

RELAÇÃO ENTRE SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS E FATORES CONTINGENCIAIS NO ÂMBITO DA INDÚSTRIA TÊXTIL DO ESTADO DE PERNAMBUCO

Rinaldjo da Silva Cabral Aguiar

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

E-mail: cabralrinaldjo04@gmail.com

Pablo Henrique de Sales Silva

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

E-mail: sales.pablosilva@gmail.com

Alessandra Carla Ceolin

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

E-mail: alessandra.ceolin@ufrpe.br

Linha Temática: Controladoria no Setor Privado

RESUMO

O estudo objetiva investigar as relações entre os fatores contingenciais (FC) e os sistemas de informações gerenciais (SIG) no âmbito da indústria têxtil e de confecções de Pernambuco. Trata-se de uma pesquisa caracterizada como exploratória e descritiva, com uma abordagem quantitativa, sendo operacionalizada por meio da aplicação de questionários (*survey*). O questionário foi enviado aos proprietários das 47 indústrias cadastradas na Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (FIEPE), e foram obtidas 32 respostas. Os resultados indicaram que o fator ambiente influencia principalmente na competição para a captação de consumidores e de profissionais mais qualificados; o fator tecnologia apresenta maior influência no controle de compras e vendas e na utilização do SIG para controle de fornecedores a pagar; o fator estrutura evidenciou maior influência no desenvolvimento de novos produtos e na utilização do SIG para controle das atividades executadas; o fator estratégia possui maior influência no suporte ao cliente do produto e na ênfase pela busca da alta qualidade do produto maior do que a concorrência; e o fator porte apresentou maior influência na verificação da faixa de faturamento bruto mensal e anual da empresa e na utilização do SIG para controle do número de funcionários da empresa. Como contribuições, entende-se que a pesquisa tenha proporcionado a realização de um diagnóstico amplo sobre a percepção dos profissionais que atuam no âmbito da indústria têxtil do estado de Pernambuco quanto aos SIG que eles fazem/fizeram uso e quanto as influências sofridas pelo setor através dos fatores contingenciais.

Palavras-Chave: Sistema de Informações Gerenciais. Indústria Têxtil. Fatores de Contingência.

1. INTRODUÇÃO

Considerando a globalização e as inúmeras transformações que vem ocorrendo na estrutura mundial, as empresas estão sempre em busca de meios e estratégias para melhorar sua competitividade e manter sua posição de mercado nos âmbitos social, econômico, tecnológico e organizacional. Dessa maneira, as organizações devem ter a capacidade de modificar rapidamente suas operações e conceitos de produção, principalmente para usar a flexibilidade de redução de custos, métodos de produção e serviço, a fim de sobreviver neste ambiente competitivo e crescer no que for possível (MARTINS et al., 2012).

As transformações que têm ocorrido nas organizações, juntamente com as novas demandas de mercado e com a competitividade, passaram a exigir mais informações das empresas para controlar os processos de produção e tomar decisões a nível estratégico e operacional (MARTINS et al., 2012). Nesse contexto de globalização e transformações emergentes, surgem os Sistemas de Informação (SI), os quais vêm se tornando essenciais para as organizações, uma vez que possibilitam aos gestores mais segurança e assertividade na tomada de decisão (Serafim, 2020).

Os Sistemas de Informações Gerenciais (SIG), por exemplo, são constituídos não só de elementos pertencentes às Tecnologias da Informação (TI), mas também por pessoas que desenvolvem os procedimentos adotados na coleta dos dados, na sua transformação e disponibilização de informações, auxiliando os gestores na escolha da melhor decisão e gestão das estratégias organizacionais (PORTO; BANDEIRA, 2006).

Por outro lado, a teoria da contingência procura explicar o processo de mudança no ambiente organizacional, bem como, a relação entre fatores ambientais e suas mudanças. Essa teoria fornece subsídios que possibilitam um melhor entendimento acerca de fatores que levaram uma organização a reagir às mudanças do ambiente, adotar um determinado sistema de gestão, ou até mesmo as razões que a levaram ao desuso do mesmo (BRANDT, 2010). A abordagem contingencial destaca a informação como uma solicitação organizacional, mas a ênfase está na relevância de compreender o contexto em que a organização está inserida, para que se alcance a forma mais adequada de inteirar-se sobre a entidade (SILVA, 2007).

Apoiando-se nesses contextos, o setor têxtil de Pernambuco foi propositalmente selecionado para a aplicação da pesquisa, por possuir considerável importância dentro da economia regional como forte gerador de empregos (SOUZA; SILVA, 2014) e por destacar-se mundialmente pelos métodos profissionais e técnicas utilizadas no setor (SEBRAE, 2010).

Diante do exposto, conhecer as relações entre os SIG e fatores contingenciais (FC) no âmbito da indústria têxtil do estado de Pernambuco pode auxiliar os gestores a ter uma concepção mais ampla das entidades, já que as informações geradas pelos SIG permitem o monitoramento das ações organizacionais, bem como a integração dos diferentes níveis decisórios, além de facilitar o compartilhamento de informações e a otimização desempenho organizacional (PORTO; BANDEIRA, 2006), enquanto a abordagem contingencial ajuda na consciência das características ambientais e organizacionais e o quanto essas informações estão associadas aos resultados e projeção das atividades da entidade numa conjuntura ampla.

A motivação em realizar essa pesquisa embasa-se na busca por aspectos que relacionem os sistemas de informações gerenciais e os fatores contingenciais das indústrias têxtil do estado de Pernambuco. Por esse motivo, os argumentos que alicerçam as justificativas para que a pesquisa se mostre significativa partem das afirmações que exprimem a importância dos temas citados para as entidades e da importância social que a atividade industrial possui para economia da região.

Com isso, a indagação que norteia esse estudo é: de que maneira os fatores contingenciais se relacionam com os sistemas de informações gerenciais no contexto da

indústria têxtil? Com isso, objetiva-se investigar as relações entre os FC e os SIG no âmbito da indústria têxtil do estado de Pernambuco.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Sistemas de Informações Gerenciais

O SIG é a combinação de um trabalho teórico da ciência da administração e da pesquisa operacional com uma orientação prática para o desenvolvimento de soluções para problemas do mundo real e gerenciamento de recursos da tecnologia da informação. O SIG é o sistema que transforma dados em informações e, posteriormente, em conhecimento (MARTINS *et al.*, 2012).

Para Rosini e Palmisano (2012), o SIG é aquele capaz de servir de suporte em nível gerencial da empresa, visto que seus resultados servirão de base fundamental para os gestores, tendo como foco o planejamento, controle e a própria tomada de decisão. Conforme O'Brien (2010), as informações fornecidas pelos sistemas de informação gerencial, geradas na forma de relatórios e demonstrativos contábeis.

Silveira *et al.* (2013, p. 2) definem SI como sendo o “processo de transformação de dados em informações relevantes, que auxilia gestores a tomar decisões mais acertadas e a realizar o controle geral do órgão de uma forma mais eficiente”. Uma síntese dos conceitos sobre SIG é demonstrada no quadro 1.

Quadro 1: Definições e comentários sobre SIG

Autor	Definições de SIG
Millet (1992)	São sistemas pouco flexíveis e adaptáveis, que fornecem aos gerentes informações agregadas, a partir de dados normalmente armazenados em bancos de dados operacionais.
Cruz (2000)	“Sistemas de Informações Gerenciais são voltados para a coleta, armazenamento, recuperação e processamento de informação que é usada ou desejada por um ou mais executivos no desempenho de suas atividades”.
Oliveira (2002)	Processo de transformação de dados em informações que são utilizadas na estrutura decisória da empresa, proporcionando, ainda, a sustentação administrativa para otimizar os resultados esperados.
Bazzotti; Garcia (2006, p. 16)	“possibilita fazer um acompanhamento das rotinas econômico-financeiras, proporcionando um panorama seguro da organização e uma melhor alocação de investimentos, constituindo um grande diferencial para a empresa”.
Rosini; Palmisano (2006, p. 3)	Um conjunto de elementos interdependentes em interação, visando atingir um objetivo comum.
Monaco; Redmon (2012)	Sistemas de Informações Gerenciais propiciam evidências técnicas que permitem ao gestor conhecer melhor uma realidade que lhe oportuniza a correção de fatos desagradáveis, tais como a proteção aos colaboradores.
Silveira <i>et al.</i> (2013, p. 2)	“processo de transformação de dados em informações relevantes, que auxilia gestores a tomar decisões mais acertadas e a realizar o controle geral do órgão de uma forma mais eficiente”.
Castro; Pereira; Bezerra (2019, p. 49)	“geralmente dá suporte às empresas em suas transações, constituindo um banco de dados (geralmente quantitativo) capaz de resumir as informações que poderão, assim, ser interpretadas para serem utilizadas nas decisões internas de uma dada empresa”.

Fonte: Elaboração própria (2023).

Como aponta O'Brien (2010), um SIG gera produtos de informações que apoiam muitas das necessidades de tomadas de decisão da administração. A implantação do SIG em uma organização,

não possibilita somente a informação ao suporte para a tomada de decisão, mas também respostas às operações diárias, agregando, assim, valores aos processos da organização (MARTINS et al., 2012).

2.2. Fatores de Contingência – FC

A abordagem contingencial tem elementos que subsidiam argumentos consistentes para viabilizar uma melhor compreensão dos motivos que levam determinadas empresas a reagir ao ambiente, implementar sistemas gerenciais ou mesmo abandoná-los (Guerreiro, Pereira, & Rezende, 2008). Os FC podem ser entendidos como elementos que influenciam a organização em variados níveis, de forma interna ou externa, tais como aspectos do ambiente, cultura, estratégia, dentre outros (DUTRA, 2014).

2.2.1. Fator Ambiente

O ambiente é considerado um fator de contingência externo à organização. Na medida em que o ambiente sofre mudanças, influencia o quadro interno das organizações, assim as empresas precisam explorar esse ambiente para reduzir a incerteza (BUEREN; FIORENTIN, 2014). Para Leite, Diehl e Manvailier (2015), o termo ambiente é utilizado para descrever as diversas características do ambiente organizacional que influenciam o seu sistema de controle gerencial. O ambiente se refere aos atributos como concorrência intensa de preços dos rivais existentes ou potenciais e mudanças na disponibilidade de materiais (CHENHALL, 2007).

Segundo Teixeira (2011), em uma organização, o ambiente é representado pelo conjunto de forças, ou variáveis externas que, de algum modo afetam o seu desempenho. Souza et al. (2013) argumentaram que o ambiente é a análise do qual a empresa está inserida, interconexões entre os vários elementos do ambiente, impacto das mudanças do mercado e concorrência. O aspecto mais amplamente pesquisado do meio ambiente é a incerteza e que a variável mais comumente utilizada é uma medida da incerteza ambiental percebida (OTLEY, 2016).

2.2.2. Fator Tecnologia

De forma geral, Chenhall (2003) argumenta que a tecnologia se refere-se a como os processos de trabalho das organizações funcionam (transformar entradas em saídas) e inclui hardware, materiais, pessoas, software e conhecimento. Para Espejo (2008), o fator tecnologia enfatiza a importância em avaliar as tecnologias da informação existentes na organização, bem como aquelas que podem ser aplicadas para monitoramento de produtos ou serviços. A tecnologia no campo de gerenciamento de informações pode ser útil para minimização de incertezas e tomada de decisões.

Dentro das organizações à análise da tecnologia, segundo Fagundes et al. (2011) se destaca na medida em que as atividades são segregadas e altamente específicas, e a variabilidade refere-se ao número de casos excepcionais, imprevisíveis que possam acontecer e à extensão em que tais problemas são conhecidos. A tecnologia, conforme Stewart (2010), define como o trabalho da organização é realizado, bem como as formas de comunicação e interação entre os membros da organização.

2.2.3. Fator Estrutura

De acordo com Chenhall (2007),

estrutura organizacional é a especificação formal de diferentes papéis para os membros da organização, ou tarefas para os grupos, para garantir que as atividades da organização sejam realizadas. Arranjos estruturais influenciam a eficiência do trabalho, a motivação das pessoas, informação, fluxos e sistemas de controle podem ajudar a moldar o futuro da organização (CHENHALL, 2007, p. 179).

Souza et al. (2013) argumentaram que o fator estrutura reflete a uma análise de qual é a estrutura da organização, objetivos que definem a estrutura, porte da empresa e incertezas que impactam na forma como a organização está estruturada. Para Donaldson e Joffe (2014), à medida que uma organização cresce, sua estrutura se torna mais complexa, sendo afetada de forma mais intensa

pela estratégia e pelo ambiente e, ao identificar e adequar os desajustes, seu desempenho tende a ser superior.

2.2.4. Fator Estratégia

Segundo Mintzberg *et al.* (2006), a estratégia vem sendo definida de diferentes maneiras. Os autores definem estratégia como plano, padrão, posição e perspectiva. Ainda, segundo os autores, a estratégia como plano caracteriza-se como um curso de ação conscientemente pretendido, estratégia padrão seria especificamente um padrão em uma corrente de ações, a estratégia como resposta potencialmente a tudo, refere-se a produtos, processos, clientes e cidadãos, responsabilidades sociais e interesses próprios, controle e cor.

Chenhall (2003, p. 150) salienta que:

[...] as organizações podem se posicionar em determinados ambientes. Assim, a atual gama de produtos é muito incerta, estratégia de produto em uma reformulação de mercado é mais previsível pode remover a pressão do ambiente, limitar, oportunidades potenciais e, portanto, requer que a organização examine suas atitudes para a troca entre o potencial de retorno, risco aceitável e incerteza (CHENHALL, 2003, p. 150).

Souza et al. (2013) argumentam que o fator estratégia reflete a uma análise da estratégia que está sendo adotada pela empresa, defesa do nicho de mercado, análise de novas ameaças e oportunidades e postura diante de um ambiente competitivo. Na concepção de Frezatti et al. (2009), as estratégias decorrem de uma análise integrada da entidade e correspondem a definir como os recursos serão alocados para atingir certo objetivo.

2.2.5. Fator Porte Organizacional

Segundo Chenhall (2007), existem várias maneiras de estimar o tamanho da empresa incluindo lucros, volume de vendas, ativos, valorização das ações e dos trabalhadores. Para Frezatti et al. (2009), as variáveis estudadas pelo fator porte correspondem a estrutura do setor, tamanho e configuração organizacional.

O porte é um fator que pode impactar na estrutura e nos mecanismos de controle das empresas. Outro ponto relacionado ao porte é que as empresas maiores possuem mais recursos do que as organizações menores para adoção de práticas mais sofisticadas (ABDEL-KADER; LUTHER, 2008).

O quadro 4 foi elaborado com base em Bueren e Fiorentin (2014), mostra os fatores contingenciais abordados na literatura, com as respectivas descrições.

Quadro 2: Fatores contingenciais

FATORES	DESCRIÇÃO	VARIÁVEIS
Ambiente	Ambiente refere-se a atributos específicos, tais como concorrência intensa de preços dos concorrentes existentes ou potenciais, ou probabilidade de uma mudança na disponibilidade de materiais (Chenhall, 2007, p.172).	<ul style="list-style-type: none"> a) Competição para a captação dos profissionais mais qualificados; b) Competição entre os concorrentes na captação dos consumidores; c) Competição quanto ao lançamento de novos produtos, com vistas a atingir um diferencial e assim chamar a atenção dos consumidores; d) Competição por compra de insumos/componentes; e) Tecnologia aplicada ao processo produtivo; f) Restrições legais, políticas e econômicas do setor; g) Gostos e preferências dos clientes do setor; h) O cenário econômico e social do qual a empresa faz parte muda ao longo do tempo.
	De forma geral, a tecnologia se	a) Comércio Eletrônico (página na internet que viabiliza

<p>Tecnologia</p>	<p>refere como os processos funcionam na organização (tarefas de maneira transformar entradas em saídas) e inclui hardware (tais como máquinas e ferramentas), materiais, pessoas, software e conhecimento (Chenhall, 2003). As inovações tecnológicas específicas de informação são utilizadas de várias maneiras em diferentes organizações, representam a utilização de inovações da tecnologia da informação em geral. Inclui intercâmbio eletrônico de dados, gestão da cadeia de abastecimento, armazenamento de dados de clientes ou de gestão de relacionamento contínuo (Hyvönen, 2007, p. 353).</p>	<p>comércio eletrônico dos seus produtos e serviços); b) Gerenciamento da relação com o cliente (CRM); c) Gerenciamento da cadeia de suprimentos; d) Armazenamento de dados; e) Troca de dados de forma eletrônica; f) Softwares integrados entre áreas funcionais da empresa; g) Gerenciamento da qualidade total (TQM); h) Processos internos realizados na empresa com base em procedimentos padronizados; i) SIG que auxiliam na tomada decisões e controle das vendas e gastos, são utilizados pela empresa; j) Utilização do SIG para controle de compras e vendas; k) Utilização do SIG para controle de clientes a receber; l) Utilização do SIG para controle de fornecedores a pagar; m) Utilização do SIG para controle dos custos da empresa; n) Utilização do SIG para controle de estoque.</p>
<p>Estrutura</p>	<p>Estrutura organizacional é a especificação formal de diferentes papéis para os membros da organização, ou tarefas para os grupos, para garantir que as atividades da organização sejam realizadas. Arranjos estruturais influenciam a eficiência do trabalho, a motivação das pessoas, informação, fluxos e sistemas de controle podem ajudar a moldar o futuro da organização (Chenhall, 2007, p. 179).</p>	<p>a) Com relação ao desenvolvimento de novos produtos; b) Alocação orçamentária; c) Decisões de preços; d) Planejamento na tomada de decisões com base nas informações fornecidas pelo SIG; e) Importância do SIG para o bom andamento das atividades da empresa; f) Utilização do SIG para controle das atividades executadas.</p>
<p>Estratégia</p>	<p>Chenhall (2003, p. 150) salienta que [...] as organizações podem se posicionar em determinados ambientes. Assim, a atual gama de produtos é muito incerta, estratégia de produto em uma reformulação de mercado é mais previsível pode remover a pressão do ambiente, limitar, oportunidades potenciais e, portanto, requer que a organização examine suas atitudes para a troca entre o potencial de retorno, risco aceitável e incerteza.</p>	<p>a) Ênfase na busca da alta qualidade do produto, muito maior do que a concorrência; b) Oferecer suporte ao cliente do produto; c) Desenvolver características únicas do produto; d) Buscar uma imagem da marca com atributos superiores ao da concorrência; e) Investir em Pesquisa e Desenvolvimento muito mais que a concorrência; f) Possuir um preço de venda muito menor do que o da concorrência; g) Utilização do SIG para fidelizar/cadastrar clientes agregando a possibilidade de ganhar algo a mais além do produto.</p>
<p>Porte</p>	<p>De acordo com Chenhall (2007, p. 183), existem várias maneiras de estimar o tamanho da empresa incluindo lucros, volume de vendas, ativos, valorização das ações e dos trabalhadores.</p>	<p>a) Utilização do SIG para verificar a faixa de faturamento bruto mensal e anual da empresa; b) Utilização do SIG para controle do número de funcionários da empresa.</p>

Fonte: Adaptado de Bueren e Fiorentin (2014).

2.3. Relação da Abordagem Contingencial com o SIG

As mudanças que vêm ocorrendo no contexto social, os rápidos avanços tecnológicos, o aumento da globalização e o mercado extremamente competitivo geram incertezas nas decisões das organizações e podem afetar a sua sobrevivência. Em vista disso, a abordagem contingencial procura compreender e explicar como esses fatores podem influenciar no crescimento e sobrevivência das organizações de acordo com o ambiente em que estão inseridas (BUEREN; FIORENTIN, 2014).

No mundo contemporâneo, a teoria contingencial preceitua que a organização deve se moldar e adaptar-se à um ambiente mais instável sustentado por mudanças tecnológicas, inovadoras e de mercados diferenciados, com o intuito de minimizar os efeitos negativos e maximizar a estrutura da empresa a fim de obter maior grau de eficácia e competitividade (FERREIRA, 2016). No âmbito geral, o objetivo da teoria da contingência é encontrar a relação entre o desenvolvimento dos sistemas e as contingências específicas (MACOHON; SCARPIN; ZITTEI, 2015).

Desta maneira, pode-se indicar que quando uma entidade adota um SIG, a informação gerada proporciona benefícios, pois se a informação for inserida, codificada, processada e armazenada corretamente poderá servir de subsídio à confecção de relatórios destinados aos seus usuários (CASTRO; PEREIRA; BEZERRA, 2019).

Para Cunha e Leitão (2019), as organizações têm sido obrigadas a viabilizar rápidas e constantes adaptações na busca pela sobrevivência e continuidade operacional. Os autores destacam que a informação se torna “uma vantagem competitiva para as entidades, visto que, constantemente, os gestores devem tomar decisões mais próximas da assertividade, o que pode culminar, ou não, na longevidade dos negócios” (CUNHA; LEITÃO, 2019, p. 1).

O SIG é uma ferramenta relevante às empresas, contribuindo para a eficiência dos negócios, por meio do fornecimento de informações para subsidiar a tomada de decisão dos gestores (OLIVEIRA; HATAKEYAMA, 2012). A contingência, portanto, deve ser considerada em um contexto mais dinâmico do que antes, o que leva à necessidade de usar mais modelos baseados em processos que examinem os mecanismos de mudança e a implementação de formas modificadas de gerenciamento e controle (OTLEY, 2016).

3. METODOLOGIA

Em um contexto geral, a metodologia é a descrição do desenho da pesquisa, dos instrumentos utilizados, de como se deu a amostragem e a coleta dos dados, dentre outros (MARCONI; LAKATOS, 2021). O presente estudo se caracteriza como uma pesquisa exploratória e descritiva no que se refere aos seus objetivos, e do tipo quantitativa no que se refere a sua abordagem.

Sobre a pesquisa exploratória, pode-se entender que é aquela realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado (SILVA, 2017), proporcionando maior familiaridade com o problema (GIL, 2017). Já, uma pesquisa descritiva é aquela que têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis (GIL, 2017; SILVA, 2017).

Quanto à abordagem quantitativa, conforme Mattar (2013), ela busca a validação das hipóteses mediante a utilização de dados estruturados, estatísticos, com análise de muitos casos representativos, recomendando um curso final da ação. Prodanov e Freitas (2013) afirmam que este tipo de pesquisa permite que tudo possa ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las, por meio do uso de recursos e de técnicas estatísticas.

No tocante aos procedimentos técnicos, este estudo é operacionalizado pela aplicação de questionário do tipo levantamento (*survey*), construído com a ferramenta Google *Forms* e aplicado junto aos gestores e responsáveis das indústrias do setor no Estado de Pernambuco, selecionados por meio do sítio da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (FIEPE).

Do procedimento de consulta à FIEPE, foi possível evidenciar 47 empresas atuantes no ramo de fabricação de produtos têxteis e confecção de artigos de vestuário no Estado de Pernambuco, de onde obteve-se um número igual a 32 respostas, coletadas através do envio de e-mails, conversas no WhatsApp e visitas presenciais as empresas.

Para este estudo foram considerados três grupos de variáveis: (I) informações sobre o gestor; (II) informações sobre a empresa; e (III) percepção dos profissionais sobre o SIG e os fatores contingenciais: ambiente, estrutura, tecnologia, estratégia e porte. Este último grupo expõe uma série de afirmações elaboradas e adaptadas com base no trabalho de Bueren e Fiorentin (2014), que trata da influência de Fatores de Contingência nos Atributos do Sistema de Contabilidade Gerencial de empresas do setor têxtil do Estado do Rio Grande do Sul. Este bloco refere-se às características dos SIG das empresas participantes da pesquisa, sendo composto por fatores internos (estrutura, tecnologia, estratégia e porte) e externo (ambiente).

Ainda, o último bloco de questões está estruturado a partir da aplicação de afirmações desenvolvidas em modelo de Escala *Likert* de cinco pontos, que vai de discordo totalmente a concordo plenamente. Nesta etapa, os respondentes assinalaram as opções de acordo com o seu grau de concordância.

As respostas das questões abertas foram analisadas de forma conjunta por meio da tabulação em planilhas eletrônicas e estão disponíveis nos resultados a seguir.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Informações sobre os respondentes

A tabela 1 apresenta as informações sobre as características pessoais dos respondentes da pesquisa.

Tabela 1: Informações sobre os respondentes

Sexo/Gênero	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Masculino	17	53,1%
	32	100%
Idade/Faixa Etária	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Entre 36 e 55 anos	19	59,4%
Entre 26 e 35 anos	9	28,1%
	32	100%
Nível de Escolaridade	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Ensino Médio Completo	16	50%
	32	100%
Área de Formação Profissional	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Não tenho graduação	17	53,1%
	32	100%
Tempo de Atuação na Empresa	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Entre 6 e 10 anos	9	28,1%
Maior que 20 anos	9	28,1%
	32	100%
Cargo	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Diretor	17	53,1%
	32	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

O total de respondentes foi de 32 (68,1% da população) profissionais de diferentes localidades do estado de Pernambuco, dos quais 53,1% são do sexo masculino e os demais do sexo feminino, sendo que 59,4% fazem parte da faixa etária que está entre 36 e 55 anos e 28,1% da faixa entre 26 e 35 anos. Foi evidenciado que 50% dos respondentes tinham até o ensino médio completo e que 53,1% deles não possuíam nenhuma graduação ou outro nível superior. Os resultados evidenciaram também que 56,2% dos respondentes atuam dentro da atual empresa num período que vai de 6 a 20 anos e que 53,1% deles atuam no cargo de diretor da empresa.

Em seguida, o questionário base da pesquisa estruturada buscou caracterizar o perfil das empresas investigadas conforme demonstram as tabelas apresentadas logo após.

4.2. Informações sobre as empresas

Quanto às empresas, 59,4% delas já atuam no mercado a mais de 20 anos; 43,8% das investigadas são de pequeno porte, com faturamento de até R\$ 4,8 milhões e possuem até 20 funcionários; e 65,6% das empresas participantes possuem uma abrangência de mercado a nível nacional, conforme a tabela 2.

Tabela 2: Informações sobre as empresas

Porte da Empresa por Faturamento	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Microempresa (Menor ou igual a R\$ 360 mil)	12	37,5%
Pequena Empresa (Maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões)	14	43,8%
	32	100%
Tempo de Existência da Organização	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Acima de 20 anos	19	59,4%
	32	100%
Número de Funcionários	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Até 20 funcionários	14	43,8%
Acima de 20 e até 50 funcionários	11	34,4%
	32	100%
Abrangência de Mercado da Empresa	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Mercado Nacional	21	65,6%
	32	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Ainda sobre o perfil das empresas, os participantes foram questionados sobre quais Sistemas de Informação utilizam em sua atuação profissional. As respostas foram coletadas através de afirmações estruturadas pelo questionário de pesquisa, conforme demonstra a tabela 3.

Tabela 3: Sistemas de Informações Gerenciais nas empresas

Sistema de Informação Utilizado	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Utilizamos planilhas eletrônicas como nosso sistema de informação principal para tomada de decisão	7	21,9%
Foi comprado como sistema pronto (sem customização)	13	40,6%
	32	100%
Tempo que Utilizam o Sistema	Frequência	Frequência

	Absoluta	Relativa (%)
De 6 a 8 anos	12	37,5%
Acima de 8 anos	9	28,1%
	32	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Observa-se que 40,6% dos pesquisados utilizam um sistema pronto, adquirido sem a necessidade de customização. As empresas que utilizam sistemas de informações gerenciais somaram 78,2% dos pesquisados. Isto posto, mesmo com os inúmeros avanços tecnológicos e a grande diversidade de sistemas de gestão, pode-se observar que 21,9% das empresas participantes desta pesquisa ainda utilizam somente planilhas eletrônicas como meio de SI principal para auxílio nas tomadas de decisões gerenciais. Quanto ao tempo de utilização, 37,5% dos respondentes afirmaram que possuem SI para tomadas de decisões entre 6 e 8 anos e que outros 28,1% utilizam a mais de 8 anos.

4.3. Percepção dos Gestores sobre o SIG e os FC

Para mensurar a percepção dos respondentes sobre os principais Fatores de Contingência constantes no setor têxtil e de confecções do Estado de Pernambuco e suas relações com os sistemas de informações utilizados, foi aplicada a escala *Likert* de 5 pontos, com parâmetros que vão de 1 a 5, sendo: (1) discordo totalmente; (2) discordo; (3) nem discordo, nem concordo; (4) concordo; (5) concordo plenamente.

Para a realização desta etapa, foram utilizadas afirmativas a respeito dos Fatores Contingenciais: Ambiente Organizacional, Tecnologia, Estrutura, Estratégia e Porte Organizacional. Essas afirmativas estão expressas nos quadros a seguir e os resultados são evidenciados por meio de tabelas que demonstram a frequência de respostas em relação ao nível de concordância.

Inicialmente, as afirmativas para o FC Ambiente Organizacional são apresentadas no quadro 3.

Quadro 3: Afirmativas sobre o FC Ambiente Organizacional

Afirmativa	Descrição
A1	O Fator Ambiente influência na competição para a captação de profissionais mais qualificados.
A2	O Fator Ambiente influência na competição entre os concorrentes na captação dos consumidores.
A3	O Fator Ambiente influência na competição quanto ao lançamento de novos produtos, com vistas a atingir um diferencial e assim chamar a atenção dos consumidores.
A4	O Fator Ambiente influência na competição por insumos/componentes.
A5	O Fator Ambiente influência na Tecnologia aplicada ao processo produtivo.
A6	O Fator Ambiente influência nas Restrições legais, políticas e econômicas do setor.
A7	O Fator Ambiente influência nos gostos e preferências dos clientes do setor.
A8	O Fator Ambiente influência no cenário econômico e social do qual a empresa faz parte muda ao longo do tempo.

Fonte: Elaboração própria (2022).

Logo em seguida, a tabela 4 demonstra a frequência de respostas em relação ao grau de concordância indicada pelos respondentes para cada uma das afirmativas, demonstrando a percepção desses respondentes.

Verificou-se que 71,9% dos respondentes estão de acordo com a afirmativas A1 “O Fator Ambiente influência na competição para a captação de profissionais mais qualificados” e que a

afirmativa A2 que diz “O Fator Ambiente influência na competição entre os concorrentes na captação dos consumidores” onde 59,4% dos respondentes declaram estar de acordo com essa afirmação, possuem maior grau de influência.

Tabela 4: Percepção acerca do FC Ambiente Organizacional

Percepção - FC Ambiente Organizacional												
Afirmativas	1		2		3		4		5		TOTAL	
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.
A1	3	9,4%	0	0,0%	6	18,8%	17	53,1%	6	18,8%	32	100%
A2	2	6,3%	3	9,4%	8	25%	16	50%	3	9,4%	32	100%
A3	4	12,5%	3	9,4%	8	25%	11	34,4%	6	18,8%	32	100%
A4	2	6,3%	3	9,4%	12	37,5%	10	31,3%	5	15,6%	32	100%
A5	3	9,4%	4	12,5%	7	21,9%	15	46,9%	3	9,4%	32	100%
A6	5	15,6%	1	3,1%	12	37,5%	12	37,5%	2	6,3%	32	100%
A7	3	9,4%	6	18,8%	8	25%	12	37,5%	3	9,4%	32	100%
A8	1	3,1%	3	9,4%	11	34,4%	14	43,8%	3	9,4%	32	100%

Legenda: F.A. – Frequência Absoluta / F.R. Frequência Relativa

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Diante dos resultados, de um modo geral, observa-se para a variável ambiente, que a competição para a captação de profissionais mais qualificados e competição entre os concorrentes na captação dos consumidores são as afirmativas que mais influenciam as empresas do setor. Os resultados apresentados por Bueren e Fiorentin (2014) indicaram que para o fator ambiente as questões que mais influenciam as empresas se referem aos gostos e preferências do cliente do setor e tecnologia aplicada ao processo produtivo. Por outro lado, competição por compra de insumos/componentes e atitudes da concorrência foi considerada a variável que menos influência nas empresas.

Em seguida, o quadro 4 apresenta as afirmativas relativas ao Fator Contingencial Tecnologia Organizacional.

Quadro 4: Afirmativas sobre o FC Tecnologia

Afirmativa	Descrição
A1	O Fator Tecnologia influência no comércio Eletrônico (página na internet que viabiliza comércio eletrônico dos seus produtos e serviços).
A2	O Fator Tecnologia influência no gerenciamento da relação com o cliente (CRM).
A3	O Fator Tecnologia influência no gerenciamento da cadeia de suprimentos.
A4	O Fator Tecnologia influência no armazenamento de dados.
A5	O Fator Tecnologia influência na troca de dados de forma eletrônica.
A6	O Fator Tecnologia influência nos softwares integrados entre áreas funcionais da empresa.
A7	O Fator Tecnologia influência no gerenciamento da qualidade total (TQM).
A8	O Fator Tecnologia influência nos processos internos realizados na empresa com base em

	procedimentos padronizados.
A9	O Fator Tecnologia influência nas tomadas decisões e controle das vendas e gastos, são utilizados pela empresa.
A10	O Fator Tecnologia influência no controle de compras e vendas.
A11	O Fator Tecnologia influência na utilização do SIG para controle de clientes a receber.
A12	O Fator Tecnologia influência na utilização do SIG para controle de fornecedores a pagar.
A13	O Fator Tecnologia influência na utilização do SIG para controle dos custos da empresa.
A14	O Fator Tecnologia influência na utilização do SIG para controle de estoque.

Fonte: Elaboração própria (2022).

Logo depois, a tabela 5 evidencia a frequência de respostas em relação ao grau de concordância apontada pelos pesquisados para cada uma das afirmativas, demonstrando a percepção desses respondentes.

Tabela 5: Percepção acerca do FC Tecnologia

Percepção - Fator Contingencial Tecnologia												
Afirmativas	1		2		3		4		5		TOTAL	
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.
A1	1	3,1%	0	0,0%	5	15,6%	15	46,9%	11	34,4%	32	100%
A2	0	0,0%	1	3,1%	7	21,9%	14	43,8%	10	31,3%	32	100%
A3	1	3,1%	2	6,3%	7	21,9%	16	50%	6	18,8%	32	100%
A4	1	3,1%	2	6,3%	5	15,6%	11	34,4%	13	40,6%	32	100%
A5	1	3,1%	1	3,1%	4	12,5%	16	50%	10	31,3%	32	100%
A6	1	3,1%	4	12,5%	8	25%	13	40,6%	6	18,8%	32	100%
A7	3	9,4%	2	6,3%	7	21,9%	12	37,5%	8	25%	32	100%
A8	2	6,3%	3	9,4%	6	18,8%	15	46,9%	6	18,8%	32	100%
A9	1	3,1%	1	3,1%	4	12,5%	17	53,1%	9	28,1%	32	100%
A10	2	6,3%	1	3,1%	2	6,3%	20	62,5%	7	21,9%	32	100%
A11	0	0,0%	3	9,4%	3	9,4%	15	46,9%	11	34,4%	32	100%
A12	0	0,0%	1	3,1%	3	9,4%	18	56,3%	10	31,3%	32	100%
A13	0	0,0%	3	9,4%	2	6,3%	18	56,3%	9	28,1%	32	100%
A14	1	3,1%	3	9,4%	2	6,3%	16	50%	10	31,3%	32	100%

Legenda: F.A. – Frequência Absoluta / F.R. Frequência Relativa

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Constatou-se de um modo geral, que todas as afirmativas apresentadas sobre o fator tecnologia obtiveram um grau de concordância bastante relevante, cabendo destacar aquelas que atingiram 80% de concordância.

A afirmativa A1 “O Fator Tecnologia influência no comércio Eletrônico (página na internet que viabiliza comércio eletrônico dos seus produtos e serviços)” obteve um maior nível de concordância, correspondendo a 81,3%. Já a afirmativa A5 “o Fator Tecnologia influência na troca de dados de forma eletrônica” apurou que 81,3% dos respondentes concordam com essa afirmação. Em relação a afirmativa A9 que trata de o Fator Tecnologia influenciar nas tomadas de decisões e controle das vendas e gastos utilizados pela empresa, obteve-se uma concordância por parte dos pesquisados de 81,2%. Já em relação ao Fator Tecnologia influenciar no controle de compras e vendas, abordado pela afirmativa A10, verificou-se um assentimento de 84,4% pelos respondentes. Este último percentual foi igual ao apurado pela afirmativa A13 que tratou de o Fator Tecnologia influenciar na utilização do SIG para controle dos custos da empresa.

No que diz respeito ao Fator Tecnologia influenciar na utilização do SIG para controle de clientes a receber, especificado pela afirmativa A11, observou-se que 81,3% dos respondentes indicam estar de acordo com esta afirmação. Esse mesmo percentual foi apurado na afirmativa A14 que abordou sobre o Fator Tecnologia influenciar na utilização do SIG para controle de estoque. Ainda sobre o Fator Contingencial Tecnologia, a afirmativa A12 “O Fator Tecnologia influência na utilização do SIG para controle de fornecedores a pagar” evidenciou uma concordância de 87,6% dos respondentes.

Sobre a abordagem das afirmativas correspondentes ao fator contingencial tecnologia, constatou-se que, as que mais influenciam as empresas se referem ao controle de compras e vendas e a utilização do SIG para controle de fornecedores a pagar. Já os resultados demonstrados por Bueren e Fiorentin (2014) apresentaram que para o fator tecnologia as questões que mais influenciam as empresas se referem ao armazenamento de dados pelos SIG e a troca de dados de forma eletrônica. Enquanto a que menos influenciou as empresas foi o comércio Eletrônico (página na internet que viabiliza comércio eletrônico dos produtos e serviços).

Logo após a abordagem sobre o Fator Contingencial tecnologia, o quadro 5 apresenta as afirmativas relativas ao Fator Contingencial Estrutura Organizacional.

Quadro 5: Afirmativas sobre o Fator Contingencial Estrutura

Afirmativa	Descrição
A1	O Fator Estrutura influência no desenvolvimento de novos produtos.
A2	O Fator Estrutura influência na alocação orçamentária.
A3	O Fator Estrutura influência nas decisões de preços.
A4	O Fator Estrutura influência no planejamento na tomada de decisões com base nas informações fornecidas pelo SIG.
A5	O Fator Estrutura influência no SIG para o bom andamento das atividades da empresa.
A6	O Fator Estrutura influência na utilização do SIG para controle das atividades executadas.

Fonte: Elaboração própria (2022).

Posteriormente, a tabela 6 demonstra a frequência de respostas em relação ao grau de concordância indicada pelos respondentes para cada uma das afirmativas, demonstrando a percepção desses respondentes.

Observou-se que algumas afirmativas tiveram maior destaque que outras, como foi o caso da afirmação A6 que evidenciou a influência do fator estrutura na utilização do SIG para controle das atividades executadas constatou uma concordância de 71,9% dos respondentes.

Vale evidenciar também que 62,5% dos respondentes estão de acordo com a afirmativas A1 que trata de o Fator Estrutura influenciar no desenvolvimento de novos produtos. Na afirmativa A2, que trata de o Fator Estrutura influenciar na alocação orçamentária, 59,4% dos pesquisados insinuaram estar de acordo com o que diz essa afirmação, conforme tabela 6.

Tabela 6: Percepção acerca do FC Estrutura

Percepção - FC Estrutura

Afirmativas	1		2		3		4		5		TOTAL	
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.
A1	1	3,1%	2	6,3%	9	28,1%	15	46,9%	5	15,6%	32	100%
A2	2	6,3%	1	3,1%	10	31,3%	12	37,5%	7	21,9%	32	100%
A3	3	9,4%	3	9,4%	11	34,4%	13	40,6%	2	6,3%	32	100%
A4	2	6,3%	1	3,1%	13	40,6%	14	43,8%	2	6,3%	32	100%
A5	0	0,0%	2	6,3%	14	43,8%	11	34,4%	5	15,6%	32	100%
A6	0	0,0%	2	6,3%	7	21,9%	15	46,9%	8	25%	32	100%

Legenda: F.A. – Frequência Absoluta / F.R. Frequência Relativa

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

No que diz respeito a abordagem das afirmativas relacionadas ao fator contingencial estrutura organizacional, observou-se que das afirmativas apresentadas, as que mais influenciam diretamente na gestão das empresas, relaciona-se ao fator estrutura influenciar no desenvolvimento de novos produtos e na utilização do SIG para controle das atividades executadas. Por outro lado, os resultados apresentados por Bueren e Fiorentin (2014) evidenciaram que a influência nas decisões de preços e na alocação orçamentária foram as alternativas que mais influenciaram o fator estrutura das empresas.

Mais adiante, pode-se observar a relação de afirmações que tratam sobre o Fator Contingencial Estratégia Organizacional, evidenciada pelo quadro 6.

Quadro 6: Afirmativas sobre o FC Estratégia

Afirmativa	Descrição
A1	O Fator Estratégia influência na ênfase na busca da alta qualidade do produto, muito maior do que a concorrência.
A2	O Fator Estratégia influência no suporte ao cliente do produto.
A3	O Fator Estratégia influência no desenvolvimento de características únicas do produto.
A4	O Fator Estratégia influência na busca por uma imagem da marca com atributos superiores ao da concorrência.
A5	O Fator Estratégia influência nos Investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento muito mais que a concorrência.
A6	O Fator Estratégia influência na capacidade de possuir um preço de venda muito menor do que o da concorrência.
A7	O Fator Estratégia influência na utilização do SIG para fidelizar/cadastrar clientes agregando a possibilidade de ganhar algo a mais além do produto.

Fonte: Elaboração própria (2022).

Prontamente, a tabela 15 apresenta a frequência de respostas em relação ao grau de concordância indicada pelos respondentes para cada uma das afirmativas, demonstrando a percepção dos respondentes.

Verificou-se de um modo geral, que todas as afirmativas apresentadas sobre o fator estratégia apresentaram um grau de concordância bastante relevante, onde se pode destacar aquelas que atingiram 80% de concordância.

Assim foi o caso da afirmativa A1 “O Fator Estratégia influência na ênfase na busca da alta qualidade do produto, muito maior do que a concorrência” que apurou uma concordância de 87,5% dos respondentes; a afirmativa A2 diz que “O Fator Estratégia influência no suporte ao cliente do

produto” e 87,6% dos respondentes declaram estar de acordo com essa afirmação; e a na afirmativa A7 que aborda sobre o Fator Estratégia influenciar na utilização do SIG para fidelizar/cadastrar clientes agregando a possibilidade de ganhar algo a mais além do produto, constatou-se um assentimento por parte dos respondentes correspondente a 81,2%, conforme tabela 7.

Tabela 7: Percepção acerca do FC Estratégia

Percepção - FC Estratégia												
Afirmativas	1		2		3		4		5		TOTAL	
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.
A1	1	3,1%	0	0,0%	3	9,4%	21	65,6%	7	21,9%	32	100%
A2	0	0,0%	1	3,1%	3	9,4%	18	56,3%	10	31,3%	32	100%
A3	0	0,0%	1	3,1%	6	18,8%	13	40,6%	12	37,5%	32	100%
A4	0	0,0%	1	3,1%	6	18,8%	16	50%	9	28,1%	32	100%
A5	0	0,0%	2	6,3%	5	15,6%	18	56,3%	7	21,9%	32	100%
A6	0	0,0%	4	12,5%	7	21,9%	14	43,8%	7	21,9%	32	100%
A7	0	0,0%	2	6,3%	4	12,5%	17	53,1%	9	28,1%	32	100%

Legenda: F.A. – Frequência Absoluta / F.R. Frequência Relativa

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Dentre os resultados apresentados, observa-se para a variável estratégia organizacional, que a influência no suporte ao cliente do produto e na ênfase pela busca da alta qualidade do produto maior do que a concorrência são as afirmativas que mais influenciam as empresas do setor. Os resultados apresentados por Bueren e Fiorentin (2014) indicaram que para o fator estratégia as questões que mais influenciam as empresas se referem ao oferecimento de suporte ao cliente do produto e o desenvolvimento de características únicas dos produtos ou serviços oferecidos.

Finalmente, o último fator contingencial tratado por este estudo refere-se ao fator contingencial porte organizacional (quadro 7).

Quadro 7: Afirmativas sobre o FC Porte Organizacional

Afirmativa	Descrição
A1	O Fator Porte influência na utilização do SIG para verificar a faixa de faturamento bruto mensal e anual da empresa.
A2	O Fator Porte influência na utilização do SIG para controle do número de funcionários da empresa.

Fonte: Elaboração própria (2022).

Neste momento, pode-se observar pela tabela 8, a frequência de respostas em relação ao grau de assentimento apontado pelos respondentes para cada uma das afirmativas, constatando a percepção desses respondentes.

Tabela 8: Percepção acerca do FC Porte Organizacional

Percepção - FC Porte Organizacional												
Afirmativas	1		2		3		4		5		TOTAL	
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.

A1	0	0,0%	1	3,1%	7	21,9%	17	53,1%	7	21,9%	32	100%
A2	1	3,1%	0	0,0%	9	28,1%	13	40,6%	9	28,1%	32	100%

Legenda: F.A. – Frequência Absoluta / F.R. Frequência Relativa

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O resultado apresentado na afirmativa A1 que corresponde sobre a influência do fator porte na utilização do SIG para verificar a faixa de faturamento bruto mensal e anual da empresa obteve um nível de concordância igual a 75%. Já, a afirmativa A2 que aborda a influência do fator porte na utilização do SIG para controle do número de funcionários da empresa apurou um percentual de 68,7%.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A entidade, ao deparar-se com contingências que gerem desequilíbrio em sua gestão, pode sentir-se motivada a modificar seu sistema de informação, com o intuito de alinhar o tipo de informação gerencial que possui com as características do ambiente em que opera. O mesmo, pode ocorrer para a empresas da indústria têxtil e de confecções, que assumem um papel de grande relevância em termos de emprego e produção no cenário nacional. Desse modo, os sistemas de informação são imprescindíveis para que a organização tenha uma qualidade em sua tomada de decisões, mesmo diante das adversidades do mercado. Nesse cenário, a informação tem a proposição básica de habilitar a empresa a alcançar seus objetivos pelo uso eficiente dos recursos disponíveis.

Isto posto, este estudo por sua vez, teve como objetivo principal o de investigar as relações entre os FC e os SIG no âmbito da indústria têxtil do estado de Pernambuco. Visando atender a este objetivo, realizou-se uma pesquisa cujo instrumento fora um questionário de pesquisa (*survey*), enviado aos gestores das organizações cadastradas no portal da FIEPE.

O total de respondentes foi de 32 (68,1% da população) profissionais de diferentes localidades do estado de Pernambuco, dos quais 53,1% são do sexo masculino e os demais sendo do sexo feminino, sendo que 59,4% fazem parte da faixa etária que está entre 36 e 55 anos e 28,1% da faixa entre 26 e 35 anos. Foi evidenciado que 50% dos respondentes tinham até o ensino médio completo e os que possuíam curso de graduação completo ou em andamento somaram 34,4%. Quanto as empresas, 59,4% delas já atuam no mercado a mais de 20 anos; 43,8% das investigadas são de pequeno porte com faturamento de até R\$ 4,8 milhões e possuem até 20 funcionários; e 65,6% das empresas participantes possuem uma abrangência de mercado a nível nacional.

Quando se trata dos fatores contingenciais, observou-se que a maioria dos respondentes afirma que o fator ambiente influencia na competição para a captação de consumidores e de profissionais mais qualificados, no lançamento de produtos diferenciados, na tecnologia aplicada ao processo produtivo e no cenário econômico e social do qual a empresa faz parte.

Sobre o fator tecnologia, os respondentes demonstraram possuir uma boa concordância quanto as afirmativas apresentadas, com maior destaque para aquelas que trataram sobre a influência no controle de compras e vendas e a utilização do SIG para controle de fornecedores a pagar. Dentre as afirmativas apresentadas sobre o fator estrutura, observou-se que os respondentes corroboraram mais com aquelas que trataram sobre a influência no desenvolvimento de novos produtos e na utilização do SIG para controle das atividades executadas.

Em relação ao fator estratégia organizacional, os respondentes demonstraram possuir uma boa aceitação sobre as afirmativas apresentadas, com maior destaque para aquelas que trataram sobre a influência no suporte ao cliente do produto e na ênfase pela busca da alta qualidade do produto maior do que a concorrência. E quanto ao fator porte organizacional, observou-se que a maioria dos respondentes se mostrou de modo geral, de acordo com as afirmativas apresentadas, no que diz respeito a influência na utilização do SIG para verificar a faixa de faturamento bruto mensal e anual da empresa e na utilização do SIG para controle do número de funcionários da empresa.

Na presença do que foi apresentado anteriormente, entende-se que os métodos utilizados e os resultados obtidos respondem às questões norteadoras deste estudo e atingem os objetivos declarados.

Conclui-se, portanto, que os fatores contingenciais: ambiente, tecnologia, estratégia, estrutura e porte organizacional, influenciam de maneira geral, os atributos dos sistemas de informações gerenciais das empresas.

No que diz respeito ao futuro, sugere-se para trabalhos futuros um aumento no número de entrevistas, tendo em vista que, o portal da FIEPE encontra-se desatualizado, e por esta razão outras empresas não fizeram parte do universo desta pesquisa, o que iria proporcionar uma comparação ainda mais eficiente.

REFERÊNCIAS

ABDEL-KADER, M.; LUTHER, R. The impact of firm characteristics on management accounting practices: A UK-based empirical analysis. *The British Accounting Review*. v. 40, n. 1, p. 2-27, mar. 2008.

BAZZOTTI, C.; GARCIA, E. A importância do sistema de informação gerencial para tomada de decisões. *Ciências Sociais Aplicadas em Revista*, v. 6, n. 11, 2006.

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

BUEREN, I. M.; FIORENTIN, M. Influência de fatores contingenciais nos atributos do Sistema de Contabilidade Gerencial: um estudo em empresas têxteis do Estado do Rio Grande do Sul. *Revista de Ciências da Administração*, v. 16, n. 38, pág. 195-212, 2014.

CASTRO, A; PEREIRA, M; BEZERRA, E. Sistema de Informação Gerencial Como Ferramenta Para Tomada de Decisão: Um Estudo de Caso em Uma Distribuidora de Energia Elétrica do Nordeste Brasileiro. *Revista Fatec Zona Sul - REFAS*, Paraíba, p. 45-61, 2019.

CHENHALL, R. H. Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, Organizations and Society*, v. 28, p. 127-168, 2003.

CHENHALL, R. H. *Theorizing contingencies in management control systems research*. Handbook of Management Accounting Research, London, UK, v. 1, p. 163-205, 2007.

CRUZ, T. *Sistemas de informações gerenciais: tecnologia da informação e a empresa do século XXI*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 249 p.

CUNHA, T. M; LEITÃO, C. R. S. Uso da Informação Contábil no Processo Decisório das Micro e Pequenas Empresas: Um Estudo nas Pousadas do Litoral Pernambucano. *Anais... Congresso de Ciências Contábeis e Atuariais da Paraíba*, 3, 2019. João Pessoa, PB, 2019.

DONALDSON, L.; JOFFE, G. Fit - The Key to Organizational Design. *Journal of Organization Design*, Nova York, v. 3, n. 3, p. 38-45, 2014.

DUTRA, E.V. Sistema de controle gerencial e desempenho organizacional: uma análise das maiores empresas do espírito santo sob a ótica da teoria da contingência. *Programa de Pós-graduação em Administração, do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, da UFES*, Vitória, 2014.

ESPEJO, M. Perfil dos atributos do sistema orçamentário sob a perspectiva contingencial: uma abordagem multivariada. *Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade)*. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

FAGUNDES, J. *et al.* Estrutura organizacional e gestão sob a ótica da teoria da contingência. *Gestão & Regionalidade (Online)*, v. 26, n. 78, 2011.

FERREIRA, A. O. Gestão de micro e pequenas empresas na perspectiva da teoria da contingência: um estudo em restaurantes da região metropolitana de campinas - RMC. *FACCAMP*, São Paulo, 2016.

FREZATTI, F.; ROCHA, W.; NASCIMENTO, A. R.; JUNQUEIRA, E. *Controle gerencial: Uma Abordagem da Contabilidade Gerencial no Contexto Econômico, Comportamental e Sociológico*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 304 p.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GUERREIRO, R.; PEREIRA, C. A.; REZENDE, A. J. Em busca do entendimento da formação dos hábitos e das rotinas da contabilidade gerencial: um estudo de caso. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 7, n. 2, p. 78-101, 2008.

HYVÖNEN, J. Strategy, performance measurement techniques and information technology of the firm and their links to organizational performance. *Management Accounting Research*, Reino Unido, v. 18, p. 343- 366, 2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. *Fundamentos da metodologia científica*. 9. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2021. 354 p.

LEITE, E. G.; DIEHL, C. A.; MANVAILER, R. H. M. Práticas de Controladoria, Desempenho e Fatores Contingenciais: um Estudo em Empresas Atuantes no Brasil. *Revista Universo Contábil*, v. 11, n. 2, p. 85-107, 2015.

MACOHON, E. R.; SCARPIN, J. E.; ZITTEI, M. V. M. Uma lógica contingencial para projetos de sistemas de custos na atividade agrícola. *Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 156-187, 2015.

MARTINS, P. L. *et al.* Tecnologia e Sistemas de Informação e Suas Influências na Gestão e Contabilidade. In: IX SEGET. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Minas Gerais, 2012.

MATTAR, F. N. *Pesquisa de Marketing: Metodologia, planejamento, execução e análise*. 7. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2013. 504 p.

MILLET, I.; MAWHINNEY, C. H., Executive Information Systems: A Critical Perspective, *Mormation & Management*, vol. 23, p. 83-92, 1992.

MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GHOSHAL, S. *O processo da estratégia*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 496 p.

MONACO, K.; REDMON, B. Does contracting with owner operators lead to worse safety outcomes for US motor carriers? Evidence from the Motor Carrier Management Information System. *Accident Analysis & Prevention*, v. 45, p. 654-659, 2012.

O'BRIEN, J. A. *Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

OLIVEIRA L. S.; HATAKEYAMA K. Um estudo sobre a implantação de sistemas ERP: pesquisa realizada em grandes empresas industriais. *Production*, São Paulo, v. 22, n. 3, 2012

OLIVEIRA, F. Sistemas de Informação: Um enfoque gerencial inserido no contexto empresarial e tecnológico. *Érica*, São Paulo, n. 3, 2002.

- OTLEY, D. T. The contingency theory of management accounting and control: 1980– 2014. *Management accounting research*, v. 31, p. 45-62, 2016.
- PORTO, M.; BANDEIRA, A. A importância dos sistemas de informações gerenciais para as organizações. XIII SIMPEP - Bauru, São Paulo, 2006.
- PRODANOV, C; FREITAS, E. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. n. 2, *Feevale*, Novo Hamburgo, 2013.
- ROSINI, A.; PALMISANO, A. *Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento*. Cengage Learning, São Paulo, n. 2, 2012.
- SEBRAE, *Santa Catarina em Números: têxtil e confecção*. Florianópolis: Sebrae/SC, 2010. 59 p.
- SERAFIM, A. O. Sistema de informações contábeis como ferramenta de suporte às atividades: a percepção dos contadores do estado de Pernambuco. *Pós-Graduação em Controladoria da Universidade Federal Rural de Pernambuco (PPGC/UFRPE)*, Recife, 2020.
- SILVA, A. C. R. *Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade*. UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis, Bahia, 2017.
- SILVA, L. P. Estudo de fatores que influenciam a mudança na contabilidade gerencial com enfoque na implementação do balaced scorecard – estudo multicascos. 2007, 165p. *Dissertação de Mestrado – Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2007*.
- SILVEIRA, M. F. *et al.* Propriedades psicométricas do instrumento de avaliação da qualidade de vida: 12-item health survey (SF-12). *Ciências & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 7, p. 1923-1931, 2013.
- SOUZA *et al.* A teoria da contingência e suas implicações para a estratégia em empresas inovadoras incubadas. XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Salvador, 2013.
- STEWART, L. A contingency theory perspective on management control system design among U.S. Ante-bellum slave plantations. *The Accounting Historians Journal*, v.1, n. 91, 2010.
- TEIXEIRA, A. *et al.* A utilização de ferramentas de contabilidade gerencial nas empresas do estado do Espírito Santo. *Brazilian Business Review*, Espírito Santos, v. 8, n. 3, p. 108-127, 2011.