

PRÁTICAS DE CONTROLE ECONÔMICO, FINANCEIRO E PATRIMONIAL: UM ESTUDO JUNTO AOS CONSULTORES DE MODA DE UMA EMPRESA BRASILEIRA DO SEGUIMENTO DE VESTUÁRIO

Raíssa Lima de Paiva Artoni

Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco

E-mail: raissalimadepaiva@gmail.com

Andreza Cristiane Silva de Lima

Universidade Federal de Alagoas

E-mail: andrezacslima@gmail.com

Débora Maria da Silva

Centro Universitário Joaquim Nabuco

E-mail: deborasilva2618@gmail.com

Linha Temática: Controladoria no Setor do Setor Privado

RESUMO

Este estudo teve o objetivo de identificar as práticas de controle econômico-financeiro e patrimonial executadas pelos Consultores de Moda de uma empresa brasileira do segmento de vestuário. Para tanto, realizou-se uma pesquisa quantitativa e descritiva, cujos dados foram coletados por meio de um questionário semiestruturado, o qual foi dividido em dois blocos: o primeiro buscou levantar os dados do perfil dos consultores dessa empresa e o segundo, levantou a questão do controle econômico-financeiro e patrimonial executados por cada um dos respondentes, para que se fizesse entender o ponto de vista de cada entrevistado da amostra. Após a aplicação do instrumento, os dados foram tabulados por meio da ferramenta *Microsoft Excel*, o que viabilizou a construção de tabelas com estatística descritiva para análise de resultados. Os achados apontaram que a simplicidade dos registros patrimoniais supre a necessidade que os consultores têm no dia a dia em função de que estão em constante locomoção, não possuindo meio de realizar os registros de forma imediata, por isso, acabam fazendo seus principais registros em cadernetas, e, às vezes, apenas na memória. O estudo contribuiu com orientações para revendedores no que tange ao que vendem, compram, recebem e pagam, sendo esse acompanhamento algo que deve ser considerado um exercício importante para que tais consultores consigam identificar se estão obtendo retorno positivo ou não com tal atividade.

Palavras-chave: Controle patrimonial; Consultor; Venda direta; Revendedor.

1. INTRODUÇÃO

Ao decorrer dos anos a contabilidade se fez presente em todas as áreas em que seria necessário tratar de bens e obrigações. Com o surgimento de organizações que tinham o

objetivo de obter lucro por meio da comercialização de produtos ou serviços, vem também a necessidade de registrar o que era vendido e o que a organização precisaria investir para obter os insumos. Assim sendo, pode-se apontar que esse processo de controle é algo necessário e que deve ocorrer em todas as organizações e empresas com fins lucrativos, independente do porte, pois o fluxo de entradas e de saídas requer o acompanhamento de forma contínua.

Adotando práticas como essas, é possível ter uma visualização mais confiável das atividades, incluindo, a verificação da saúde financeira e econômica da empresa. Diante desse exposto, é possível sugerir que o controle patrimonial pode ser aplicado em qualquer tipo de atividade, o que contempla a comercialização dos mais variados produtos, tal como a venda de peças de roupas, atividade que pode ser efetuada por consultores de moda.

A constante movimentação de compra e revenda de produtos que os consultores de moda fazem, gera uma grande rotatividade de produtos. Isso se deve à demanda de pedidos a serem atendidos, incluído a venda e a possível troca de peças por solicitação do cliente final. Esse tipo de atividade requer que consultores estejam em contato próximo com seus clientes, se locomovendo inúmeras vezes até a loja que fornece seus produtos. Uma vez não havendo controle das entradas e saídas de peças de vestuário, dos gastos para que essas vendas possam ser concluídas e até mesmo o registro para acompanhamento de seus recebimentos, pode acarretar em algum tipo de prejuízo financeiro, pois, existe uma grande possibilidade de perda de mercadorias ou o descontrole de todos os recebimentos levando em consideração que a maioria das vendas ocorre à prazo.

Levando em consideração que esse tipo de atividade é realizado, normalmente, pelo método de atendimento por encomenda e com a possibilidade de trocas, o consultor poderá perder o controle do seu estoque, recebimentos e também do pagamento junto à empresa que fornece o seu produto de comercialização. Essa perda pode acontecer caso os consultores não recorram às práticas de controle patrimonial. Diante desse apontamento, surge a oportunidade de estudar, empiricamente, como um grupo de consultores realizam essas práticas, proposta abarcada nesta investigação e que é norteadada pela seguinte questão problema: **Quais as práticas de controle econômico-financeiro e patrimonial executadas pelos consultores de moda de uma empresa brasileira do segmento de vestuário?**

Em busca de levar adiante esta proposta, estabeleceu-se o objetivo de identificar as práticas de controle econômico-financeiro e patrimonial executadas pelos consultores de moda de uma empresa brasileira do segmento de vestuário. Estudos anteriores (MIRANDA *et al* 2011; LIMA *et al*, 2014; MIRANDA *et al*, 2016; VIEIRA *et al* 2018) apontaram o perfil das práticas de controle patrimonial em vários tipos de atividades que até então, não se dá tanta atenção no que tange ao emprego de mecanismos de controle, mas que se torna uma prática relevante, pois, espera-se que todo negócio apresente retorno positivo. No entanto, para efetuar esse levantamento, é preciso saber os fluxos de entradas e saídas, seja de recurso financeiro ou de bens.

Quanto ao referido seguimento, não foram localizados, até o presente momento (2019), estudos dessa natureza. Sendo assim, esta pesquisa vem expor a realidade dos consultores de moda de uma empresa específica e apontar os benefícios que podem obter quando realizam tais práticas, além de expor o quão prejudicial pode ser para o seu negócio, a ausência dessas práticas para aqueles que não possuem o hábito de executá-las. Este trabalho poderá servir como um guia prático de gestão pequenos negócios. Portanto, espera-se que o estudo contribua despertando o interesse de consultores pela adoção dessas práticas, as quais promovem a fácil visualização da saúde financeira de cada consultor.

Em termos estruturais, este estudo contempla cinco seções, sendo esta primeira à introdução. A segunda seção apresenta os aspectos teóricos que deram base às discussões de resultados, e se subdivide em três módulos. A terceira seção apresenta os procedimentos que viabilizaram a execução da pesquisa, cujos resultados são expostos na quarta seção. A

conclusão, sugestão de pesquisas futuras, limitações e contribuições que foram trazidas pela pesquisa, são apresentadas na quinta e última seção.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Controle Patrimonial: Conceito, Definição e Aspectos Históricos

A história da contabilidade é marcada por diversas situações que deram origem à forma em que os povos controlavam os recursos que possuíam (SCHMIDT; SANTOS, 2018). Assim, a contabilidade surgiu junto com as primeiras expressões racionais do homem e o que se entende por contabilizar, contar ou estimar podem ter sido as primeiras ações de iniciativa inteligente do ser humano, registradas há milênios. Ao realizar algum tipo de registro, seja em pinturas ou com pedras e gravetos para contagem de animais, por exemplo, pode-se identificar uma forma de contabilização de patrimônio, mesmo que de maneira tênue e em que alguns autores consideram atos de contabilização empírica (SÁ, 2002).

Sendo assim, constata-se que desde a pré-história existiam manifestações de que os seres humanos já exerciam a prática de controle de patrimônio (MARTINS, 2001). Esse controle patrimonial trata de uma prática importante para a gestão pessoal, pois, a partir do momento em que o homem passou a acumular riquezas e bens, entendeu que era preciso desenvolver maneiras de registrar e controlar tais ganhos, tendo em vista que essas informações passavam a ser cada vez frequentes, o que dificultaria a memorização de todos esses dados. Essa foi à fase da contabilidade que foi considerada a fase empírica (MARION, 2009).

Nas beatitudes e nas adversidades da história da humanidade a contabilidade sempre esteve presente. Mesmo antes da era Cristã, o ser humano procurava registrar todas as atividades mercantis. Esta ação veio derivada da necessidade de controlar os bens que tinham em sua posse. Por exemplo, quando algum bem era trocado, vendido, perdido ou até mesmo abatido, era feito um risco sobre aquele determinado bem, para que sinalizasse sua baixa (MARTINS, 2001). Observações desta natureza são facilmente encontradas no processo histórico de descobrimento como afirma Sá (2010, p. 22):

Pedaços de ossos de rena foram encontrados em razoável quantidade no sul da França e muitas grutas conservam ainda, em países da Europa e no Brasil, inscrições sobre objetos e animais. O desenho do animal ou da coisa representava a natureza da utilidade que o homem primitivo havia conquistado e guardara; os riscos que quase sempre se seguiam ao desenho da coisa ou objeto denunciavam a quantidade existente (SÁ, 2010, p. 22).

Controle é a atribuição-chave do administrador de um sistema de informação de controle patrimonial. Todo e qualquer controle parte de determinados conceitos, que levarão a uma série de procedimentos. Sendo assim, é possível considerar algumas variantes desse conceito, no que diz respeito aos termos de Controle Patrimonial, a saber: o controle geral e sem restrições, físico e escritural de todos os itens que podem ser considerados permanentes, que seriam os investimentos; o controle apenas escritural e nenhum controle físico dos itens; controle somente parcial do físico e escritural de todos os itens que são relevantes e o controle apenas escritural dos itens classificados como não relevantes (PADOVEZE, 2016).

Considera-se o controle como um elemento primordial dentro de uma entidade em decorrência da existência de dados que precisam ser registrados com o intuito de se obter acesso imediato e rápido de informações quando forem necessárias e solicitadas por parte dos tomadores de decisão, tido como os *stakeholders* (SILVA; LUCENA, 2016). No entender de Guerreiro (1992, p. 2), “os gestores tem uma grande dependência do recurso ‘informação’”. A informação é a matéria prima do processo de tomada de decisão. A informação útil é aquela

que atende as necessidades específicas do gestor, segundo as áreas em que atuam, operações que desenvolvem e conceitos que lhes façam sentido lógico. Os sistemas de informações contábeis devem ser configurados de forma que facilite o entendimento das necessidades informativas de seus usuários, bem como agregar conceitos e procedimentos que motivem e estimulem o gestor a tomar as melhores decisões para a empresa (PADOVEZE, 2004).

Assim como já apresentado, práticas de controle acontecem desde os primórdios da humanidade, e, portanto, é possível constatar que é algo executável por todo tipo de entidade, seja grande ou pequeno negócios. No que tange aos pequenos negócios, Neri (2005) aponta que é necessário estudar o funcionamento desse tipo de empreendimento no Brasil, principalmente, porque têm uma grande representatividade no país. Dentre esse rol de pequenos negócios, evidencia-se a atividade de consultor de moda, a qual, também pode ser considerada como uma espécie de pequena empresa do ramo de comércio de confecção, por isso, é imprescindível que tal profissional tenha noção sobre como deve gerir seu funcionamento. Negócios informais ou de pequeno porte, são pouco explorados cientificamente no sentido de investigar as práticas de controle econômico, financeiro e/ou patrimonial. Apesar disso, algumas pesquisas foram levantadas e expostas no módulo a seguir.

2.2 Estudos Anteriores

Estudos anteriores sobre controle no âmbito contábil são encontrados na literatura, porém, a maioria dessas investigações é voltada às atividades econômicas mais tradicionais. Apesar disso, realizou-se um levantamento para conferir os estudos que visaram discutir práticas de controle patrimonial, financeiro, econômico e gerencial em atividades profissionais realizadas por vários empreendedores.

A primeira pesquisa foi realizada por Miranda *et al.* (2011), os quais buscaram investigar o desenvolvimento do controle patrimonial pelas tapioqueiras do Alto da Sé, na cidade de Olinda/PE, constatando assim, que tal controle ocorre de forma não uniformizada, portanto, através de uma lógica própria, sem de fato, realizar registros formais.

Outra pesquisa semelhante foi executada por Falcão *et al.* (2017) que buscaram levantar como os gestores dos empreendimentos localizados na feira de artesanato de Caruaru lidam com o planejamento e controle financeiro, cujos resultados coincidiram com a pesquisa de Miranda *et al.* (2011), ou seja, ferramentas de controle financeiro são pouco utilizadas e algumas técnicas dessa natureza são colocadas em prática no dia-a-dia, porém, nada formal.

Análogo as pesquisas anteriores, a pesquisa de Lima *et al.* (2014) buscaram identificar quais as variáveis que explicam diferenciações no controle patrimonial, financeiro e econômico praticado pelos artesãos do barro no Alto do Moura da Cidade de Caruaru no Estado de Pernambuco, constatando que o mesmo procede de forma empírica, retroagindo, conseqüentemente, a um controle rudimentar, e, portanto, a uma contabilidade revelada de forma subjetiva no controle patrimonial.

Outro exemplo é a pesquisa de Beuren, Santos e Theiss (2018) que buscaram analisar a formalidade dos Sistemas de Controle Gerencial (SCG) em incubadoras de empresas associadas à Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), constatando assim, maior formalização no controle de planejamento e controle cultural em detrimento do controle administrativo e controle cibernético.

Além dos estudos citados anteriormente, tem-se também a pesquisa de Dallabona, Nardelli e Fernandes (2019) que buscaram identificar a percepção dos líderes em relação às variáveis contingenciais e os Sistemas de Controle Gerencial predominantes em uma rede de supermercados do Sul do Brasil, identificando uma estrutura descentralizada nos

supermercados analisados e uma tecnologia combinada com a estrutura organizacional para utilização nas atividades operacionais.

A pesquisa de Moura (2016) buscou verificar o uso de ferramentas e informações gerenciais por produtores rurais, identificando os fatores que motivam os mesmos a utilizarem estas ferramentas no direcionamento e planejamento de seu negócio, o qual verificou que os produtores rurais, de um modo geral, utilizam algumas informações gerenciais informais para a manutenção ou controle de sua produção e que possuem uma limitação em adotar a contabilidade e suas informações formais como ferramenta gerencial e de controle.

Outrossim, tem-se a pesquisa de Silva (2016) que buscou identificar os artefatos gerenciais utilizados pelas companhias da Grande João Pessoa (PB), sendo possível constatar que diferente da pesquisa anteriormente apresentada, as companhias investigadas empregam artefatos gerenciais para o processo decisório, destacando o orçamento e o planejamento estratégico.

Por fim, a pesquisa de Vieira *et al* (2018) buscaram investigar as principais práticas dos controles gerenciais utilizados nas empresas franqueadas e independentes do segmento de cosméticos e perfumaria da cidade de Recife-PE, constando-se a inexistência de diferença significativa quanto ao uso da maioria dos controles entre as empresas da amostra, o que significa que a utilização de grande parte desses controles independe do perfil de propriedade de ativo da empresa (franquiada ou independente). Em busca de dar sequência a estudos dessa natureza, ou seja, que trate de práticas de controle financeiro, econômico e patrimonial em negócios informais, constituiu-se a presente pesquisa, a qual foi possível com o emprego da metodologia exposta a seguir.

3. METODOLOGIA

A tipologia de pesquisa refere-se a uma etapa metodológica que visa estabelecer os limites de toda a investigação científica. Quanto à natureza dos dados, está pesquisa se enquadra como quantitativa, tendo em vista que foi utilizado um questionário com perguntas fechadas que foram tratados por meio da estatística descritiva. Quanto à natureza dos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, enquadramento que exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. O levantamento, mais conhecido como *survey* foi o método usado como procedimento de coleta de dados.

A empresa que passou pelo processo de coleta de dados, trata-se de um empreendimento brasileiro do segmento de revenda de confecção e atua no mercado brasileiro desde 1995. Inicialmente investiu no segmento *sportwear*, mas seguiu acompanhando as mudanças de mercado e ao final dos anos 90 redefine seu foco, passando a trabalhar e confeccionar jeans, especializando-se principalmente em calças. A empresa trabalha através de parcerias com as consultoras de moda de todo o Brasil, que revendem sua confecção para o cliente final, trabalhando por meio de venda direta, e conta atualmente com 41 estabelecimentos, entre lojas próprias, franqueados e pontos autorizados de distribuição. Além disso, possui capacidade para atender a milhares de revendedoras, que são consultoras da marca.

A pesquisa foi executada com a aplicação de um questionário a uma amostra de consultoras que possuem cadastro em uma das unidades de atacado da empresa. Como retorno, obteve-se uma taxa de 60 questionários válidos de uma loja que possui, até o presente momento (2018), 671 cadastros ativos, dado que corresponde às consultoras que realizaram compras dentro de um período de até 5 meses.

Para a construção do questionário utilizado nesta pesquisa, tomou-se como base a pesquisa de Lima *et al*. (2014) a qual buscou verificar como ocorria o controle patrimonial, financeiro e econômico dos artesãos do barro que expõe e vendem suas peças na feira de

artesanato no Alto do Moura na cidade de Caruaru. Levando em consideração que a pesquisa de Lima *et al.* (2014) trabalhou envolvendo artesanato, foi necessário adequar perguntas de seu questionário para que fosse possível abordar pontos importantes para entender se os consultores de moda, público-alvo desta investigação, realizavam as práticas de controle financeiro e patrimonial.

O questionário foi composto por dois blocos, sendo o primeiro responsável por abordar o perfil dos consultores que responderam ao questionário, e, o segundo bloco, foi direcionado a tratar do controle econômico-financeiro realizado pelos consultores, cujo resumo do questionário é apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Resumo do questionário aplicado

Perfil do consultor	Faixa etária dos consultores; Gênero dos consultores; Nível de escolaridade; Templo que realiza tal atividade; Se tal atividade é a principal fonte de renda.
Controle econômico-financeiro	Se compra a prazo; Se registra o que gasta com cada peça; Se sabe quando é necessário reabastecer o estoque; Se vende a prazo; Se acompanha os valores de vendas realizados; Se verifica qual a peça que mais vendeu; Renda da atividade de revenda; Se consegue pagar despesas familiares com o que recebe com a revenda; Como acompanha o retorno (em lucro) oriundo do negócio; Se pretende continuar com o negócio.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Para tabular os dados coletados por meio do questionário, utilizou-se como suporte a ferramenta *Microsoft Excel*, na qual, foi possível construir as tabelas que deram origem a discussão de resultados, sendo esses apresentados através da estatística descritiva. Após apresentar os aspectos metodológicos que viabilizaram a construção desta pesquisa, segue-se para os resultados encontrados, os quais são apresentados a seguir.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Inicialmente, apresenta-se a estatística descritiva do perfil dos consultores que participaram da pesquisa, cujos dados foram possíveis de serem coletados por meio do Bloco I do instrumento de coleta de dados. Sendo assim, expõe-se a Tabela 1, responsável por caracterizar a faixa etária dos consultores.

Tabela 1 - Faixa etária dos consultores

Faixa etária dos consultores	Frequência	Percentual
De 18 a 24 anos	3	5%
De 25 a 34 anos	8	13%
De 35 a 44 anos	23	38%
De 45 a 54 anos	16	27%
De 55 a 64 anos	9	15%
Acima de 65 anos	1	2%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Avaliando a Tabela 1, verifica-se que a maioria dos respondentes declarou pertencer à faixa etária dos 35 a 44 anos, a qual correspondeu a 38% da amostra. Em segundo lugar, ficou a faixa etária de 45 a 54 anos, com 27%, sendo a menor frequência de consultores com idades acima de 65 anos. Esses resultados são semelhantes à pesquisa de Lima *et al.* (2014), cuja predominância foi maior para respondentes que declararam ter entre 41 e 50 anos de idade (37%) e Miranda *et al.* (2011), com maior concentração de respondentes entre 35 e 45 anos. É possível sugerir que essa faixa-etária contemple pessoas um pouco mais maduras. Em relação ao gênero dos consultores, expõe-se a Tabela 2.

Tabela 2 - Gênero dos consultores

Gênero dos consultores	Frequência	Percentual
Feminino	55	92%
Masculino	5	8%
Outro	0	0%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Analisando a Tabela 2, verifica-se que a maioria dos respondentes declarou ser do sexo feminino, a qual correspondeu a 92% da amostra e somente 8% declarou pertencer ao gênero masculino. Esse achado é semelhante ao da pesquisa de Miranda *et al.* (2011) na qual a predominância para o público feminino foi de 91% dos respondentes, divergindo assim, na pesquisa de Lima *et al.* (2014), que a maior parte dos respondentes identificou-se como sendo do gênero masculino (59%) e de Falcão *et al.* (2017) que manteve um equilíbrio entre o público masculino (52,11%) e feminino (47,89%). Em relação ao nível de escolaridade, observa-se a Tabela 3.

Tabela 3 - Nível de escolaridade

Nível de escolaridade	Frequência	Percentual
Analfabeto	0	0%
Ensino fundamental completo	7	12%
Ensino fundamental incompleto	0	0%
Ensino médio completo	28	47%
Ensino médio incompleto	3	5%
Ensino superior completo	11	18%
Ensino superior incompleto	7	12%
Especialização	4	7%
Mestrado	0	0%
Doutorado	0	0%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

A Tabela 3 constata que 47% dos respondentes declarou possuir o ensino médio completo. Em segundo lugar ficou o nível de escolaridade de ensino superior completo com 18%. Por outro lado, as opções de nível de escolaridade analfabeto, ensino fundamental incompleto, mestrado e doutorado não foram declarados por nenhum dos respondentes. Esses achados sugerem que talvez para se tornar um consultor de moda na referida empresa, seja necessário ter um conhecimento moderado acerca de algumas práticas, tais como financeiras, as quais podem ser aprendidas durante o ensino médio com a disciplina de matemática.

Nos estudos de Miranda *et al.* (2011) e Falcão *et al.* (2017) também foi possível observar a predominância maior de pessoas com ensino médio, algo que difere da pesquisa de Lima *et al.* (2014) tendo em vista que o maior público respondente da pesquisa declarou ter o ensino fundamental completo, tendo em vista que para ser artesões não é preciso ter um alto grau de escolaridade para optar por tal profissão. No que tange ao tempo de atividade como consultor, apresenta-se a Tabela 4.

Tabela 4 - Tempo de atividade como consultor

Tempo de atividade como consultor	Frequência	Percentual
De 1 a 12 meses	3	5%
De 13 meses a 2 anos	8	13%
De 2 a 5 anos	16	27%
De 5 a 10 anos	4	7%
De 10 a 15 anos	18	30%
De 15 a 20 anos	2	3%
Acima de 20 anos	9	15%

Total	60	100%
--------------	-----------	-------------

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Em observância à Tabela 4 é possível constatar que 30% dos consultores dessa empresa possui uma média de 10 a 15 anos de tempo de atividade como consultor. Em segundo lugar observa-se que 27% dos consultores atuam com a revenda de 2 a 5 anos sendo a menor frequência de respostas para consultores que possuem de 15 a 20 anos de atividade neste ramo.

Esse achado é semelhante à pesquisa de Miranda *et al.* (2011), pois a maioria dos entrevistados declarou ter suas barracas de tapiocas há mais de 15 anos. No entanto, é um pouco diferente da pesquisa de Lima *et al.* (2014), cuja maioria dos respondentes declarou ter experiência na atividade de artesanato entre 6 e 10 anos. Os resultados desta pesquisa e dos estudos de Miranda *et al.* (2011) e Lima *et al.* (2014) são bem distintos do que foi encontrado por Falcão *et al.* (2017), pois o tempo de existência dos negócios na feira investigada foi predominante ente 20 e 40 anos (50,7%). Sobre a atividade de revenda ser a principal ou não fonte de renda, construiu-se a Tabela 5.

Tabela 5 - A atividade de revenda de peças da empresa é sua principal fonte de renda?

A atividade de revenda de peças da empresa é a sua principal fonte de renda?	Frequência	Percentual
Principal fonte de renda	28	47%
Fonte complementar	32	53%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Analisando a Tabela 5, constatou-se que a maioria dos consultores tem a atividade de revenda de peças da empresa como fonte complementar de renda, o que correspondeu a 53% e que 47% desses consultores possuem a atividade como fonte principal de renda pessoal e familiar, podendo avaliar tal resultado como equilibrado. Esse achado foi diferente de Lima *et al.* (2011), pois 89% dos entrevistados declarou que a atividade artesã é sua principal fonte de renda.

Os achados apresentados até o presente momento foram voltados ao conteúdo evidenciado no Bloco I. Neste momento, passa-se a apresentar os resultados encontrados com os questionamentos que contemplarão o Bloco II, o qual visou tratar acerca do controle econômico-financeiro e patrimonial, cuja discussão inicia-se com a Tabela 6.

Tabela 6 - Você compra a prazo?

Você compra a prazo?	Frequência	Percentual
Sim	57	95%
Não	3	5%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Analisando a Tabela 6, constatou-se que 95% dos consultores realizam compras a prazo e somente 5% responderam que não optam por essa forma de pagamento. Esse resultado indica que possivelmente os consultores adquirem as peças para revenda sem ter o recurso financeiro em espécie no momento, e, optam por efetuar a compra a prazo, realizar a revenda da peça e com o retorno que obtêm, pagar o que ficaram devendo à fornecedora.

Talvez, numa avaliação inicial seja possível afirmar que essa não seria a forma mais ideal de adquirir estoque, pelo fato do consultor ficar devendo à fornecedora e correndo o risco de não vender as peças adquiridas. Porém, deve ser analisado se o consultor teria mais custos financeiros (taxa de juros) caso adquira essas peças a prazo, partindo do pressuposto de que os juros se tratam do “valor do dinheiro no tempo”, ou seja, normalmente para se pagar algo no futuro, o custo desse dinheiro ao decorrer desse prazo, vai impactar o valor montante no final. Em outras, palavras, o valor final seja modificado, será maior (GITMAN, 2010).

Uma vez não havendo esse custo adicional, não haveria problema em efetuar tal aquisição para pagamento futuro, mesmo tendo o recurso em espécie, pois esse dinheiro pode ser empregado em outros investimentos, aumentando assim, seus rendimentos.

Uma vez o consultor optando por adquirir as peças de mercadorias para pagamento a prazo com a intenção de vendê-las, e, quando receber de seus clientes, quitar a dívida com a fornecedora, é possível utilizar algumas ferramentas de gestão financeira, mais precisamente, realizar o cálculo de índices de atividades, também conhecidos como índices de prazos médios. De acordo com Matarazzo (2010) esses indicadores buscam verificar o tempo médio para recebimento de clientes, bem como o prazo médio para repor o estoque e prazo médio para pagamento a fornecedor.

Para complementar a análise de formas de quitação de estoques, realizou-se uma análise para verificar quais os tipos de compras a prazos são efetuadas pelos consultores, resultando assim, na Tabela 7.

Tabela 7 - Tipos de compras a prazo

Formas de compras a prazo	Frequência	Percentual
Cartão de crédito	33	58%
Cheque	6	11%
Duplicatas	1	2%
Cartão de crédito + Cheque	9	16%
Cartão de crédito + Duplicatas	2	4%
Cheque + Duplicatas	1	2%
Cartão de crédito + Cheque + Duplicatas	5	9%
Total	57	100%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Em observância à Tabela 7, foi apurado que 58% dos respondentes utilizam como forma de pagamento a prazo o cartão de crédito, seguido do cartão de crédito juntamente o uso de cheques (16%). As menores frequências estão nas opções de utilização de duplicatas (2%) e cheques mais duplicatas que resultaram (também 2%).

Tratando-se ainda do questionamento acerca das compras a prazo, para os respondentes que afirmaram não utilizar esse formato de pagamento, apresentaram alguns argumentos. Um respondente afirmou que prefere realizar suas compras a vista para receber desconto que são fornecidos pela empresa para pagamentos realizados em espécie. Observou-se também que outro respondente declarou não comprar a prazo, pois prefere não acumular dívida, neste caso, este consultor prefere sempre realizar seus pagamentos de forma instantânea, evitando assim o acúmulo de valores em parcelas de pagamentos a prazo. Para àqueles que responderam efetuar compras de estoque para pagamento posterior, questionou-se como é feito o acompanhamento dessas dívidas, cujos resultados são expressos na Tabela 8.

Tabela 8 - Acompanhamento das dívidas com a fornecedora

Caso você tenha respondido que sim na questão anterior, como você acompanha suas dívidas com a fornecedora?	Frequência	Percentual
De cabeça	2	3%
Em caderneta	48	75%
Computador	9	14%
Não faço	3	5%
Outros	2	3%
Total	64	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Analisando a Tabela 8, constatou-se que em 75% dos consultores que responderam “sim” na questão anterior registram suas dívidas junto à fornecedora em caderneta, seguido

por 14% que realizam tal acompanhamento registrando no computador. Nesse quesito observa-se que 4 respondentes realizam mais de uma forma de acompanhamento, e, em análise dos questionários foi possível constatar que utilizam a caderneta para anotar suas dívidas de forma imediata e posteriormente, as transcreve em algum programa de computador. Em seguida, questionou-se como são registrados os gastos incorridos para cada peça de mercadoria, acho que é evidenciado na Tabela 9.

Tabela 9 - Como você registra o que gasta em cada peça?

Como você registra o que gasta em cada peça?	Frequência	Percentual
De cabeça	13	20%
Em caderneta	40	63%
Computador	10	16%
Não faço	0	0%
Outros	1	2%
Total	64	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Com a Tabela 9 é possível constatar que 63% dos consultores realizam o registro de gasto com cada peça que compra para revender em caderneta, assim como no quesito sobre o registro das dívidas. Em segundo lugar vêm os consultores que alegam que esse registro é feito somente de cabeça (20%), e, em terceiro lugar, com 16%, estão os consultores que realizam o registro em computador.

Neste quesito observa-se que 3 consultores realizam mais de uma forma de registrar o gasto com cada peça adquirida, são estes os consultores que realizam registro em caderneta e posteriormente passam as informações também para algum programa de computador. Analisando os questionários respondidos também foi possível constatar que um respondente registra o gasto com as peças “de cabeça”, e, posteriormente, registra em caderneta. Esse achado foi o inverso na pesquisa de Lima *et al.* (2014), tendo em vista que a maioria dos registros dessa natureza são realizados de cabeça, pelos artesãos que responderam ao questionário. No que tange ao acompanhamento do tempo de reabastecimento de estoque, apresenta-se a Tabela 10.

Tabela 10 - Como você sabe que é necessário reabastecer o estoque de mercadorias para revenda?

Como você sabe que é necessário reabastecer o estoque de mercadorias para revenda?	Frequência	Percentual
Apenas com os olhos	18	30%
Não sabe explicar	2	3%
Acompanhamento de vendas	34	57%
Semanalmente	2	3%
Outros	4	7%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Com a Tabela 10, constatou-se que 57% dos consultores declararam que tomam conhecimento da necessidade de reabastecer o estoque de mercadorias utilizando acompanhamento de vendas. Em sequência esse acompanhamento é feito apenas com os olhos (30%). Observou-se que 4 (quatro) dos respondentes escolheram a opção “Outros”, e especificaram que não trabalham com estoque, mas somente com encomendas. Na pesquisa de Lima *et al.* (2014) constatou-se que o controle de estoque ocorre semanalmente (66,7%) e na de Miranda *et al.* (2011) controlam apenas com os olhos (46,88%). Quanto à forma de venda que os consultores efetuam aos seus clientes, tem-se a Tabela 11.

Tabela 11 - Você vende a prazo?

Você vende a prazo?	Frequência	Percentual
---------------------	------------	------------

Não	4	7%
Sim	56	93%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

A Tabela 11 indica que 93% dos consultores realizam suas vendas a prazo, o que corrobora com a pesquisa de Lima *et al.* (2014), na qual, 66,7% respondentes declararam que vendem a prazo. Complementarmente, realizou-se uma análise para verificar como os consultores acompanham os valores das vendas que realizam, sejam elas tendo sido feitas a vista ou a prazo, resultando assim, na Tabela 12.

Tabela 12 - Como você acompanha os valores?

Como você acompanha os valores das vendas realizadas sejam elas a vista ou à prazo?	Frequência	Percentual
De cabeça	3	5%
Em caderneta	52	79%
Computador	11	17%
Não faço	0	0%
Outros	0	0%
Total	66	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Analisando a Tabela 12, constatou-se que dos consultores que responderam ao questionário, 79% declarou que acompanha os valores obtidos com as vendas realizadas anotando em caderneta (79%), e, em segundo lugar, no computador (17%). Pode-se constatar também que nesta questão, 6 (seis) consultores realizam registro de acompanhamento de venda em caderneta e computador, respectivamente, portanto, utilizam as duas ferramentas. Esse achado foi diferente no caso da pesquisa de Lima *et al.* (2014), pois a maioria dos artesãos acompanham as contas a receber de cabeça mesmo (55,6%), mas foi muito próximo ao resultado de Miranda *et al.* (2011), tendo em vista que 50% das tapioqueiras entrevistadas, fazem o controle de contas no “caderninho de anotações. Em relação à renda que os consultores obtêm com tal atividade, apresenta-se a Tabela 13.

Tabela 13 - Qual a renda da revenda por mês?

Qual a renda de toda a sua atividade de revenda por mês?	Frequência	Percentual
Até um salário mínimo	13	22%
Até 2 salários mínimos	26	43%
Até 3 salários mínimos	16	27%
Até 4 salários mínimos	3	5%
Acima de 5 salários mínimos	2	3%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

A Tabela 13 corresponde ao levantamento da renda obtida com a atividade de revenda, levando em consideração o mês. Analisando-a, constatou-se que 43% dos respondentes afirmaram que recebem até dois salários mínimos com a revenda de confecção. Em segundo lugar, 27% alegaram receber com a atividade até três salários mínimos dentro de um mês. Apenas 3% dos consultores afirmam que recebem mais de cinco salários mínimos com a revenda de peças de confecções. Possivelmente, esses 3% têm a atividade de revenda como a principal fonte de renda.

Tabela 14 - Você consegue pagar as despesas familiares somente com a revenda?

O que você ganha na sua atividade de revenda, você consegue pagar suas despesas familiares?	Frequência	Percentual
Sim, com sobra	13	22%

Sim, somente	19	32%
Não, preciso recorrer a empréstimos	1	2%
Não, tenho outra renda	27	45%
Outros	0	0%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Analisando a Tabela 14, verificou-se que 45% dos respondentes afirmaram que a renda da atividade de revenda não é suficiente para pagar as despesas familiares e que possuem outra renda, 32% dos respondentes alegaram que a renda é suficiente para cobrir as despesas da família. Um achado que vale ser destacado é que 22% dos entrevistados alegaram que o que apuram com a revenda é possível suprir as despesas familiares e ainda sobrar recurso no orçamento. Somente 2% dos respondentes necessitam recorrer a empréstimos para custear as despesas de sua família. Na pesquisa de Lima *et al.* (2014) a maior parte dos artesãos entrevistados afirmaram que essa é sua principal fonte de renda (89%) e que o faturamento que obtém supre as despesas familiares e ainda com sobra (48,1%). Em busca de identificar como os consultores acompanham o lucro que obtém com a revenda, apresenta-se a Tabela 15.

Tabela 15 - Caso tenha respondido sim anteriormente, como acompanha o lucro de seu negócio?

Caso você tenha respondido sim na questão anterior, como você acompanha o retorno do negócio (lucro)?	Frequência	Percentual
Contagem diária de caixa	5	11%
Contagem semanal de caixa	6	14%
Contagem mensal de caixa	29	66%
Não controlo	2	5%
Outros	1	5%
Total	43	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Analisando a Tabela 15, constatou-se que somente 43 (quarenta e três) dos 60 respondentes do questionário aplicado responderam a pergunta anterior. Sendo assim, desse grupo de consultores, 66% acompanha o retorno do negócio com contagem mensal de caixa, 14% realizam essa contagem semanal, e, 11% optam por realizar o acompanhamento do lucro com a contagem diária de caixa. Destaca-se que 5% não controla esse retorno e os outros 5% escolheu opção “Outros”, especificando que realiza o acompanhamento por meio de uma planilha. Após responder aos questionamentos referentes às práticas financeira, econômicas e patrimoniais executadas pelos consultores, os mesmos foram questionados se pretendem continuar trabalhando com a referida atividade, cujo acompanhamento é retratado na Tabela 16.

Tabela 16 - Você pretende continuar no negócio?

Pretende continuar no negócio?	Frequência	Percentual
Sim, estou satisfeito	26	43%
Sim, pretendo continuar investindo na revenda.	32	53%
Sim, estou repassando meu conhecimento para parentes.	1	2%
Não, estou procurando outra profissão.	0	0%
Não, já tenho outra renda	1	2%
Total	60	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019).

Na Tabela 16 é possível verificar que a maioria dos respondentes alega que pretende continuar investindo na revenda de peças de confecção, tendo em vista estar satisfeito (93%). Observou-se também que 2% desses consultores relataram que estão repassando seus conhecimentos e contatos de revenda para parentes e outros, para que adentrem nessa atividade, e, 2% dos consultores já possuem outra renda, o que significa dizer que não pretendem continuar no negócio. Esse resultado coincidiu com a pesquisa de Lima *et al.*

(2014), tendo em vista que 59% dos respondentes afirmaram estar satisfeitos com os resultados que vêm obtendo com a atividade de artesão e pretendem continuar com a profissão.

Como se viu, os resultados evidenciados neste estudo mostrou que os consultores efetuam registros simples, seja das suas obrigações (dívidas com a fornecedora), dos valores a receber em decorrência das vendas (principalmente, as vendas a prazo) e do controle de seus estoques (período de reposição), algo que diverge do que é praticado por gestores de empresas que maior porte, assim como apontado por Miranda *et al.* (2011). Após a exposição dos resultados desta pesquisa, segue-se para os aspectos conclusivos, os quais são retratados a seguir.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho buscou identificar as práticas de controle econômico-financeiro e patrimonial executadas pelos Consultores de Moda de uma empresa brasileira do segmento de vestuário. Para tanto, realizou-se uma pesquisa quantitativa e descritiva com a aplicação de 60 (sessenta) questionários, cujos resultados foram tabulados e analisados a partir dos gráficos gerados com a ferramenta *Microsoft Excel*.

Em resposta ao questionamento proposto nos elementos introdutórios, constatou-se que a simplicidade dos registros patrimoniais supre a necessidade que os consultores têm no dia a dia em função de que estão em constante locomoção, não possuindo meio de realizar os registros de forma imediata, por isso, acabam fazendo seus principais registros em cadernetas e às vezes, apenas na memória. Vale ressaltar também que essa limitação também decorre da carência de conhecimento para a aplicação de técnicas de controle que sejam mais eficazes ou mais robustas.

Esta pesquisa serviu para constatar a ausência de estudos voltados ao acompanhamento da aplicação de práticas de controle econômico-financeiro e patrimonial no segmento de revenda de confecção de roupas, deixando uma brecha para que as mesmas sejam desenvolvidas em prol de contribuir com orientações para revendedores no que tange ao que vendem, compram, recebem e pagam, sendo esses acompanhamentos algo que deve ser considerado um exercício importante para que tais consultores consigam identificar se estão obtendo retorno positivo ou não com tal atividade.

Diante do exposto, este estudo contribui com informações construtivas para os consultores e revendedores de mercadorias de venda direta. Como base nos resultados encontrados, a empresa poderá construir um projeto que vise incluir em seus encontros de moda, uma sessão para discutir práticas de controle econômico-financeiro e patrimonial em forma de treinamentos, com o intuito de que esses consultores executem da melhor forma possível uma gestão administrativa do negócio de revenda.

O estudo também contribui como uma proposta da empresa criar um aplicativo que possa ajudar aos seus consultores fazer o controle de suas vendas, ferramenta essa que possa gerar relatórios simples, tais como a quantidade de peças em estoque, o volume de vendas por peça e faturamento geral, pois, uma ferramenta dessa natureza, se alinhada com o sistema da empresa, pode servir como caráter de gestão, tendo em vista que a empresa pode verificar as peças que mais são demandadas e o período em que o volume de vendas aumenta.

Destaca-se que este estudo se limita, primeiramente, em relação à quantidade de questionários, cuja taxa de retorno correspondeu a 9% da população de consultores da empresa em destaque. Outra limitação é a questão da própria empresa que foi apenas uma das que trabalha com esse tipo de negócio. Como pesquisa futura, sugere-se que mais estudos sobre controle financeiro, econômico e patrimonial seja realizados em atividades consideradas como “informais”, tais como em feiras dos mais variados tipos de produtos, pois estudos

dessa natureza, podem trazer resultados que ajudem a criar projetos de educação financeira para pequenos negócios ou negócios informais.

REFERÊNCIAS

FALCÃO, G. Q. *et al.* Planejamento e controle financeiro na Feira de Artesanato de Caruaru-PE. **Management Control Review**, 2(2), 18-33, 2017.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GUERREIRO, R. Um modelo de sistema de informação contábil para mensuração do desempenho econômico das atividades empresariais. **Caderno de estudos Fipecaf/FEA-USP**, n. 4, p. 1-19, 1992.

IUDÍCIBUS, S.; MARION, J. C. **Introdução à Teoria da Contabilidade para o nível de graduação**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LIMA, L. R. *et al.* A arte do barro: um estudo sobre a perspectiva do conhecimento empírico para o controle patrimonial em Caruaru – Pernambuco. **Registro Contábil**, v. 5, n. 4, p. 111-129, 2014.

MARION, J. C. **Introdução à Contabilidade com Ênfase em Teoria**. São Paulo: Alínea, 2009.

MARTINS, M. F. O. Um passeio na contabilidade, da Pré-história ao Novo Milênio. **Adcontar**, v. 2, n. 1, p. 7-10, 2001.

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MIRANDA, L. B. S. *et al.* Ferramentas administrativas utilizadas nas micro e pequenas empresas: uma análise realizada no Centro Comercial da cidade de Viçosa-MG. **Revista Conbrad**, v. 1, n. 2, p. 39-52, 2016.

MIRANDA, L. C. *et al.* Da Mesopotâmia às tapioqueiras de Olinda o pensamento contábil se revela. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 5, n. 3, p. 24-47, 2011.

MOURA, M. F.; PEREIRA, N. A.; RECAH, I. J. Análise quanto ao uso de ferramentas e informações gerenciais pelos produtores de gado de corte. **Revista Evidenciação Contábil & Finanças**, 4(3), p. 72-88.

NERI, M. Negócios nanicos: problemas e percepções. **Conjuntura Econômica**, p. 40-41, setembro de 2005.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PADOVEZE, C. L. **Controladoria Básica**. 3ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2a ed. Novo Hamburgo: Universiade Freevale, 2013.

SÁ, A. L. **Teoria da contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SCHMIDT, P.; SANTOS, J. L. Identificação e descrição das primeiras ferramentas de controle contábil através da ciberarqueologia. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 13, n. 1, p. 1-25, 2018.

SILVA, I. J. D. V.; LUCENA, W. G. L. Tomada de decisão: um estudo sobre a utilização de artefatos gerenciais pelas empresas da grande João Pessoa (PB). **Revista Mineira de Contabilidade**, v. 17, n. 1, p. 50-61, 2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

YIN, R. k. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
VIEIRA, E. M. M. *et al.* Práticas de controles gerenciais: um estudo comparativo entre empresas franqueadas e independentes do setor de cosméticos e perfumaria da cidade de Recife/PE. **Anais do XII Congresso UFPE de Ciências Contábeis**, 2018.