

## ISOMORFISMO MIMÉTICO SOBRE A PERCEÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS EM EMPRESAS DE *PET SHOP*<sup>1</sup>

### *MIMETIC ISOMORPHISM ABOUT ACCOUNTING INFORMATION PERCEPTION AMONG PET SHOP COMPANIES*

### *ISOMORFISMO MIMÉTICO SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LAS INFORMACIONES CONTABLES EN EMPRESAS DE PET SHOP*

**Suely Maria Silva Manzi**, Mestre em Controladoria pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Endereço profissional: Universidade Federal Rural de Pernambuco. Av. D. Manoel de Medeiros, s/n, Dois Irmãos, Recife - PE, 52171-900. Telefone: (81) 3200-6000. URL da Homepage: <http://www.ufrpe.br/> E-mail: [sulamanzi@gmail.com](mailto:sulamanzi@gmail.com)

**Antônio André Cunha Callado**, Doutor em Administração pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Endereço profissional: Universidade Federal Rural de Pernambuco. Av. D. Manoel de Medeiros, s/n, Dois Irmãos, Recife - PE, 52171-900. Telefone: (81) 3200-6000. URL da Homepage: <http://www.ufrpe.br/> E-mail: [andrecallado@yahoo.com.br](mailto:andrecallado@yahoo.com.br)

#### **Resumo**

O presente estudo teve como objetivo pesquisar relações entre as características das informações contábeis e as características das empresas do setor de *pet shop* localizadas na cidade do Recife a partir da percepção de seus gestores. Esta pesquisa foi operacionalizada por meio de uma amostra composta por dezesseis empresas. As variáveis consideradas foram referentes às características das empresas e às características das informações contábeis. Para atender a pesquisa, foi elaborado um questionário fechado, composto de dez questões. Após a elaboração do questionário, realizou-se um pré-teste com gestores de três das empresas pesquisadas. Para a análise dos resultados, foram utilizadas três técnicas estatísticas distintas para a análise dos dados coletados, a saber: Estatística descritiva; Teste U de Mann-Whitney; Coeficiente de correlação de *Spearman*. Os resultados da pesquisa indicaram a presença de isomorfismo a partir da evidenciação da ausência de relações estatisticamente significativas entre os dois grupos de variáveis considerados.

**Palavras-chave:** Informação contábil. Controladoria. Setor de *pet shop*.

#### **Abstract**

*The objective of this present study was to investigate relations between the characteristics of the accounting information and the characteristics of the companies of the sector of pet shop located in the city of Recife from the perception of its managers. This research was operationalized through a sample composed of sixteen companies. The variables considered were related to seven characteristics of the companies and ten characteristics of the accounting information. To answer the research, a closed questionnaire composed of ten questions was elaborated. After the questionnaire was elaborated, a pre-test was carried out with managers of three of the companies surveyed. For the analysis of the results, three*

---

1 Artigo submetido em 26/03/2018, revisado em 23/07/2018, aceito em 30/07/2018 e divulgado em 30/10/2019 pelo Editor Alexandre Rabêlo Neto, após *double blind review*.  
*GeCont*, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.

*different statistical techniques were used to analyze the data collected, namely: Descriptive statistics; Mann-Whitney U test; Spearman correlation coefficient. The results of the research indicated the presence of isomorphism due to the absence of statistically significant relationships between the two groups of variables considered.*

**Keywords:** *Accounting information. Controllership. Pet shop sector.*

### **Resumen**

*El presente estudio tuvo como objetivo investigar relaciones entre las características de las informaciones contables y las características de las empresas del sector de pet shop ubicadas en la ciudad de Recife a partir de la percepción de sus gestores. Esta investigación fue operativa a través de una muestra compuesta por dieciséis empresas. Las variables consideradas fueron referentes a las características de las empresas ya las características de las informaciones contables. Para atender la investigación, se elaboró un cuestionario cerrado, compuesto de diez cuestiones. Después de la elaboración del cuestionario, se realizó un pre-test con gestores de tres de las empresas encuestadas. Para el análisis de los resultados, se utilizaron tres técnicas estadísticas distintas para el análisis de los datos recolectados, a saber: Estadística descriptiva; Prueba U de Mann-Whitney; Coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados de la investigación indicaron la presencia de isomorfismo a partir de la evidencia de la ausencia de relaciones estadísticamente significativas entre los dos grupos de variables consideradas.*

**Palabras-clave:** *Información contable. Contraloría. Sector de pet shop.*

## **1 INTRODUÇÃO**

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

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

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

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

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

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

Deste modo, torna-se indispensável que os gestores estejam sempre dotados das melhores informações para a ocasião apropriada em que necessitam decidir sobre alguma prática acerca da utilização dos recursos que estão ao seu dispor, porque, se assim não procederem, podem deixar de ampliar o uso dos recursos e colocar em perigo o seguimento da empresa (SILVA, 2010). Estas informações influem nas tomadas de decisões, estimulando os dirigentes de uma empresa a procederem com vistas a alcançar as metas e os objetivos desta (SUZART; MARCELINO, 2013).

No Brasil, o número de animais domésticos vem aumentando, seguindo o rumo constatado nos Estados Unidos e em alguns países europeus (MÜLLER, 2012). Pesquisas recentes apontam que o ramo de *pet shop*, ou lojas de produtos para animais, encontra-se em plena expansão em todo o país. Não diferente na cidade do Recife, este ramo tem criado oportunidades aos pequenos empreendedores habilitados a este segmento. Esta realidade pode ser comprovada nos diversos bairros do Recife, onde várias lojas do ramo oferecem serviços e produtos variados e, com relativo grau de sofisticação, algumas delas fazem uso da internet para divulgá-los.

A partir desta perspectiva, a relevância de investigações acerca de empresas que atuam no setor de *pet shop* se justifica, tanto em razão deste mercado brasileiro de produtos e serviços direcionado aos cuidados e tratamento dos animais domésticos ser um recorte em crescimento, surgindo como um nicho de negócio para o pequeno empreendedor (MÜLLER, 2012), quanto pela sua capacidade de gerar empregos, pesquisas, inclusão social e o crescimento econômico que gera (CANELA, 2009).

Práticas gerenciais acerca do uso de informações contábeis têm sido entendidas como associadas à natureza das características operacionais inerentes ao setor de atividade econômica do qual as empresas fazem parte. A contextualização de informações contábeis dentro do processo gerencial das diversas atividades econômicas é uma preocupação contínua (OSTREGA, 1993; KAPLAN; COOPER, 1998).

No entanto, a literatura não apresenta nenhum foco teórico específico ao entender que as práticas referentes a este tema se semelhem às práticas adotadas por empresas de maior porte, assumindo que elas se assemelhem entre si, independentemente dos setores de atividade econômica dos quais façam parte. Especificidades referentes à contabilidade no contexto de pequenas empresas apontam que ela precisa ser tão complexa, uma vez que os seus processos são mais simplificados em comparação com os das grandes empresas (CALLADO; MIRANDA; CALLADO, 2003). Além disso, deficiências do sistema de informação para a administração e a dependência do envolvimento dos dirigentes em todas as decisões empresariais também podem ser fatores determinantes acerca da utilidade das informações contábeis no processo gerencial (MAZO, 2003). Considerando que a informação contábil tem o propósito de fornecer informações relevantes e confiáveis aos gestores na tomada de decisão, partindo dessa argumentação, surge a seguinte questão de pesquisa: será que, a partir da percepção dos gestores dos *pet shops* da cidade do Recife, as características dessas empresas e as características das informações contábeis estão relacionadas?

Por fim, observa-se que a temática importância da informação contábil no processo de decisão vem sendo abordada já há algum tempo por outros pesquisadores. Porém, a contribuição da presente pesquisa a ser ressaltada é o contexto, ainda pouco explorado, no qual se propõe o estudo: setor de *pet shop*. A revisão da literatura ou estado da arte mostra que, na pesquisa acadêmica brasileira, estudos no campo da informação contábil para tomada de decisão são ilimitados. Entretanto, no contexto *pet shop*, estudos são diminutos ou precários, dado que os números de citações de autores nacionais em pesquisas e estudos sob o tema mostram que esses autores têm dedicado relativamente pouca atenção para o segmento de *pet shop*. Este fato justifica a presente pesquisa, por se tratar de um contexto ainda pouco explorado no campo da informação contábil para tomada de decisão.

Diante do exposto, surge a necessidade e o interesse de investigar as possíveis relações entre as características das empresas do setor de *pet shop* e as características das informações contábeis no entendimento dos gestores dessas empresas da cidade do Recife, no Estado de Pernambuco. O objetivo deste artigo é pesquisar relações entre as características das informações contábeis e as características das empresas do setor de *pet shop* localizadas na cidade do Recife a partir da percepção de seus gestores.

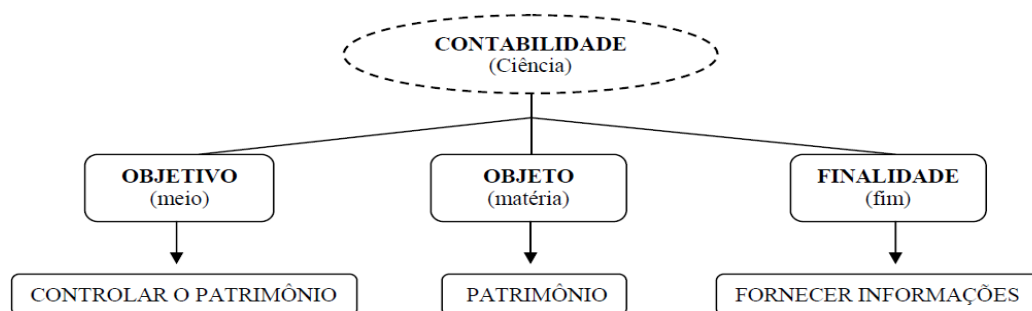
## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 CONTABILIDADE**

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

Na mesma linha de raciocínio, Ferrari (2003) explicita que a Contabilidade tem como objeto o patrimônio das entidades e como objetivo o controle deste patrimônio com o propósito de conceder informações a seus usuários. Pelo conceito do autor, fica claro que a ciência contábil tem um objeto específico, o patrimônio; uma função, controlar esse patrimônio; e um objetivo final, prover informações aos usuários da Contabilidade.

Silva (2010) complementa que o escopo da Contabilidade é prover de informações os seus vários usuários, a fim de que possa tomar suas decisões, cada um dentro dos seus objetivos específicos. Essas informações, quando disponíveis em consonância com as expectativas dos usuários, aumentam o bem-estar da população, revelando também o papel social da Contabilidade (GLAUTIER; UNDERDOWN, 1994). Na figura 1, pode-se observar de maneira resumida o objetivo, o objeto e a finalidade da ciência contábil.

**Figura 1 – Objetivo, objeto e finalidade da ciência**

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

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

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

Várias pessoas, ao ouvirem o termo sistema de informação, pensam imediatamente em computadores. Contudo, Moscove, Simkin, e Bagranoff (2002) esclarecem que um sistema de informação não precisa ser computadorizado. A organização é considerada como um sistema que se relaciona com os ambientes internos e externos (SILVA, 2010). No modo de um sistema aberto, a organização acha-se continuamente se relacionando com seu ambiente. O funcionamento da organização sob uma ótica sistêmica, para alcançar sua missão, relaciona-se com os diversos segmentos (do sistema) interno e externo, surgindo, assim, o sistema de informação contábil para lançar as suas atividades efetuadas e mostrar as saídas do sistema - as informações (CATELLI et al. 2001).

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

## 2.2 INFORMAÇÃO CONTÁBIL

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

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

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 62) fazem distinção entre dados e informação destacando que dados são considerados apenas com mensurações ou descrições, enquanto *GeCont*, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.

informações são dados que provocam reações, bem como podem reduzir incertezas, comunicar mensagens, ter valor superior ao seu custo e serem capazes de basear tomadas de decisão.

Diante das discussões acerca do conceito de informação no campo contábil, faz-se conveniente o remate de Iudícibus (2009) destacando que o objetivo básico da contabilidade pode ser representado pelo fornecimento de informações econômicas para os vários usuários, de forma que propiciem decisões racionais. A Contabilidade é uma atividade econômica complexa, uma vez que atua em um cenário sob circunstâncias de indefinições. Seus usuários exercem reações heterogêneas à frente de uma mesma informação contábil, daí sua condição de complexa (PAULO; MARTINS, 2007).

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

A informação contábil tem início na coleta de dados por toda empresa, mantendo-os conforme seus preceitos, para dar um formato denominado contábil, que tem uma série de características e procedimentos metodológicos definidos na esfera contábil (MORALES, 2009). A informação contábil é o produto que se consegue ao final do processo contábil, que começa com a escrituração dos acontecimentos contábeis, avançando pela confecção dos relatórios contábeis (demonstrações). Logo depois, obtém-se a técnica da análise das demonstrações (análise de balanço), concluindo com a auditoria dessas demonstrações (SILVA, 2010).

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

A informação contábil deve ser relatada para o futuro, refletindo as perspectivas financeiras da empresa e os efeitos prováveis de riscos e incertezas, potenciais e conhecidos (LATRIDIS, 2011, tradução nossa). Do ponto de vista de Padoveze (1996), a informação deve ser almejada para ser indispensável. Para ser indispensável, deve ser útil. Da mesma maneira, Stair (1998) ratifica que a importância da informação está exatamente ligada à forma como ela auxilia os tomadores de decisão a alcançarem as metas. A informação não tem valor específico, seu valor é demarcado por aqueles que dela precisam (ROSA; VOESE, 2009).

No tocante ao valor da informação, os autores destacam a quantidade de informações repassadas, visto que o seu excesso é tão prejudicial quanto a sua falta se não existir uma abordagem apropriada. É fundamental a oportunidade e a prioridade da informação. Uma informação deve ser gerada em tempo hábil, caso contrário, perde seu sentido. Sua habilidade de diminuir incertezas está relacionada à oportunidade de sua disposição, do mesmo modo que o reconhecimento das prioridades, que é o pilar para seu êxito (ROSA; VOESE, 2009).

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

A informação oxigena os gestores. A informação tem que estar presente na vida diária dos gestores, caso contrário, eles se sentem incapazes de executar, seja qual for a atividade, ou melhor, para efetuar alguma atividade ou tomar alguma decisão, o gestor tem que estar munido de informações. No contexto organizacional, não é diferente. Toda e qualquer atividade executada na empresa, seja de caráter operacional ou gerencial, está firmada por algum tipo de informação que precisou ser tratada, desde os dados coletados até serem compilados (ROSA; VOESE, 2009).

As empresas vêm entendendo a Contabilidade como um novo caminho de oportunidades, haja vista a incerteza do futuro, a necessidade de sobrevivência e as ameaças do ambiente no qual estão inseridas. Conivente com esse processo, encontra-se a informação contábil como ferramenta essencial para a tomada de decisão. A Contabilidade, como sistema de informação, esclarece acerca dos acontecimentos patrimoniais, gera informações rápidas e necessárias, além de fornecer a seus usuários informações econômico-financeiras concernentes à empresa, da mesma maneira que faz projeções para exercícios futuros (ROSA; VOESE, 2009). No tocante à questão do uso das informações contábeis para a gestão, Marion (1998) assegura que a função primordial do contador é gerar informações adequadas aos seus usuários para a tomada de decisões. Todavia, em alguns segmentos da nossa economia, a função do contador foi alterada (infelizmente), estando direcionada unicamente para atender as imposições legais.

No entendimento de Rosa e Voese (2009), o contabilista vem perdendo cada vez mais o entendimento do que representa a Contabilidade, devido ao desvio do eixo da informação contábil. Esta modificação no eixo da informação contábil acarreta no contabilista o desinteresse na busca de sistemas tecnologicamente mais desenvolvidos e amplos para auxiliar a Contabilidade, uma vez que, para grande parte dos profissionais, a informação deve ser solicitada, e não oferecida. Não adianta apenas atender bem às solicitações de informações, é importante saber ofertar informações que sejam úteis (ROSA; VOESE, 2009).

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

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

A informação contábil é relevante no processo de tomada de decisão empresarial, onde inúmeros usuários não entendem as informações divulgadas nas demonstrações contábeis pelo desconhecimento de vários termos que são usados na evidenciação dos eventos econômico-financeiros. Assim sendo, essas informações não têm colaborado com o propósito a que se destina que é comunicar os eventos financeiros (DIAS FILHO, 2000). Lima, Chacon e Silva (2004) constataram que grande parte dos gestores não utilizam as informações contábeis no gerenciamento do negócio, visto que desconhecem os benefícios que estas possibilitariam na gestão empresarial e, com relação a esse fato, julgam a contabilidade como uma despesa a mais, não agregando valor ao empreendimento.

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

### **2.3 TEORIA INSTITUCIONAL**

A Teoria Institucional, a partir da contextualização de fluxos e intercâmbios técnicos derivados de sistemas de crenças e de normas compartilhadas, configura o ambiente *GeCont*, v.6, n. 1, *Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.*

institucional de atuação que representa uma ampliação do ambiente técnico convencional (CARVALHO; VIEIRA; LOPES, 1999). A institucionalização deve ser compreendida como a emergência de padrões de interação e de adaptação das organizações (SELZNICK, 1996).

Dentro desta perspectiva institucional, o foco atribuído ao conceito de isomorfismo, pelo qual organizações se ajustam a normas aceitáveis (ROSSETTO; ROSSETTO, 2000). Isomorfismo pode ser entendido como um conjunto de restrições que forçam uma determinada organização a se parecer com outras unidades que se colocam em um mesmo conjunto de condições ambientais (BRANDT, 2010). Isomorfismo organizacional pode ser definido como sendo a tendência observada entre organizações de se tornarem homogêneas e possuírem ações semelhantes entre si (VENARD, 2009).

Os processos isomórficos de incorporação de modelos predominantes de comportamento pelas organizações estão inseridos em um fenômeno geral chamado de isomorfismo estrutural (VASCONCELOS; VASCONCELOS, 2002) em um dado momento e esta apropriação (ou mimetismo) se verifica quando as organizações copiam as práticas e estruturas das organizações líderes, por acreditarem que elas sejam as mais adequadas ou porque sejam associadas a prestígio.

O isomorfismo mimético ocorre como resultante de respostas iguais com relação a situações de incerteza a partir da imitação (cópia) de decisões de outras organizações tidas como referências no meio do qual as organizações se encontrem inseridas ao entender que esta conduta se encontra no pilar cognitivo cultural, tendo como base de legitimação a noção de um comportamento conceitualmente aceito pelos semelhantes como correto (OYADOMARI et al., 2008).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa tem característica exploratória, descritiva e quantitativa. A pesquisa exploratória se explica pela necessidade de possibilitar maior conhecimento acerca do tema escolhido, pretendendo a clarificação de conceitos e o maior entendimento do assunto para auxiliar no avanço das questões abordadas.

Para Gil (2008), muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira fase de uma investigação mais extensa, principalmente quando o tema escolhido é bastante genérico. Dessa forma, este estudo fez uso da pesquisa exploratória por se propor a investigar um tema ainda pouco abordado no universo pretendido. A presente investigação também é tipificada como descritiva, que, segundo Andrade (2010), nesse tipo de pesquisa, os acontecimentos são reparados, registrados, investigados, classificados e decifrados sem que o pesquisador interfira neles. Marion, Dias e Traldi (2002) ressaltam que em pesquisas exploratórias não se manipulam as variáveis do estudo. Na prática, objetiva-se descrever as características de determinada população ou fenômeno. Concernente aos meios adotados, esta pesquisa possui característica quantitativa uma vez que ela demonstra em números, opiniões e informações para classificá-la e analisá-la, usando técnicas e recursos estatísticos (SILVA; MENEZES, 2005).

Na definição de Matias-Pereira (2010, p. 75), “população ou universo da pesquisa é a totalidade dos indivíduos que possuem as mesmas características definidas por um determinado assunto”. Na maioria das vezes, por impedimento ou impossibilidade econômica ou temporal, a pesquisa limita-se a apenas uma parte da população, que é chamada de amostra. Lakatos e Marconi (1991, p. 108) escrevem que “a amostra constitui uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do *GeCont*, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.



universo”. Considerando a impossibilidade de acesso ao cadastro oficial deste universo, esta pesquisa foi realizada por uma amostra de empresas a partir do contato direto e acessibilidade. A amostra para operacionalização desta investigação foi composta por 16 empresas do segmento *pet shop*, que aceitaram participar espontaneamente da pesquisa após sua apresentação formal.

Neste estudo, foram considerados dois grupos de variáveis: características das empresas; características das informações contábeis. Com relação às características das empresas, foram analisados os seguintes aspectos: tipo de empresa (nominal), tempo de existência da empresa (ordinal), amplitude do mercado explorado (ordinal), número de empregados (ordinal), faturamento anual bruto (ordinal), estrutura hierárquica organizacional da empresa (ordinal) e grau de formalização dos processos operacionais no âmbito da empresa (ordinal). Com relação às características das informações contábeis, foram analisados os seguintes aspectos: clareza, objetividade, valor preditivo, valor como *feedback*, oportunidade, verificabilidade, neutralidade, fidelidade, uniformidade e consistência. Todas as características das informações contábeis foram representadas como variáveis ordinais.

Nesta pesquisa, a coleta de dados foi efetuada por questionário fechado, composto de duas partes. A primeira contém questões relativas ao perfil das empresas. A segunda parte, contendo questões que envolvem as características das informações contábeis, foi construída com base na escala psicométrica *Likert* de cinco pontos, lastreada pelas vantagens de sua aplicação, amplamente utilizada em pesquisas de opinião. A escala *Likert* requer que os indivíduos da pesquisa indiquem seu grau de concordância ou discordância com declarações relativas à atitude que está sendo medida (BACKER, 1995).

O questionário foi elaborado considerando os construtos a serem avaliados, ou melhor, os fenômenos de interesse, os atributos ou comportamentos a serem descobertos, os quais guardam consenso com o objetivo proposto para esta pesquisa.

Após a elaboração do questionário, realizou-se um pré-teste com três gestores de *pet shop*, através do qual foi possível perceber a necessidade de reformular e acrescentar algumas questões e a partir daí os questionários foram aplicados. Vale ressaltar que os gestores do pré-teste fizeram parte da amostra da pesquisa.

Por fim, observa-se que a temática importância da informação contábil no processo de decisão vem sendo abordada já há algum tempo por outros pesquisadores. Porém, a contribuição da presente pesquisa a ser ressaltada é o contexto, ainda pouco explorado, no qual se propõe o estudo: setor de *pet shop*. A revisão da literatura ou estado da arte mostra que, na pesquisa acadêmica brasileira, estudos no campo da informação contábil para tomada de decisão são ilimitados. Entretanto, no contexto *pet shop*, estudos são diminutos ou precários, dado que os números de citações de autores nacionais em pesquisas e estudos sob o tema mostram que esses autores têm dedicado relativamente pouca atenção para o segmento de *pet shop*. Este fato justifica a presente pesquisa, por se tratar de um contexto ainda pouco explorado no campo da informação contábil para tomada de decisão. Para o SEBRAE (2013), o setor de *pet shop* é o que mais cresce no Brasil. a Associação Nacional dos Distribuidores de Produtos Pet no Brasil (Andipet, 2018), De acordo com o Diário de Pernambuco (2018), o Brasil possuiu o terceiro maior mercado pet do mundo e o volume de negócios realizados em Recife representam aproximadamente 25% do setor na Região Nordeste.

Neste estudo, foram utilizadas três técnicas estatísticas distintas para a análise dos dados coletados, a saber: Estatística descritiva; Teste U de Mann-Whitney; Coeficiente de correlação de *Spearman*. Segundo Levine, Berenson e Stephan (2000, p. 5), “a estatística descritiva pode ser definida como os métodos que envolvem a coleta, a apresentação e caracterização de um conjunto de dados de modo a descrever apropriadamente as várias características deste conjunto”. Na segunda parte da análise, foi utilizado o coeficiente de correlação de *Spearman*, considerando um nível de significância de 0,05, e o Teste de Mann-GeCont, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.

Whitney, que é um teste estatístico para uma variável medida em escala ordinal; compara a diferença de posições de duas populações, baseadas em observações de duas amostras independentes (MALHOTRA, 2001). Tanto a análise descritiva quanto os testes estatísticos foram efetuados com a aplicação do software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 12.0.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para atingir o objetivo proposto, inicialmente, todas as informações coletadas foram tabuladas para a obtenção de suas respectivas distribuições de frequência. Na primeira etapa, foi considerada a estatística descritiva a partir da análise das respostas referentes ao perfil das empresas.

Os resultados obtidos na pesquisa, com relação ao tipo de empresa, evidenciaram que: das dezesseis entrevistadas, onze são do tipo Sociedade Empresarial Limitada, enquanto cinco estão enquadradas como Empresas Individuais. A pesquisa demonstrou que, nessa área de serviços, há uma tendência ao associativismo e à parceria empresarial. Isto está de acordo com Sangalli et al. (2015), os quais defendem que o associativismo tem por natureza propiciar benefícios técnicos, profissionais, econômicos e sociais a determinados grupos de indivíduos que exprimem interesses similares.

O segundo aspecto concernente ao perfil das empresas pesquisadas foi o tempo de atuação no mercado. Os resultados no presente questionamento demonstraram que a maioria das empresas está no mercado entre 2 e 5 anos, representando seis das dezesseis empresas, evidenciando que o mercado é novo e promissor. Por outro lado, três empresas possuem tempo de existência menor que dois anos; duas empresas possuem entre 5 e 10 anos de existência, enquanto que cinco das empresas têm mais de 10 anos de existência. Estes achados estão em consonância com Müller (2012), quando reconhece que o mercado brasileiro de produtos e serviços dedicado aos cuidados e tratamento dos animais domésticos é um recorte em crescimento, surgindo como um nicho de negócio para o pequeno empreendedor.

O terceiro aspecto considerado, acerca do perfil das empresas pesquisadas, foi a amplitude dos mercados explorados por elas, que mostrou que oito empresas ultrapassam o atendimento local, dos bairros em que se localizam, englobando a cidade do Recife como um todo. Três dessas empresas têm amplitude de cidades vizinhas, enquanto que cinco delas têm amplitude de bairros vizinhos. Estes resultados estão diretamente relacionados à mudança socioeconômica da população brasileira que está intrinsecamente atrelada à expansão do mercado *pet*, observada no país nas últimas décadas (ELIZEIRE, 2013).

O quarto aspecto considerado trata do perfil das empresas quanto ao tamanho em função do número de empregados. Os resultados referentes a esta característica demonstraram que a quase totalidade das empresas pesquisadas é formada por até nove funcionários, evidenciando que elas fazem parte da tipologia microempresa, conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013, p. 17). Apenas uma empresa possui acima de 10 até 49 empregados. Os resultados aqui obtidos vêm ao encontro daqueles alcançados por Silva (2010), com micro e pequenas empresas (MPE), que apontam que, das 103 empresas pesquisadas, 84 delas possuem até 9 funcionários, o equivalente a 81,6% do total investigado.

O quinto aspecto relativo ao perfil das empresas pesquisadas foi o tamanho em função do faturamento. Elas possuem faturamento anual abaixo de R\$ 2.400.000,00, ou seja, nenhuma das empresas pesquisadas tem faturamento acima de R\$2.400.000,00. Em outras palavras, os resultados da pesquisa mostraram que a totalidade das mesmas é formada de microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), conforme dados do Portal Lei Geral (2017). A existência das pequenas empresas na conjuntura socioeconômica de um país é de *GeCont*, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.

suma importância, porque, para Solomon (1986), essas empresas oferecem uma força fundamental para a reestruturação econômica necessária para gerar o crescimento da produtividade de que se necessita.

O sexto aspecto característico do perfil das empresas pesquisadas foi a estrutura hierárquica. Os achados do presente questionamento evidenciaram que catorze, das dezesseis empresas pesquisadas têm como estrutura dois níveis de hierarquia, a saber: direção e setores. Isso evidencia, mais uma vez, que o universo pesquisado é composto por empresas de pequeno porte. Uma empresa possui três níveis de hierarquia: direção, departamentos e setores. Além disso, uma empresa possui quatro níveis de hierarquia: direção, diretorias, departamentos e setores. A estrutura das pequenas empresas é diferenciada, sendo muito simples, com pouco ou nenhum pessoal de *staff*, muita informalidade, baixa utilização de procedimentos, de planejamento e de treinamento, e composta por poucos níveis hierárquicos (MINTZBERG; QUINN, 2001).

O sétimo aspecto referente ao perfil das empresas pesquisadas foi o grau de formalização de seus processos operacionais. Os resultados obtidos no presente questionamento mostraram que o grau de formalização dos processos operacionais está equilibrado entre não padronizados e planejados, supervisionados e revisados. Em sete das empresas pesquisadas, os processos não são padronizados; em sete das empresas, por outro lado, os processos são planejados, supervisionados e revisados. Uma empresa possui os processos padronizados e aprimorados; por fim, uma empresa apresentou como resposta que os processos são continuamente aprimorados. Quando bem efetuados e utilizados, os processos restringem custos e acarretam melhorias na produtividade e nos resultados da empresa (GRANDO, 2013).

Também foram consideradas as informações sobre a percepção dos gestores acerca das características das informações contábeis para análise dentro da perspectiva descritiva. Os resultados obtidos estão apresentados na tabela 1.

**Tabela 1 - Opinião dos gestores acerca das características das informações contábeis**

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

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A partir dos resultados obtidos, constata-se que os gestores possuem opiniões semelhantes acerca dos significados das características das informações contábeis, o que pode ser verificado a partir das distribuições de frequências apresentadas para opiniões negativas em comparação às opiniões positivas. Esta constatação não se alinha com o trabalho de Campelo (2007), com empresas do setor elétrico brasileiro, cujos resultados apontam que todas as características foram consideradas muito importantes, na opinião da maioria dos gestores com diferentes percentuais de percepção.

Na segunda etapa, foi considerada a análise da significância estatística de relações a partir da análise das respostas referentes ao perfil das empresas. Os resultados obtidos referentes à análise das relações entre o tipo de empresa e as características das informações contábeis estão apresentados na tabela 2.

**Tabela 2 - Relações entre o tipo das empresas e as características das informações contábeis**

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

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Conforme os resultados obtidos, evidenciou-se que o tipo das empresas pesquisadas não se mostrou relacionado a nenhuma das características das informações contábeis testadas, em outras palavras, foi verificado que, estatisticamente, não existe correlação entre essas duas variáveis.

Esta análise também foi considerada para as relações entre as demais características das empresas e as características das informações contábeis. Os resultados obtidos estão dispostos na tabela 3.

**Tabela 3 - Relações entre as características das empresas e as características das informações contábeis**

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

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Percebe-se que nenhuma das características das empresas testadas se mostrou estatisticamente significativa com relação à percepção dos gestores sobre as características GeCont, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.

das informações contábeis. A ausência de relações estatisticamente significativas sugere a presença de um comportamento isomórfico entre as empresas do setor e que elas interpretam o significado das informações contábeis de maneira semelhante, sem sofrer a interferência de fatores característicos inerentes às empresas individuais em particular. Este resultado está de acordo com Costa e Medeiros (2002), quando percebem que existe uma forte disposição de homogeneização entre as organizações do mesmo âmbito organizacional. Esta disposição é o isomorfismo, que é percebido como um processo de coação organizacional, que, sob as mesmas circunstâncias, guia as organizações a se igualarem com as demais do mesmo âmbito (ROCHA, 2013).

Os resultados obtidos indicam significativas evidências acerca de comportamento isomórfico entre as empresas analisadas, uma vez que nenhuma das características referentes às informações contábeis se mostrou relacionada às características consideradas.

A partir destes achados pode-se identificar que, mesmo possuindo distintas características, os gestores das empresas analisadas apresentaram percepções bastante semelhantes entre si.

Embora os resultados obtidos não possam ser extrapolados para todas as empresas do universo investigado, os achados observados nesta pesquisa exploratória sugerem que este campo de investigação ainda possui vertentes a serem exploradas com maior profundidade.

## 5 CONCLUSÃO

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

Atualmente, as empresas buscam por informações que forneçam a seus dirigentes uma perspectiva para o futuro dessas empresas, e a contabilidade tem papel essencial na difusão desse conhecimento.

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

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

A ausência de relações estatisticamente significativas entre as características de empresas do segmento de *pet shop* e a percepção dos gestores sobre as características das informações contábeis sugere indícios de comportamento isomórfico. Este resultado induz a necessidade da realização de estudos mais aprofundados, os quais poderão fornecer esclarecimentos mais detalhados sobre este comportamento.

Dentre as limitações deste estudo, uma delas foi o tamanho da amostra, que impossibilitou a adoção de um teste estatístico mais sofisticado, apesar de todo o esforço realizado mediante os muitos contatos efetuados. Outra limitação decorreu da dificuldade na obtenção das informações em função da escassa disponibilidade de tempo dos gestores para responder ao questionário. Uma terceira limitação decorreu da escassez de pesquisas

*G&Cont*, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.

anteriores semelhantes, o que impediu comparações mais detalhadas com os resultados obtidos nesta pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ANGELO, Dorival Izidoro. A importância das informações contábeis no processo decisório das empresas. **Sapientia**, Cariacica, v. 1, n. 4, p. 38-45, ago. 2005.

ASSAF NETO, Alexandre. A dinâmica das decisões financeiras. **Caderno de Estudos FIPECAFI**, São Paulo, v. 9, n. 16, p.9–25, jul./dez. 1997.

BACKER, Paulo de. **Gestão ambiental: a administração verde**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995.

BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Gerenciamento da informação: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

BRANDT, Valmir A. A contabilidade gerencial e sua relação com a teoria institucional e a teoria da contingência. **Ciências Sociais em Perspectiva**, Cascavel, v. 9, n. 17, p. 135-147, 2010.

CALLADO, Aldo Leonardo Cunha; MIRANDA, Luiz Carlos; CALLADO, Antônio André Cunha. Fatores associados à gestão de custos: um estudo nas micro e pequenas empresas do setor de confecções. **Revista Produção**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 64-75, 2003.

CAMPELO, Karina Simões. **Características qualitativas da informação contábil: uma análise do grau de entendimento dos gestores financeiros de empresas do setor elétrico brasileiro**. 2007. 122 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Pernambuco, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Recife, 2007.

CANELA, Ana Carolina Pinheiro. **Simples Nacional: um estudo na empresa Seta Treinamento e Desenvolvimento Profissional Ltda**. 2009. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2009.

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

CARVALHO, Cristina Amélia Pereira de.; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; LOPES, Fernando Dias. Contribuições da perspectiva institucional para análise das organizações. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 1999.

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

COSTA, Arthur; MEDEIROS, Mateus. Police demilitarisation: cops, soldiers and democracy. **Journal of Conflict, Security and Development**, v. 2, n. 2, p. 25-45, 2002.

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

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

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

ELIZEIRE, Mariane Bräscher. **Expansão do mercado *pet* e a importância do marketing na medicina veterinária**. 2013. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Medicina Veterinária) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

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

FERREIRA, Leonardo Rodrigues. **A importância das informações no processo de tomada de decisão**. 01 out. 2006. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/a-importancia-das-informacoes-no-processo-de-tomada-de-decisoes/12714/>. Acesso em: 18 abr. 2015.

FLIPPO, Edwin B.; MUNSINGER, Gary M. **Management**. 5th. ed. Boston: Allyn & Bacon, 1970.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLAUTIER, Michel W. E.; UNDERDOWN, Brian. **Accounting theory and practice**. 5th. ed. Londres: Pitman Publishing, 1994.

GOLDRATT, Eliyahu Moshe. **A síndrome do palheiro: garimpando informação num oceano de dados**. São Paulo: C.Fullmann, 1991.

GRANDO, Nei. **Processos empresariais são fundamentais para a boa execução dos negócios**. 5 mar. 2013.

Disponível em: <https://neigrando.wordpress.com/2013/03/05/processos-empresariais-sao-fundamentais-para-a-boa-execucao-dos-negocios/>. Acesso em: 30 jun. 2017.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

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

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; CARVALHO, Luiz Nelson Guedes de. Contabilidade: aspectos relevantes da epopéia de sua evolução. **Revista Contabilidade e Finanças**, São Paulo, v. 16, n. 38, p. 7-19, maio/ago. 2005.

KAPLAN, Robert S; COOPER, Robin. Custo & desempenho: administre seus custos para ser mais competitivo. São Paulo: Futura, 1998.

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

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

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

LIMA, Magna Regina dos Santos; CHACON, Márcia Josienne Monteiro; SILVA, Maurício Correa da. Uma contribuição a importância do fluxo de informações contábeis no processo decisório das micro e pequenas empresas: uma pesquisa realizada na cidade do Recife no estado de Pernambuco. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO NA AMÉRICA LATINA - CIPEAL, 3., 2004, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2004. 1 CD-ROM.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

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

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

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

MAZO, Evandro M. Benchstar: metodologia de benchmarking para análise da gestão da produção nas micro e pequenas empresas. 2003. 174 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

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

MERCADO pet movimentada negócios em Pernambuco. **Diário de Pernambuco**, Recife, 4 jun. 2018. Disponível em: [http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2018/06/04/internas\\_economia\\_753960/mercado-pet-movimentada-negocios-em-pernambuco.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2018/06/04/internas_economia_753960/mercado-pet-movimentada-negocios-em-pernambuco.shtml). Acesso em: 25 set. 2018.



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

MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MORALES, Pedro Paulo Galindo. **A importância da contabilidade no sistema de informações gerenciais na empresa**. 11 ago. 2009. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/a-importancia-da-contabilidade-no-sistema-de-informacoes-gerenciais-na-empresa/22840/>. Acesso em: 15 jul. 2015

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

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

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

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

OSTRENGA, Michael R.; OZAN, T. R.; MCILHATTAN, R. D. **Guia da Ernst & Young para gestão total dos custos**. Rio de Janeiro: Record, 1993.

[Michael R. Ostrenga, T. R. Ozan, R. D. Mcilhattan](#)

OYADOMARI, José C.; CARDOSO, Ricardo L.; MENDONÇA NETO, Octávio R. de; LIMA, Mariana P. de. Fatores que influenciam a adoção de artefatos de controle gerencial nas empresas brasileiras: um estudo exploratório sob a ótica da Teoria Institucional. **Revista de Contabilidade e Organizações**, Ribeirão Preto, v. 2, n. 2, p.55-70, 2008.

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

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

PAULO, Edilson; MARTINS, Eliseu. Análise da qualidade das informações contábeis nas companhias abertas. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

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

PORTAL Lei Geral da micro e pequena empresa. 2017. Disponível em: <http://www.leigeral.com.br/o-site/o-que-e-a-lei-geral>. Acesso em: 10 maio 2017.

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

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

ROCHA, Alexandre Pereira da. **Gramática das polícias militarizadas**: estudo comparado entre a polícia militar do Estado de São Paulo – Brasil e Carabineros – Chile, em regimes políticos autoritários e democráticos. 2013. 314 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2013.

ROSA, Luciano; VOESE, Simone Bernardes. A utilização da informação contábil como elemento estratégico para a contabilidade de gestão: um estudo de caso. **Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión**, [Madri], v. 7, n. 14, p. 1-11, jul./dic. 2009.

ROSSETO, Carlos Ricardo; ROSSETTO, Adriana Marques. As perspectivas institucional e da dependência de recursos no estudo do processo de adaptação estratégica organizacional. *In*: ESTUDOS ORGANIZACIONAIS ANPAD, 2., 2002, Recife. **Anais [...]**. Recife: ANPAD, 2002.

SANGALLI, Adriana Rita; SILVA, Heloiza Cristina Holgado da; SILVA, Ivânia Freire da; SCHLINDWEIN, Madalena Maria. Associativismo na agricultura familiar: contribuições para o estudo do desenvolvimento no assentamento rural Lagoa Grande, em Dourados (MS), BR. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 17, n. 2, p. 225-238, 2015.

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

SEBRAE. **Pet shop**: o segmento que mais cresce no mercado. 27 jul. 2014. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/pet-o-segmento-que-mais-cresce-no-mercado/>. Acesso em: 03 ago. 2018.

SEBRAE (Org.). **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**: 2014. 7. ed. São Paulo: DIEESE, 2015. 288 p. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario-do%20trabalho-na%20micro-e-pequena%20empresa-2014.pdf>. Acesso em: 25 maio 2017.

SELZNICK, P. Institutionalism “old” and “new”. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 41, n. 2, p. 270-277, 1996.

*G&Cont*, v.6, n. 1, Floriano-PI, Jan-Jun. 2019.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, Manuel Soares da. **Utilidade da informação contábil para tomada de decisões: um estudo sobre a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas da Grande João Pessoa**. 2010. 116 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal do Rio Grande do Norte, João Pessoa, 2010.

SMITH, Marines Santana Justo; FADEL, Barbara. Gestão da informação contábil: a questão da necessidade, busca e uso da informação no contexto das pequenas empresas. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da informação*, 11., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: IBICT/UFRJ, 2010.

SOLOMON, Steven. **Grande importância da pequena empresa: a pequena empresa nos Estados Unidos e no mundo**. Rio de Janeiro: Nórdica, 1986.

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

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

SUZART, Janilson Antonio da Silva; MARCELINO, Carolina Venturini. O papel das informações contábeis no processo decisório das indústrias situadas na região metropolitana de Salvador. **Revista de Contabilidade da Bahia**, Salvador, v. 1, n. 1, p. 1-13, jan./jun. 2013.

VASCONCELOS, Flávio Carvalho; VASCONCELOS, Isabella Francisca Freitas Gouveia de. Isomorfismo estrutural e os limites da normalização: dois estudos de caso sobre a implantação das normas ISO 9000 em empresas de informática na França. *In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS ANPAD*, 2., 2002, Recife. **Anais [...]**. Recife: ANPAD, 2002.

VENARD, B. Organizational isomorphism and corruption: an empirical research in Russia. **Journal of Business Ethics**, Amsterdam, v. 89, n. 1, p. 59-76, 2009.