resultados verificou-se que do total de 813 unidades produtoras pesquisadas a maioria, 62% estavam na informalidade, 36% já trabalhavam na área antes de abrir o próprio negócio, 23% nunca exerceram outra atividade e 37% trabalhavam em outros setores. Tiveram como objetivo levantar os fatores que influenciam o comportamento inovador sobre as estratégias adotadas, através da correlação identificou que a inovação está mais presente em micro e pequenas empresas. Concluíram que os arranjos produtivos locais vêm ganhando atenção devido ao desenvolvimento econômico proporcionado em determinadas regiões.

Bavaresco (2008) analisou a caracterização de empresas finalistas do Prêmio Talentos Empreendedores do SEBRAE, identificou o perfil, a utilização de informações contábeis gerenciais para tomada de decisão e fase do ciclo de vida. Sendo o problema responder quais as características de gestão das empresas finalista do Prêmio Talentos Empreendedores do SEBRAE/SC 2007, no qual a justificativa é decorrente da importância que as micro e pequenas empresas possuem na economia e o fato das empresas analisadas serem finalistas de um Prêmio de Talentos e possuírem métodos de gestão diferenciado. A amostra foi composta por 18 empresas com coleta de dados através questionário. Os resultados mostraram que 33,3% são empresas de serviços, 55,6% com mais de dez anos atuação, 88,9% possui colaborador responsável por elaborar informações gerenciais, 72,2% afirmaram fazerem planejamento orçamentário, 83,3% calcularam os custos dos produtos e 93,4% alocaram custos e despesas aos produtos, 38,9% têm a atuação do contador apenas relacionada ao fisco e apenas 22,2% atuam na parte fiscal juntamente com tomada de decisão, 44% raramente utilizam demonstrações contábeis na gestão e 22% não utilizam, sendo os controles utilizados na gestão controle de caixa 77,8%, contas receber 94,4%, contas a pagar 94,4%, controle de custo 66,7%, sendo que apenas 33,3% utilizam informações geradas pela contabilidade,

constatou-se que todas as empresas utilizam algum instrumento de gestão, porém as informações contábeis não são utilizadas por todas.

Lucena *et al* (2010) exploraram o comportamento humano para tomada de decisão atrelada a avaliações dos aspectos financeiros no ramo de confecções no agreste, buscaram identificar a relação entre fundamentos econômicos e financeiros com os aspectos comportamentais de micro e pequenas empresas que contribuem para tomada de decisão. O objetivo foi compreender as decisões tomadas pelos gestores no processo decisório de uma MPE que busca exatidão em suas resoluções. Identificou como problema; quais os efeitos comportamentais que influenciam a tomada de decisão dos gestores das MPE associadas à ACIC (Câmara Setorial do Arranjo da Moda). Aplicaram um questionário estruturado. Como resultado foi possível verificar que 52% disseram ter como estratégia foco no preço dos produtos, 56% verificou o nicho de mercado e volume de vendas, 52% empresários se atualizam em feiras, workshops e eventos, 12% apostaram na capacitação dos funcionários, 60% se preocuparam em estar frente ao negócio enquanto apenas 12% se preocuparam com custos da empresa, a maioria possuía preocupação e acompanhavam mensalmente o orçamento, controlando o que entra e o que sai do caixa e isso fez reduzir o número de mortalidade de micro empresas.

Lima *et al* (2010) realizaram pesquisa nas empresas do polo de confecções do agreste pernambucano, na cidade de Santa Cruz, abordaram a forma como essas empresas utilizam informações gerenciais para alcançar o lucro, assim como questão do elevado número de micro empresas onde essas se encontram em estruturas familiares e praticavam métodos de gestão informal. Sendo a questão a ser respondida: até que ponto as empresas que formam o polo de confecções utilizam informações de contabilidade gerencial para alcançar o lucro desejado? Portanto através da Associação de Confeccionista de Santa Cruz do Capibaribe-PE, foi possível fazer uma coleta dos dados das empresas cadastradas, aplicaram um questionário direcionado a uma amostra probabilística, mas para a pesquisa utilizou uma amostra não probabilística decorrente do número de pessoas que estavam dispostas a responderem o questionário. Como resultados observaram que a maioria são mulheres, estão no mercado há pouco tempo, 42,2% são jovens empreendedores com idade entre 20 e 30 anos. Na análise foi possível verificar que alguns gestores não separam a entidade das decisões pessoais, quanto à parametrização da precificação dos produtos a maioria disseram possuir um parâmetro, sendo que 56 % foi o preço do produto com base no mercado, 40 % formam com base nos custos mais a margem de lucro. Verificaram também que apenas 4,3 % possuem contador próprio para empresa, e em 56% dos entrevistados observou a utilização de informações contábeis

frequente, sendo 26,7% relacionado a tributos, 20% balanço patrimonial, 13,3% referente aos custos, 4,4% balancete e 2,2% demonstração do resultado.

Carvalho e Lima (2011) pesquisaram o assunto relacionado às práticas gerenciais adotadas pelos gestores das micro empresas de Souza no Estado da Paraíba e identificação da opinião dos gestores, buscaram dessa forma conhecer melhor as estratégias utilizadas pelos gestores. Contextualizaram as características e cenário das micro empresas no qual são influentes na economia como um todo, abordaram a questão do desempenho empresarial e o aperfeiçoamento, já que a maneira de gestão influencia no desempenho da organização, além de explorarem aspectos conceituais da contabilidade gerencial. Aplicaram um questionário semiestruturado. Os resultados obtidos mostraram que 51,1% dos gestores são proprietários, 40% estão no ramo a mais de dez anos, 57,8% possuem apenas ensino médio, 91% das empresas são optantes pelo simples nacional, 97,8% fazem controle de contas a pagar, 86,7% fazem controle de vendas. Assim as considerações finais indicaram que há uma necessidade de definir estratégias através da capacitação e dessa forma diminuindo as dificuldades enfrentadas pelos gestores na tomada de decisão.

Borges e Leal (2012) estudaram a utilização de informações contábeis gerenciais pelos gestores das micro empresas, associadas à ACIUB (Associação Comercial e industrial de Uberlândia) ,verificaram qual a importância das informações contábeis gerenciais e identificaram a frequência de utilização dessas informações. Os gestores entrevistados afirmaram que não utilizam todas as ferramentas gerenciais por não conhecer e eles não apresentam uma periodicidade formal para a análise dos relatórios gerenciais, sendo o problema pesquisado: qual a importância atribuída pelos gestores de pequenas empresas as informações de contabilidade gerencial. Realizaram uma entrevista com roteiro semiestruturado. Nos resultados verificaram que a maioria possuía nível superior, porém não era na área do negócio, observaram um laço familiar entre gestor e colaborador. Referente às práticas gerenciais apontadas no questionário, como por exemplo, formação de preço, gestão de estoque, média de lucro, formação de preços entre outras foram consideradas muito importantes, apesar da maioria dos gestores tomarem decisões de forma indutiva. Com relação à inferência analisaram as relações entre idade e retirada de pró-labore, idade e utilização de sistema de custos e idade e satisfação com informações de fluxo de caixa. Verificaram o entendimento sobre assuntos contábeis e obtiveram como resultado que os homens têm um melhor entendimento. Já em relação à idade do negócio e satisfação com informações relacionadas ao fluxo de caixa verificou que quanto mais jovens mais satisfeitos em relação aos com mais tempo de mercado.

Arruda e Sanabio (2013) abordaram as características e importância das micro empresas do setor têxtil e vestuário, registrando os processos que eram realizados pelas empresas, além da quantidade de estabelecimentos e os controles internos exercidos pelas empresas, baseou-se somente em estabelecimentos que estivessem devidamente formalizados, excluindo-se estabelecimentos informais, conhecidos como empresas de facção. Tiveram como objetivo ser fonte de dados para futuras pesquisas devido à importância significativa do setor e a falta de estudos na área. Houve a contextualização dessas micro empresas que são geradoras de diversos empregos, da classificação quanto ao porte da empresa. Abordaram a questão da queda do índice de mortalidade e também a influência do setor de confecções na economia demonstrando aspectos relacionados ao PIB e geração de empregos. Com algumas conclusões constataram que 68,7% são microempresas, 27,6% de pequenas empresas e 0,5% grandes empresas, e que as confecções estão mais voltadas a atender o público local. Após a coleta, fizeram uma pesquisa com dois empresários do ramo e comparações entre ambos, discutindo temas como a distinção de empregados, se existe uma hierarquização ou não e qualificação da mão de obra disponível no mercado.

3. METODOLOGIA

3.1 População e amostra

A pesquisa foi realizada nas micro e pequenas empresas de vestuário classificadas de acordo com o número de funcionários, critério adotado pelo SEBRAE, em decorrência da facilidade de acesso ao número de funcionários que compõe as empresas, bem como micro empreendedor individual visto que esse porte de empresa esteve presente durante a aplicação do questionário. Sendo as empresas localizadas na cidade de Goiânia, situadas na Rua 44, setor Norte Ferroviário e as localizadas no *Shopping Estação Goiânia*, sendo limitadas a essas duas regiões por questões relacionadas à influência dessas empresas na economia, a proximidade entre os locais e a acessibilidade.

Em relação à população, a região do entorno da Rua 44 conta com cerca de 8 mil pontos comerciais, segundo diretor de comunicação da Associação dos Comerciantes da 44, Chrystiano Camara (FREITAS, 2015), porém a amostra se limitou a 526 empresas, obtendo-se 145 questionários válidas na região da Rua 44. Com relação às lojas da Estação Goiânia, o número de loja é aproximadamente 500, porém a amostra se limitou a 210 lojas e o estudo obteve apenas 36 questionários válidos.

A pesquisa empreendeu um plano de amostragem não probabilística do tipo intencional, sendo formada pelas empresas que aceitaram responder o questionário, totalizando 181 empresas.

3.2 Coleta de dados

Os dados foram coletados através da aplicação de um questionário estruturado, no qual continham questões referentes às informações relativas à identificação do respondente, estrutura da empresa, estrutura de custos e estrutura de planejamento.

O questionário foi aplicado nas micro e pequenas empresas além de micro empreendedor individual no período de março a abril de 2015, sendo os dias de coleta quinta-feira, sexta-feira e sábado em decorrência de serem dias de funcionamento da maioria das lojas.

A pesquisa limitou-se a micro e pequenas empresas e micro empreendedor individual, não contemplando empresas de grande porte e empresas de outros segmentos além de vestuário.

O método utilizado contou com limitações visto que o conhecimento de algumas práticas das empresas não estava acessível a todos os colaboradores, entretanto para responder o questionário era necessário um conhecimento mínimo da produção e os controles feito pela empresa. Verificou-se funcionários recém contratados e sem essa base de conhecimento. Entre os questionários não respondidos têm-se como motivos: pessoa não quis responder, loja possuía apenas o vendedor e esse não tinha conhecimento das respostas, loja estava fechada, não fabricava apenas revendia, não estavam registradas e não eram do segmento de vestuário.

Dos questionários respondidos encontram-se lojas das seguintes galerias: Espaço da Moda, Mega Moda, Prime Moda, Via Brasil, Mini Moda, Camelódromo Feirão da Moda, Shopping 18, Skinão da Moda, *Shopping Stilo*, Espaço Minas Goiás, Galeria Nápoli, Galeria dos Fabricantes, Espaço Mangueira, Camelódromo Centro Oeste e algumas lojas da rua. E com relação à Estação Goiânia, as lojas que compõe a mesma.

3.3 Análises de dados

A análise dos dados foi feita por meio da estatística descritiva com auxílios do programa SPSS versão 20.0, onde se verificou as frequências mais relevantes e descreveram-se as mesmas, visando destacar os principais resultados encontrados.

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Identificações dos entrevistados

Segue a análise dos dados obtidos com a pesquisa feita nas empresas de vestuário e confecções na região da Rua 44 e na Estação Goiânia coletados através da aplicação de um questionário com perguntas estruturadas sobre a identificação dos respondentes, estrutura da empresa, estrutura de custos, e estrutura de planejamento.

Em relação à função (administrador, dono e vendedor) os resultados mostraram que 12,7% eram administradores, 66,9% donos e 20,4% vendedores. Portanto a maioria das empresas analisadas possuem o controle do dono no negócio, assim como a pesquisa realizada por Lucena *et al* (2010) que explorou aspectos comportamentais na tomada de decisão em micro e pequenas empresas no agreste pernambucano e verificou que 60% dos pesquisados se preocupavam em estar frente ao negócio, tal como a pesquisa de Carvalho e Lima (2011) onde os resultados mostraram que 51,1% dos gestores das micro empresas são proprietários. Confirmando dessa maneira um perfil no qual as micro e pequenas empresas possuem em relação à representação do dono.

Tabela 3: Função

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
ADMINISTRADOR	23	12,7	12,7
DONO	121	66,9	79,6
VENDEDOR	37	20,4	100,0
Total	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto à escolaridade dos respondentes, foi possível verificar que 14,9% possuem ensino fundamental, 49,7% ensino médio e 34,8% ensino superior. Portanto, verificou-se a predominância de pessoas que possuíam apenas o ensino médio. Sendo o resultado semelhante à pesquisa realizada por Carvalho e Lima (2011) que verificou que mais da metade dos entrevistados possuem ensino médio.

Tabela 4: Escolaridade

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NÃO RESPONDEU	1	0,6	0,6
FUNDAMENTAL	27	14,9	15,5
MEDIO	90	49,7	65,2
SUPERIOR	63	34,8	100,0
TOTAL	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

Assim sendo, os que afirmaram terem cursado ensino superior ou estar cursando, foi possível verificar cursos das mais diversas áreas, no qual os cursos de maiores frequências foram administração, contábeis e direito. Entretanto os resultados demonstraram informações diferentes da pesquisa apresentada por Borges *et al* (2012) que ao pesquisar a utilização das informações contábeis pelos gestores de micro e pequenas empresas verificou que a maioria possuía nível superior. Porém a pesquisa de Carvalho *et al* (2011) mostra que 58% entrevistados possuem apenas ensino médio, sendo semelhante à pesquisa em Goiânia.

Em relação ao tempo de trabalho com venda de confecção e vestuário verificou-se que 9,4% possuem entre 1 e 2 anos, 30,9% possuem de 3 a 5 anos de experiência, 32% com 6 a 10 anos e 22,7% com mais de 10 anos de experiência e que apenas 5% possuem menos de 1 ano de experiência.

Tabela 5: Tempo de trabalho

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
MENOS 1 ANO	9	5,0	5,0
1 A 2 ANOS	17	9,4	14,4
3 A 5 ANOS	56	30,9	45,3
6 A 10 ANOS	58	32,0	77,3
MAIS DE 10 ANOS	41	22,7	100,0
TOTAL	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

Portanto o número de pessoas com experiência é razoável visto que apenas 5,0% possuem menos de 1 ano de experiência. Já na pesquisa feita por Carvalho *et al* (2011) 40% estão no ramo a mais de dez anos sendo portanto mais experientes.

4.2 Estrutura da Empresa

Quanto à classificação do porte dessas empresas, a classificação foi feita conforme número de funcionários de acordo com classificação do IBGE adotada pelo SEBRAE, resultante da acessibilidade a essa informação. Portanto os resultados constataram que 51,4% são micro empresa, 36,5% MEI (micro empreendedor individual), 8,8% pequena empresa e 3,3% não responderam o número de funcionários, porém compôs a amostra. Já na pesquisa feita por Arruda e Sanabio (2013), os autores verificaram que 68,7% são microempresas, 27,6% pequena empresa e 0,5% grandes empresas, mostrando dessa forma a predominância de micro empresas.

Tabela 6: Porte da empresa

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NÃO IDENTIFICOU	6	3,3	3,3
MEI	66	36,5	39,8
MICRO	93	51,4	91,2
PEQUENA EMPRESA	16	8,8	100,0
Total	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

No que tange a localização das lojas pesquisadas, 19,9% são lojas da Estação Goiânia e 80,1% lojas do entrono da Rua 44 em Goiânia.

Referente ao tipo de produção dessas empresas verificou-se 45,85% afirmaram possuir produção própria, 41,98% produção terceirizada com facção e 12,2% produziam utilizando produção mista, ou seja, própria e terceirizada. Sendo assim, as facções demonstram presença na cadeia produtiva desse setor e junto com as confecções geram emprego e renda.

Tabela 7: Tipo de produção

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
PRÓPRIA	83	45,85	45,85
FACÇÃO	76	41,98	87,83
PRÓPRIA E FACÇÃO	22	12,2	100,0
TOTAL	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto ao fato de as empresas possuírem filial, detectou-se que 64,1% não possuem filiais e que apenas 35,4% possuem filial.

Tabela 8 Possui filial

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NÃO RESPONDEU	1	0,6	0,6
SIM	64	35,4	35,9
NÃO	116	64,1	100,0
TOTAL	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

No que diz respeito aos produtos negociados, 60,7% é vestuário feminino e modinha, 20,9% jeans e apenas 6,0% vestuário masculino, 6,6% moda infantil, 3,8% moda masculina e feminina, 0,5% moda *fitnes*, 1,1% moda íntima, com isso verificou-se que o mercado de roupas femininas e o jeans são os principais responsáveis pelo movimento do comércio de vestuário.

Tabela 9: Produtos negociados

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
VEST FEMININO	110	60,77	60,77
VEST MASCULINO	11	6,08	66,85
VEST INFANTIL	12	6,63	73,48
VEST FEM E MASC	7	3,87	77,35
JEANS	38	20,99	98,34
MODA FITNES	1	0,55	98,89
MODA ÍNTIMA	2	1,11	100
TOTAL	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

No tocante as vendas verificou-se que 89% dos produtos são negociados tanto no atacado como no varejo, 1,7% no varejo e somente 9,4% são negociados apenas no atacado. E em relação à forma de pagamento das vendas obteve-se um índice de 74,6% das vendas são à vista, 23,2% à prazo e 2,2% não responderam.

Tabela 10: Forma de venda

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
ATACADO	17	9,4	9,4
VAREJO	3	1,7	1,7
ATACADO E VAREJO	161	89,0	89,0
TOTAL	181	100,0	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Com a análise da forma de pagamento verificou-se que a maior frequência das vendas é à vista, com isso verifica-se a circulação de ‘dinheiro’ no comércio da região e um comércio com baixo índice de inadimplência.

4.3 Estrutura de Custos

Referente ao controle de custos para produzir uma unidade de um produto qualquer oferecido pela empresa, 90,6% responderam possuir esse controle de custos enquanto 8,3% não possuem informação de custo de produção do produto e 1,1% não responderam, sendo que os que afirmaram ter informação sobre composição dos custos 97,56% disseram que a composição dos custos inclui matéria prima, mão de obra, acessórios e acabamentos, 2,42% afirmaram que os custos são compostos por todos os custos somando a todas as despesas. Contudo, na pesquisa de Lucena *et al* (2010) verificou-se que 12% dos gestores se preocupavam com o custo da empresa sendo esse percentual bem menor. Entretanto na

pesquisa de Bavaresco (2008) 83,3% dos gestores calculam os custos dos produtos, demonstrando dessa forma resultados semelhantes em relação aos controles de custos.

Tendo em consideração as 181 empresas, verificou-se que em relação à matéria prima 64,6% conseguem identificar o percentual de matéria prima, analisando o controle referente à mão de obra 46,45% conseguem identificar o percentual de mão de obra e no tocante aos custos indiretos de produção apenas 32% responderam que conseguem identificar. Por conseguinte, existem empresas que possuem controle de todas as três categorias de custo enquanto outras têm esse controle apenas parcial sendo referente à matéria prima ou mão de obra, sendo que o controle mais frequente é em relação à matéria prima, representado por 64,6%.

Tabela 11: Percentual de controle dos elementos de custo do produto

Descrição	% Controlam	% Não controlam
MD	64,6	35,4
MOD	46,4	53,6
CIP	32	68,0
TOTAL	181	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Referente ao controle periódico das despesas, 87,3% afirmaram fazerem esse controle enquanto 12,7% não fazem esse controle ou não responderam. Em relação à periodicidade do controle feito por aqueles que afirmaram possuírem controle de despesas, verificou-se que 0,63% não informaram a periodicidade, 36,71% fazem controle semanal, 3,80% quinzenal, 48,10% mensal e 10,76% fazem controle com outra periodicidade. Os achados corroboram com os resultados encontrados em Lucena *et al* (2010), onde a maioria acompanhavam mensalmente o orçamento.

Tabela 12: Periodicidade de controle

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NAO RESPONDEU	1	0,63	0,63
SEMANA	58	36,71	37,34
QUINZENA	6	3,80	41,14
MES	76	48,10	89,24
OUTROS	17	10,76	100
TOTAL	158	100	

Fonte: Dados da pesquisa (considerando aqueles que afirmaram fazerem controle)

Verificou-se também que dos questionários aplicados, apenas 69,6% informaram apenas despesas na questão relacionada às principais despesas, sendo que, 30,4% misturaram

informações relacionadas a despesas e custos. Semelhanças foram encontradas na pesquisa de Bavaresco (2008) onde obteve-se que 93,4% dos respondentes alocaram custos e despesas aos produtos, com isso demonstrou uma falha no conhecimento de conceitos indispensáveis para tomada de melhores decisões.

Tabela 13: Diferença entre custo e despesa

Sabe Diferença	Frequência	%	% Acumulado
SIM	55	30,4	30,4
NÃO	126	69,6	100,0
TOTAL	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao auxílio do contador para identificação de custos e despesas 40,3% afirmaram que possuem auxílio, 39,77% não possuem auxílio e 19,9% não responderam.

Tabela 14: Auxílio do contador

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NAO RESPONDEU	36	19,9	19,9
SIM	73	40,33	60,23
NÃO	72	39,77	100
TOTAL	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação às despesas que foram constadas nas respostas, analisando cada uma das despesas individualmente visto que as empresas definiram mais de um tipo de despesas, obteve-se despesa com aluguel presente em 73,5% das respostas, condomínio com 26,5%, funcionário com 40,9%, transporte com 8,3%, impostos com 8,8%, contabilidade 5%, entre outras, por exemplo, energia, telefone, sistema de controle interno e frete.

Com relação à identificação de lucro e prejuízos 83,42% declararam fazer apuração de lucros e prejuízos, sendo os que afirmaram fazer esse controle, 24,18% fazem semanal, 68,62% mensal e 7,20% fazem apuração com outra periodicidade.

Tabela 15: Periodicidade apuração do lucro

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
SEMANAL	37	24,18	24,18
MENSAL	105	68,62	92,80
OUTROS	11	7,20	100
TOTAL	151	100	

Fonte: Dados da pesquisa (conforme número que afirmaram apurar resultado).

Assim sendo a forma de apuração desse lucro é realizado através de planilhas representando 9,27%, 14,57% balanço, 7,28% sistema, 3,97% através do contador, 19,87% anotações, 3,97% controle de vendas, 15,23% controle de vendas menos os gastos, 11,26% controle de entrada e saída de mercadoria, sendo essas as principais formas de apuração. Portanto verificou-se que existem várias maneiras de apuração desse lucro e que essa apuração praticamente não se utiliza de ferramentas contábeis, visto que apenas 3,97% utilizam o contador.

Tabela 16: Forma de apuração do lucro

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NÃO RESPONDEU	12	7,95	7,95
PLANILHAS	14	9,27	17,22
BALANÇO (CHEK LIST)	22	14,57	31,79
SISTEMA	11	7,28	39,07
CONTADOR	6	3,97	43,04
ANOTAÇÃO	30	19,87	62,91
CONTROLE DE VENDAS	6	3,97	66,88
LIVRO CAIXA	1	0,66	67,54
SEMANAL	1	0,66	68,20
MENSAL	1	0,66	68,86
VENDA- GASTOS	23	15,23	84,09
ANALISA RENTÁVEL E VENDA CONF PRECO			86,08
MERCADO	3	1,99	
ENTRADA E SAIDA	17	11,26	97,34
MOVIMENTO DE CAIXA	2	1,32	98,66
PREJUÍZO= MERCADORIA			99,32
COM DEFEITO	1	0,66	
REINVESTE NA LOJA	1	0,66	99,98
	151	100,00	

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação às empresas que declararam elaborar demonstrações contábeis analisou-se cada demonstração separadamente sendo que das 56 empresas que afirmaram elaborar demonstrações, 26,78% declaram elaborar demonstração do resultado, em relação ao balanço patrimonial 32,14% declaram elaborar, referente ao fluxo de caixa 71,42% declararam elaborar fluxo de caixa. Assim como na pesquisa realizada por Lima *et al* (2010), observou a utilização de informações contábeis frequentes sendo 26,7% relacionadas a tributos, 20% balanço patrimonial, 13,3% referente aos custos.

Já na pesquisa de Bavaresco (2008), inferiu-se que as demonstrações contábeis mais utilizadas foram demonstração do resultado 72,2%, balanço patrimonial com 55,5%, demonstração do fluxo de caixa com 33,3%, no entanto, apenas 33,% utilizam informações contábeis frequentemente.

Tabela 17: Demonstrações elaboradas

Descrição	Frequência	% Sim		% Não		TOTAL
		Frequência	%	Frequência	%	
DRE (resultado exercício)	15	26,79	41	73,32	56	
BP (Balanço patrimonial)	18	32,15	38	67,85	56	
FLUXO DE CAIXA	40	71,43	16	28,57	56	
OUTRAS	8	14,28	48	85,72	56	

Fonte: Dados da pesquisa

Contudo, após verificar o elevado índice de elaboração de demonstração de fluxo de caixa entende-se que esse fluxo de caixa pode ter sido confundido com o controle de fluxo de caixa o que pode ter causado essa disparidade entre essa demonstração e as demais.

Os dados revelam uma contradição, uma vez que para a elaboração do balanço patrimonial é necessário à apuração do resultado do exercício, logo, existem falhas ao utilizar-se de ferramentas gerenciais para obter o conhecimento das informações sobre a situação financeira da empresa contida nas demonstrações contábeis e sua possibilidade de utilização para tomada de decisão.

Em relação a outros tipos de demonstrações, do total de 56 apenas 14,28% afirmaram elaborar outras, sendo que as respostas para outras demonstrações elaboradas foram análise de planilhas desenvolvidas pelos sócios, balancete anual, fechamento de notas fiscais, apuração ICMS e balanço patrimonial anual.

Referente aos serviços fornecidos pelo contador as micro e pequenas empresas, analisou-se cada serviço separadamente, sendo assim, 53% afirmaram fazer folha de pagamento, 55,8% guia de impostos, 14,9% consultoria tributária sendo esse percentual inferior ao da pesquisa feita por Lima *et al* (2010) no qual inferiu que 26,7% das informações contábeis mais frequentes estavam relacionadas a tributos.

Em relação aos demais serviços fornecidos pelo contador, das empresas analisadas, 3,3% utilizam consultoria de custos, 13,3% emitem nota fiscal, 2,2% faz controle de estoque, 15,5% elaboram demonstrações contábeis e apenas 2,8% participam na tomada de decisão. Logo observou que o serviço fornecido pelo contador nessas empresas não tem como foco a tomada de decisão e sim os tributos e a legislação. Semelhanças essas encontradas na pesquisa de Bavaresco (2008) onde 39% empresas utilizavam contadores apenas para obrigações fiscais.

Ressalvando que as empresas analisadas, em sua maioria, utilizam mais de um tipo de serviço do contador.

Tabela18: Serviços fornecidos

Descrição	Frequência	% Sim	Frequência	% Não
FOLHA PAGAMENTO	96	53,0	85	47,0
GUIA IMPOSTOS	101	55,8	80	44,20
CONSULTORIA TRIBUTÁRIA	27	14,9	154	85,10
CONSULTORIA DE CUSTOS	6	3,30	175	97,70
EMISSÃO DE NOTA CONTROLE DE ESTOQUE	24	13,3	157	86,7
ELABORAM DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	4	2,2	177	97,8
TOMADA DE DECISÃO	28	15,5	153	84,50
	5	2,80	176	97,20

Fonte: Dados da pesquisa

Referente ao contato do contador com a empresa 26% empresas afirmaram possuir contato mensal, 19,9% semanal e apenas 6,1% possuem contato diário sendo que 11,6% possuem outras formas de periodicidade, sendo ela feita conforme a necessidade da empresa e 36,5% não responderam.

4.4 Estrutura de Planejamento

No tocante a forma de controle e o planejamento de produção dessas empresas de vestuário e confecção verificou-se que em relação ao controle de previsão de vendas 49,2% afirmaram terem uma previsão, enquanto 48,6% não possuem essa previsão e 2,2% não souberam responder.

Pertinente à previsão da quantidade necessária de produção para vender, 35,4% não responderam, 11,6% afirmaram fazerem uma previsão de produção com base nas vendas do ano anterior associado a uma taxa como expectativa de crescimento, 3,9% possuem clientes fixo, 14,9% afirmaram que produzem com base no mercado e esse é relativo, 8,8% produzem com base na reposição de estoque, 7,2% produzem com base em metas estabelecidas e 9,4% aproveitam as datas comemorativas para aquecerem a produção e assim lucrarem com o aumento do movimento do comércio, por exemplo, dia das mães e final de ano.

Tabela 19: Previsão produção

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NÃO RESPONDEU	64	35,4	35,4
ANO ATERIOR E PREVISÃO CRESC	21	11,6	47,0
VENDAS ANO PASSADO	4	2,2	49,20
CLIENTES FIXOS	7	3,9	53,10
MERCADO;RELATIVO	27	14,9	68,0
COM BASE DESPESAS	2	1,1	69,1
REPOR ESTOQUE	16	8,8	77,90
MODELOS E ESTAMPAS	2	1,1	79,0
NÃO POSSUI CONTROLE	6	3,3	82,30
METAS ESTABELECIDAS	13	7,2	89,5
REPRESENTANTES	2	1,1	90,60
DATAS COMEMORATIVAS	17	9,4	100
Total	181	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa (considerando apenas aqueles que afirmaram fazerem controle de produção).

Em relação ao controle de gastos na produção 75,13% afirmaram fazer controle desses gastos, sendo que dos que afirmaram fazer esse controle 13,97% não informaram a forma de controle, 2,94% fazem acompanhamento mensal, 22,79% afirmou já saberem os gastos para fazer a produção visto que fabricam poucos modelos e já produzem a algum tempo, 3,68% produzem conforme valor que tem disponível para reinvestimento, 41,18% acompanham os gastos da produção através de anotações em cadernos, 6,62% utilizam planilha eletrônica. Portanto verificou que o controle de produção não utiliza-se de ferramentas mais elaboradas para melhor avaliar o processo de gastos na produção, ficando restrito em sua maioria na forma de controle manual.

Tabela 20: Controle de gastos na produção

Descrição	Frequência	%	% Acumulado
NÃO RESPONDEU	19	13,97	13,97
MENSAL	4	2,94	16,91
FATURAMENTO	1	0,74	17,65
SABE CUSTO DO MODELO	31	22,79	40,44
VALOR DE REINVESTIMENTO	5	3,68	44,12
ANOTAÇÕES	56	41,18	85,30
PLANILHAS	9	6,62	91,92
AUMENTO MP E IMPOSTOS	1	0,74	92,66
PESQUISA MENSAL	2	1,47	94,13
CONTOLA MEMÓRIA	4	2,94	97,07
PLANEJAMENTO CONFORME VENDAS	4	2,94	100
	136	100,00	

Fonte: Dados da pesquisa

Referente ao serviço prestado pelo contador, 40,9% afirmaram que não pagariam a mais por melhores informações sendo que dentre algumas justificativas observou-se busca de “corte de gastos”, “salário adequado” e o “fato de fazer melhoria na empresa implicaria em aumento dos custos e o momento não é propício a isso”, e apenas 23,8% estariam dispostos a

pagarem a mais por melhores informações visto que “se tiver condição, tudo o que fizer é vantagem”, portanto reconhecem a importância que uma informação pode fazer na tomada de uma decisão. Os demais não responderam.

5. CONCLUSÃO

Conforme pesquisa realizada nas empresas de confecção e vestuário em Goiânia na Rua 44 e Estação Goiânia, através da aplicação de um questionário que visou à coleta de dados para a análise da forma como essas empresas utilizam contabilidade gerencial para tomada de decisão, verificou-se que grande parte das empresas são controladas pelos donos e em relação à escolaridade, a maioria dos respondentes possuem apenas o ensino médio e quanto à experiência com o trabalho no setor de confecção e vestuário parte significativa possuem entre seis e dez anos de experiência.

Através dos objetivos específicos visando responder a forma como essas empresas utilizam informações no processo de gestão, detectou-se que os serviços oferecidos pelo contador estavam relacionados na sua maioria em elaborar guias de impostos e fazer folha de pagamento, portanto visando atender obrigações relacionadas à legislação fiscal e trabalhista, demonstrando dessa forma que os contadores realizam apenas serviços tradicionais e não apresentam relatórios gerenciais para essas empresas.

Em relação às demonstrações contábeis elaboradas verificou-se que 30,9% das empresas dizem elaborar demonstrações contábeis, porém de forma fragmentada, sendo que em relação a demonstração do fluxo de caixa verificou-se um índice bem maior se comparado com as demais demonstrações, notou-se dessa forma que essa demonstração de fluxo de caixa pode ter sido confundida com o controle de caixa, conseqüentemente constatou-se que as demonstrações contábeis não são utilizadas para verificar a situação financeira da empresa. Fato esse resultante das falhas na prestação de serviços contábeis que não se preocupam em fornecer relatórios gerenciais ou ainda em decorrência da falta de conhecimento por parte dos empresários das ferramentas de gestão que eles podem ter acesso através da prestação de serviços contábeis. Dessa forma na hora de tomar decisões nessas empresas observou-se tomada de decisões através de controles internos menos complexos como, por exemplo, controle de entrada e saída de caixa e anotações em cadernos.

Quanto à utilização de informações sobre custos 90% afirmaram possuir controle de custos e em relação às despesas 87,3% afirmaram fazer esse controle, sendo este feito de forma mensal, entretanto verificou-se problemas relacionados a distinção entre o que é despesa e o que é custo pois na questão relativa as principais despesas verificou-se como respostas além de despesas fatos relacionados ao custo da produção, constatando-se uma falha em relação ao conhecimento de conceitos. Além disso o contador presta auxílio para as empresas em relação ao controle de custos e despesas em apenas 40% das empresas, sendo

que a falta de prestação desse serviço nas demais empresas podem fazer com que os responsáveis tomem decisões com base em dados distorcidos.

Consequentemente verificou-se que com relação à apuração de lucro e prejuízo, a maioria das empresas afirmaram fazerem essa apuração de forma mensal, porém verificou-se que a apuração ocorre de forma em que não se utilizam instrumentos mais precisos como as demonstrações contábeis visto que entre as maiores frequências relacionadas a apuração do resultado observou-se a apuração sendo realizada através de anotações e controle de entrada e saída de estoque.

Dessa maneira conclui-se que os cenários que essas micro e pequenas empresas estão inserido carecem de controles gerenciais estruturados, entretanto, 40% das empresas não estariam dispostas a pagar por um serviço diferenciado do contador, sendo que as respostas negativas deram a entender que estão satisfeitos com as informações que o contador oferece. Entretanto a falta de informações embasada podem comprometer o momento de agragar valor na tomada de decisões e influenciar no alcance da vantagem competitiva da empresa.

Sugere-se para futuros trabalhos que seja feito pesquisas sobre a percepção dos contadores que prestam serviço às micro e pequenas empresas de confecções quanto aos serviços ofertados.

REFERENCIAL

Agência Sebrae de Notícias. **Setor de Confeções planeja ações até 2015**. 2012. Disponível em <<http://www.go.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/GO/Setor-de-confec%C3%A7%C3%B5es-planeja-a%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-2015>>. Acesso em 12 nov 2014.

ANTHONY A. Atkinson, Rajiv D. Banker, Robert S. Kaplan e S. Mark Young. **Contabilidade Gerencial**. 3.ed.- São Paulo: Atlas, 2011.

Anuário do trabalho. 6.ed. São Paulo. 2013. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf>. Acesso em 28 set 2014.

Arranjo Produtivo Local de Confeção de Moda Feminina da região de Goiânia. 2006. Disponível em <www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1248268621.pdf>. Acesso em 01 out 2014.

ARRUDA, Bruno da Silva; SANABIO, Marcos Tanure. **As Micro e Pequenas Empresas e o Setor Têxtil e Vestuário no Município de Juiz de Fora, MG**. *In*: Simpósio de Excelência em Gestão e Economia. Juiz de Fora-MG. 2013. **Anais...** Juiz de Fora: 2013.

A Redação. **Mega Polo Moda lança em Goiânia**. 2014. Disponível em <<http://www.aredacao.com.br/imoveis/47407/mega-polo-moda-lanca-em-goiania-sua-primeira-unidade-fora-de-sao-paulo>>. Acesso em 12 nov 2014.

BAVARESCO, Thaisy Piazero Fanni. **Caracterização das empresas finalistas do prêmio talentos empreendedores do sebrae/sc, edição de 2007, quanto a perfil, utilização de informações contábeis e gerenciais para a tomada de decisão e estágio do ciclo de vida**. Florianópolis. 2008. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis292251>>. Acesso em: 08 de maio 2015.

BORGES, Lara Fabiana Moraes; LEAL, Edivalda Araújo. **Contabilidade gerencial: a Utilização das Informações Contábeis Gerenciais pelos Gestores das Micro e Pequenas Empresas**. *In*: IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia promovido pela Universidade de Uberlândia-MG. 2012. **Anais...** Uberlândia; 2012.

BRONDANI, Gilberto; MADRUGA, Sérgio Rossi; UHLMANN, Vivian Osmari; RAMBO, Deise Antunes. **A contabilidade gerencial como elemento propulsor na melhora do processo decisório em MPEs**. Revista Sociais e Humana, Santa Maria, v.20, n. 2 jul/dez 2007, p. 109-119.

CARVALHO, José Ribamar Marques de; LIMA, Maria das Dores. **Práticas Gerenciais em MPES do comércio de confeções da cidade de Sousa-PB**. V. 5, n. 3, art. 3, p. 48-68 ISSN 1981-8610 set/dez. 2011.

Como montar um serviço de confecção. SEBRAE. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-um-servi%C3%A7o-de-fac%C3%A7%C3%A3o#naveCapituloTopo>>. Acesso 23 de maio 2015.

CORDEIRO, **Manuela Casali**. Disponível em <http://www.portaisdamoda.com.br/noticiaInt~id~17977~n~polo+de+confeccoes+do+estado+de+goias.htm>. Acesso em 23 set 2014.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial**. 4.ed.-São Paulo: Atlas, 2008.

Crítérios de classificação de empresas. SEBRAE. Disponível em <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcduto=4154>. Acesso em 29 out 2014.

Estudos do IMB 2014. **Emprego formal em Goiás 2012**. Estudos do IMB- fevereiro 2014, Características do Emprego Formal em Goiás, segundo a Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho e Emprego. Disponível em: http://www.seplan.go.gov.br/sepin/down/caracteristicas_do_emprego_formal_em_goiás_2012.pdf. Acesso 06 de junho 2015.

FREITAS, Dayse. Lojistas da 44 dominam feira goiana em Brasília. **O Popular**, Goiânia, p. 13, 20 maio de 2015.

Gabinete de Imprensa do Governador. Disponível em <http://www.segplan.go.gov.br/post/ver/163476/governador-anuncia-financiamentos-a-lojistas-do--estacao-goiania>. Acesso em 02 out 2014.

LACERDA, Joabe Barbosa. **A contabilidade como ferramenta gerencial na gestão financeira das micro, pequenas e médias empresas (MPEs): Necessidade e aplicabilidade**. Revista Brasileira de Contabilidade, n. 160, v. 35, São Paulo, 2006.

Lei Complementar. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em 16 out 2014.

LIMA, F. B de; LAGIOLA, U. C.T.; ALMEIDA, S. G. O de; VASCONCELOS, A. L.F de S. **Um estudo sobre a utilização da contabilidade gerencial pelas empresas pertencentes ao polo de confecções do agreste pernambucano**. 2010. Disponível em <http://www.congressosp.fipecafi.org/web/artigos102010/572.pdf>. Acesso em 16 out 2014.

LUCENA, W. G. L.; MELO, E. G de; RABELO, V. de V.; MARCELINO, G. F. **Os efeitos comportamentais na tomada de decisão dos gestores de micro e pequenas empresas: Um estudo em empresas do ramo de confecções**. Estratégia e Negócios, v. 3, n. 2, jul./dez. Florianópolis, 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9.ed.-São Paulo: Atlas, 2003.

MEDEIROS, O. R.; COSTA, P. S.; SILVA C. A. T. **Testes empíricos sobre o comportamento assimétrico dos custos nas empresas brasileiras**. Revista Contabilidade e Finanças - USP, São Paulo, n 38, p.47-56, 2005.

MEI. SEBRAE. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Microempreendedor-Individual-conta-com-o-Sebrae>. Acesso em 23 maio 2015.

MESQUITA, Gisely Jorge; **Planejamento e controle de resultados na pequena empresa: Um estudo descritivo em pequenas empresas de confecções de artigos de vestuário da cidade de Goiânia-GO.** 2002. 121 f. Dissertação de Mestrado- Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

NASCIMENTO, Auster Moreira; REGINATO, Luciane. **Controladoria.** 1.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

OBSERVATÓRIO INTERNACIONAL SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil 2013.** Disponível em: <http://ois.sebrae.com.br/publicacoes/gem-empreendedorismo-no-brasil/>. Acesso 10 de maio 2015.

OLIVEIRA, Miguel Ivan Lacerda; LEITE, Tasso de Souza. **A inovação em arranjos produtivos locais: O caso de Jaraguá.** Estudos, Goiânia, v. 34, n. 9/10, p. 695-711, set./out. 2007.

PADOVEZI, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial.** 7.ed.-São Paulo: Atlas, 2010.

PEREZ JR. José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins de; COSTA, Rogério Guedes. **Gestão Estratégica de Custos,** 5.ed.- São Paulo: Atlas, 2006.

PIRES, Alessandra. **Estudo aponta negócios promissores para 2015.** 2015. Disponível em:<<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/Estudo-aponta-neg%C3%B3cios-promissores-para-2015>>. Acesso em 01 mar 2015.

RAUPP, Fabiano Maury; MARTINS, Samuel João; BEUREN, Ilse Maria. **Utilização de controles de gestão nas maiores indústrias catarinenses.** R. Cont. Fin. – USP, São Paulo, n. 40, p. 120 – 132, Jan./Abr. 2006.

SILVA, Daniel Salgueiro da; GODOY, José Antonio de CUNHA, José Xavier. COELHO NETO, Pedro (Coord.). **Manual de procedimentos contábeis para micro e pequenas empresas.** 5.ed. Brasília: CFC: SEBRAE, 2002.

TAVARES, Marcelo. **O sucesso da Rua 44.** 2014. Disponível em <http://tribunadoplanalto.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=18183:o-sucesso-da-rua-44&catid=64:comunidades&Itemid=6>. Acesso em 03 junho 2015.

APÊNDICE

IDENTIFICAÇÃO		
1- Qual sua função? <input type="checkbox"/> Gerente / administrador <input type="checkbox"/> Gerente / dono <input type="checkbox"/> Vendedor	2- Qual sua escolaridade? <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental <input type="checkbox"/> Ensino Médio <input type="checkbox"/> Ensino superior, se possuir qual? _____	3- Há quanto tempo trabalha com confecção e venda de vestuário? <input type="checkbox"/> menos de 1 ano <input type="checkbox"/> 1 a 2 anos <input type="checkbox"/> 3 a 5 anos <input type="checkbox"/> 6 a 10 anos <input type="checkbox"/> mais de 10 anos
ESTRUTURA DA EMPRESA		
4- Quantos funcionários a empresa tem? <input type="checkbox"/> apenas 1 <input type="checkbox"/> de 01 à 09 <input type="checkbox"/> de 10 a 49 <input type="checkbox"/> outros _____	5- A produção é: <input type="checkbox"/> Própria <input type="checkbox"/> Terceirizada (fação)	6- A empresa possui filiais ? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
7- Quais produtos são negociados? _____ _____ _____	8- O produto é negociado no: <input type="checkbox"/> atacado <input type="checkbox"/> varejo <input type="checkbox"/> atacado e varejo	9- O produto é vendido: (colocar percentual médio de cada) <input type="checkbox"/> à vista _____ <input type="checkbox"/> à prazo _____
ESTRUTURA DE CUSTOS		
10- Tem a informação de quanto custa para produzir uma unidade do produto? Se sim, o que compõe o custo do produto? <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim _____	11- Consegue identificar o percentual no produto de: <input type="checkbox"/> Matéria prima direta. _____ <input type="checkbox"/> Mão de obra direta. _____ <input type="checkbox"/> Custos indireto de produção _____	12- Possui controle periódico das despesas? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
13- Qual a periodicidade de controle das despesas? <input type="checkbox"/> 1 vez por semana <input type="checkbox"/> 1 vez por quinzena <input type="checkbox"/> 1 vez por mês <input type="checkbox"/> outros _____	14- Quais são as principais despesas? _____ _____ _____	15- Há auxílio do contador para identificação e controle dos custos e despesas? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
16- Há identificação periódica de lucros e prejuízos? <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Mensal <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Outros. Qual? _____	17- Há identificação periódica de lucros e prejuízos? Se sim, como é realizada a apuração? _____ _____ _____	18- Elabora demonstrações contábeis? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
19- Quais demonstrações são elaboradas? <input type="checkbox"/> Demonstração do Resultado do Exercício <input type="checkbox"/> Balanço patrimonial <input type="checkbox"/> Fluxo de caixa <input type="checkbox"/> Outras _____	20- Quais serviços o contador presta? <input type="checkbox"/> Folha de pagamento <input type="checkbox"/> Apuração das guias de impostos <input type="checkbox"/> Consultoria tributária <input type="checkbox"/> Consultoria de custos <input type="checkbox"/> Emissão de nota fiscal <input type="checkbox"/> Controle de estoque <input type="checkbox"/> Elaboração das demonstrações contábeis <input type="checkbox"/> Participação na tomada de decisão na empresa	21- Qual contato o contador tem com a empresa? <input type="checkbox"/> diário <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Mensal <input type="checkbox"/> Outros _____
ESTRUTURA DE PLANEJAMENTO		
22- A empresa tem uma previsão das vendas futuras? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	23- Com base em que ela prever o quanto produzir para vender? _____ _____ _____	24- Há previsão de gastos para produção? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
25- Se sim, há acompanhamento desses gastos? Como? _____ _____ _____ _____	26- Em relação ao serviço prestado pelo contador, a empresa estaria disposta a pagar mais pelo serviço prestado em contrapartida receber melhores informações para tomada de decisões? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	