



XIII

ISSN 2178-9304

MOSTRA CIENTÍFICA

ADMINISTRAÇÃO

ÁREAS AFINS

REITOR

Prof. João dos Reis Canela

VICE-REITOR

Prof. Antônio Alvimar Souza

PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO

Prof.^a Jussara Maria Carvalho Guimarães

PRÓ-REITOR DE PESQUISA

Prof. Vírgilio Mesquita Gomes

PRÓ-REITOR DE ENSINO

Prof. João Felício Rodrigues Neto

PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO

Prof. Hercílio Martelli Júnior

PRÓ-REITOR DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E FINANÇAS

Prof. Roney Versiani Sindeaux

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

Narciso Ferreira dos Santos Neto

COORDENADORA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Profa. Maria de Fátima Pinho Godinho

**COORDENADOR DO GRUPO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM
ADMINISTRAÇÃO**

Prof. Pablo Péron de Paula

**COORDENADORA DA XIII MOSTRA CIENTIFICA DE ADMINISTRAÇÃO E
ÁREAS AFINS**

Profa. Simone Viana Duarte

COMISSÃO CIENTÍFICA

Prof. Caius Marcellus Reis Silveira

Prof. Felipe Fróes Couto

Prof. Frederico Bida de Oliveira

Profa. June Marize Castro Silva

Prof. Karla Veloso Coura

Prof. Marcelo Vieira Lopes

Prof. Márcio Antônio Alves Veloso

Prof. Marcos Alves da Rocha

Profa. Maria de Fátima Pinho Godinho

Profa. Naiara Vieira Silva Ivo

Prof. Pablo Perón de Paula

Prof. Reginaldo Moraes de Macedo

Prof. Roberto César Faria E Silva

Prof. Rogério Martins Furtado de Souza

Profa. Simarly Maria Soares

Profa. Simone Tiêssa De Jesus Alves

Prof. Simone Viana Duarte

APOIO

Estagiárias do GEPAD

Larissa Duarte Segundo
Maria Fernanda Mendes Canela

Formatação dos ANAIS

Maria Fernanda Mendes Canela

Pró-reitoria Extensão

Prof^a. Jussara Maria Carvalho Guimarães

Coordenadoria de Extensão Comunitária

Prof. Ruy Paulo Klassmann

Empresa Junior de Administração

Emanuele Gonçalves Almeida (diretora-presidente)

Assessoria de Comunicação Social

Assessor-chefe: Jornalista Léia Oliveira

• Contato do Evento:

Departamento de Ciências da Administração
depto.administracao@unimontes.br
(38) 3229-8252

Grupo de Estudos e Pesquisas em Administração – GEPAD
gepad_unimontes@yahoo.com.br
(38) 3229-8255

• Endereço:

Campus Universitário Darcy Ribeiro, s/n, Vila Mauricéia, Montes Claros, Minas Gerais
reitoria@unimontes.br
(38) 3229-8000

SUMÁRIO

1 PROGRAMAÇÃO DA XIII MOSTRA CIENTÍFICA DE ADMINISTRAÇÃO.....	6
2 OBJETIVOS E PÚBLICO ALVO.....	7
3 CONSOLIDADO DOS RESULTADOS DO EVENTO.....	7
4 TRABALHOS APRESENTADOS E RESPECTIVA MODALIDADE.....	8
APÊNDICE A - DOCUMENTAÇÃO FOTOGRÁFICA DO EVENTO.....	559

1 PROGRAMAÇÃO DA XIII MOSTRA CIENTÍFICA EM ADMINISTRAÇÃO E ÁREAS AFINS (projeto aprovado pelo CEPEX 018/2010)

Local de Realização: Unimontes - Campus Universitário Darcy Ribeiro – Campus-Sede

Data da Realização do Evento: 28 e 29 de junho de 2018.

Programação do Dia 28/06/2018:

Horário	Atividade	Modalidade
07:30h às 11:30h	Apresentação e Avaliação de Trabalhos	Pôster
19:30h às 22h	Apresentação e Avaliação de Trabalhos	Pôster e Apresentação oral

Minicursos:

Horário	Minicurso	Responsável
7:10h	Análise estatística e financeira com MS Excel	Prof: Joab Symon Costa Santos
19:10h	Tomada de decisão utilizando estatística	Prof: João Cláudio Pinheiro Batista

Palestra:

Horário	Tema	Responsável
8:00h	Empreender é legal mas... o que eu ganho com isso?	SEBRAE

Programação do Dia 29/06/2018:

Horário	Atividade	Modalidade
07:30h às 11:30h	Apresentação e Avaliação de Trabalhos	Pôster e Apresentação oral
19:30h às 22h	Apresentação e Avaliação de Trabalhos	Pôster e Apresentação oral

Mesa redonda:

Horário	Tema	Responsável
07:30h às 11:30h	Avaliação de Políticas Públicas: relação entre Recursos, Comunicação e Contexto Socioeconômico do Programa Bolsa Família em Minas Gerais	Professores: Simone Tiêssa de Jesus Alves; Geraldo Alemandro Leite Filho e George Eduardo Bezerra

Minicursos:

Horário	Minicurso	Responsável
7:10h	Modelagem de Negócio via Metodologia CANVAS	Juventino
14:00h	Marketing Viral: os efeitos da comunicação eWON	Naiara
19:10h	Projetos: a prática e sua importância	Roberto César

2 OBJETIVOS E PÚBLICO ALVO

A XIII Mostra Científica de Administração e Áreas Afins apresenta e divulga as atividades de pesquisa realizadas por docentes, discentes e profissionais da área de Administração e afins, afim de formar e estimular a produção científica, fomentando debates que contribuam para a construção de novas práticas de ensino, pesquisa, extensão e gestão. Durante o evento são apresentados resultados de pesquisas em duas modalidades, pôster e comunicação oral. É um projeto vinculado ao Departamento de Ciências da Administração da UNIMONTES.

3 CONSOLIDADO DOS RESULTADOS DO EVENTO

A XIII Mostra Científica de Administração da Unimontes, realizada entre os dias 28 e 29 de junho de 2018 nos turnos matutino, vespertino e noturno, contou com a presença de 308 participantes no total, com repetição, conforme especificado na Tabela 1. Estiveram envolvidos na organização e realização do evento:

- 49 Trabalhos apresentados nas modalidades pôster e comunicação oral;
- 87 Relatores e co-autores em ambas as modalidades propostas;
- 25 Discentes voluntários do curso de Administração da Unimontes na preparação/realização do evento, desempenhando diferentes atividades;
- 17 Docentes nas atividades de comissão científica e coordenação do projeto;
- 123 ouvintes, sendo alunos do curso de Administração da UNIMONTES e outros convidados;
- 56 participantes de minicursos;

Foram recebidas 61 inscrições, sendo que 12 dos trabalhos não foram apresentados devido a indeferimento ou não comparecimento dos autores.

Pode haver repetição na folha de presença considerando vários momentos e atividades, entre ouvintes, relatores e co-autores e os participantes dos minicursos.

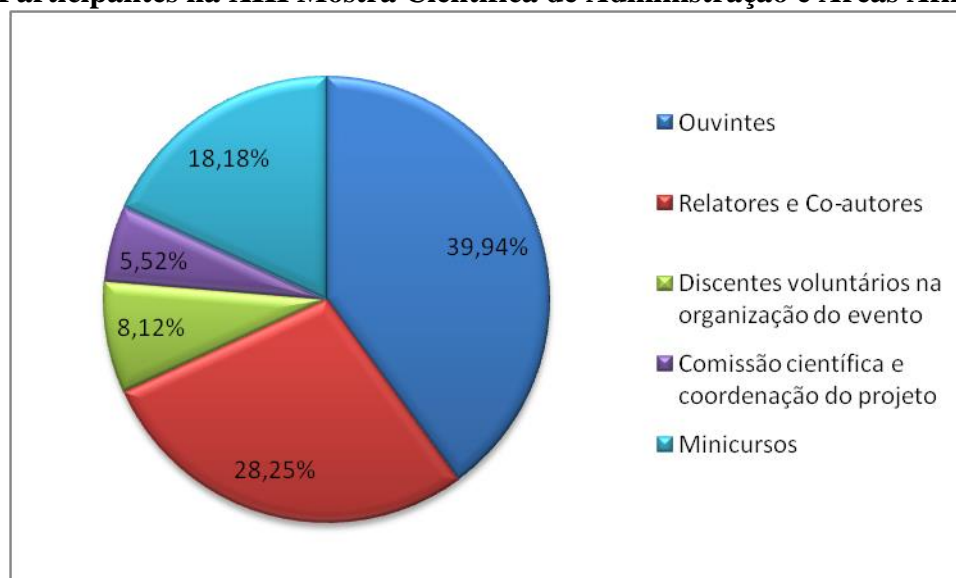
TABELA 1
Presença na XIII Mostra Científica de Administração e Áreas Afins

Categoria	Quantidade
Ouvintes	123
Relatores e Co-autores	87
Discentes voluntários na organização do evento	25
Comissão científica e coordenação do projeto	17
Minicursos	56
Total	308

Fonte: Folhas de presença dos dias 28 e 29 de junho de 2018

No GRÁF. 1 a seguir é possível visualizar em porcentagens quem foram os participantes da XIII Mostra Científica de Administração e Áreas Afins:

GRÁFICO 1
Participantes na XIII Mostra Científica de Administração e Áreas Afins



Fonte: Folhas de presença dos dias 28 e 29 de junho de 2018

4 TRABALHOS APRESENTADOS E RESPECTIVA MODALIDADE

TEMA	Modalidade	Página
A EMBALAGEM COMO FERRAMENTA DE MARKETING: ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DO USO DE PERSONAGENS INFANTIS NAS EMBALAGENS DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NO COMPORTAMENTO DE DECISÃO DE COMPRA	Pôster	13
A PREVIDÊNCIA SOCIAL E O MERCADO DE TRABALHO FORMAL PARA TERCEIRA IDADE NO NORTE DE MINAS E NO BRASIL	Pôster	27

ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS: UM ESTUDO SOBRE O CONTROLE DE MATERIAL PERMANENTE NAS UNIDADES DA POLÍCIA MILITAR EM MONTES CLAROS	Pôster	44
ANÁLISE DA SITUAÇÃO DOS INDICADORES DE RENTABILIDADE DA MAGAZINE LUIZA NO PERÍODO DOS ANOS DE 2014 A 2017	Pôster	47
ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA EM FINANÇAS COMPORTAMENTAIS	Comunicação oral	59
ANÁLISE COMPARATIVA DAS GERAÇÕES BABY BOOMERS, X, Y E Z: COMO E ONDE ESTÃO NO MERCADO DE TRABALHO NO MUNICÍPIO DE MONTES CLAROS	Pôster	99
ANÁLISE CONSTITUCIONAL DO DECRETO 9.101/2017: O DESRESPEITO AOS PRINCÍPIOS TRIBUTÁRIOS DA LEGALIDADE E ANTERIORIDADE	Pôster	125
ANÁLISE DA GESTÃO NA ASSISTÊNCIA A GESTANTES PORTADORAS DE SÍNDROME HIPERTENSIVA ESPECÍFICA DA GESTAÇÃO (SHEG): ESTUDO DE CASO EM HOSPITAL DA REGIÃO DE MONTES CLAROS/MG	Pôster	130
ANÁLISE DA RENTABILIDADE DA EMPRESA SUZANO APÓS PREJUÍZO NOS ANOS DE 2015, 2016 E 2017	Pôster	139
ANÁLISE DAS DESPESAS COM SEGURIDADE SOCIAL NAS CAPITAIS BRASILEIRAS _ 2004 À 2015	Pôster	151
ANÁLISE DAS VISTORIAS DE LIBERAÇÃO DE EDIFICAÇÕES DE USO COLETIVO NA ÁREA DE ATUAÇÃO DA 4ª CIA DE PREVENÇÃO E VISTORIA DO 7º BBM: UM ESTUDO SOBRE AS IRREGULARIDADES VERIFICADAS EM VISTORIAS	Pôster	169
ANÁLISE DOS ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO DO GRUPO JBS APÓS A OPERAÇÃO LAVA JATO	Pôster	178*
ANÁLISE DOS ÍNDICES DE LIQUIDEZ DA EMPRESA SAMARCO DOS ANOS 2014 E 2016 - ANTECEDENTE E POSTERIOR AO ROMPIMENTO DA BARRAGEM DE FUNDÃO	Pôster	179
ANÁLISE DOS ÍNDICES FINANCEIROS DE RENTABILIDADE DA COMPANHIA VALE DO RIO DOCE DIANTE O DECESSO DO PREÇO DO MINÉRIO DE FERRO NO PERÍODO DE 2010 A 2017	Pôster	191
ANÁLISE E DISCUSSÃO DO DESEMPENHO FINANCEIRO DA BICICLETAS MONARK S.A. NOS ANOS DE 2012 E 2013	Pôster	199

ANÁLISE ECONÔMICA FINANCEIRA: LIQUIDEZ, ENDIVIDAMENTO E RENTABILIDADE DA EMPRESA NOVO NORDISK NOS ANOS DE 2015 E 2016	Pôster	217
ANÁLISE FINANCEIRA DA EMPRESA CIELO – PRIMEIROS SEMESTRES DOS ANOS 2015 A 2017	Pôster	230*
ANÁLISE FINANCEIRA DA EMPRESA SDC S/A NOS ANOS DE 2012 E 2013	Pôster	231
ANÁLISE FINANCEIRA DOS ÍNDICES DE LIQUIDEZ; RENTABILIDADE E ENDIVIDAMENTO ENTRE OS ANOS 2016 e 2017 RIACHUELO	Pôster	243
ATENDIMENTO DE OCORRÊNCIAS DO CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DE MINAS GERAIS NO MUNICÍPIO DE MONTES CLAROS/MG: UMA ANÁLISE A PARTIR DO PRINCÍPIO DE PARETO.	Pôster	253*
AVALIAÇÃO DE ACESSIBILIDADE GEOGRÁFICA DE UNIDADE DE SAÚDE DA FAMÍLIA UTILIZANDO INTEGRAÇÃO DE P-MEDIANAS E SISTEMA DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA: APLICAÇÃO EM MONTES CLAROS/MG, BRASIL	Pôster	254
CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS NA VARIAÇÃO DE ESTOQUES RELACIONADOS À TROCA DE MEDICAMENTOS NAS DROGARIAS DE BRASÍLIA DE MINAS	Pôster	263
COMUNICAÇÃO INTERNA: EM UMA EMPRESA DO RAMO DE TELEMARKETING NA CIDADE DE MONTES CLAROS	Pôster	280*
CULTURA ORGANIZACIONAL E SUAS IMPLICAÇÕES NA GESTÃO: ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO PROFISSIONAL EM MG	Pôster	281*
EQUIPES DE SAÚDE, SEGURANÇA E QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: UM ESTUDO SOBRE A OCUPAÇÃO DESSES PROFISSIONAIS NAS EMPRESAS INDUSTRIAIS DA MESORREGIÃO NORTE DE MINAS GERAIS	Pôster	282*
ESTATÍSTICAS DE ACIDENTES: ANÁLISE COMPARATIVA DE ACIDENTES DE TRABALHO NA REGIÃO SUDESTE DO BRASIL	Pôster	283*
EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO DE MONTES CLAROS-MG NOS ÚLTIMOS 32 ANOS	Comunicação Oral	286
GESTÃO DA CAPACIDADE DE PRODUÇÃO E DOS ESTOQUES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE PALETES DE MONTES CLAROS/MG	Pôster	295
GESTÃO DE LEITOS HOSPITALARES: UMA ANÁLISE DOS TEMPOS MÉDIOS DE PERMANÊNCIA DE PACIENTES NOS PRINCIPAIS HOSPITAIS DE MONTES CLAROS - MG	Pôster	307

JOVENS NO MERCADO DE TRABALHO: ANÁLISE DA MICRORREGIÃO DE GRÃO MOGOL E O MUNICÍPIO DE MONTES CLAROS NO ANO DE 2016	Pôster	310
MARKETING DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DA MARCA COCA-COLA BRASIL NO REPOSITÓRIO YOUTUBE	Pôster	334
O CAMPO DE ESTUDO SOBRE “ESTOQUES”: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA EM PERIÓDICOS NACIONAIS	Pôster	352
O FASCÍNIO DAS FRANQUIAS CANADENSES E AMERICANAS SOBRE A TOMADA DE DECISÃO EMPREENDEDORA: UMA ANÁLISE DO DESEMPENHO INTERNACIONAL NO PERÍODO DE 2015 A 2017	Comunicação Oral	370
O PROCESSO DE PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO EM PEÇAS PUBLICITÁRIAS	Pôster	390
ORGANIZAÇÕES COMERCIAIS DO MERCADO MUNICIPAL DE MONTES CLAROS: VANTAGENS E DESVANTAGENS	Pôster	408
PERFIL ATUAL DO PROFISSIONAL ADMINISTRADOR: ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE A PROPOSTA DE FORMAÇÃO DA UNIMONTES, DE OUTRAS IES E ASPIRAÇÕES DOS EMPREGADORES NO PAÍS.	Pôster	426
PERFIL DOS GESTORES NOS ANOS DE 2014 A 2016: UMA ANÁLISE COMPARATIVA EM MUNICÍPIOS SELECIONADOS	Pôster	446
SUSTENTABILIDADE X DESPERDÍCIO: ANÁLISE DO PROCESSO PRODUTIVO DO PRODUTO “PÃO FRANCÊS” EM PADARIAS NOS MUNICÍPIOS DE BRASÍLIA DE MINAS, SÃO FRANCISCO E ERNÃO DIAS.	Pôster	450*
TREINAMENTO GERENCIAL: uma análise da produção nacional	Pôster	451
TREINAMENTO, CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PARA DOCENTES DE PEDAGOGIA E ADMINISTRAÇÃO NA UNIMONTES – campus Brasília de Minas/ MG	Pôster	460*
UM PANORAMA DA SITUAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA DA EMPRESA VALE SA APÓS O ROMPIMENTO DA BARRAGEM LOCALIZADA NO SUBDISTRITO DE BENTO RODRIGUES	Pôster	461
ANÁLISE DA <i>ACCOUNTABILITY</i> DAS AÇÕES DA POLÍCIA CIVIL FRENTE AS CONDIÇÕES ORÇAMENTÁRIAS PARA ATUAÇÃO: ESTUDO DE CASO SOBRE A REGIONAL DE MONTES CLAROS NO NORTE DE MINAS	Pôster	476

ANÁLISE DAS NÃO CONFORMIDADES ENCONTRADAS NOS PRONTUÁRIOS: UM ESTUDO DE CASO EM UM HOSPITAL PÚBLICO EM MINAS GERAIS	Pôster	479
REFLEXOS DA LEGISLAÇÃO DA MICRO EMPRESA NA EXECUÇÃO DOS CONTRATOS LABORATORIAIS DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO CLEMENTE DE FARIA – MONTES CLAROS- MG	Com. Oral	489
ANÁLISE DO FLUXO EM UMA EMPRESA PÚBLICA	Pôster	507
ACESSIBILIDADE NO ENSINO SUPERIOR - CASO UNIMONTES: O PONTO DE VISTA DE ACADÊMICOS COM DEFICIÊNCIA	Pôster	520
O ETHOS MILITAR NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE OFICIAIS DA PMMG	Com.Oral	536
DESEMPENHO NA GESTÃO DE REGIME SEMI-ABERTOS: COMPARAÇÃO ENTRE AS UNIDADES DA POLÍCIA MILITAR SOBRE O USO DA TECNOLOGIA	Pôster	545

Obs. A formatação e conteúdo dos artigos são de responsabilidade dos autores.

***resumos simples, uma vez que os autores não apresentaram artigo ou resumo expandido em tempo hábil para inclusão nos ANAIS.**

A EMBALAGEM COMO FERRAMENTA DE MARKETING: ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DO USO DE PERSONAGENS INFANTIS EM EMBALAGENS DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NO COMPORTAMENTO DE DECISÃO DE COMPRA.

FERREIRA, Amauri Antunes ¹

FERREIRA, Ricardo Lopes ²

IVO, Naiara Vieira Silva ³

OLIVEIRA, Annesley Alves de ⁴

RIBEIRO, Lucas Alves ⁵

SOARES, Dorca Pereira ⁶

RESUMO: Com o avanço das estratégias mercadológicas, a embalagem deixa de ser apenas um item de armazenamento do produto, assumindo assim, um papel de grande influência no processo de decisão de compra. O presente estudo teve como objetivo central averiguar se a presença de personagens infantis nas embalagens de produtos alimentícios voltados para este público desperta o interesse das crianças por estes produtos e influência na decisão final de compra de seus responsáveis. Metodologicamente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica com característica descritiva e abordagem qualitativa, por meio do levantamento de campo com amostra de 20 mães de crianças com 0 a 12 anos, pesquisadas por meio de questionário. Os resultados apresentados mostraram que apesar da faixa etária as crianças influenciam fortemente a compra como iniciadores e influenciadores do processo, embora a compra seja efetuada pelos pais ou responsáveis. Percebeu-se que a presença de personagens nas embalagens de produtos alimentícios é um aspecto que atrai os olhares das crianças e influenciam na escolha do produto que acontece por meio do personagem favorito. De acordo com a pesquisa, esses personagens foram diversificados, e a relação de afetividade entre os filhos e esses personagens se deu por meio da televisão e internet. Diante do estudo, constatou-se que o consumo dos produtos alimentícios é maior quando os filhos acompanham seus pais no momento da compra, já que, os filhos exercem forte influência sobre eles. E essa influência se dá através de personagens presentes nas embalagens dos produtos que se destacam entre os inúmeros produtos dispostos nas gôndolas.

Palavras – chave: Marketing; Embalagens; Produtos alimentícios; Criança; Influência;

ABSTRACT: With the advancement of marketing strategies, packaging is no longer just a product storage item, and thus plays a major role in the purchasing decision process. The main objective of this study was to determine if the presence of children's characters in the packaging of food products aimed at this audience arouses the children's interest in these products and influence the final purchase decision of those responsible. Methodologically, a bibliographic research with a descriptive characteristic and a qualitative approach was carried out, through a field survey with a sample of 20 mothers of children aged 0 to 12 years, who were surveyed through a questionnaire. The results showed that despite the age group, children strongly influence the purchase as initiators and influencers of the process, although the purchase is made by parents or guardians. It was noticed that the presence of characters in the packaging of food products is an aspect that attracts the children's eyes and influence the choice of product that happens through the favorite character. According to the research, these characters were diversified, and the relationship of affection between the children and these characters occurred through television and the internet. Before the study, it was found that the consumption of food products is greater when the children accompany their parents at the time of purchase, since the children have a strong influence on them. And this influence comes through characters present in the packaging of products that stand out among the numerous products arranged in the gondolas.

Keywords: Marketing; Packaging; Food products; Child; Influence;

¹ Acadêmico do 6º período do curso de Administração/Unimontes – Brasília de Minas. E-mail: amauriantunes2015@gmail.com

² Acadêmico do 6º período do curso de Administração/Unimontes – Brasília de Minas. E-mail: ricardadmbm@hotmail.com

³ Mestre em Administração, docente na Unimontes e Faculdades Santo Agostinho. E-mail: naiara.ivo1@gmail.com

⁴ Acadêmico do 6º período do curso de Administração/Unimontes – Brasília de Minas. E-mail: annesleyalves12@gmail.com

⁴ Acadêmico do 6º período do curso de Administração/Unimontes – Brasília de Minas. E-mail: lucas.alvesribeiro@yahoo.com

³ Acadêmica do 6º período do curso de Administração/Unimontes – Brasília de Minas. E-mail: dorca2014ps@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Produtos alimentícios industrializados são praticamente unânimes no consumo de grande parte população atual, e as empresas tem tido como diferencial na comercialização dos seus produtos além da qualidade do alimento, a maneira de apresenta-lo ao cliente. Tal fato pode ser percebido nos produtos voltados para o público infantil, de maneira que tendem a atrair os olhares e desejos dos pequenos.

Uma das principais estratégias usadas atualmente para atrair a atenção das crianças é a utilização de personagens infantis nas embalagens. Assim elas podem ser atraídas pelos desenhos com os quais elas se interessam, e desejar aquele produto não pelo sabor, mas pelo modo como ele está sendo apresentado. Fato que pode ser analisado no que se refere a decisão de compra dos clientes.

Com isso, é de grande importância conhecer o comportamento desses consumidores, pois as necessidades deles só podem ser satisfeitas na medida em que os profissionais de marketing conseguem compreender as pessoas que usarão os produtos que eles oferecem (SOLOMON, 2011).

Dessa forma, há fatores que podem ser avaliados para melhor clareza do assunto, como quais os principais personagens utilizados pelas empresas que oferecem esse tipo de produto. São os atuais? Os voltados para crianças com menos de 10 anos? Será que acima desta idade? Há muito a ser investigado para que se conclua qual o alvo principal desta forma de publicidade.

Além disso, vale ressaltar o modo como as crianças reagem a se depararem com estes produtos nas prateleiras. Deve-se observar como elas reagem diante de produtos com personagens e sem personagens. Assim, pode ser feita uma análise de quais emoções são despertadas através deste tipo de marketing.

Também é necessária aferir se essas embalagens vão influenciar na decisão final da compra. Pois apesar de os produtos estudados terem como alvo as crianças, pode ser que a decisão final da compra não será realizada por elas próprias. Sendo assim, é fundamental saber de que modo esse tipo de produto irá influenciar na compra.

A metodologia utilizada para realização do trabalho foi por meio dos tipos de pesquisa qualitativa, descritiva e bibliográfica. Com a aplicação de questionários e a realização de observação do tipo participante foi feita uma coleta de dados para análise e conclusão dos resultados da pesquisa.

O trabalho se concluiu com os resultados da análise de dados, que mostraram de que maneiras o marketing utilizado nos produtos alimentícios direcionados para o público infantil, influenciam na decisão de compra final dos consumidores responsáveis por este público.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Marketing: muito além de vendas e propagandas

Ao longo dos períodos de comercialização, o entendimento e aplicação das estratégias de marketing, se moldam ao mercado, ponderam Kotler e Armstrong (1998), ao apresentar três eras essenciais sobre a ação no mercado: (1) produção- onde a produção satisfaz o cliente no que ele deseja, (2) produto- o produto sustenta a preferência do consumidor, (3) venda - leva em consideração o valor de venda de determinado produto onde o consumidor mesmo não necessitando acaba adquirindo pelo preço acessível.

Ainda de acordo com os autores, a evolução do mercado, possibilita nova condição mercadológica sobre a perspectiva de um marketing se sustenta que para atingir as metas organizacionais, pautado pelas necessidades e desejos do mercado-alvo, proporcionando mais satisfação ao seu cliente do que os concorrentes. Além disso, amplia o conceito ao agregar o valor social à proposta, no qual visa além das metas organizacionais e melhor satisfação o bem estar social do consumidor e da sociedade através de melhorias ambientais e recursos naturais.

Portanto, o conceito de marketing deve ser trabalhado conceitualmente, até porque, para Kotler e Armstrong (2007), muitas pessoas pensam em marketing apenas como vendas e propaganda. Isso não causa nenhuma surpresa, afinal, todos os dias somos bombardeados com comerciais de televisão, ofertas na internet e outras mídias. Atualmente, o marketing não deve ser entendido no velho sentido de efetuar uma venda –mostrar e vender-mas no novo sentido de satisfazer as necessidades dos clientes.

Para Kotler (2000) marketing é um processo usado para os consumidores que determinam os produtos ou serviços que necessitam, assim como a estratégia que será utilizada nas vendas, comunicações e no desenvolvimento do negócio.

Segundo Kotler e Armstrong (2007) o marketing pode ser definido como:

o processo administrativo e social pelo qual indivíduos e organizações obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação e troca de valor com os outros. Assim definido como o processo pelo qual as empresas criam valor para os clientes e constroem fortes relacionamentos com eles para capturar seu valor em troca (KOTLER e ARMSTRONG, 2007, p.4).

Para melhor compreensão do marketing, Kotler e Armstrong (1998) apresentam, separadamente, os termos, (1) necessidades: são estados de privação sentida pelo ser humano - sejam físicas; básicas, sociais; que faz parte do grupo, e por fim as individuais; de conhecimento e auto expressão; (2) desejos: são estados de cultura e de personalidade individual, e descritos como objetos para satisfazer a necessidade humana; (3) demanda: onde os desejos são respaldados por poder de compra suficiente, ou seja, as pessoas demandam os produtos de modo a satisfazerem seus desejos, na tentativa de reforçar que a distinção entre os termos é muito tênue e dedicada a cada situação específica, seja do mercado de bens e serviços ou do comprador.

Para Kotler (2000) a tarefa do marketing consiste em manter o nível de demanda, apesar das preferências dos consumidores e da concorrência, pois segundo Las Casas (1997), trata-se da área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientados para satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade (LAS CASAS, 1997 p. 26).

O propósito do marketing, para os autores estudados, se fundamenta em satisfazer as necessidades e os desejos dos consumidores por meio da produção e serviços. Assim, conhecer as pessoas, suas necessidades, seus desejos e seus hábitos de compra tornam-se fundamental para a eficaz administração mercadológica. Portanto, compreender o consumidor é uma função essencial do marketing, pois a partir disso se inicia e finda todo processo de administração mercadológica acrescentam Kotler e Armstrong (2007)

Nesse sentido, tanto Drucker (1998) quanto Kotler (2000) trazem o mesmo pensamento, de que diz que a chave para atingir os objetivos da organização consiste em determinar as necessidades e desejos dos mercados alvo e satisfazê-lo mais eficaz e eficientemente do que os concorrentes, isso porquê, trata-se do negócio visto do ponto de vista do seu resultado final, isto é, do ponto de vista do cliente.

A visão de Etzel (2001, p.11) nos proporciona entender que quando os executivos começaram a reconhecer que o marketing era vital para o sucesso de suas empresas, decidiram desenvolver uma nova filosofia de se fazer negócios.

O referido autor enfatiza a orientação ao cliente e a coordenação das atividades de marketing para se alcançar os objetivos de desempenho da organização. Para ele, às vezes, o conceito de marketing é simplesmente expressado como uma orientação ao cliente.

Mas tão importante quanto enfatizar a satisfação do cliente, entretanto, esse foco não deve substituir a conquista dos objetivos como a razão fundamental para o conceito de marketing, para auxiliar nesse processo, trabalha-se no desenvolvimento das estratégias do comportamento mercadológico.

2.2 Composto de Marketing: aplicação em busca de objetivos

O composto de marketing ou composto mercadológico, também chamado de marketing mix é um conjunto de ferramentas que a organização usa de forma a atingir seus objetivos de marketing no seu mercado-alvo afirma Kotler (2006).

Para influenciar na tomada de decisão do cliente a estratégia de marketing pode ser dividida, conforme Boone e Kurtz (2009) em quatro variáveis: produto, preço, praça e promoção. Este conjunto de estratégias forma o composto de marketing, que tem como objetivo atender às necessidades e desejos de um mercado específico, influenciando e conquistando o público segundo os referidos autores mencionados anteriormente.

Segundo Kotler (2006), o produto representa algo que pode ser oferecido ao mercado para seu consumo, apreciação ou tentativa de satisfazer uma demanda, necessidade ou até mesmo um desejo. Para Las Casas (2012) é o objetivo principal das relações de comercialização e é desenvolvido para satisfazer os desejos ou necessidades dos consumidores. Kotler e Armstrong (2008) acrescentam que um produto pode ser avaliado em distintos níveis, para que desta forma possa atender a todas as necessidades e anseios do consumidor.

Outra variável é o preço, segundo Kotler (2006), “o preço difere dos outros elementos do mix de marketing no sentido em que gera receita; os demais geram custos. Consequentemente, as empresas tentam arduamente elevar seus preços até onde o nível de diferenciação permite” (KOTLER, 2006 p.129).

Conforme Las Casas (2012), no processo de definição de um preço para determinado produto, deve-se atribuir financiamentos e descontos, levando em consideração o impacto econômico e a parte psicológica de cada um. O autor ainda completa que as pessoas responsáveis por tal área devem estar atentas a vários fatores, como a lista de preços e informa-las aos vendedores, os devidos descontos por quantidades adquiridas, entre outros. Na perspectiva do cliente o preço deve oferecer uma relação custo x benefício satisfatório e melhor que seus concorrentes.

Os fatores internos e externos interferem na decisão de preços de uma empresa acreditam Kotler e Armstrong (2008) uma vez que incidem sobre eles, os objetivos de marketing da empresa, sua estratégia, custos e organizações incluem-se nos fatores internos, por sua vez, fazem parte dos fatores externos, a demanda, concorrência, natureza de mercado entre outros fatores.

A praça, outra importante variável, trata-se da oferta de bons produtos com preços plausíveis e acessíveis nas quantidades e nos locais propícios deve ser uma tarefa observada incessantemente dizem McCarthy e Perreault (1997). Kotler (2006) ressalta que se faz necessário que o produto esteja disponível nos locais onde seu público alvo circula. É importante se ater aos conceitos de distribuição, atacado, varejo, transporte e armazenamento.

Las Casas (2013) conceitua como “um conjunto de organizações que atuam de forma sistemática e se inter-relacionam com o objetivo de exercer determinadas funções de marketing, como transferir posse e, principalmente, distribuir produtos e serviços ao consumidor” (LAS CASAS, 2013, p.307).

Por fim a variável promoção, essa parte do composto de marketing é a que mais aparece aos olhos do consumidor final, devido as suas características, sendo muitas vezes confundida com a promoção de vendas (ferramenta de marketing), mas a promoção neste caso está ligada à comunicação, segundo Las Casas (2013).

Kotler (2006, p.136) ressalta que este “P” - promoção, cobre todas aquelas ferramentas de comunicação que fazem chegar uma mensagem ao público-alvo”. O autor destaca que promoção é uma interação entre os instrumentos disponíveis ao emitente, que tem como papel fundamental a comunicação persuasiva.

Kotler (2000, p. 586) expõe que as empresas precisam considerar alguns fatores no desenvolvimento do mix de promoção, como os tipos de mercado que atuam se utiliza estratégia de pressão ou de atração, a rapidez do consumidor em fazer uma compra, o ciclo de vida do produto e a classificação da empresa no mercado.

No entanto, Mccartthy (1978) alerta que a estratégia de marketing deve envolver tanto o composto de marketing quanto o mercado-alvo. O consumidor deve ser o centro do composto de marketing, entretanto, não deve fazer parte dele. Este consumidor que se encontra no meio do composto deve representar aquele a quem a empresa deve dirigir todos os esforços, ou seja, o mercado-alvo.

De volta à comunicação com o consumidor, para Kotler (2001), todo o esforço dedica-se a motivá-lo ou encorajá-lo a comprar. A promoção deve agregar um diferencial para experiência de compra (físico ou emocional) para que o consumidor tenha uma percepção positiva e possa também contribuir para a imagem da empresa ou produto.

Uma técnica de comunicação bastante persuasiva é a publicidade. Kotler (1998) define publicidade como “qualquer forma, não pessoal, de apresentação ou promoção de ideias, bens ou serviços, paga por um patrocinador identificado”. Técnica essa que ainda segundo o autor possui vertentes comerciais, enquanto variável do mix de comunicação em uma estratégia de marketing, como promoções de bens ou serviços; E vertentes de comunicação de causas e valores sociais, servindo ao interesse público, social e comunitário, como por exemplo, promoções de ideias.

De maneira complementar, Kotler (2006) aponta que a base de qualquer negócio é um produto ou serviço e que existem aspectos da estratégia de produto que influenciam no comportamento do consumidor. Estes podem estar relacionados à sua complexidade, qualidade percebida, a sua novidade, a aparência física, conforto percebido, rótulo e embalagem. Essa última, também persuasiva será apresentada a seguir.

2.3 O uso das embalagens como estratégia promocional

Há muito tempo a embalagem está presente na sociedade, protegendo e armazenando os inúmeros produtos que existem no mundo. Segundo Quadros (2010, p.15) “embalagem é todo e qualquer recipiente que tem por finalidade armazenar, conservar e transportar o produto, além de exercer um forte papel no desenvolvimento da marca através de seu layout visual e tridimensional”.

Porém, não se pode mais entender a embalagem como um mero elemento de proteção e conservação do produto nela contido, pois implicaria não considerar todos os fatores do ambiente externo e dissociar a embalagem de suas funções de marketing alerta Pinho (2001, P.101).

Acredita-se, portanto, que a embalagem deixa de ser apenas um elemento de armazenamento do produto e passa a exercer forte influência na decisão de compra do consumidor. Alguns especialistas no assunto consideram que uma embalagem correspondente a um comercial de cinco minutos na gôndola do supermercado. Se considerarmos que cerca de 18 mil novos produtos chegam ao mercado anualmente, e que a grande maioria não aparece em comerciais de qualquer espécie (SP Design apud QUADROS, 2010, p. 16), pode-se inferir que a embalagem comunica e influencia na decisão de compra do consumidor.

Atualmente, as embalagens, exercem um papel de grande importância na comunicação entre a empresa e o consumidor, portanto, deve se atenção específica a esse elemento para que o produto se torne atraente ao consumidor fazendo com que o mesmo tenha interesse pelo produto (PINHO, 2001). Segundo Pinho (2001, p. 103), é no ponto de venda que ocorre o confronto entre o consumidor com as diferentes marcas concorrentes de um mesmo produto. E a embalagem pode, então, desempenhar um papel decisivo, constituindo-se naquilo que chamamos de “vendedor silencioso” o final e o único vendedor no momento crítico da decisão de compra.

A embalagem, quando bem planejada e estruturada, permite que o produto se destaque entre os outros produtos dispostos na gôndola. Todos os elementos que compõem a embalagem, como cores, desenhos, formato, devem estar bem estruturados para que esse conjunto se diferencie dos demais produtos e atraia a atenção do consumidor (GÁRRAN; SERRALVO, 2012).

Segundo Gárran e Serralvo (2012, p. 176), o bom desenvolvimento e posicionamento de uma determinada embalagem na mente do cliente além de atraí-lo, permitem que este identifique com facilidade o produto que estiver procurando nas gôndolas, o que traz satisfação para o cliente já que diminui a sensação de confusão frente aos inúmeros produtos dispostos nelas.

A embalagem como objeto simbólico assume cinco funções: 1) diferenciação; 2) atração; 3) efeito espelho, transmissão da auto-imagem do consumidor; 4) sedução, promoção de fascínio e persuasão; 5) informação, com o detalhamento técnico, composição e utilização do produto. “Entre cores, formas e personagens nas gôndolas, a embalagem é o elo entre o desejo e o ato da compra, numa performance imponente, convidativa e sedutora” (RODRIGUES, 2005 apud BORGES, ET. AL)

A embalagem é uma mídia extremamente dirigida, que atinge com precisão o consumidor pontuam Yoshihara e Cassiano (2010). É importante ressaltar que mesmo sem a compra, a embalagem possibilita a comunicação, a visibilidade no ponto de venda. “O fator estético tem grande importância na aparência e na atração da embalagem, contribuindo ainda para que ela estabeleça um novo referencial do produto, agregando-lhe um valor subjacente. (SERAGUINI, 1978, apud PINHO, 2001, p. 104).

Conforme Gárran e Serralvo (2012, p.177), ainda que o conteúdo de uma embalagem seja o mais importante, “é a embalagem em si que atrai os olhares do consumidor e o faz parar e examinar o produto com mais atenção, principalmente nos casos de bens de consumo não duráveis e de baixo envolvimento”.

Com a utilização de materiais e rotulagens de tecnologia sofisticada, a embalagem foi se transformando numa espécie de mídia, um vendedor silencioso (BORGES, et. al.2011). A utilização de personagens nas embalagens dos produtos é um elemento que consegue humanizar o produto e a marca. “A ligação das crianças aos seus personagens favoritos é uma forma que as empresas encontram para fidelizar seus consumidores e estabelecer uma relação duradoura de consumo” (BORGES, ET. AL. 2011). Segundo Borges (et. Al. 2011), “a presença de um personagem imaginário é capaz de humanizar o produto e estabelecer umintimidade com o consumidor, principalmente o mais jovem, com o qual se estabelece um vínculo de afetividade que supera a fantasia”.

Assim como as embalagens bem estruturadas atraem os públicos adultos e juvenis, as embalagens atraentes também levam o público infantil a se interessar pelo produto, tendo como influência todos os elementos que compõem a embalagem, e principalmente a presença de personagens que costumam ser o centro das atenções desse público.

O público infantil é considerado potencial consumidor, diante disso, os pesquisadores da comunicação e comportamento do consumidor buscam, cada vez mais, compreender a formação desses novos consumidores e a influência da criança nos processos de compra dos pais. Dessa forma, os lançamentos de produtos voltados para o público infantil se multiplicam a cada ano, pois esse nicho de mercado é muito representativo no Brasil, gerando possibilidades de muitos negócios (BORGES, SOARES, COELHO, et. al. 2011).

A formação da criança como consumidor apresenta inúmeros elementos influenciadores, como os pais, os irmãos, os amiguinhos, os professores e as formas de publicidade. A publicidade por sua capacidade de sedução impacta fortemente na percepção das crianças. A campanha publicitária tem a função de atrair para o ponto de venda, onde outro elemento entrará em cena: a embalagem. Ela tem a capacidade de criar uma relação afetiva com a criança (BORGES, SOARES; COELHO, ET. AL.2011).

Segundo Kotler (2006), as organizações podem criar demanda para seus produtos, associando-os a fortes impulsos, sinais motivadores e trabalhando o reforço positivo. Esses sinais contidos na forma e na estampa das embalagens são elementos estimuladores e impulsionam para a compra. Para Mestriner (2007, p.46), “imagens são poderosas, elas contêm uma grande quantidade de informação. É possível explicar muita coisa e despertar os sentimentos, a curiosidade e os desejos do consumidor utilizando imagens”.

Acredita-se que essas embalagens também, quando voltadas para o público infantil, se bem planejadas e estruturadas têm o poder de criar uma relação afetiva com a criança, influenciando a criança a desejar o produto, a qual influencia no processo de decisão de compra dos pais. Essa relação afetiva se dá muitas vezes através de personagens presentes na embalagem que atraem os olhares e contribuem para a humanização do produto e da marca, causando uma intimidade profunda com o consumidor, principalmente com o consumidor infantil.

2.4 Comportamento do consumidor infantil

De acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) é considerada criança a pessoa com idade inferior a doze anos e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade,culturalmente no Brasil se considera adolescente a partir dos 13 anos. Segundo a pirâmide etária Brasil (2016) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) crianças de 0 a 14 anos representam 22,7 % da população brasileira, sendo quase 50 milhões de brasileiros.

De acordo com Velozo (2008), cada vez mais inseridas na cultura do consumo, as crianças representam um mercado significativo às empresas.Guimarães (2017),aponta que é latente o interesse das empresas pelo segmento infantil, apesar do número limitado de estudos realizados com esse público. Os

dados registrados até agora falam por si mesmos e ressaltam a atração que essa faixa de idade exerce no mercado de consumo.

Segundo projeções dos jornais americanos Wall Street Journal (Zimmerman, 2012) e New York Times (Tabuchi, 2012), marcas direcionadas ao consumo infantil, como Barbie e HelloKitty, faturam acima de US\$ 1 bilhão por ano. Outro objeto de desejo das crianças – o Lego – registra faturamento de US\$ 3,9 bilhões por ano, conforme informações do próprio Lego Group (2012).

Um estudo feito em pelo instituto de pesquisa AC Nielsen (2011) revelou que 49% dos lares com crianças são responsáveis por 52% dos gastos no Brasil. Na mesma linha de estudo sobre os lares brasileiros, a LatinPanel constatou que famílias com crianças de até cinco anos gastam, em média, 10% a mais com produtos de higiene pessoal do que as outras famílias. Elas vão ao supermercado 11% mais vezes e gastam 14% a mais que a média da população.

Segundo Schadeck e Rodrigues (2015), a criança não é um consumidor qualquer, o nível de influência que exerce sobre as compras familiares, no Brasil e em todo o mundo constitui uma realidade que não é ignorada, sendo que 38% dos pais admitem que são os filhos que determinam a escolha das suas próprias roupas e acessórios (ABIT, 2012).

As empresas e os profissionais de marketing têm concentrado esforços, ações e pesquisas de marketing no mercado infantil, pois reconhecem que este não é um mercado homogêneo. As crianças de 0 a 12 anos passam por estágios de desenvolvimento, graus de consciência, o que as torna diferentes em cada faixa de idade, suas preferências são diversas e isso influi no comportamento de compra. Esse conhecimento orienta para que se focalize o consumidor infantil, as dimensões do mercado infantil e a segmentação do mesmo, conformados da ABIT (2012). Ainda segundo Schadeck e Rodrigues (2015) consumidor infantil vem despertando o interesse das organizações desde a década de 1990. Até essa data, não havia um interesse direto na criança como consumidora de produtos ou na sua influência sobre as compras realizadas pela família. Os estudos sobre a infância, como os de Áries (1981), destacam que a infância sofreu muitas mudanças ao longo dos séculos, devido às mudanças ocorridas no meio familiar e social, o desenvolvimento econômico e cultural e o uso das tecnologias (eletrodomésticos, televisão, computadores, celulares, Internet). Tudo isso levou as empresas a assumirem “cada vez mais precoce o estatuto de consumidor da infância, e, portanto, de influenciador no contexto familiar” (SOARES, 2009, p. 10).

O conhecimento de que as crianças são grandes influenciadoras na decisão de consumo, torna comum a criação de “estratégias do tipo a criança pega, o pai compra” (PINHEIRO et al., 2006, p. 35). Portanto, as crianças adquirem cada vez maior importância para a indústria e o comércio, pois formam um nicho de mercado em constante crescimento. E em consequência da “exposição à mídia, as crianças adquirem informação suficiente para gerar um desejo pelo consumo e ter a liberdade de escolher seus próprios itens, além de serem influenciadas pela sociedade, modernização das indústrias e pelo convívio com os amigos” (ARAÚJO, 2009, p. 5).

De acordo com Semenik e Bamossy (1966), o processo decisório familiar é complexo e deve ser compreendido pelos profissionais de marketing para que possam direcionar apropriadamente seus esforços. Dentro do contexto da família, vários aspectos da decisão de consumo podem ser controlados por seus diferentes membros.

Ainda de acordo com os autores, durante a fase de coleta de informações, os adultos e as crianças da família podem contribuir para a obtenção de conhecimento sobre os produtos. Qualquer pessoa que tenha filhos pequenos sabe que eles representam fontes bem informadas sobre diversas áreas, como brinquedos e alimentos tipo snack. Além disso, há influência exercida sobre a definição dos critérios a serem usados na avaliação das marcas. As decisões sobre produtos e marcas podem ser tomadas por uma única pessoa da família ou pela combinação de vários de seus membros reforçam (Semenik e Bamossy, 1966).

O comprador final pode tanto ser o tomador de decisão quanto outro membro da família, que simplesmente faz o papel de “anotador de pedidos”. E finalmente, há o consumidor real, que (particularmente no caso de bebês) pode não ter participado em qualquer das outras influências sobre o processo decisório. Em alguns casos, chega a cinco o número de diferentes membros da família que estão envolvidos numa única decisão de compra.

Segundo Mc Neal (1992) existe um processo de desenvolvimento da criança como consumidora que se inicia quando ela acompanha os pais ao supermercado e os observa: depois, acompanha-os e solicita produto/serviço, acompanha-os e seleciona bens e serviços sob permissão; acompanha-os e faz suas próprias

compras de forma independente e por fim quando ela vai sozinha à loja e faz sua escolha e compra de forma independente.

Conforme o estudo descrito por White (1997), as crianças acompanham seus pais ao local de compra a partir de 1 mês de idade e começam a efetuar compras independentemente a partir dos 4 anos, seguindo cinco estágios:

Estágio 1- observação (interação com o local, contato sensorial); Estágio 2- fazendo pedidos (o único estímulo é a vitrine, pede quando vê. Começam a pedir objetos desejados em suas casas, em especial quando as propagandas da TV se tornam estímulo significativo. A partir dos 2 anos já fazem pedidos e com 3 anos cerca de 2/3 fazem pedidos verbais); Estágio 3- Selecionando (Desenvolvem uma memória da loja e 10 expressam o desejo de independência, localizando e retirando produtos que os satisfazem. O layout da loja, sua disposição e a embalagem do produto são de extrema importância para a criança); Estágio 4- Efetuando compras com auxílio (ao receber algum dinheiro de seus pais, passa a entender que a loja aonde vai possui produtos e o dinheiro é o meio da permuta. Torna-se um consumidor primário que gasta seu dinheiro com suas próprias necessidades e desejos; apesar de existirem casos em que isto se realiza aos 2 anos, em média isto parece ocorrer aos 5 anos); Estágio 5-Efetuação de compras com independência (realiza compras sem o auxílio dos pais. Algumas compram sem seus pais a partir de 4 anos, embora a idade média seja de 8 anos).

Conforme os autores referenciados, crianças de 0 a 14 anos representam cerca de 22% da população brasileira, representando uma parcela significativa no mercado para as empresas. No que 49% dos lares com crianças são responsáveis por 52% dos gastos consumo, e as famílias com crianças até 5 anos gastam ainda 10% a mais com produtos de higiene. As marcas direcionadas para ao público infantil faturam bilhões de reais por ano. A influência das crianças para as compras é visível, 38% dos pais revelam que seus filhos são quem escolhe as suas próprias roupas e acessórios.

As crianças como consumidor e influenciador do consumo são extremamente importantes para as indústrias, pois formam um nicho de mercado em constante crescimento, e com uma exposição das mídias, expõem as suas vontades e desejos de consumo, tendo liberdade para escolher seus próprios itens (ARAÚJO, 2009, p. 5).

Existe um processo de desenvolvimento da criança consumidora, acompanhando os pais nas compras e observando, acompanhando e solicitando produtos e serviços, selecionando os bens e serviços e por fim comprando os seus próprios produtos de forma independente. A criança passa por cinco estágios, o estágio de observação, fazer pedidos, selecionar produtos, efetuar compras com auxílios e efetuar compras com independência. (White, 1997).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se por ser uma pesquisa qualitativa, segundo Minayo (2001) este tipo de pesquisa leva em consideração aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais, pois, trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Neste contexto, utilizou-se da pesquisa qualitativa para entender um pouco mais sobre a possível influência do uso de personagens nas embalagens de produtos alimentícios infantis e o comportamento de compra.

Para desenvolvimento desta pesquisa foram utilizadas como base, informações de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos relacionados ao marketing, comportamento do consumidor e público infantil, reforçando o entendimento de pesquisa bibliográfica apresentado por Gil (2007).

O tipo de pesquisa que foi utilizado é do tipo descritivo, que segundo Gil (2017), tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o

estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. Dentre as pesquisas descritivas salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo, neste estudo o foco central esteve relacionado a sua distribuição por idade.

Também foi utilizado, para a realização deste trabalho, o levantamento de campo, que de acordo com Gil (2011, p. 55), “as pesquisas desse tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.”

A pesquisa em questão foi realizada no dia 18/02/18, o universo de pesquisa foram as 30 mães ou responsáveis alunos do curso de pedagogia da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes – Campus Brasília de Minas, e a amostra utilizada para pesquisa será as 20 mães ou responsáveis de crianças de 0 a 12 anos alunas do curso de pedagogia da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes – Campus Brasília de Minas.

A técnica de investigação utilizada para a realização da pesquisa foi o questionário, que para Gil (2011, p. 121), “é a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc”.

Nesta pesquisa, o questionário buscou conhecer o perfil do entrevistado, mãe ou responsável e da criança. Através de perguntas estruturadas, conhecer o comportamento de ambos no processo de compra e decisão. Bem como a relação interdependente que exercem entre si durante todo este processo.

O questionário foi aplicado no dia 18/02/18, e possui estimativa de participação de no mínimo 90% da amostra. A pesquisa se realizou no horário de intervalo do curso que é das 20:50 as 21:15 e foi realizada nas salas do segundo, quarto, sexto e oitavo período do curso de pedagogia da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes – Campus Brasília de Minas.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Essa seção dedica-se em apresentar os dados da pesquisa realizada conforme percurso metodológico definido. Quanto ao perfil das entrevistadas, constata-se em maior porcentagem, 40% tem idade entre 23 e 27 anos, seguido de 30% com idade entre 28 a 32 anos, mais de 32 anos com diferentes ocupações, sendo estudantes (20%), donas de casa (20%), enquanto outros 60% têm apresentam outras ocupações dentre elas agentes de saúde, atendentes, auxiliares administrativas, conselheira tutelar, diarista, educadora social e servidora pública municipal.

Sobre a maternidade, especificamente relativa à quantidade de filhos, 85% têm apenas um filho e 15% com dois filhos. Seus filhos têm idades bem divididas, sendo 29% com filhos de 0 a 2 anos, 33% de 3 a 5 anos e 38% de 6 a 9 anos, sendo que estes são do sexo feminino (65%) e masculino (35%),

Segundo Kotler e Keller (2006), o marketing tem o propósito de atender as necessidades e desejos dos clientes, fator que torna o conhecimento do comportamento e perfil do consumidor, tanto uma peça chave no sucesso da empresa, quanto um ponto fundamental e indispensável para a maioria das empresas no mercado competitivo atual, conhecer o perfil do consumidor é premissa básica em pesquisa de marketing com atenção às estratégias mercadológicas, especialmente, no segmento de varejo alimentício.

A ocupação e as circunstâncias econômicas também influenciam o padrão de consumo de uma pessoa, pois a escolha de determinado produto é diretamente afetada pela situação econômica do indivíduo bem como a renda disponível, economias e bens, débitos, capacidade de endividamento e atitudes em relação a gastar e economizar (KOTLER; KELLER, 2006).

Ainda referente ao perfil, pesquisou-se a renda, por ser considerada fator de influência na decisão de compra. Assim, 75% das entrevistadas têm até um salário mínimo e 25% delas, com renda de dois salários mínimos, conforme apresenta gráfico 1, compondo informações sobre idade, ocupação e renda.

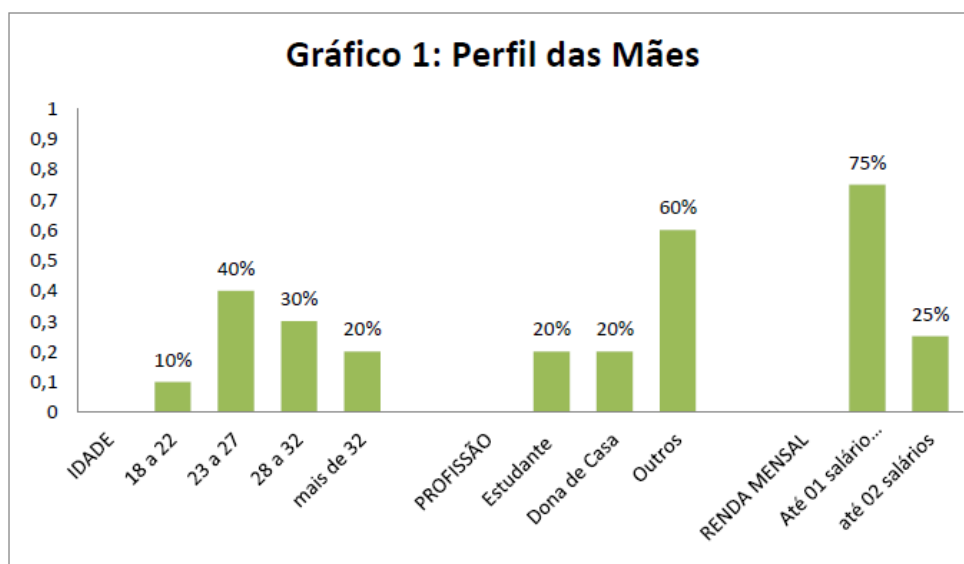


Gráfico 1 :Pesquisa realizada pelos autores, 2018.

Atendendo outro objetivo dessa pesquisa que se destina a identificar os hábitos de consumo das entrevistadas, conforme dados do Gráfico 2, o período de compra se revela em uma vez ao mês (70%) das mães pesquisadas, (25%) quatro vezes ao mês e outras (5%) apenas duas vezes ao mês. 60% delas afirmam que sempre organizam uma lista de compra, e outras 30% não possuem esse costume e outras 10% adotam a lista sazonalmente.

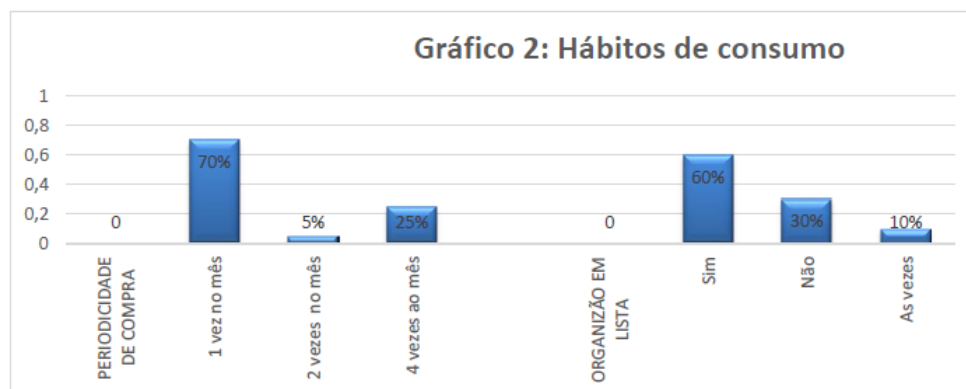


Gráfico 2 :Pesquisa realizada pelos autores, 2018.

Sobre a participação dos filhos na realização das compras, 50% revelou que às vezes levam seus filhos às compras, enquanto apenas 30% levam frequentemente, e os outros 20%, raramente ou nunca fazem as compras acompanhadas pelos seus filhos. Quando os filhos vão às compras, 60% das mães afirmam que seus gastos são maiores, conforme mostra o gráfico 3.

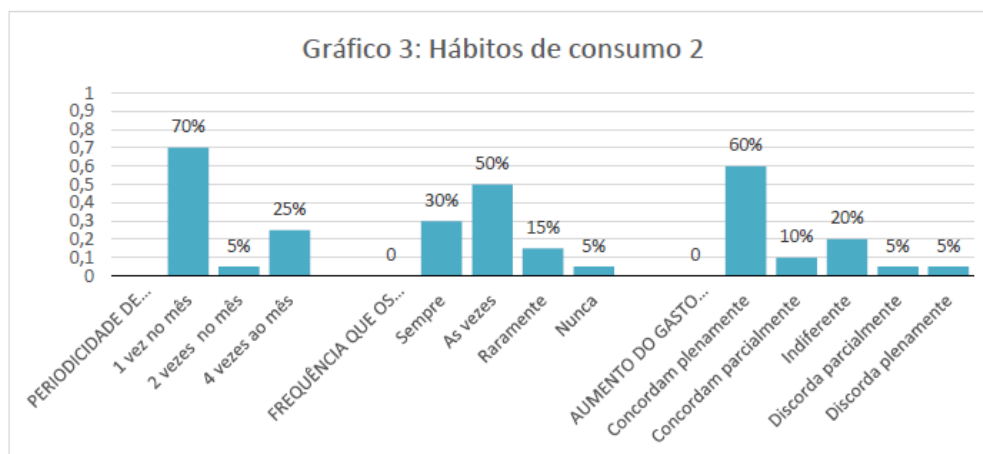


Gráfico3 :Pesquisa realizada pelos autores, 2018.

É fato de quando alguém se torna pai ou mãe deseja o melhor para seu filho, melhor educação, melhores oportunidades e que tenham uma infância melhor que a sua (SÁ et al, 2011).Diante desta afirmação, pode-se perceber que há uma tendência natural dos pais em comprarem itens para seus filhos que não puderam ter na sua infância.

Sobre o uso de personagens nas embalagens de produtos alimentícios, percebe-se que os personagens que atraem a atenção dos filhos também são diversificados, sentem-se atraídos pela PeppaPig, Minie, Frozen, Barbie, Princesinha Sofia, Galinha Pintadinha, PatatiPatata, Homem Aranha, Capitão América, Hulkoutros personagens infantis. Em relação ao conhecimento do personagem pelos filhos através das mídias, 50% responderam que conheceram pela TV e 15% pela internet.

De acordo com Jesus (2005), os meios de comunicação de massa exercem forte influência na construção de marcas e na criação e manutenção de hábitos de consumo. Porém, tal influencia ocorre de forma diferenciada em diferentes classes sociais. A classe média é a mais influenciada pelos meios de comunicação, em especial a TV. A população de baixa renda devido à sua pequena disponibilidade financeira para lazer e entretenimento, despende mais tempo assistindo televisão, e procura adaptar o que vê à sua rotina diária, mesmo que não tenha condições de consumir o que lhe é oferecido.

Para Munarim (2004),a maneira como a imagem dos heróis é passada às crianças gera elementos de imitação, pois estes propõem um mundo lúdico e de magia, com personagens caracterizados como fortes e guerreiros, traços e cores peculiares juntamente com o jingle no momento em que aparecem despertam a atenção das crianças e a manutenção destas em frente à tela.

Uma pesquisa relacionada à propaganda voltada para as crianças, realizada por Resnik e Stern apud. Karsaklian (p. 252, 2011) “demonstrou que o fato de já terem visto a marca numa propaganda aumentava a probabilidade de escolha dessa mesma marca na hora da compra”

De acordo com 60% das mães pesquisadas os filhos são influenciados pelos personagens nas embalagens dos produtos.

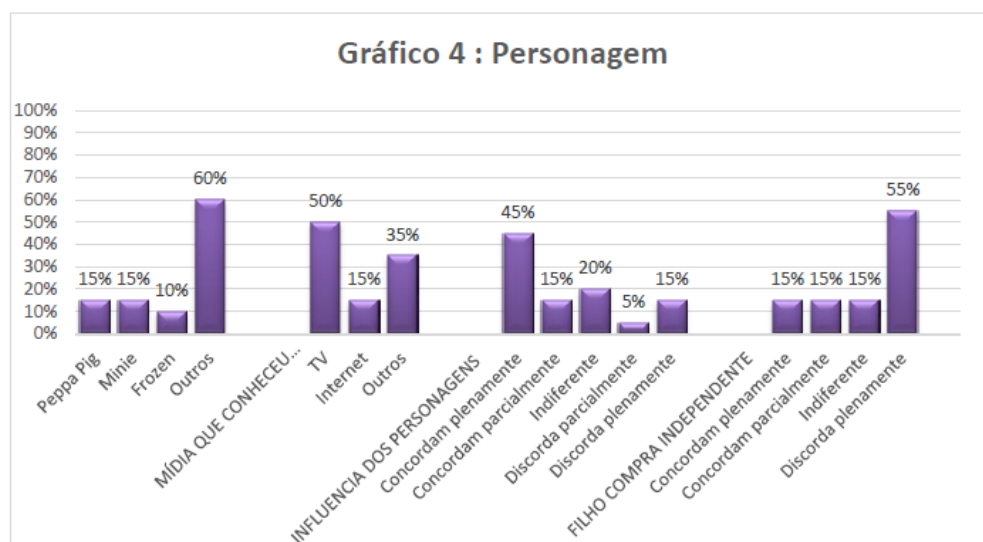


Gráfico4 :Pesquisa realizada pelos autores, 2018.

De acordo com as mães pesquisadas 55% delas disseram que os filhos não fazem compras de forma independente, já na questão de escolha de produtos, 70% atendem ao pedido dos filhos, sendo que, 45% nem sempre compram os produtos que os filhos querem e 25% compram sempre os produtos solicitados pelos filhos. Ainda de acordo com o consumo dos filhos, 45% das mães disseram que seus filhos aceitam um “não” como resposta. Blackwell, Miniard e Engel (2005) afirmam que o comportamento de consumo é aprendido durante a infância, o que indica que se os pais são consumistas, as crianças também tendem a ser.

Quando o quesito é quem cede mais aos desejos dos filhos, pai e mãe aparecem empatados com um percentual de 45% cada. Já a questão do critério que leva o filho a escolher um produto, o personagem conta com um percentual de 45%, reforçando a teoria do autor (BORGES, ET. AL. 2011), que afirma que a utilização de personagens nas embalagens dos produtos é um elemento que consegue humanizar o produto e a marca. “A ligação das crianças aos seus personagens favoritos é uma forma que as empresas encontram para fidelizar seus consumidores e estabelecer uma relação duradoura de consumo”, e o sabor logo depois com 35%, enquanto as mães optam pelo quesito dos valores nutricionais com 70% das respostas, conforme mostra o gráfico 5.

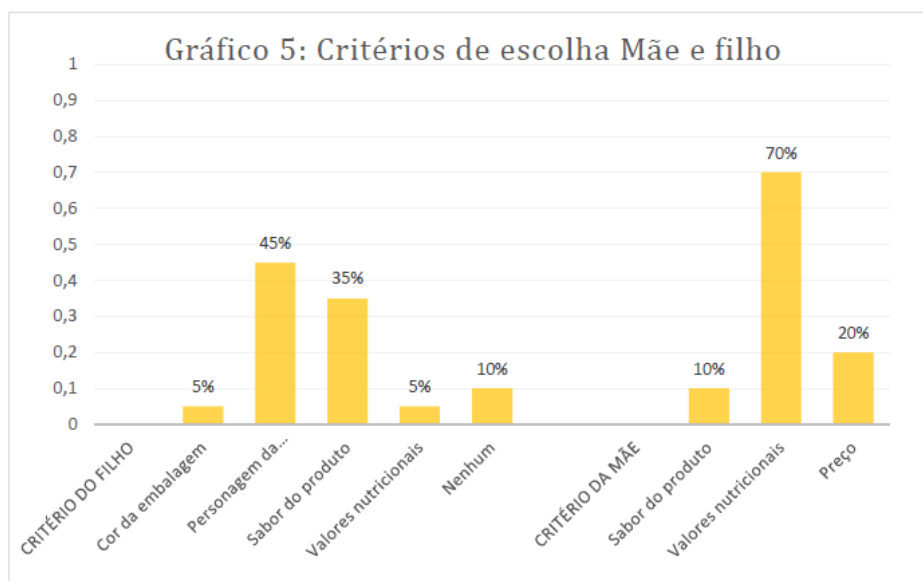


Gráfico5 :Pesquisa realizada pelos autores, 2018.

Percebe-se claramente, que as motivações entre mães e filhos se diferem aos propósitos naturais dos consumidores. Situação que reforça o atendimento ao objetivo central deste estudo, uma vez que, o uso de personagem na embalagem determina, muitas vezes, a compra do produto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se que as empresas, atuantes no mercado varejista no segmento alimentício, tem utilizado de maneira estratégica o exercício de persuadir os consumidores, especialmente, o consumidor infantil, ao adotar o uso de personagens infantis em embalagens de produtos alimentícios.

A pesquisa realizada pôde constatar fatores de grande relevância em relação ao consumo de produtos alimentícios infantis, no quesito de embalagens personalizadas com personagens infantis, como uma das estratégias de marketing utilizadas pelas empresas fornecedoras deste tipo de produto. Foi possível relatar várias circunstâncias, como influência no consumo e nos produtos escolhidos, protagonizado pela presença das crianças nas compras.

Percebe-se, neste estudo, que os filhos muitas vezes acompanham seus responsáveis nas compras, e na maioria das vezes o consumo é maior quando isso acontece. Apesar de boa parte das mães pesquisadas afirmarem que os filhos não fazem compra de forma independente, e que elas nem sempre compram os produtos que são pedidos pelos pequenos, já que segundo elas, em muitas ocasiões eles aceitam um “não” como resposta.

Em relação aos personagens que são de grande influência para as crianças, não se constatou algum absoluto, é bastante variada a preferência pelos desenhos. Mas de acordo com boa parte das mães os filhos são sim influenciados pelos desenhos. Além disso, elas relataram que primeiramente eles escolhem os produtos por influência do qual está presente um personagem e em segundo plano pelo sabor.

Portanto, tais fatores permitem afirmar que o marketing desenvolvido pelas empresas com foco em personagens infantis nas embalagens de produtos alimentícios voltados para crianças, gera uma convicta influência na decisão de compra final de muitos pais ou responsáveis.

Para futuros estudos indica-se pesquisar a postura ética dessa estratégia, bem como, realizar a pesquisa no ambiente supermercadista e/ou alternativo, a fim de verificar, o quanto o ambiente influenciam as decisões de consumo.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BLACKWELL, Roger D; MINIARD, Paul W; ENGEL James F. Comportamento do Consumidor. Tradução da 9ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2005.
- BOONE, Louis E; KURTZ, David L. Marketing contemporâneo. 12. ed. Rio de Janeiro: Cengage Learning, 2009.
- BORGES, Admir Roberto et all. A Embalagem Sedutora na Gôndola do Supermercado: Uma mídia Para Atrair e Aguçar o Desejo de Consumo nas Crianças. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1482-1.pdf>>, Acesso em JUN/2017.
- CONGRESSO SULBRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, 2, out/2004. Anais...Criciúma: CBCE/UNESC, 2004.
- DRUCKER, Peter. Administrando em Tempos de Grandes Mudanças. São Paulo: Pioneira, 1998.
- ETZEL, Michael J.; WALKER, Bruce J.; STANTON, William J. Marketing. São Paulo: Makron Books, 2001
- GÁRRAN, Vanessa Gabas; SERRALVO, Francisco Antonio. A influência dos aspectos visuais das embalagens na formação das atitudes: um estudo no setor de alimentos. RAD Vol. 14, n. 2, Mai/Jun/Jul/Ago 2012, p. 169-194. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/download/12810/9296>> Acesso em: dez/2017.
- KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor: 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2011.
- KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 10 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Introdução ao Marketing. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil Ltda, 1998.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2008.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 528.
- MCCARTHY, E. Jerome. Basic marketing: a managerial approach. 6th ed. Richard D. Irwin, Homewood, 1978.
- MESTRINER, Fabio. Gestão estratégica de embalagem. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MUNARIM, I. A Violência na Programação Infantil da TV e as Brincadeiras das Crianças.
- PINHO, J.B. Comunicação em Marketing : Princípios da comunicação mercadológica. São Paulo: 2001.
- QUADROS, Luana da Silva. Embalagens: Design e comunicação. 2010. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjK84S6pZLYAhWEJ1AKHTXIDQsQFgg2MAA&url=https%3A%2F%2Fwww.univates.br%2Fbdu%2Fbitstream%2F10737%2F262%2F1%2FLuanaQuadros.pdf&usq=AOvVaw3mZ1zDyvILJn9vH_jwIBj> Acesso em: dez/2017
- SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. Comportamento do consumidor. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
- SOLOMON, Michel R. O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 5.ed. São Paulo: Bookman, 2011.
- Veloso, A. R., & Hildebrand, D. F. N. Representação social do ato de comprar para o consumidor infantil de alta renda. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Curitiba, PR, Brasil, 2008.
- YOSHIHARA, Filipe Grossi; CASSIANO, Célia Maria. A importância da embalagem na comunicação com o consumidor. Faculdade Anhanguera de Jundiaí. São Paulo: Jundiaí, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2601-1.pdf>> acesso em: dez/2017.

A PREVIDÊNCIA SOCIAL E O MERCADO DE TRABALHO FORMAL PARA TERCEIRA IDADE NO NORTE DE MINAS E NO BRASIL

Souza, Josiane Rocha de¹;
Duarte, Simone Viana²;
Gonçalves, Ana Cecília Santos³;
Martins, Katielly Souto⁴;

RESUMO: A Reforma da Previdência é polêmica na Câmara dos Deputados. A reforma trabalhista por sua vez foi aprovada em Julho de 2017. Estas reformas mudam a vida de milhões de brasileiros, sendo boa parte destes os idosos, ressaltando que o trabalho é direito de todos. O presente artigo tem como problema, qual a situação e providências em relação ao envelhecimento da população? Têm por objetivo refletir as legislações citadas, artigos publicados e dados do Norte de Minas e no Brasil sobre o idoso no mercado de trabalho formal. A metodologia adotada foi pesquisa bibliográfica e a coleta de dados em fontes secundárias, tais como IBGE e RAIS/MTE. Os estudos mostram que, muitos idosos permanecem no mercado de trabalho por questões pessoais ou financeiras e que os idosos estão cada vez mais economicamente ativos, podendo contribuir positivamente para as organizações, seja por seus conhecimentos ou pelas experiências adquiridas. Cabe então às empresas aproveitarem bem desse capital intelectual e ao governo viabilizar políticas públicas para estímulo e inserção dessa faixa etária no mercado de trabalho, considerando o que os estudos destacam sobre as diversas dificuldades enfrentadas pelos idosos ao tentar continuar no mercado de trabalho, tais como concorrentes mais jovens, limitações devido às consequências da velhice, baixo nível de qualificação da maior parte da parcela idosa e ainda sofrerem preconceito e rejeição por parte da sociedade. Um estudo do IBGE em 2012 mostrou elevação no índice de envelhecimento da população de 31,7%, em 2001, para 51,8%, em 2011. Outros dados são apresentados no artigo, sobre o idoso no mercado de trabalho e o crescimento da população idosa na região e no Brasil. O aumento do tempo de contribuição previsto para a aposentadoria e a elevação da expectativa de vida, bem como a opção de se aposentar ou continuar no mercado de trabalho, gera impacto e precisa ser refletida com o intuito de garantir o direito de trabalho digno e de uma aposentadoria tranquila. Tratar desse assunto significa preparar o gestor público e o empregador para o enfrentamento dessa tendência.

Palavras-Chaves: Idoso, Mercado de trabalho, Previdência, Reforma Trabalhista.

1. INTRODUÇÃO

A Proposta de Emenda Constitucional nº 287/2016, conhecida como Reforma da Previdência, foi apresentada pelo Governo Michel Temer e vai avançando na Câmara dos

¹ Acadêmico do 8º Período de Administração da UNIMONTES. E-mail: josiany.josiany.rocha@gmail.com

² Professor Mestre do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: simonevianaduarte@yahoo.com.br

³ Acadêmico do 8º Período de Administração da UNIMONTES. E-mail: anaceciliaasangon@gmail.com

⁴ Acadêmico do 8º Período de Administração da UNIMONTES. E-mail: souto.katy@gmail.com

Deputados. Nesta reforma estão pautados alguns tópicos que mudarão drasticamente a vida de milhões de brasileiros. Uma das mudanças é o tempo de contribuição do trabalhador que de 15 passou para 25 anos de contribuição mínima para aposentadoria. Os trabalhadores rurais que tinham o direito de se aposentarem com idade 55 (mulheres) e 60 (homens) agora deverão aposentar-se com idade mínima de 65 anos. Estes e outros tópicos estão pautados nestas novidades que afetam a maioria da população idosa, pois com o passar dos anos acaba por perder espaço para os trabalhadores mais jovens. Com isso o presente estudo faz reflexões sobre as mudanças nas leis previdenciária e trabalhista em relação à população idosa em geral e do Norte de Minas Gerais em especial.

2. REFERÊNCIAL TEÓRICO

O termo "Terceira Idade" foi criado pelo gerontologista francês Huet, cujo início cronológico coincide com a aposentadoria entre 60 e 65 anos (GOLDMAN, 2000)[1]. O termo foi definido para nominar uma nova etapa de vida, que não impede a continuidade de uma vida ativa, intensa, independente e prazerosa (FARIAS, 2008)[2].

Assim, a terceira idade ou velhice não comporta um único conceito, uma vez que a idade cronológica pode não ser idêntica à idade biológica e social do indivíduo.

A Constituição Federal Brasileira menciona a terceira idade com início aos 65 anos, enquanto que o Código Penal Brasileiro refere a idade de 70 anos. Ambos não coincidem com a definição de 60 anos que consta na Política Nacional do Idoso.

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS) 2002, a terceira idade é a fase da vida que começa aos 60 anos, e nos países desenvolvidos começa aos 65 anos. Os geriatras, sob o ponto de vista biológico, dividem as idades em primeira idade entre 0 a 20 anos, segunda idade entre 21 a 49 anos, terceira idade entre 50 a 77 anos e em quarta idade entre 78 a 105 anos.

A terceira idade de acordo com Martino (2017)[3] caracteriza-se por mudanças físicas em todo o organismo do indivíduo, alterando suas funções e comportamentos, percepções, sentimentos, pensamentos, ações e reações. Há também alterações dos papéis sociais que resultam das mudanças bio-psicológicas relacionadas ao avanço da idade.

A Política Nacional do Idoso vem reafirmar o dever da família, da sociedade e do Estado em certificar os direitos do idoso, inclusive para agregá-lo na sociedade e permitir sua cooperação no meio onde vive, sem marginalização.

Com o aumento da expectativa de vida, o número de idosos tende a aumentar. Em 2050, de acordo com o IBGE (2008)[4], a expectativa de vida do brasileiro, ao nascer, será de 81,3 anos.

Já em 2012, um estudo do IBGE revelou elevação no índice de envelhecimento da população: de 31,7%, no ano de 2001, para 51,8%, no ano de 2011. Esse estudo reportou também que as pessoas com 60 anos ou mais ocupavam 27% das vagas do mercado de trabalho. Espera-se que, devido ao envelhecimento populacional, elevem-se as chances de permanência desse trabalhador na atividade laboral.

Segundo Paolini (2017)[5], a população idosa está submergindo cada vez mais no mercado de trabalho, é necessária uma adequação, tanto para o idoso quanto para as organizações, pois estes requerem atenção, cuidados especiais, e uma vez que, podem contribuir com as suas experiências adquiridas em anos de vivência e de vida laboral. Portanto, essa questão precisa ser amplamente discutida e equacionada, a fim de se diminuir a discriminação, a vulnerabilidade e a exclusão social.

Sendo assim, segundo o autor citado, para uma saída mais tardia do mercado de trabalho, é importante garantir ao trabalhador uma qualidade de vida adequada à sua idade.

Paolini (2017) [5], completa dizendo que a população da terceira idade no Brasil encontra-se insatisfeita, pois, mesmo que esteja acontecendo o amparo progressivo relacionado aos idosos, vários deles ainda estão sendo ignorados pela sociedade, mostrando que a legislação vigente até então tem deixado a desejar, visto que o modo como são vistos e tratados pelo resto da população ainda continua sendo indiferente.

Segundo o IBGE (2007) [4], quase 20% dos idosos aposentados no Brasil trabalham. Entre os principais motivos estão a necessidade de uma remuneração extra ou a vontade de permanecer no mercado.

A partir dessa constatação há necessidade do mercado de trabalho se adequar, principalmente em números, gerando novos empregos formais para suprir a crescente demanda idosa no Brasil, pois ainda dados do IBGE demonstram, que o trabalho informal está presente na população idosa em 71,7%.

Essa necessidade deve ser amplamente abordada e discutida, viabilizando a elaboração de políticas públicas que atendam às necessidades dos trabalhadores idosos.

Sobre a aposentadoria, Paolini (2017)[5], afirma que é importante que a mesma não proporcione um momento de tensão, e sim, que possa ser pensada ao longo da carreira, de forma que o trabalhador tenha como se planejar, para que assim possa se

beneficiar levando uma vida mais leve, com menos preocupações, mantendo sua saúde controlada, tendo hábitos saudáveis, melhorando, assim, sua expectativa e qualidade de vida, e não obtendo o contrário disso.

Para Vanzela (2011) [6], as potencialidades mentais dos indivíduos de terceira idade, hoje comprovadas, merecem, portanto, ser entendidas como sinônimo da força produtiva de que são detentores, ganhando assim essa vantagem competitiva no mercado de trabalho.

Porém, Paolini (2017)[5], considera que são poucas as chances que os indivíduos idosos têm de se atualizar e capacitar para voltar ao mercado de trabalho ou para garantir sua permanência, uma vez que, irão competir com concorrentes mais jovens, geralmente preferidos devido ao seu maior grau de qualificação. Por outro lado, os idosos encontram organizações e governantes despreparados para lhes garantir condições dignas de trabalho e políticas voltadas para essa demanda.

Segundo Vanzella(2011) [6], o gestor de Recursos Humanos deverá estar capacitado a lidar com o novo paradigma, considerando que este é responsável pelo conjunto de decisões integradas sobre as relações de emprego e possui funções na organização, como treinamento, desenvolvimento, motivação e manutenção dos empregados, sintetizando que, esta área comunica as políticas e práticas necessárias para se administrar o trabalho das pessoas.

Por isso para Paolini (2017)[5], o desenvolvimento de políticas públicas e privadas é extremamente importante para essa faixa etária, pois possibilita aos idosos cidadãos, direitos protegidos por lei, continuarem ativos e com funcionalidade.

De acordo com o IBGE (2007) [4], a maior concentração de idosos está no setor de serviços que emprega 52,8%, seguido do comércio com 22,3% e da indústria com 11,9%. Quanto aos cargos com responsabilidade de decisão, ocupados pelas pessoas da terceira idade, os dados do IBGE (2007) [4] apontam que entre esses trabalhadores, 6,3% têm mais de 60 anos.

Segundo DIEESE (2009) [7], homens na faixa etária entre 65 e 69 anos, a jornada semanal de trabalho é de 40 horas e após os 80 anos, os idosos que trabalham o fazem, em média, 32 horas por semana.

Sendo assim Paolini (2017)[5], afirma que é fundamental para o idoso ter a opção de escolher continuar ou não trabalhando, seja pela insuficiência da renda própria ou familiar, para continuar na carreira dos sonhos.

Baseado nessas mudanças e buscando oferecer melhor qualidade de vida as pessoas da terceira idade, e ressaltando a importância do desenvolvimento das políticas públicas para o idoso, a Previdência Social tem como papel garantir inclusive os direitos de aposentadoria do idoso.

O texto apresentado na Câmara dos Deputados do governo federal, no dia 22 de novembro de 2017, traz novas mudanças com relação ao texto original. O tempo mínimo de contribuição para trabalhadores vinculados ao Regime Geral de Previdência Social passa para 15 anos, e estabelece em 25 anos o limite mínimo de participação para os servidores públicos.

O novo projeto mantém a idade mínima para homens e mulheres, sendo 65 anos para homens e 62 anos para mulheres. A regra é válida tanto para trabalhadores do setor privado quanto para servidores públicos, mas só passará a ser aplicada após o período previsto nas regras de transição, diferentes para os dois setores.

Para professores, policiais militares e trabalhadores em condições prejudiciais à saúde, as regras são diferentes. Docentes de ambos os sexos poderão se aposentar com 60 anos. Para PMs, a idade mínima é de 55 anos, a mesma de empregados em posições com riscos à saúde. Pessoas com deficiência não possuem idade mínima para requisição de aposentadoria.

É importante lembrar que a nova reforma da Previdência estabelece que, para se aposentar, o trabalhador precisa obrigatoriamente obedecer a dois critérios: a idade mínima e o tempo mínimo de contribuição.

As mudanças serão gradativas, os trabalhadores dos setores público e privado passarão por um período de transição. Nesse intervalo, as idades serão acrescidas de um ano a cada biênio até chegar aos limites previstos na reforma.

As regras de transição são mais duras para os servidores públicos. Os funcionários ligados ao Regime Próprio de Previdência Social alcançarão as idades mínimas de 65 anos para homens e 62 para mulheres já em 2032 enquanto que, para empregados do setor privado, o patamar só será válido em 2038.

O novo texto propõe novo cálculo do valor da aposentadoria, com o tempo mínimo de contribuição, o trabalhador só terá direito a apenas 60% do valor da média dos salários. O valor sobe a cada 1 ponto porcentual para cada ano adicional entre os 16 e 25 anos de contribuição, 1,5 ponto porcentual a cada ano entre os 26 e 30 anos de contribuição, 2 pontos porcentuais entre os 31 e 35 anos de contribuição, e 2,5 pontos

porcentuais a partir dos 36 anos de contribuição. Para conseguir 100% da média de salários, serão necessários 40 anos de contribuição.

Com relação aos benefícios o novo projeto mantém, ainda, o limite de dois salários mínimos para o acúmulo de benefícios, como aposentadoria e pensão. Caso o valor supere o limite, o trabalhador poderá escolher o rendimento mais alto.

Enquanto aos casos de aposentadoria rural, pessoas com deficiência e idosos que comprovam possuir baixa renda continuarão em vigor as regras atuais.

Como a nova proposta da reforma da previdência, pautada sobretudo na sustentabilidade financeira não foi aprovada em definitivo pela Câmara dos Deputados e pelo Senado, opiniões acerca da reforma vem surgindo no cenário.

Pastore (2017) [8], identifica nos países que aumentaram a idade de aposentadoria um grande desafio de garantir trabalho para os idosos, esse será também o caso do Brasil se a reforma da Previdência Social for aprovada. Isso mostra a necessidade de criação de milhões de empregos para acomodar o número crescente de idosos no mercado de trabalho, pois a vida média das pessoas continuará aumentando de forma acelerada afirma o autor.

De acordo com o autor citado acima, para enfrentar o primeiro desafio, os países avançados criaram formas de trabalhar, como é o caso do trabalho intermitente, tempo parcial, terceirizado, autônomo, teletrabalho e outros, pois é impossível acomodar todos os idosos em trabalhos em tempo integral, eles trabalham nas formas acima indicadas. Dessa maneira evita-se uma avalanche de idosos desempregados ou aposentados.

Ainda há um segundo desafio conforme Pastore (2017) [8], que se refere ao domínio das novas tecnologias do mundo digital. Hoje, as tecnologias dominam todos os setores e afetam as pessoas e a própria sobrevivência das empresas. Nesse novo mundo, os idosos estão sendo demandados a fazer o que não aprenderam na juventude. Não há outra saída, vida mais longa requer não apenas mais dinheiro, mas também flexibilidade para dominar novos conceitos e novas maneiras de trabalhar assegura o autor.

Reportagem recente da Revista *Economist* mostrou que 25% dos motoristas de Uber nos Estados Unidos têm mais de 55 anos e a população dá preferência a eles, para dirigir veículos, tiveram que aprender a lidar com aplicativos do mundo digital, afirma Pastore (2017) [8].

Ainda de acordo com o autor, o mesmo ocorre em várias outras atividades. Na Suécia, na Holanda, na Inglaterra, nos Estados Unidos, na França, na Alemanha, na Espanha, na Itália e na Grécia crescem a cada dia os cursos de treinamento em tablets para

idosos. A aprendizagem tem sido surpreendente. Com isso, eles vão se capacitando para trabalhar no mundo tecnológico.

Com este cenário, o Brasil, com a aprovação da reforma trabalhista, contempla o trabalho intermitente, tempo parcial, teletrabalho, autônomo, terceirizado e outros, considerando a reforma da previdência. Também no campo da simplificação das tecnologias e do treinamento dos idosos será essencial avançar. Medidas que precisam caminhar juntas para se enfrentar os desafios da longevidade, equilibrar as finanças públicas e para garantir condições ao crescimento econômico e geração de empregos para os idosos afirma Pastore (2017) [8].

A reforma trabalhista aprovada, lei 13.467/2017, caracteriza-se pela flexibilização das leis do trabalho, prevendo negociações em acordos e convenções coletivos, e a prevalência do acordo individual sobre o negociado coletivamente.

Dentre as mudanças, pode-se destacar a jornada de trabalho que poderá ser mudada mediante convenções e acordos coletivos, desde que respeitado o limite de 8 horas diárias e 44 horas semanais, permitido até 2 horas extras. A jornada poderá ser de 12x36 (o empregado trabalha por 12 horas e folga 36 horas seguidas), que agora é permitida para todas as atividades desde que prevista em acordo ou convenção coletiva. Antes da reforma, somente para algumas profissões era permitida essa escala de trabalho. Ainda há a previsão legal de que essa jornada de 12x36 poderá ser estabelecida por acordo individual escrito, aquele firmado diretamente entre o empregado e o empregador, no setor de saúde.

A reforma trabalhista criou uma nova forma de contratação, o trabalho intermitente, no qual o trabalhador recebe de acordo com o tempo trabalhado, não sendo estipulado tempo mínimo de trabalho. Nesse contrato deve haver a previsão do valor da hora trabalhada, que não deve ser inferior a hora do salário mínimo adotado no país. Assim, o empregador deverá comunicar o empregado com pelo menos três dias de antecedência, o empregado deverá responder se aceita ou não o serviço em até 24 horas. O acerto das verbas será feito após cada período de serviço cumprido.

O contrato de trabalho com jornada parcial poderá ser de até 30 horas semanais, sem horas extras, ou de até 26 horas semanais, com até 6 horas extras. Antes a jornada era de até 25 horas por semana, sem horas extras. As férias desses trabalhadores também sofreram alteração para 30 dias, pois antes era de até 18 dias.

O banco de horas poderá ser firmado mediante acordo individual, antes da reforma só poderia ser feito com convenção ou acordo coletivo. A compensação das horas do banco deverá ser feita em, no máximo, seis meses.

O intervalo de almoço poderá ser reduzido em convenção ou acordo coletivo, desde que garantido o mínimo de 30 minutos para jornadas com mais de 6 horas diárias.

O imposto sindical passa a ser opcional com a reforma e não mais obrigatório. O trabalhador autônomo que presta serviço a apenas uma empresa não poderá ser considerado empregado somente por isso, para configurar a relação de emprego o trabalhador deve demonstrar outros elementos, como o cumprimento de horários fixos de trabalhos, subordinação direta, justificativa de faltas, dentre outros. O contrato de trabalho também não poderá ter a cláusula definindo exclusividade para não configurar o vínculo empregatício.

O teletrabalho ou Home Office, que é a prestação de serviço fora da empresa, com uso de tecnologia de informação e de comunicação que não constituam, por sua natureza, como trabalho externo. Essa modalidade de emprego deve constar expressamente do contrato de trabalho, em que conter as atividades do trabalhador. Os ressarcimentos pela compra de computadores e equipamentos tecnológicos, e a adequação da infraestrutura para a realização do trabalho remoto deverão constar no contrato de trabalho. Antes da reforma não havia previsão legal do teletrabalho.

Com a reforma, as férias, de 30 dias, poderão ser divididas em até três períodos, sendo que um deles não poderá ser inferior a 14 dias corridos e os demais não serão inferiores a cinco dias corridos, cada um, sendo o empregado obrigado a concordar com essa fragmentação das suas férias. Antes o trabalhador tinha direito aos 30 dias corridos de férias, podendo ser divididos em dois períodos, não sendo nenhum deles inferior a 10 dias seguidos.

Entretanto a reforma trabalhista divide opiniões, conforme Trisotto (2017) [9], a reforma tenta colocar a CLT no espírito do seu tempo, usando como pilares a liberdade, segurança jurídica e a simplificação, “se não fosse a modernização dessa lei, conviveríamos com uma CLT que diz que a mulher para litigar na justiça do trabalho precisa da autorização do marido”, exemplifica o juiz.

Para Trisotto (2017) [9], o fato de ter passado tantas décadas ‘intocada’ acabou causando um anacronismo da legislação em vigor com a realidade do país. Com a reforma, são as próprias partes que poderão definir quais os pontos mais importantes da relação de trabalho, observado o mínimo da lei.

Segundo Trisotto(2017)[9], a reforma não precariza os direitos dos trabalhadores, mas modifica a lógica da relação trabalhista. Atualmente, o Estado impõe os direitos que as partes sociais – empregados e empregadores – têm de cumprir. O autor ainda ressalta que essa reforma não é perfeita, mas traz mais segurança jurídica, quando você analisa todos os tópicos em conjunto.

De acordo com Trisotto(2017)[9], o modo como a reforma foi conduzida em Brasília, com muita pressa, acabou por contaminar as informações sobre o conteúdo da reforma. “Se olhou para o aspecto político e se deixou de lado a análise aprofundada do que está sendo feito.”

Por outro lado, há algumas mudanças que exigem reflexão. ParaTrisotto(2017)[9], a previsão que merece mais atenção é a do acordo de demissão – em que o empregado tem acesso a 80% do saldo do FGTS, metade do valor do aviso prévio e indenização pela demissão, mas fica sem seguro-desemprego.

Para Cruz (2017) [10], o trabalhador com mais idade não terá adequada receptividade no mercado de trabalho. Por um lado, terá que contribuir por mais tempo para se aposentar; por outro, terá que trabalhar durante mais tempo, inclusive com idade avançada, para obter os benefícios da Previdência.

Ainda de acordo com o autor o mercado de trabalho atual busca rapidez e qualificação, além de que é formado de microempresas e empresas de pequeno porte. Estas empregam poucas pessoas e buscam maior qualidade do trabalhador, no que os dados demonstrados não se encaixam, já que muitos idosos que hoje sustentam as famílias brasileiras, possuem pouca escolaridade.

Cruz (2017)[10], afirma que a reforma trabalhista é mais um ônus para o idoso brasileiro, que, a despeito de ter que contribuir mais, não conseguirá se enquadrar em um mercado de trabalho exigente e que atua em detrimento do empregado e mais em benefício do empregador e que, para trabalhar, terá que aceitar a informalidade ou empregos em quaisquer condições.

Cruz (2017)[10], ainda acredita que as mudanças na lei trabalhista, assim como as da Previdência, em nada contribuirão para o mercado de trabalho oferecido ao idoso, pois o idoso está vivendo mais, a população idosa no país está aumentando e já é grande o número de idosos que mantêm financeiramente as casas e famílias e que estes possuem baixo nível de escolaridade.

3. OBJETIVOS E METODOLOGIA

O presente estudo teve como objetivo refletir a situação do idoso no mercado de trabalho e na aposentadoria, a partir das novas legislações em vigor e em proposta respectivamente.

Para atingir o objetivo foi empregada a metodologia estudo exploratório, que segundo Gil (2002) [11], tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito.

A técnica de coleta de dados foi feita por meio de fonte secundária, que “trata-se de um levantamento de toda a bibliografia já publicada em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita” (LAKATOS, MARCONI, 1992) [12].

Para busca na internet foram utilizados termos descritores, em artigos publicados referentes ao tema proposto, sendo descartados aqueles que apresentavam somente a resenha, ou que estavam em idiomas diferentes.

Também foram acessados o site do Ministério do trabalho e dados sobre a Relação Anual de Informações Sociais – RAIS [13], de forma a obter informações sobre a situação do mercado de trabalho formal das pessoas com mais de 60 anos, com foco no norte de Minas Gerais.

Outros sites como do IBGE, DIEESE e Previdência Social foram visitados em busca de dados. Além desses sites, foram consultadas as legislações específicas sobre a reforma trabalhista, da previdência, a Política Nacional do Idoso e Estatuto do idoso, bem como artigos em busca de informações que contribuíssem com a temática proposta.

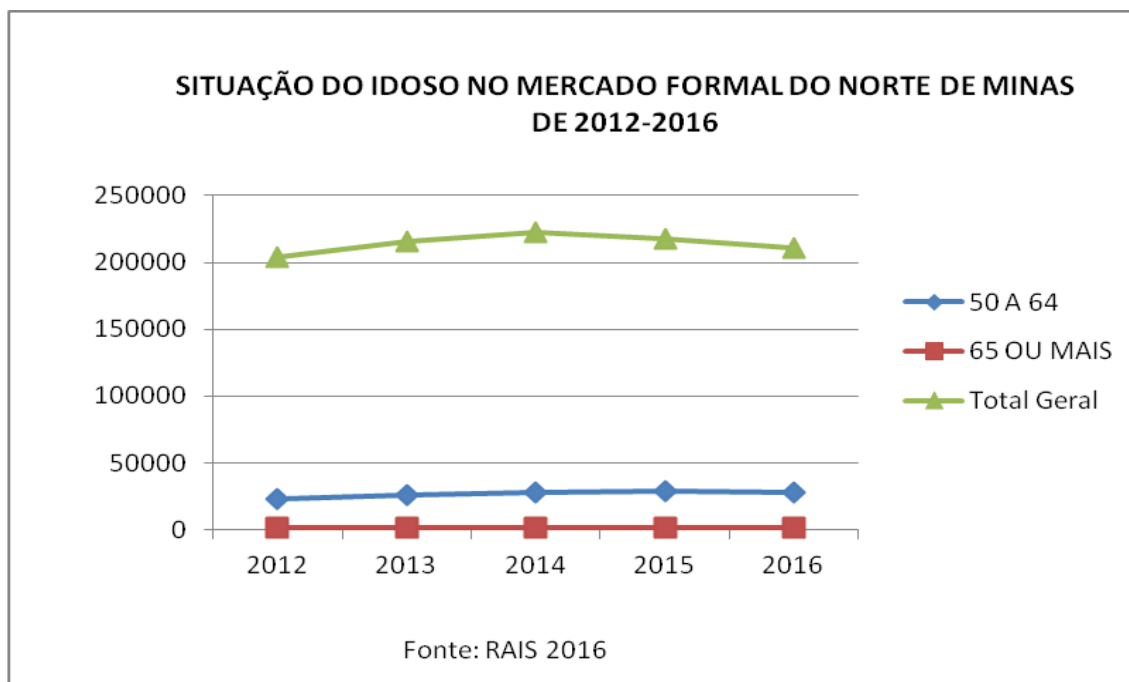
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Analisando o referencial teórico pode-se verificar que ambas as reformas são necessárias, visto que na maioria dos países a longevidade já é uma realidade e a aposentadoria requer mais anos de contribuição, garantido a sustentabilidade da Previdência. De forma complementar, a flexibilização do trabalho, permite opções de trabalho para a inserção inclusive do idoso que faz esta opção, neste caso há necessidade que as Reformas sejam acompanhadas de melhoria da infraestrutura de capacitação, treinamento, acolhimento, respeito e não indiferença ao idoso.

Visto a situação no contexto do nosso país em relação ao cenário mundial vale enfatizar a situação atual do idoso no norte de Minas Gerais que apresenta comportamento semelhante em termos de perfil, participação no mercado e crescimento da faixa etária.

Com base no levantamento contido no referencial teórico, buscou-se traçar o perfil e o número dos idosos inseridos no mercado de trabalho formal no norte de Minas Gerais

este número de idosos segundo a RAIS [13], entre os anos de 2012 a 2016 aumentou em 21% . Entre os anos 2015 e 2016 houve uma queda de 3%, podendo ser explicado por aposentadorias ou demissões. Essa faixa de idade representa de 12% a 14% do total da população com emprego formal na região (ver tabela 1 em apêndice e gráfico 1 a seguir).

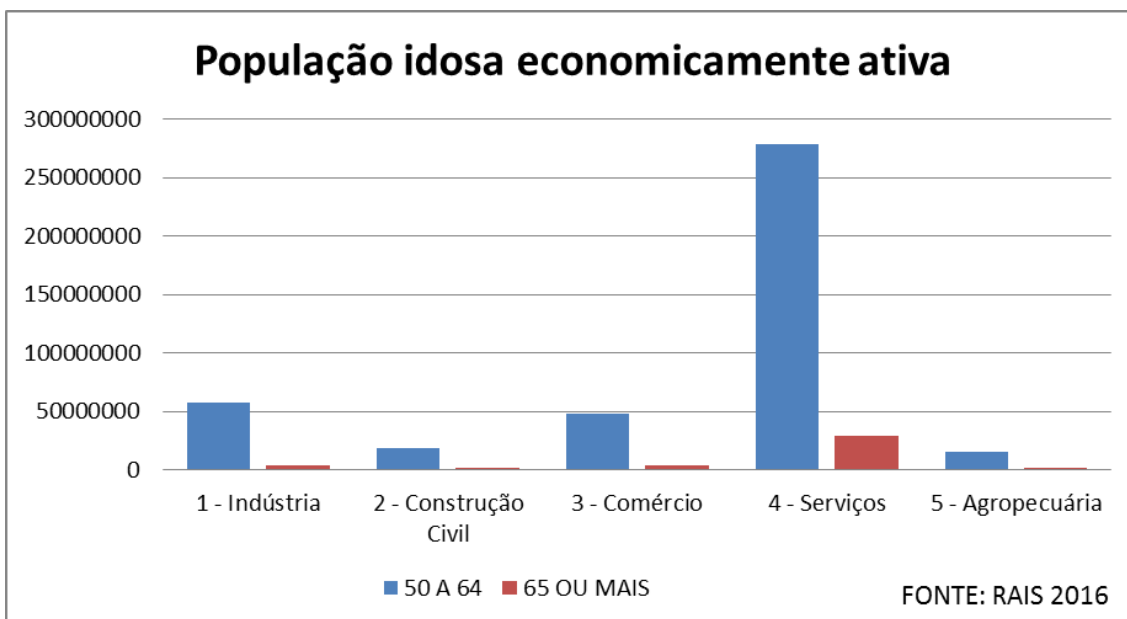
GRÁFICO 1

Fonte: RAIS 2016

Considerando os setores empregadores, Indústria, Construção Civil, Comércio, Serviços e Agropecuária, conforme mostrado no gráfico 2a seguir, tendo como fonte a RAIS 2016 [13], a população entre 50 a 64 anos compreende 418.186.784 e se concentra em maior quantidade no setor de serviços onde totalizaram 67%, assim como no Brasil concentra-se no setor de serviços. O setor de agropecuária representa 4% da empregabilidade para pessoas nesta idade.

Já na população com 65 anos ou mais está representada por um total de 40.872.231 idosos economicamente ativos no mercado, sendo que destes o setor onde se encontram em sua maioria é o de serviços e são minoria na agropecuária, correspondendo respectivamente a 72% de idosos empregados e 4% dessa faixa etária.

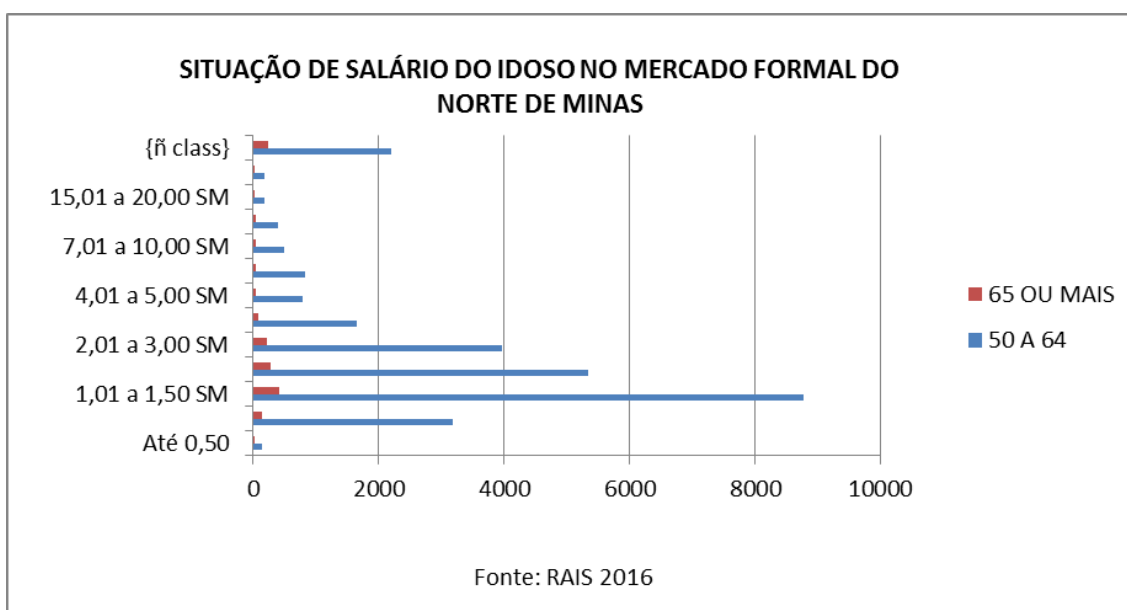
GRÁFICO 2



Fonte: RAIS 2016

O maior número de idosos economicamente ativos no mercado do norte de Minas Gerais encontra-se no setor de serviços, tendo representatividade de 72% do total de idosos inseridos no mercado de trabalho formal. Devido a maior participação destes setores de serviços, que possui uma alta mecanização das tarefas, as empresas deverão buscar como alternativa gestões mais participativas para se encaixar nas necessidades dos idosos. Em uma gestão participativa os funcionários têm uma participação maior na tomada de decisão.

GRÁFICO 3

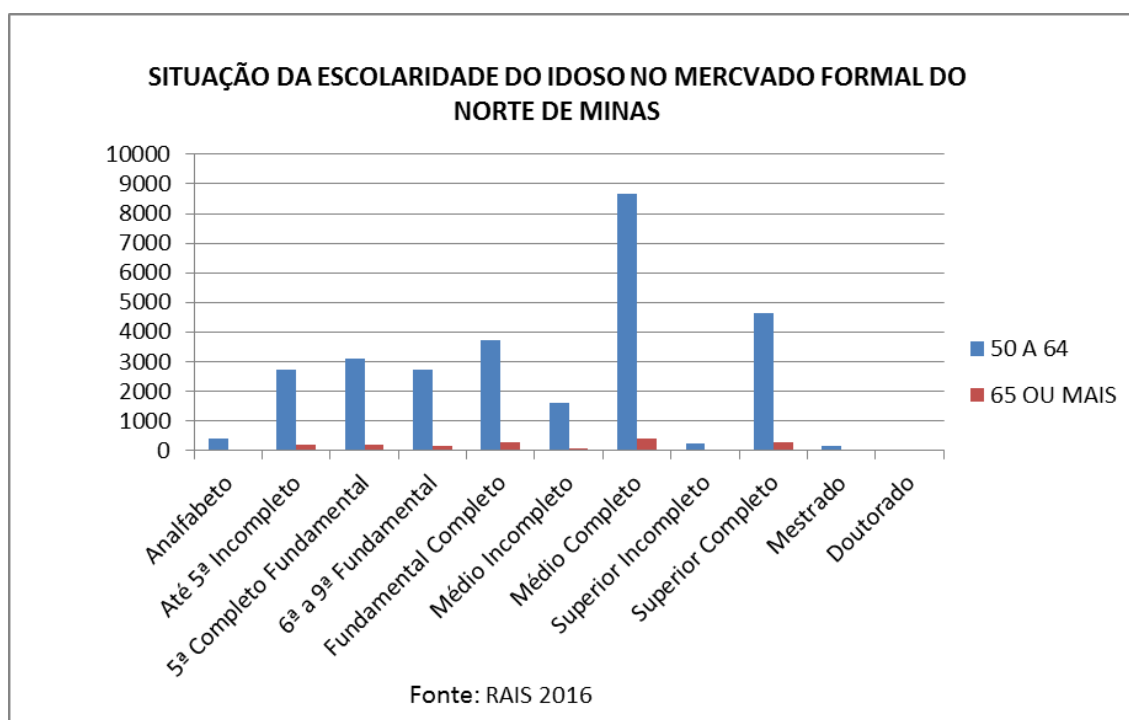


Resgatando Vanzella (2011) [6], para aproveitar do grande capital intelectual dos idosos, requer que as empresas se adaptem e tentem tirar o máximo de proveito da capacidade produtiva destes, sendo o gestor de recursos humanos o principal agente responsável por essas mudanças. O mercado, de acordo com o gráfico 3 apêndice 3, remunera essa faixa salarial em sua maioria entre 1 a 3 salários mínimos, sendo que 31% ganham de 1,01 a 1,50 salários mínimos e 33% recebem entre 1,5 e 3,0 salários mínimos. Remuneração que até então condiz com a que é paga na região.

Com as mudanças nas legislações trabalhistas e da previdência social, torna-se relevante que a idade não seja motivo de discriminação para uma remuneração adequada, de forma a garantir qualidade de vida e condições de acompanhar as mudanças físicas que esse indivíduo sofre, exigindo vida mais leve, com menos preocupações, mantendo sua saúde controlada, e tendo hábitos saudáveis como relata Paoloni (2017) [5]. Hoje o trabalho tem sido a necessidade de complementar sua renda, agora de garantir sua aposentadoria, que deve ser um momento tranquilo e não de tensão, que o idoso tenha como pensar ao longo de sua carreira e planejar suas expectativas e qualidade de vida.

Além disso, de acordo com dados da RAIS (2016) [13] demonstrados nos gráfico 4 e tabela 4 (em apêndice), a situação da escolaridade do idoso no mercado formal do norte de Minas retrata que 30% possuem ensino médio completo, 18% possui ensino superior.

GRÁFICO 4



Com baixo nível de escolaridade, apontado pelos resultados encontrados na RAIS, sendo apenas 18% com ensino superior, os idosos podem encontrar grandes barreiras no mercado de trabalho, já que conforme Paolini (2017) [5], a população idosa está submergindo cada vez mais no mercado de trabalho e é necessário que os idosos se qualifiquem para concorrer frente aos seus concorrentes, que por vez são preferidos por serem mais jovens e mais qualificados.

Ainda de acordo com o autor as chances dos idosos de buscarem se capacitar para o mercado de trabalho são poucas, nesse sentido a iniciativa de criação de políticas voltadas para garantir ao idoso tal benefício ganha relevância e vem resguardar o que afirma a Política Nacional do Idoso quanto a proteção e integração do idoso na sociedade visando diminuir a discriminação, a vulnerabilidade e a exclusão social deste.

Os dados mostram a tendência de envelhecimento na região, no entanto ainda pouco representativa a faixa etária dentre a população economicamente ativa. Com tantas mudanças, é importante o que diz Paoloni (2017) [5], que é imprescindível para o idoso ter a opção de escolher continuar ou não trabalhando, seja pela insuficiência da renda própria ou familiar, ou para continuar na carreira dos sonhos ou para usufruir da aposentadoria ainda com saúde. No entanto, há de se ter uma política pública que garanta esse direito, nem que for localmente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem o propósito de opinar contra ou a favor da reforma da previdência e trabalhista recente, mas trazendo essa informação e reflexão atual, mostrando alguns prós e contras para os idosos ativos e focalizando a representatividade dessa faixa etária no norte de Minas Gerais, o objetivo foi alcançado.

Foi possível notar que há de fato uma boa parte da população idosa empregada em sua maioria no setor de serviços e indústria, inclusive no norte de Minas, porém as empresas, segundo os estudiosos citados, estão à procura de pessoas mais novas e qualificadas para uso da tecnologia e inovação acelerada.

Se a reforma da previdência requer mais tempo de contribuição e de idade para aposentadoria e a lei trabalhista vem propor diferentes formas de contratação, faltam políticas públicas para a terceira idade, de estímulo a abertura de vagas e treinamento ou suporte adequado para se adaptarem às novas tendências do mercado e para acesso ao mesmo. Por outro lado, que tipo de trabalho se adapta à terceira idade, que passa a ter limitações físicas e psicológicas? Como garantir a remuneração adequada já que não

apresentam os mesmos rendimentos e não concorrem com mais jovens? Que tipo de empresa está estruturada para uma gestão que absorva essa mão de obra? Até que ponto as relações trabalhistas não serão precárias para essa faixa etária? O que pode ser feito no norte de Minas Gerais considerando o panorama que se configura nos dados oficiais?

Mais do que respostas, o estudo suscitou questões a serem investigadas. Nem por isso deixa de ser uma contribuição, pois cabe à universidade em interface com o poder público e instituições representativas dos setores produtivos, debaterem e buscarem soluções para os anos vindouros.

REFERÊNCIAS

- [1] GOLDMAN, S. N. Velhice e direitos sociais. In: PAES, S. P. et al. (Org.). **Envelhecer com cidadania: quem sabe um dia? quem sabe um dia?** Rio de Janeiro: ANG CBCISS, 2000.
- [2] FARIAS, Luana. **Nova reforma da Previdência: veja o que muda na proposta do governo.** Disponível em: <https://www.metropoles.com/BRASIL/POLITICA-BR/NOVA-REFORMA-DA-PREVIDENCIA-VEJA-O-QUE-MUDA-NA-PROPOSTA-DO-GOVERNO?GCLID=CJ0KCOIA7DHSBRDEARISAJHAHWG_RUZTUIGPMP-NW7GRUNEOOCBEOQDIM6Z757EB8QF3HA2LJALXQDKAAJBWEALW_WCB>. Acesso em 07 de Dezembro de 2017
- [3] MARTINO, Luciana – **Terceira idade** – disponível em: <<http://www.proativarh.com.br/blog/?p=840>> acesso em 23 de Fevereiro 2018
- [4] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, **Estatística de envelhecimento no Brasil.** disponível em: <<https://www.ibge.gov.br>> Acesso em 23 de Fevereiro de 2018.
- [5] PAOLINI, Karoline Silva. **Desafios da inclusão do idoso no mercado de trabalho.** Revista brasileira de medicina do trabalho. Rio de Janeiro. Volume 14, 2015.
- [6] VANZELLA, Edílzio. A Terceira Idade e o Mercado de Trabalho. **Revista Brasileira de Ciências da Saúde.** Paraíba. Volume 14, Número 4, Páginas, 97-100, 2011
- [7] Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE, disponível em: <<https://www.dieese.org.br/>> . Acesso em: 17 de fevereiro 2017
- GARCIA, Alessandra. Reforma Trabalhista. **Revista Pela Ordem – OAB/MG.** Belo Horizonte. Edição RG Comunicação. 2017.
- [8] PASTORE, José. **O Trabalho do Idoso.** 2017. Disponível em: www.fecomercio.com.br/noticia/jose-pastore-o-trabalho-dos-idosos. Acesso em 01 de Dezembro 2017.
- [9] TRISOTTO, Fernanda. **Jornal Gazeta – Reforma Trabalhista.** 2017. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/reforma-trabalhista-rasgou-mesmo-a-clt-ou-isso-e-choro-de-sindicalista-2r1vmu3vztb7h429pgbench8>. Acesso em 01 de Dezembro de 2017.
- [10] CRUZ, Felipe Augusto da. **Os impactos das reformas trabalhista e previdenciária para o idoso brasileiro.** Disponível em: <<https://periodicosonline.uems.br/index.php/RJDSJ/article/view/1816>>. Acesso em 07 de Dezembro de 2017.
- [11] GIL, Antônio Carlos – **Como Elaborar Projetos de Pesquisa** – 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- [12] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade – **Metodologia do Trabalho Científico** – 4 ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- [13] BRASIL MINISTÉRIO DO TRABALHO, **Relações anuais de informações RAIS,** disponível em: <<http://bi.mte.gov.br/bgcaged/login.php>> acesso em 08 de Janeiro de 2018.

APÊNDICE

Tabela 1: Situação do Idoso no Mercado Formal do Norte de Minas 2012-2016

	2012	2013	2014	2015	2016
50 A 64	23363	25817	27856	29035	28075
65 OU MA	1136	1316	1459	1676	1577
Total	204380	215916	222112	217946	211282

Fonte: RAIS 2016

Tabela 1: População Idosa Economicamente Ativa

Faixa Etária	1 - Indústria	2 - Construção Civil	3 - Comércio	4 - Serviços	5 - Agropecuária	TOTAL
50 A 64	57737453	18411454	48166502	278555327	15316048	418186784
65 OU MAIS	4341006	1880174	3735389	29405172	1510490	40872231
Total	62078459	20291628	51901891	307960499	16826538	459059015

Fonte: RAIS 2016

Tabela Situação do Salário do Idoso no Mercado Formal do Norte de Minas

Faixa Etária	Até 0,50	0,51 a 1,00 \$	1,01 a 1,50 \$	1,51 a 2,00 SM	2,01 a 3,00 SM	3,01 a 4,00 SM	4,01 a 5,00 SM	5,01 a 7,00 SM	7,01 a 10,00 SM	10,01 a 15,00 SM	15,01 a 20,00 \$	Mais de 20,00 SM	(n class)	Total
50 A 64	145	3184	8770	5337	3956	1644	790	815	490	389	186	169	2200	28075
65 OU MAIS	15	131	411	284	219	75	45	49	44	38	18	15	233	1577

Fonte: RAIS 2016

Tabela 2: Situação da Escolaridade do Idoso no Mercado de Trabalho

Faixa Etária	Analfabeto	Até 5ª Incomp.	5ª Fund. Completo	6ª a 9ª Fund.	Fund. Completo	Méd. Incompleto	Méd. Completo	Sup. Incompleto	Sup Completo	Mestrado	Doutorado
50 A 64	412	2744	3114	2736	3729	1623	8647	233	4646	166	25
65 OU MAIS	30	201	203	138	255	68	394	12	264	10	2

Fonte: RAIS 2016

ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS: UM ESTUDO SOBRE O CONTROLE DE MATERIAL PERMANENTE NAS UNIDADES DA POLÍCIA MILITAR EM MONTES CLAROS

TEIXEIRA, João Eudes¹; ALVES VELOSO, Márcio Antônio²

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivo verificar a aplicação dos instrumentos de conferência patrimonial no controle de material nas Unidades da Polícia Militar em Montes Claros. Para isto foram discutidos conhecimentos sobre a gestão patrimonial na PMMG, legislação e normas aplicadas aos recursos patrimoniais. Esses conhecimentos estão alicerçados principalmente no Decreto Estadual nº 45.242/2009. Percebeu-se que os respondentes conhecem as normas referentes à gestão de patrimônio e as aplicam ou aplicaram de forma a manter um controle da carga patrimonial com baixo índice de inconformidades, mesmo com grande número de materiais, pouco tempo para conferência e grande rotatividade dos titulares das funções, que são os responsáveis pela carga patrimonial. São apresentadas propostas de melhorias, como, realização de conferências periódicas, através do Inventário Eventual e familiarização com o Sistema de Administração de Materiais-SIAD.

Palavras-chave: Gestão Patrimonial; Carga Patrimonial; Controle de Material.

Abstract

This research had as objective to verify the application of the patrimonial conference instruments in the control of material in the Military Police Units in Montes Claros. For this, we discussed knowledge about the patrimonial management in the PMMG, legislation and norms applied to the patrimonial resources. This knowledge is based mainly on State Decree nº 45.242 / 2009. It was noticed that the respondents are aware of the norms related to the management of assets and applied them or applied in a way to maintain a control of the patrimonial load with low index of nonconformities, even with large number of materials, little time for conference and great rotation of the holders of the functions, which are responsible for the patrimonial load. Proposals for improvements are presented, such as periodic conferences, through the Event Inventory and familiarization with the Materials Management System-SIAD..

Keywords: Asset Management; Patrimonial Load; Material Control.

Introdução

Conforme Santos (2012) a boa gestão do patrimônio, inicia-se com a conscientização de todos os servidores sobre a importância de um controle eficiente dos materiais permanentes, disponibilizados para o desenvolvimento das atividades da entidade..

O controle patrimonial da PMMG, parte da Diretoria de Apoio Logístico e perpassa todas as Unidades da Polícia Militar, para isto, essa Diretoria utiliza o Sistema de Administração de Materiais – SIAD e também o Portal de Compras do Estado de Minas Gerais.

¹Acadêmico do curso de Gestão Pública da UNIMONTES. E-mail: joaoeudesmoc@yahoo.com.br

²Professor do Departamento de Administração da UNIMONTES. E-mail: marcio.veloso@unimontes.br

O controle patrimonial de uma entidade dá-se com a entrada de um bem no acervo patrimonial da entidade, engloba o conjunto de atividades necessárias ao recebimento, incorporação, controle, manutenção e desfazimento dos bens permanentes de uma instituição. Os procedimentos de controle

patrimonial foram estudados com a finalidade de evidenciar o cumprimento de normas relativas à gestão dos materiais

O SIAD é uma inovação do Estado, mas somente o sistema não consegue controlar sozinho o Patrimônio, há necessidade dos operadores do sistema sempre alimentá-lo com dados reais e atuais. É necessário que todos os responsáveis pela carga patrimonial conheçam bem o sistema para que possam consultar com frequência a situação do patrimônio.

O principal objetivo da pesquisa foi analisar como estão sendo controlados os materiais permanentes e aplicação dos instrumentos de conferência patrimonial, bem como verificar a incidência de extravios ou outras inconformidades nas unidades. Tem o propósito de avaliar se os responsáveis pela carga patrimonial estão conseguindo efetivar os controles conforme as normas em vigor, utilizando os inventários previstos.

De acordo com a Instrução Normativa IN nº 205/1988 os inventários físicos são classificados em Inventário inicial, anual, de transferência de responsabilidade, de extinção ou transformação e eventual. Conforme normas vigentes, Inventário pode ser entendido como uma ferramenta de controle dos estoques dos almoxarifados e dos materiais permanentes é um procedimento de levantamento físico e contagens dos itens de material em uma organização. Na PMMG, tal controle é feito no Portal de Compras e SIAD/MG.

A investigação também visou verificar se existe grande incidência de extravio de material ou inconformidades referentes à carga patrimonial nas unidades da Polícia Militar na região de Montes Claros.

A falta de conscientização ou até mesmo desconhecimento, faz com que alguns militares ignorem a questão, sem se preocuparem com os impactos negativos que poderão advir para a gestão patrimonial, com o extravio ou falta de materiais, levando o SIAD a espelhar uma realidade diferente, divergindo o controle virtual do controle físico.

O extravio de material manifesta-se de diversas maneiras, principalmente em locais onde não há conferências dos materiais. Neste contexto, buscou-se verificar se com os militares que realizamos a pesquisa se os responsáveis pelo controle patrimonial estariam desenvolvendo suas atividades de forma a conciliá-las também com a manutenção e controle do patrimônio, contribuindo para evitar o extravio de materiais.

Metodologia

Neste estudo, foi feita uma seleção bibliográfica com autores reconhecidos, Leis e Normas que tratam do assunto. Também foi utilizada pesquisa de campo, quando foram observados aspectos ligados ao controle patrimonial dentro das unidades da Polícia Militar. O universo da pesquisa compreendeu Servidores Militares responsáveis por carga patrimonial das unidades da Polícia Militar na região de Montes Claros.

Realizou-se a interpretação e explicação dos resultados com o objetivo de apresentar sugestões para um melhor controle do material colocado à disposição do servidor. Na explicação busca-se demonstrar a importância da figura do Inventário Eventual para um controle mais eficaz da carga patrimonial. De acordo (Fenili, 2015), Carga Patrimonial é o conjunto de materiais permanentes sob a responsabilidade do titular de uma unidade administrativa. Então, de uma forma simples dá para explicar a carga patrimonial como sendo aquele conjunto de materiais permanentes que estão alocados em determinada unidade administrativa.

Referencial teórico

Na concepção de Francischini e Gurgel (2002), todo bem de natureza relativamente permanente, mantido na organização com a finalidade de produzir bens ou serviços e não estar destinado à venda é considerado recurso patrimonial ou ativo imobilizado. Os bens móveis e imóveis por transmitirem a ideia de poder gerar produtos e serviços e, portando, produzir riquezas, são muitas vezes considerados como sinônimos de recursos.

Na PMMG, a Administração de Materiais é o conjunto de ações destinadas a assegurar a execução, registro e controle das atividades relacionadas com o emprego de materiais, abrangendo desde o planejamento criterioso das necessidades até a verificação sobre a satisfação ou não dessas, com vistas à correção de aquisições futuras. Portanto, Administração de materiais vai englobar os três verbos: prever, prover e priorizar..

Percebe-se que os bens móveis de caráter permanente objeto desta pesquisa, fazem parte do patrimônio de uma organização pública. O material permanente de acordo com a portaria nº 448/2002 da Secretaria do Tesouro Nacional (STN) pode ser considerado “aquele que, em razão de seu uso corrente, não perde a sua identidade física, e/ou tem uma durabilidade superior a dois anos” (BRASIL, 2002).

Uma boa administração dos recursos patrimoniais, que constituem na realidade instrumentos fundamentais para o exercício das funções públicas, depende do cumprimento das normas e princípios que

regem esses bens. Coutinho (2004).

Conforme o Decreto 45.242/2009, Administração de material é conjunto de ações destinadas a assegurar a aquisição, registros e controles das atividades relacionadas com o emprego, movimentação e desfazimento dos diversos materiais e material permanente é aquele que, em razão de seu uso corrente, não perde a sua identidade física ou foi fabricado com expectativa de durabilidade superior a dois anos.

Resultados e discussões

Os resultados foram obtidos a partir do tratamento dado às informações coletadas dos questionários distribuídos aos Policiais Militares que atualmente são responsáveis por carga patrimonial ou foram responsáveis em funções afetas. Analisou-se a rotina dos militares quanto ao acompanhamento e adoção de medidas para controlar os materiais permanentes distribuídos às unidades, bem como avaliar o nível de conhecimento dos envolvidos no controle patrimonial, quanto as ações a serem implementadas para minimizar as inconformidades durante a conferência da carga patrimonial.

Considerações finais

Pretendeu-se com este artigo contribuir de alguma forma para despertar os interesses dos Gestores Públicos quanto a importância de implementar ações que propiciem melhor acompanhamento dos bens públicos, utilizando o Sistema de Administração de Materiais e Serviços/SIAD. Também, é de suma importância que os responsáveis pelas repartições ou unidades administrativas, com o intuito de diminuir inconformidades na carga patrimonial, realizem também o controle através da realização do inventário eventual, feito periodicamente, visto que os Inventários de Transferência de Responsabilidade e Anual, apesar de contribuírem para evitar inconformidades, podem espelhar uma realidade diferente da real, devido ao lapso de tempo que são realizados..

Referências

- [1] MINAS GERAIS. Governo do Estado. Decreto Estadual 45.242, de 11 de dezembro de 2009. **Regulamenta a gestão de material, no âmbito da Administração Pública Direta, Autárquica e Fundacional do Poder Executivo**. Belo Horizonte: 2009.
- [2] SANTOS, Gerson dos. *Gestão Patrimonial: Ampliada e Atualizada*. 4 ed. Florianópolis: Secco, 2012.
- [3] BRASIL. Instrução Normativa SEDAP 205. Disponível em: < http://www.comprasnet.gov.br/legislacao/in/in205_88.htm> Acesso em: 27 fev. 2018.
- [4] FENILI, Renato Ribeiro. **Gestão de Materiais** / Renato Ribeiro Fenili; revisor Ciro Campos Christo Fernandes. -- Brasília: ENAP, 2015. 168 p. : il. -- (Enap Didáticos, Nº 1)
- [5] FRANCISCHINI, Paulino G.; GURGEL, Floriano do Amaral. **Administração de materiais e do patrimônio**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.
- [6] BRASIL. Portaria nº 448, de 13 de setembro de 2002, da Secretaria do Tesouro Nacional. Divulga o detalhamento das naturezas de despesas 339030, 339036, 339039 e 449052. Diário Oficial da União, Brasília, 17 set. 2002.
- [7] COUTINHO, Jose Roberto de Andrade. **Gestão Patrimonial na Administração Pública**: noções gerais sobre os bens das entidades que integram a administração pública e sua utilização. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2004. Código Civil disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm.

ANALISAR A SITUAÇÃO DOS INDICADORES DE RENTABILIDADE DO MAGAZINE LUIZA NO PERÍODO DOS ANOS DE 2014 A 2017.

**SILVA, João Vitor⁵
BATISTA, Marcelo Abrantes de Sousa⁶
SILVA, Roberto César Faria e⁷
SANTOS JÚNIOR, Ismael Mendes⁸**

RESUMO

Devido o recente momento de crise vivido no Brasil, nesse contexto, o presente artigo teve como objetivo analisar a maneira que uma recessão econômica interferiu na situação dos indicadores de rentabilidade do Magazine Luiza S/A, uma das maiores varejistas do Brasil, que se deparou com uma crise econômica, devido aumento da taxa de juros do crédito e a queda na renda dos consumidores. Para a realização desse trabalho, foi feito um estudo de caso que se caracterizava por uma pesquisa descritiva, de caráter quantitativo, documental, em sua proeminência bibliográfica. Para tal, teve como embasamento os índices de rentabilidade e fatos econômicos brasileiros. Os principais resultados encontrados foram que a crise em 2015 prejudicou muito a margem líquida da empresa ficando com um prejuízo de mais 65 milhões de reais no mesmo ano, e posteriormente em 2016 e 2017 veio a se recuperar, elevando seu lucro líquido para 389 milhões de reais em 2017. Conclui-se que esse período de recessão econômica afetou negativamente a Magazine Luiza, mas apesar da crise em 2015 a empresa melhorou estes indicadores.

Palavras-chave: Magazine Luiza, Rentabilidade, Crise.

⁵ Acadêmica do curso de administração UNIMONTES.

⁶ Acadêmica do curso de administração UNIMONTES.

⁷ Professor da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES.

⁸ Professor do curso de Administração Faculdades Santo Agostinho.

1 INTRODUÇÃO

Nesse trabalho foi utilizado o Magazine Luiza como objeto de estudo, por ser uma das maiores empresas varejistas do Brasil, atuando em vários estados do país e conta com uma forte operação de comércio eletrônico.

O casal Luiza Trajano e Pelegrino José Donato compram uma pequena loja na cidade de Franca, interior de São Paulo, chamada “A Cristaleira”, e a inauguram no dia 16 de novembro. Tem início o que seria uma das maiores redes de varejo do País, o Magazine Luiza (MAGAZINE LUIZA, 2018).

Porem em 2015 o Brasil entrou em uma grande recessão econômica em 2015 que para Braga, o grande erro cometido foi que os líderes políticos brasileiros na última década foi focar demais no consumo e se esquecer da produtividade. “No Brasil, nos primeiros dez anos deste século, o salário real aumentou mais que a produtividade. Isso pode ser bom do ponto de vista da distribuição de renda, mas não é sustentável no longo prazo. Vários problemas foram se acumulando e resultaram na crise que estamos vivendo”, afirma (AGENCIA BRASIL, 2016).

E é notório o recente momento vivido pela nação brasileira, onde o país foi acometido a uma crise econômica onde a inflação ficou acima dos 10% e o nível de desemprego que saiu de 6,5% no ultimo trimestre de 2014 para 8,9% em 2015, se transformou em motivo de discussões e reflexões, não só para os diretores de empresas, porem para toda população em geral.

Nesse cenário, o problema que esse artigo deseja responder é: De que maneira a crise econômica no Brasil afetam os índices de rentabilidade do Magazine Luiza?

O objetivo geral deste artigo constitui-se em analisar se a crise econômica brasileira afetou os índices de rentabilidade do Magazine Luiza. Para isso teve os seguintes Os objetivos Específicos: Verificar a situação brasileira em relação ao PIB, inflação e desemprego e Calcular os índices de Rentabilidade.

2 REFERENCIAL TEORICO

2.1 – Índice de Rentabilidade

Tendo como base os dados da corporação, tem-se as margens de Rentabilidade que é um dos principais índices a serem analisados numa empresa e/ou organização.

Para Gitman (2010):

Há muitas medidas de rentabilidade. Tomadas em seu conjunto, essas medidas permitem aos analistas avaliar os lucros da empresa em relação a um dado nível de vendas, um dado nível de ativos ou o investimento dos proprietários. Se não houvesse lucro, uma empresa não atrairia capital externo. Proprietários, credores e administradores dão muita atenção à expansão dos lucros por causa da grande importância que o mercado lhes atribui (GITMAN, 2010, p. 58).

Esses termos, calculados numa análise anual podem representar quantitativamente, o quanto uma instituição aumentou ou até mesmo sofreu uma redução de seu respectivo lucro. Esse último por sua vez, pode ser encontrado na Demonstração de Resultado do Exercício (DRE), e no Balanço Patrimonial, e são divididos em cinco: Margem Operacional, Margem Líquida, Margem Bruta, Retornos sobre os ativos e Retornos sobre o Patrimônio Líquido

Para Iudícibus (2004, p.194) “A Demonstração do Resultado do Exercício é um resumo ordenado das receitas e despesas da empresa em determinado período. É apresentada de forma dedutiva (vertical), ou seja, das receitas subtraem-se as despesas e em seguida, indica-se o resultado (lucro ou prejuízo)”.

O **Balanço Patrimonial** é a relação entre os ativos, passivos e o patrimônio líquido de uma entidade numa data específica, demonstrando assim a sua posição patrimonial e financeira de maneira quantitativa e qualitativa (CPC, 2009).

Assim, os indicadores de rentabilidade citados podem ser encontrados na demonstração e no balanço.

2.1.1 Índice de Margem Operacional

Margem Operacional mede a porcentagem de lucro obtido em cada unidade monetária de venda, antes dos juros e do imposto de renda.

A margem de lucro operacional mede a proporção de cada real de receita de vendas remanescente após a dedução de todos os custos e despesas que não juros, imposto de renda e dividendos preferenciais. É o “lucro puro” obtido em cada real de receita de venda (GITMAN, 2010, p.58).

Assim, a margem não leva em consideração despesas financeiras ou obrigações governamentais, considerando apenas os lucros constatados durante as despesas operacionais da instituição.

A mesma é dada pela seguinte fórmula: Margem Operacional =

$$\text{Margem Operacional} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita}} \times 100$$

2.1.2 Índice de Margem Bruta

A Margem Bruta mede o percentual de cada unidade de vendas que sobrara, logo após a entidade ter pago seus produtos.

Logo, “a margem de lucro bruto mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que permanece após a empresa deduzir o valor dos bens vendidos. Quanto maior a margem de lucro bruto, melhor, isto é, menor o custo das mercadorias vendidas.” (GITMAN, 2010, p. 58).

Formula da Margem Bruta : Lucro Bruto/ Receita Bruta x 100

$$\text{Margem Bruta} = \frac{\text{Lucro Bruto}}{\text{Receita Bruta}} \times 100$$

2.1.3 Índice de Margem Líquida

A Margem Líquida, que dentre as margens a serem analisadas é considerada a de maior relevância entre os cinco indicadores referidos.

Segundo Gitman (2010, p. 59) este índice “mede a porcentagem de cada real de vendas que sobra após a cobertura de todos os custos e despesas, inclusive juros, imposto de renda e dividendos preferenciais.”

Seguramente, “o lucro líquido é um dos itens mais importantes para os proprietários das empresas, pois possibilitará o retorno sobre seus investimentos” (SILVA; 2010, p. 145).

A formula da margem de lucro líquido é:

$$\text{Margem Líquida} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Bruta}} \times 100$$

2.1.4 Índice de Retorno sobre os Ativos

De acordo com Gitman (2010, p.60) “O retorno sobre o ativo total (ROA), muitas vezes chamado de retorno sobre o investimento (ROI), mede a eficácia geral da administração na geração de lucros a partir dos ativos disponíveis, Quanto mais elevado o retorno sobre o ativo total de uma empresa, melhor.”

Que pode ser calculado pela seguinte fórmula:

$$\text{Retorno sobre os Ativos} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}} \times 100$$

2.1.5 Índice de Retorno sobre o Patrimônio Líquido

“O retorno sobre o capital próprio (ROE) mede o retorno obtido sobre o investimento dos acionistas ordinários na empresa. De modo geral, quanto mais alto esse retorno, melhor para os proprietários” (GITMAN, 2010, p. 60).

Segundo Schmidt (2006, p. 143) este índice “[...] evidência o retorno proporcionado por unidade de investimento dos acionistas”. No entanto, o autor explica que o índice somente deverá ser utilizado para comparar empresas de mesma estrutura de capitais.

Que pode ser calculado pela fórmula:

$$\text{Retorno sobre o Patrimônio Líquido} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}} \times 100$$

2.2 Crise Econômica Brasileira

A crise econômica é um fator fundamental que precisa ser analisado. A inflação e o desemprego são dois fatores relevantes dentro do cenário interno [...] (SANTOS DE ALMEIDA, 2016).

A teoria convencional identifica dois tipos básicos de inflação: inflação de demanda, inflação de custos. Mas é possível incluir um novo tipo de inflação, a inflação inercial (UNIJUI, 2007).

- A inflação por demanda é causada pelo excesso de procura em relação a oferta, alguns fatores podem causar a pressão por demanda como, o aumento da renda disponível, expansão de gastos públicos, expansão do crédito e redução de taxas de juros.
- A inflação de custos é causada por pressões de custos e conseqüentemente repasse para os preços; os fatores que podem resultar no

aumento de custos são: aumento das taxas de juros, desvalorização cambial, preços externo elevados, o custo de mão-de-obra, e o aumento de impostos.

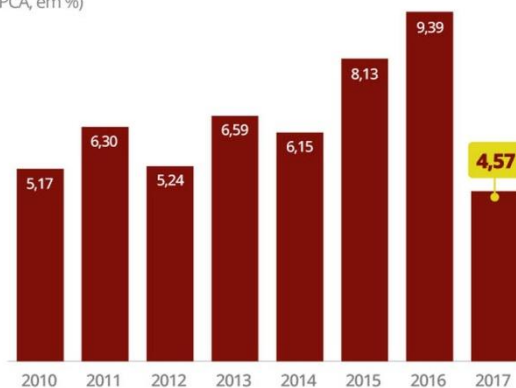
- A inflação inercial ocorre independente de pressões por demanda ou de custos, ela está relacionada com os mecanismos de indexação da economia.

Em 2015 o elevado valor do índice de Inflação no Brasil, nasceu pela irresponsabilidade econômica do Estado. Ou seja, ele gastava muito mais do que arrecadava. Isso acontece devido à corrupção que desperdiça dinheiro público e principalmente à vontade de se reeleger (BLOG RICO, 2018).

Inflação Oficial

Variação do IPCA em 12 meses em março, em %

(IPCA, em %)



Fonte: IBGE



Infográfico elaborado em: 07/04/2017

(IMAGEM 1)

No país, a taxa de desemprego atingiu 12,7% em 2017, o que significa que 13 milhões de pessoas estavam desempregadas no ano. Essa foi a maior taxa da série histórica iniciada em 2012. Comparado a 2014, a população desempregada subiu 86,4% (IBGE, 2018)



(IMAGEM 2)

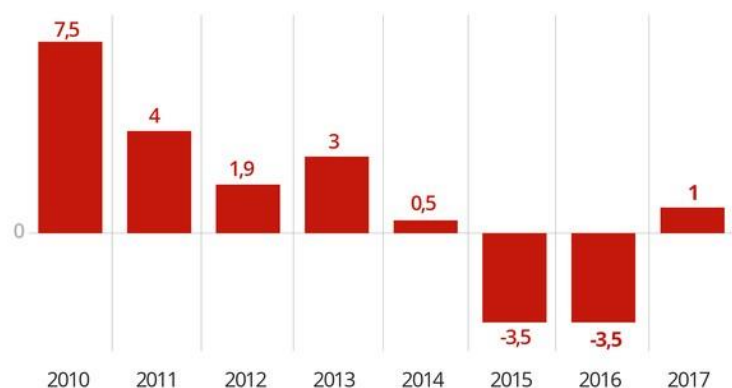
Com crescimento de 0,5% em 2014, a economia brasileira vem mostrando que tem fôlego curto, incapaz de manter o mesmo ritmo de crescimento ao longo dos anos (Cury e Cavallini).

Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro cresceu 1,0% em 2017, na primeira alta após dois anos consecutivos de retração. Os dados foram divulgados nesta quinta-feira, 1º, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em valores correntes, o valor do PIB em 2017 foi de R\$ 6,6 trilhões. O resultado mostra que a economia brasileira começou a se recuperar em 2017, mas ainda não repõe as perdas da atividade econômica na crise. Em 2016 e 2015, o PIB recuou 3,5% sobre o ano anterior, na maior recessão da história recente do país (MBC, 2018).

De acordo com Cury e Caoli a economia brasileira fechou 2015 em queda. A retração, de 3,8% em relação a 2014, foi a maior da série histórica atual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018), iniciada em 1996.

EVOLUÇÃO DO PIB

Ano a ano, em %



FONTE: IBGE



Infográfico elaborado em: 01/03/2018

(IMAGEM 3)

3 METODOLOGIA

Esse artigo se caracterizou por uma pesquisa descritiva. Segundo Chizzotti (1995, p.11), “a pesquisa investiga o mundo em que o homem vive e o próprio homem”.

Essa pesquisa foi quantitativa que foi bem empregada para essa empresa.

A pesquisa quantitativa é caracterizada pelo uso da quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações, utilizando-se de técnicas estatísticas (RICHARDSON, 1999). Objetiva a aquisição de resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação e que possibilitem a maximização da margem de segurança (DIEHL, 2004). De modo geral, a pesquisa quantitativa é passível de ser medida em escala numérica (ROSENTAL; FRÉMONTIER-MURPHY, 2001).

Foi realizada a partir de um estudo de caso. Segundo Hartley (2004, p. 323), o estudo de caso objetiva “fornecer uma análise do contexto e processos que iluminam as questões teóricas que estão sendo estudadas”.

Para Richardson nesse tipo de pesquisa, identificam-se primeiramente as variáveis específicas que possam ser importantes, para posteriormente explicar as complexas características de um problema (RICHARDSON, 1999).

Para Fonseca (2002, p. 32) “a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos”.

Foi realizada uma pesquisa documental onde foram analisados todos os balanços patrimoniais e demonstrativos contábeis da empresa nos anos de 2014, 2015, 2016, 2017 findos em 31 de dezembro, onde de buscou analisar os índices de rentabilidade e dos mesmos. Essa pesquisa para análise de dados foi feito análise de rentabilidade através da utilização do software Microsoft Excel e depois comparados se houve ou não aos indicadores econômicos brasileiros.

4 ANALISE DE RESULTADOS

4.1 Índices de Rentabilidade

Os índices de rentabilidade tem uma grande importância, pois através dele é possível avaliar se determinada empresa está dando lucro ou prejuízo, dando um parâmetro para investidores analisar se é vantajoso ou não o investimento nesta empresa.

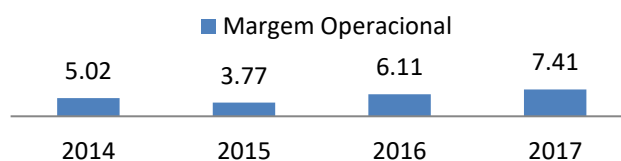
A seguir está representado os resultados da análise dos índices de Rentabilidade da Magazine Luiza SA nos anos de 2014 a 2017:

	Margem Bruta	Margem Operacional	Margem Líquida	ROA	ROE
2014	28,3	5,02	1,31	2,45	19,25
2015	29,4	3,77	-0,73	-1,19	-11,40
2016	30,74	6,11	0,91	1,42	13,93
2017	30,09	7,41	3,25	5,24	18,76

4.1.1 Margem de Lucro Operacional

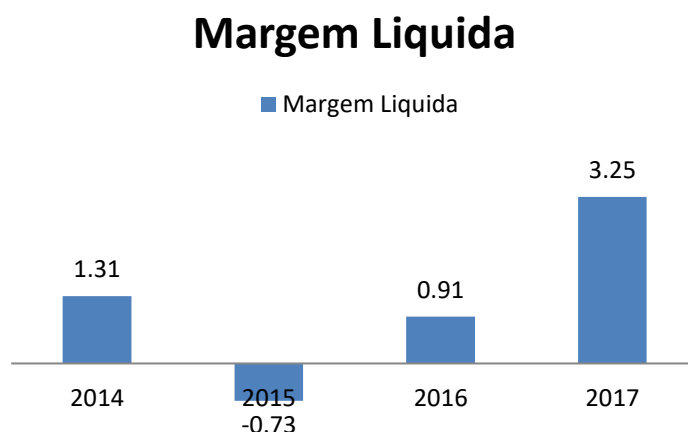
A Margem de Lucro Operacional revela eficiência operacional da empresa, ou seja, o quanto de suas receitas líquidas provenientes de vendas e serviços veio de suas atividades operacionais, de tal forma podemos analisar que apesar do índice em 2015 ser o mais baixo entre os analisados, e que posteriormente veio a melhorar, o índice continua muito baixo mostrando que os custos operacionais estão muito altos.

Margem Operacional



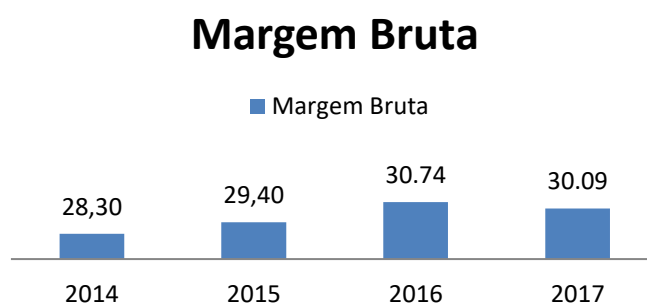
4.1.2 Margem de Lucro Líquido

A Margem de Lucro Líquido é o índice mais destaca dos cinco índices, pois esse índice mede a porcentagem restante de cada unidade monetária de venda, após todas as deduções, sendo assim podemos perceber que houve uma evolução nos índice de margem líquida do ano de 2014 a 2017, porem podemos perceber que em 2015 e houve um Prejuízo Líquido ficando em -0,73% o índice, porem veio se recuperar em 2016 e em 2017 ter uma Margem Líquida maior que os outros três anos.



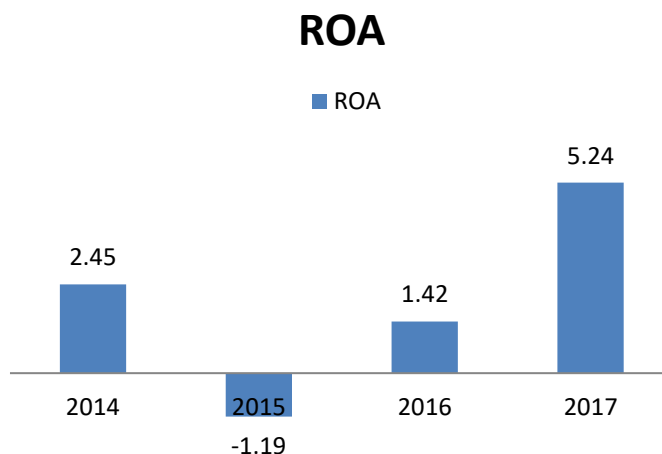
4.1.3 Margem de Lucro Bruto

A Margem de Lucro Bruto é o índice que revela o lucro tido com o venda de produtos/mercadorias e serviços, podemos perceber, que apesar dos índices não terem uma grande oscilação entre os anos de 2014 e 2017 essas oscilações nem sempre foram positivas, uma vez que, em 2017 houve uma queda.



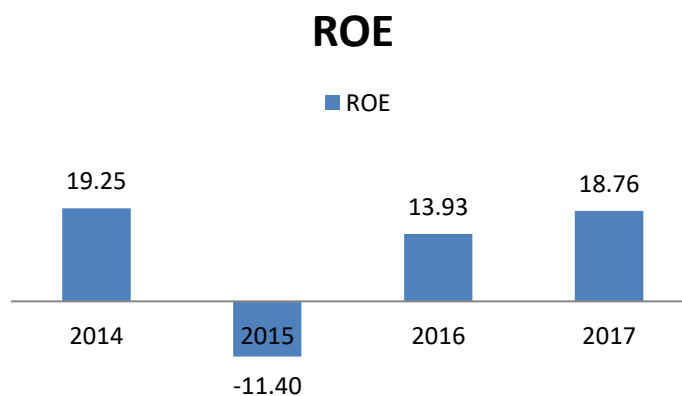
4.1.4 Índice de Retornos sobre Ativos

Índice de Retornos sobre Ativos (ROA) é muito utilizado para analisar empresa de mesmo porte, qual que esta tendo um melhor rendimento com os recursos que possui, nesse caso podemos ver que esse índice teve um crescimento de 2014 para 2017, porem em 2015 esse índice mostrou que os ativos da empresa geraram prejuízo.



4.1.5 Índice de Retorno sobre Patrimonio Liquido

O Índice de Retorno sobre o Patrimonio Liquido (ROE) é uma das principais formas de análise de empresa para acionistas, revela o desenvolvimento da empresa, e quanto maior o ROE maior o retorno dos investimentos aplicados na empresa, com isso podemos ver que em 2014 esse índice foi bem melhor quando comparado aos anos seguintes, uma vez que, em 2015 esse ficou negativo em -11,4 %, dando prejuízo para os acionista da empresa, e que veio a se recuperar em 2016 e continuou crescendo em 2017.



5 CONCLUSÃO

A partir dos dados obtidos, chegamos a conclusão que devido a crise econômica afetou a população em geral, onde o rápido crescimento do índice de inflação e o crescente numero de desempregados diminuiu significativamente o poder de consumo da população reduzindo a receita de vendas do ano de 2015 da Magazine Luiza SA, afetando os índices de rentabilidade da Magazine Luiza S/A; os principais índices afetados foram a Margem Liquida que em 2015 deu um prejuízo liquido de 0,73% (mais de 65 milhões de reais), o índice de retornos sobre o ativos conseqüentemente ficou negativo também mostrando a ineficiência da empresa no mesmo ano, e o índice de retornos sobre o patrimônio liquido

que ficou 11,4% negativo em 2015, gerando um prejuízo para acionista, porém nos anos posteriores (2016 e 2017) os mesmo índices veio a se recuperar, voltando a dar lucro liquido, e trazer rendimento aos acionistas.

REFERENCIAL

- BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. **A crise econômica de 2014/2017**. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142017000100051>. Acesso em: 20 jun. 2018.
- BRASIL, Agência. **Entenda a crise econômica**. 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-05/entenda-crise-economica>>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- COMITÊ DE PRONUNCIAMENTO CONTÁBEIS (CPC). Pronunciamento Técnico CPC PME: Contabilidade para Pequenas e Médias Empresas com Glossário de Termos**. 2009. Disponível em: <http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos>
- CURY, Anay; CAOLI, Cristiane. **PIB do Brasil cai 3,8% em 2015 e tem pior resultado em 25 anos**. G1, São Paulo/Rio de Janeiro, mar. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/03/pib-do-brasil-cai-38-em-2015.html>>. Acesso em 01 jun. 2018.
- CURY, Anay; CAVALLINI, Marta. **Conheça cinco causas do 'fôlego curto' da economia brasileira**. G1, São Paulo, mar. 2015. <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/03/pib-do-brasil-cai-38-em-2015.html>> . Acesso em 01 jun. 2018.
- DIEHL, A. A. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- FONSECA, João José Saraiva da. Fortaleza: UEC, 2002.
- GITMAN, LAWRENCE e JEFFREY, **Princípios da Administração Financeira**. 12. ed, São Paulo. Pearson 2010.
- HARTLEY, J. Case study research. In. Catherine Cassel e Gilian Symon (Eds.), **Essential guide to qualitative methods in organizational research**. London: Sage, 2004.
- IBGE. **Desemprego**. 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/2018-entre-2014-e-2017-desemprego-creceu-mais-em-santa-catarina-e-no-rio-de-janeiro.html>>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos, **Contabilidade Comercial**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- MBC. **PIB: PIB BRASILEIRO CRESCE 1,0% EM 2017, APÓS 2 ANOS DE RETRAÇÃO**. 2018. Disponível em : <<http://www.mbc.org.br/portal/pib-brasileiro-crece-10-em-2017-apos-2-anos-de-retracao/>>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- MAGAZINE LUIZA, Magazine Luiza. **Nossa Historia**. 1957. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/quem-somos/historia-magazine-luiza>>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999
- RICO, BLOG. IPCA: **O Que é Inflação e Como ela Afeta os seus Investimentos**. 2018. Disponível em: <<https://blog.rico.com.br/o-que-e-ipca>>. Acesso em: 20 jun. 2018.
- ROSENAL, C.; FRÉMONTIER-MURPHY, C. **Introdução aos métodos quantitativos em ciências humanas e sociais**. Porto Alegre: Instituto Piaget, 2001.
- SANTOS DE ALMEIDA, Lucas Rodrigo. Brasil 2016: **crise política, econômica e ética**. 2016. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/cotidiano/brasil-2016-crise-politica-economica-e-etica/94282/>>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- SCHMIDT, Paulo; MARTINS, Marco Antônio. **Fundamentos de análise das demonstrações contábeis**. São Paulo: Atlas, 2006. 196p.
- UNIJUI. Inflação. 2007. Disponível em: <http://www2.unijui.edu.br/~castoldi/admin/Texto_8.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2018.

ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA EM FINANÇAS COMPORTAMENTAIS

AGUIAR, Frederico Martins⁹
ARAÚJO, Andrey Popoff Braga¹⁰
CASTRO, Suelen Alves de¹¹
OLIVEIRA, Vanessa Ferreira¹²
SOUZA, Rogério Martins Furtado de¹³

RESUMO: O presente estudo apresenta os resultados de uma pesquisa cujo objetivo foi identificar as características dos artigos científicos brasileiros em Finanças Comportamentais e o perfil de seus autores, disponíveis nas principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil, com o intuito de ampliar o conhecimento a respeito dos estudos sobre este tema no país. A questão norteadora do estudo foi de qual seria o perfil da produção científica brasileira em Finanças Comportamentais. A fundamentação teórica conceitua e contextualiza as Finanças Comportamentais e a Economia Comportamental, assim como também a Bibliometria, destacando o trabalho realizado pelo professor Richard H. Thaler, Prêmio Nobel de Economia de 2017. A metodologia utilizada baseou-se na execução de uma pesquisa descritiva; quanto ao procedimento foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise bibliométrica. A abordagem foi quantitativa. Foram utilizadas as bases indexadoras de periódicos científicos SciELO, Sumários.org, Spell e o Portal de Periódicos da CAPES. Para a tabulação dos dados foi utilizado o software MS-Excel. Os resultados obtidos demonstraram que a frequência anual de publicações sobre o tema é baixa, porém constante, iniciando-se em 2001 e aumentando a partir de 2008. Identificou-se que os periódicos com maior participação foram a RAC, a RAUSP e a RAE e que os artigos selecionados foram produzidos principalmente por profissionais brasileiros com doutorado e do gênero masculino, vinculados principalmente a instituições da região Sudeste. A pesquisa permitiu concluir que Finanças Comportamentais não é apenas uma nova área de estudos, mas também uma nova concepção de como atuar em finanças, ainda não é muito explorada no Brasil, mas com grandes possibilidades de expansão graças a sua amplitude e contemporaneidade.

Palavras-Chave: Finanças Comportamentais; Economia Comportamental; Artigos Científicos; Bibliometria.

1 Introdução

A boa gestão dos recursos financeiros é essencial para a sobrevivência e o crescimento de todas as pessoas e negócios, envolve um contínuo processo de tomada de decisões que devem ser bem pensadas e adequadas às constantes transformações socioeconômicas de um mundo cada vez mais complexo e globalizado.

⁹Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail: fred_m_aguiar@yahoo.com.br

¹⁰Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail:andreyaraujo@yahoo.com.br

¹¹ Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail:suelenalves36@gmail.com

¹² Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail:oliveirafvanessa21@gmail.com

¹³Professor da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. E-mail: rogerio.furtado@unimontes.br

Os pilares teóricos tradicionais da área de finanças proporcionam o direcionamento e o entendimento adequado para a tomada de decisões, entretanto, conforme exposto por Kimura (2003, p. 4), “o comportamento humano é influenciado por diversos aspectos psicológicos, que podem distorcer o processo racional de tomada de decisão”, fazendo com que a pura racionalidade não seja suficiente para compreender todas as variáveis do processo, possibilitando a ocorrência da falibilidade humana inerentes a todos os indivíduos.

A análise da dissensão entre a atitude esperada e o comportamento realizado neste processo sinalizam o início de uma mudança de paradigmas na área de finanças, com a migração de uma visão mais tradicional, baseada na análise quantitativa e impessoal, para uma visão também fundamentada em aspectos comportamentais, que vem sendo denominada como Finanças Comportamentais.

Segundo Macedo (2004) e Milanez (2001), Finanças Comportamentais é uma nova área de estudos que associa finanças à psicologia. É um ramo da Economia Comportamental, área do conhecimento que vem se desenvolvendo desde a década de 80 do século passado, estudando as influências cognitivas, sociais e emocionais exercidas sobre o comportamento econômico das pessoas. Sewell (2007) define Finanças Comportamentais como o “campo que estuda a influência da psicologia no comportamento daqueles que praticam as finanças e o conseqüente efeito deste comportamento nos mercados”.

Os estudos relacionados a Economia Comportamental receberam um grande reconhecimento recentemente com a entrega do Prêmio Nobel de Economia de 2017 para o professor Richard H. Thaler, considerado um dos principais pesquisadores sobre o tema no mundo. O prêmio foi concedido pelo reconhecimento a seus estudos que uniram análises de tomadas de decisão econômica a pressupostos da psicologia, explorando como as consequências da limitação da racionalidade, de preferências sociais e da falta de auto controle afetam as decisões individuais, assim como o mercado financeiro (CAVALLINI, 2017).

Neste contexto, a Economia Comportamental tornou se um campo do conhecimento em rápida expansão, com impacto profundo em muitas áreas de pesquisa e política econômica. Por tal aspecto, percebe-se a relevância em identificar o quanto seus conceitos, e os das Finanças Comportamentais, já estão inseridos nos estudos e discussões acadêmicas brasileiras, o quanto já foram refletidos a luz da nossa realidade, das nossas características e particularidades.

Com o reconhecimento da importância desse tema para a administração, e em especial para a administração financeira, delineou-se como questão norteadora desta pesquisa o questionamento de qual seria o perfil da produção científica brasileira em Finanças Comportamentais.

Para sua realização, optou-se por efetuar um estudo bibliométrico dos artigos científicos brasileiros sobre tal tema. A opção por tal tipo de estudo se dá por este ser o método mais adequado para analisar a produção científica realizada por qualquer área do conhecimento, sendo uma importante ferramenta de gestão da informação (ROSTIROLLA, 2014).

Sendo assim, o objetivo geral definido para a pesquisa foi de identificar as características dos artigos científicos brasileiros em Finanças Comportamentais e o perfil de seus autores, disponíveis em algumas das principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil de acesso livre, utilizadas pelos periódicos científicos da área de Administração.

Para a realização do objetivo principal foram delineados os seguintes objetivos específicos: Identificar a evolução anual do número de artigos publicados em finanças comportamentais; identificar os periódicos onde ocorreram tais publicações; identificar o perfil dos autores quanto ao gênero, titulação e instituição de origem.

2 Referencial Teórico

Finanças Comportamentais é um novo ramo das finanças que leva em consideração a influência da psicologia humana nas tomadas de decisões. Segundo Shefrin (2010) é um campo que busca estudar o emprego da psicologia tanto no processo de tomada de decisões financeiras empresariais quanto na atuação junto aos mercados financeiros.

Segundo Macedo(2004) e Milanez (2001), Finanças comportamentais e Economia Comportamental são assuntos associados, podendo ser entendido que as Finanças Comportamentais são um ramo da Economia Comportamental, na medida em que esta é mais abrangente. Samson (2015) define a Economia Comportamental como o estudo das influências cognitivas, sociais e emocionais observadas sobre o comportamento econômico das pessoas. Segundo tal autor, a Economia Comportamental emprega principalmente a experimentação para desenvolver teorias sobre a tomada de decisão pelo ser humano.

Cabe destacar que para alguns autores, como Belsky e Gilovich (2002), não haveria necessariamente uma separação concreta entre economia e finanças

comportamentais, pois as duas buscam responder sobre a irracionalidade nas tomadas de decisões. Sua distinção está portanto no foco, mais específico às questões financeiras por parte das Finanças Comportamentais.

Gallo (2016, p. 56), destaca que a Economia Comportamental, “tem como objetivo desenvolver modelos de julgamentos e de tomada de decisão que considere a subjetividade humana e assim seja passível de determinar de maneira mais realista o modo como os indivíduos se comportam.”

Os estudos sobre Finanças Comportamentais vêm evoluindo dentro da Economia Comportamental desde a década de 1990, focando-se de acordo com Macedo (2004) e Milanez (2001) apud Ferreira (2007, p. 123) na análise do “comportamento do mercado com base tanto em teorias da Economia tradicional como em acréscimos trazidos pela Economia Comportamental e pela Psicologia Econômica.”

Barberis e Thaler (2003, p. 1053) explicam que as Finanças Comportamentais representam “uma abordagem alternativa para o estudo dos mercados financeiros, em resposta, pelo menos em parte, às dificuldades encontradas pelo paradigma tradicional das finanças modernas”. Conforme exposto por Atman; Gonçalves (2012), o estudo das Finanças Comportamentais contesta a teoria de que as tomadas de decisões vêm do pressuposto da racionalidade, pois entende que deve ser levado em consideração não somente os conceitos de economia e finanças, mas também o da psicologia cognitiva, que pode explicar os vieses comportamentais que tendem a influenciar as decisões racionais.

O meritório desdobramento desse tema tem sido motivado, principalmente, pelas tentativas de explicações sobre fenômenos que ocorrem no mercado financeiro que não se encaixam nos modelos tradicionais. Segundo Shleifer (2000), os estudos empíricos têm investigado como o ser humano é afetado por fatores como: vieses cognitivos e psicológicos; pontos de referência (ganhos versus perdas); forma que uma escolha é apresentada (*framing*); contexto em que a escolha está inserida; comportamento dos outros; inserção da escolha num horizonte temporal; aversão à desigualdade, reciprocidade, justiça, entre outros.

Um dos pressupostos mais significativos das teorias tradicionais de Finanças é de que o homem é um ser racional capaz de reunir e analisar todas as hipóteses possíveis para a tomada de decisão, no entanto, os estudos em Finanças Comportamentais vêm dizendo que existe um equívoco nisso, uma vez que, que a racionalidade não vem se mostrando como o perfeito instrumento de direção utilizado pelo pensamento humano (KAHNEMAN 2011).

Segundo estes estudos, o homem é um ser normal, o que implica ter atitudes irracionais e fortes influências de emoções e erros em suas tomadas de decisões, fazendo com que ele possa analisar certo problema de diversas maneiras distintas.

Camerer e Loewenstein (2002), consideram que um dos desafios da Economia Comportamental para as Finanças Comportamentais é flexibilizar o modelo neoclássico de finanças, acrescentando o realismo psicológico, sem coloca-lo em colapso, de modo a possibilitar que se passe a considerar simultaneamente vários fatores. Desta forma, a psicologia filia-se às finanças proporcionando um embasamento teórico que explica os caracteres cognitivos que influenciam o comportamento e a tomada de decisões dos agentes do mercado.

Segundo Yoshinaga *et al.* (2008) foram observados diversos padrões de comportamento capazes de induzir tomadas de decisão. Explicam que as pesquisas já realizadas mostram vieses sistemáticos observados no momento em que as pessoas formam suas crenças e opiniões, os mais conhecidos são: o excesso de confiança, o otimismo, o conservadorismo, a perseverança, a ancoragem e aqueles que emanam das heurísticas da disponibilidade e da representatividade.

Ainda segundo os autores, o excesso de confiança se refere ao fato de que as pessoas tendem a confiar demasiadamente na própria capacidade de tomar decisões sobre investimentos financeiros. Tversky e Kahneman (1974) explicam este fenômeno de excesso de confiança como decorrente do fato de as pessoas utilizarem suas estimativas iniciais como uma âncora, o que provoca um viés em suas estimativas de intervalos de confiança.

O otimismo retrata-se pela superestimação, por parte do investidor, de suas próprias habilidades, de acordo com Weinstein (1980), cujos estudos revelaram que mais de 90% das pessoas tendem a fantasiar demais as suas habilidades e possibilidades, acreditando que podem fazer melhor do que realmente fazem. Segundo Costa (2016), o conservadorismo trata da tendência de conservar as crenças já existentes, ao rever e examinar insuficientemente novas evidências que são apresentadas, enquanto que a perseverança se refere ao fato de que os investidores resistem em buscar informações que contradizem suas crenças.

Yoshinaga *et al.* (2008), expõem que a ancoragem é quando o investidor se ancora em um determinado valor na tentativa de reduzir o sentimento de arrependimento ao não realizar a perda; vende logo para garantir algum ganho certo, evitando assim qualquer risco de perder esse ganho. Citam ainda que através de pesquisas foi demonstrado que

pessoas se ancoram a um valor inicial a partir de suas estimativas, baseado em qualquer informação que lhes é passada.

Segundo Tversky e Kahneman (1974) a heurística da representatividade ocorre quando o investidor usa de uma informação que possui uma representação para ele, porém ela não tem tamanho de igual significado para o mercado. Por fim, a heurística da disponibilidade diz que o indivíduo de forma geral, julga um fato, a partir da frequência ou da probabilidade com que acontece em sua cabeça. A disponibilidade acompanha os seres humanos na vida cotidiana e de maneira geral é um método de eficácia relativa na tomada de decisões frequentes (MATLIN, 2004).

Quanto as principais teorias desenvolvidas pela Economia Comportamental e pelas Finanças Comportamentais, destacam-se a Teoria de Aversão à Perda, a Teoria da Perspectiva, a Teoria da Contabilidade Mental e a Teoria das Preferências Sociais.

Thaler e Sunstein (2008) explicam que a Teoria de Aversão à Perda foi proposta pela primeira vez por Kahneman e Tverski em 1979 e baseia-se na compreensão de que as pessoas valorizam as coisas mais altamente quando as possuem. Em outras palavras, um indivíduo pediria mais dinheiro para vender um bem que possui do que estaria disposto a pagar para comprar o mesmo bem. A teoria explica que este tipo de comportamento também é afetado pela ancoragem, pois se o indivíduo estiver vendendo um bem, seu ponto de referência provavelmente será o preço que ele pagou por ele, mesmo que o valor desse bem agora seja menos comprovável.

A Teoria da Perspectiva é a base das Finanças Comportamentais. Ela também foi desenvolvida por Kahneman e Tverski em 1979, autores que ficaram mundialmente conhecidos após receberem o prêmio Nobel em 2002 por esse estudo. Tal teoria mostra que os indivíduos fazem escolhas diferentes quando existem riscos de ganhos ou perdas, além da falta de racionalidade, trata-se de uma crítica à Teoria da Utilidade Esperada no processo de tomada de decisão, que supõe comportamentos integralmente racionais (MELO, 2014).

A Teoria da Contabilidade Mental foi desenvolvida por Richard Thaler em 1999 e consiste em explicar como as pessoas simplificam suas tomadas de decisões, enfocando as consequências de cada decisão individual e não o efeito geral que podem causar, ou seja, os indivíduos criam compartimentos para cada tipo de gasto, fazendo com que só possa ser feita análises individuais e não dos gastos como um todo.

Outra teoria desenvolvida por Richard Thaler foi a das Preferências Sociais que segundo Cavallini (2017), diz que a busca de equidade pode impedir as empresas de

aumentar os preços em períodos de alta demanda, mas não em tempos de custos crescentes. Além destas, ainda segundo Cavallini (2017), Thaler desenvolveu também o Jogo do Ditador que consiste em uma ferramenta experimental que tem sido utilizada em numerosos estudos para medir as atitudes em relação à equidade em diferentes grupos de pessoas ao redor do mundo.

Por todos estes trabalhos desenvolvidos, em 2017 foi a vez de Richard Thaler ganhar o prêmio Nobel de Economia por suas contribuições no campo da Economia Comportamental. Segundo Cavallini (2017) e Fraga (2017), Thaler, foi responsável por criar uma ponte significativa entre a economia e a psicologia nas tomadas de decisões individuais. Consideram eles que o significado desse prêmio para a economia é de suma importância, uma vez que impulsiona a divulgação de uma visão que apresenta uma economia mais humana, mostrando como traços humanos abalam sistematicamente as decisões individuais, dessa forma transformando também o próprio mercado financeiro.

A compreensão dos aspectos expostos permite perceber que as Finanças Comportamentais tornaram-se uma abordagem importante para o aprimoramento dos estudos da área de Finanças, acrescentando valor aos modelos tradicionais, ampliando o seu universo de análise.

2.1. Bibliometria

Segundo Rostirolla (2014) a Bibliometria é uma área da Ciência da Informação que tem como objetivo analisar a produção científica realizada por qualquer área do conhecimento, sendo uma importante ferramenta de gestão da informação, capaz de contribuir com o progresso e desenvolvimento da ciência. Conforme explica Coates et al. (2001), o conceito de Bibliometria (ou análise bibliométrica) se refere à contagem de publicações ou citações encontradas nas bases de publicações científicas e acadêmicas.

A Bibliometria apresenta-se como uma ferramenta importante na gestão da informação registrada, disponível para os pesquisadores das diversas áreas do conhecimento humano. Araújo & Alvarenga (2011, p. 52) reforçam tal compreensão ao afirmar que ela “tem um papel relevante na análise da produção científica de um país, uma vez que seus indicadores podem retratar o comportamento e desenvolvimento de uma área do conhecimento”.

Braga (1974, p. 162) apud Oliveira (1984) explica que a Bibliometria tem por propósito analisar as relações entre variáveis distintas que tenham uma regularidade de distribuição, tais como “recursos humanos-documentos, artigos-periódicos, produção-

consumo, etc.”Explica ainda que podem ser considerados exemplos desta regularidade de distribuição “o número de artigos que originam n citações, o número de instituições produzindo anualmente n doutorados, o número de autores com n artigos, o número de revistas contendo n artigos”.

Desta forma, através da Bibliometria é possível realizar o mapeamento e a análise da produção científica, das suas autorias e coautorias, assim como das redes de colaboração a ela relacionadas, realizando também o mapeamento das citações e cocitações. Seu uso também tem a finalidade de promover avaliação e descrição da literatura, dar visibilidade a autores e instituições, pertinência dos indicadores, produtividade em dado período de tempo, além de demonstrar o padrão de publicação voltado a alguma área específica (MUELLER, 2013).

Figueiredo (1993, p. 63), complementa tal compreensão explicando que o uso de técnicas bibliométricas permite ao pesquisador “analisar estatisticamente o tamanho, o crescimento e a distribuição da bibliografia científica, avaliando ao mesmo tempo, a estrutura social dos grupos que produzem a literatura científica e as interações existentes entre os que produzem e os que consomem essa literatura”.

De acordo com Guedes e Borschiver (2005), o aprimoramento da Bibliometria ao longo do tempo possibilitou o desenvolvimento de alguns princípios básicos que são denominados como leis. São eles a Lei de Bradford (relacionada à produtividade dos periódicos), a Lei de Lotka (relacionada à produtividade científica de autores) e a Lei de Zipf (relacionada à frequência de palavras).

A lei de Bradford, desenvolvida em 1933 a partir de pesquisas realizadas por Hill Bradford, trata da identificação da dispersão de artigos sobre algum assunto específico em periódicos de outras especialidades. Objetiva explicar eventos probabilísticos que se unem e evidenciam o padrão regular de dispersão de artigos em vários periódicos de modo a prever acontecimentos relacionados ao fenômeno, auxiliando também no desenvolvimento de teorias para explicar as razões da ocorrência de determinados padrões (COUTINHO, 1988).

Já a lei de Lotka, formulada em 1926 por Alfred Lotka, estipula que em um dado período de tempo, analisando um número n de artigos, o número de cientistas que escrevem dois artigos seria igual a $1/4$ do número de cientistas que escreveram um. O número de cientistas que escreveram três artigos seria igual a $1/9$ do número de cientistas que escreveram um, e assim sucessivamente. Descobriu-se assim que uma grande parte da literatura científica era proveniente da produção de um pequeno número de autores e um

grande número de autores teria produtividade igual a esse pequeno número de maiores produtores (ARAÚJO, 2006).

Por último, a Lei de Zipf, formulada em 1935 por George Kingsley Zipf, estipula que existe uma regularidade na seleção de palavras e no emprego das mesmas, sendo que um pequeno número de palavras tem uma frequência muito maior que outras. Baseia-se na medição da quantidade de ocorrências das palavras em vários textos, gerando uma lista de terminações de um determinado tema ou palavra, sendo empregada para observar qual tema científico é mais visto nos estudos (RIBEIRO, 2015).

Acerca dos resultados da investigação bibliométrica, Lopes *et. al* (2012) consideram que estes são fundamentais para o desenvolvimento do conhecimento científico pois, na medida em que ela evidencia a quantidade da produção científica em determinado tema, suas características e locais de armazenamento, possibilita recuperar a informação publicada em qualquer área científica, trazendo à tona importantes indicadores relacionados as características dessa produção.

3 Metodologia

Para o desenvolvimento deste trabalho foi realizada uma pesquisa descritiva, que segundo Gil (2008, p. 28) é a mais adequada para a realização dos objetivos delineados uma vez que “têm como objetivo primordial a descrição de características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.”

Com relação aos procedimentos, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise bibliométrica. A pesquisa bibliográfica teve a finalidade de se obter um maior conhecimento sobre a economia comportamental e as finanças comportamentais, assim como sobre a Bibliometria, seu uso e aplicação. A análise bibliométrica foi utilizada para coleta e tratamento dos dados provenientes dos artigos científicos selecionados.

Realizou-se um levantamento dos artigos científicos publicados até dezembro de 2017 em algumas das principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil de acesso livre, a “SciELO”, o “Sumários.org” a “Spell” e o Portal de Periódicos da CAPES. Foi considerada apenas a produção científica brasileira oriunda de revistas nacionais. Foram utilizados para a pesquisa os termos “Finanças Comportamentais” e “Economia Comportamental” e selecionados apenas os artigos que continham no seu título e/ou em suas palavras-chaves ao menos um dos termos. Excluídas as repetições, restaram 65 artigos.

Foram utilizados os seguintes indicadores para a análise bibliométrica: a

quantidade de artigos publicados por ano e em quais revistas científicas; o perfil dos autores quanto ao gênero, a titulação e a instituição de origem.

A unidade de análise, ou seja, o elemento da realidade a respeito do qual as variáveis se referem, foi a produção científica em Finanças Comportamentais e Economia Comportamental publicada em periódicos científicos brasileiros e indexada nas bases de dados anteriormente mencionadas. A unidade de observação, a fonte de informação a respeito das variáveis, foram as bases indexadoras Sielo, Spell, Sumarios.org e o Portal de Periódicos Capes, assim como também a Plataforma Lattes do CNPq para a consulta ao Currículo Lattes das informações relacionadas aos autores.

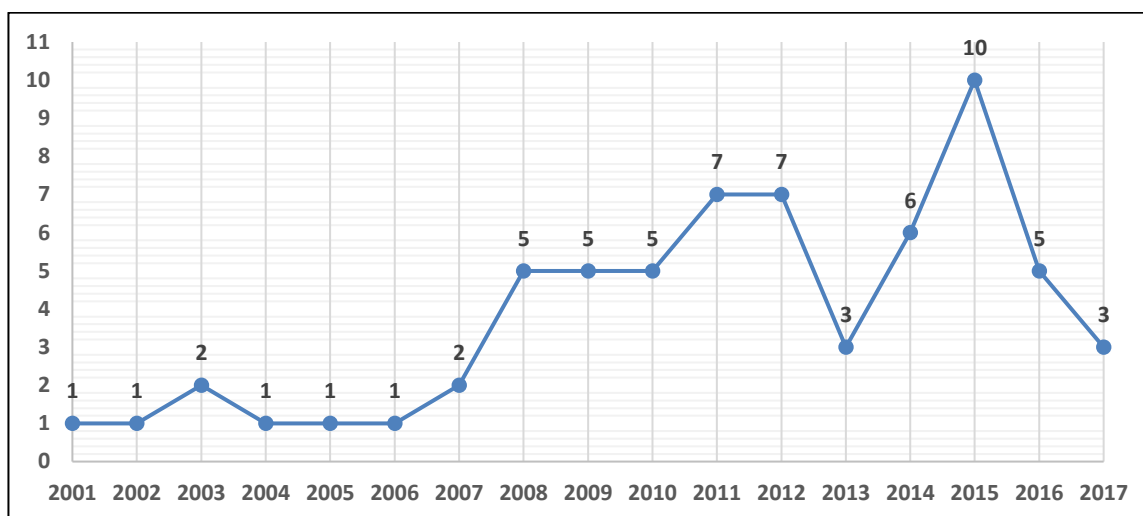
Acerca das informações relacionadas aos autores, como a titulação e a instituição de origem, utilizou-se como referência a data da submissão do artigo. Decorrida a coleta dos dados nos artigos científicos, estes foram estruturados e categorizados, contando com o auxílio do software Microsoft Excel.

4 Apresentação e Análise dos Resultados

Utilizando-se da análise bibliométrica, o estudo buscou evidenciar as características dos artigos científicos brasileiros em Finanças Comportamentais de modo a obter a realização dos objetivos propostos. Considerando os critérios estabelecidos, foram identificados 65 artigos.

Buscando-se identificar a periodicidade com que os artigos selecionados foram publicados, verificou-se que a primeira publicação ocorreu no ano de 2001 e que a quantidade anual de artigos se manteve baixa, porém constante, vindo a aumentar a partir do ano de 2008, encontrando seu ápice em 2015, quando foram publicados 10 artigos, que corresponderam a 15,38% do total apurado ao longo dos 17 anos observados. A média das publicações no período foi de 3,82 trabalhos por ano. No Gráfico 1 a seguir, pode-se observar em maior destaque a distribuição anual dos artigos.

GRÁFICO 1 – Evolução anual da quantidade de artigos publicados relacionados aos temas Finanças Comportamentais e Economia Comportamental.



Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas.

Os 65 artigos foram publicados em 34 periódicos distintos, sendo que 8 destes concentraram quase 50% dos artigos e 20 tiveram apenas uma publicação. Observando a tabela 1, verifica-se que a Revista de Administração Contemporânea – RAC, vinculada à Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD; a Revista de Administração – RAUSP, da Universidade de São Paulo - USP; e a Revista de Administração de Empresas – RAE, da Fundação Getúlio Vargas – FGV, foram as que tiveram o maior número de publicações, sendo todas estas classificadas como A2 pelo sistema Qualis da CAPES.

TABELA 1 – Relação de periódicos com o maior número de artigos publicados até 2017 relacionados aos temas Finanças Comportamentais e Economia Comportamental.

PERIÓDICOS	QUALIS	ANOS EM QUE OS ARTIGOS FORAM PUBLICADOS	QUANT.D E ARTIGOS	% EM RELAÇÃO AO TOTAL
Revista de Administração Contemporânea - RAC	A2	2009; 2011; 2013; 2015; 2016	6	9,23%
Revista de Administração - RAUSP	A2	2010; 2011; 2012; 2015; 2016	5	7,69%
Revista de Administração de Empresas – RAE	A2	2001; 2006; 2008; 2015; 2016	5	7,69%
Revista Brasileira de Gestão de Negócios - RBGE	A2	2009; 2011; 2014	5	7,69%
Revista de Gestão - REGE	B1	2008; 2009; 2012	3	4,62%
Revista Contabilidade & Finanças - RC&F	A2	2004; 2005; 2016	3	4,62%
Revista de Administração Faces Journal - FACES	B2	2010; 2011; 2015	3	4,62%
REVISTA Evidenciação	B3	2014; 2016; 2017	3	4,62%

Contábil&Finanças- RECFIN				
RAE Eletrônica	A2	2003	2	3,08%
Revista Eletrônica de Administração - READ	B1	2007; 2012	2	3,08%
Revista de Administração, Contabilidade E Economia - RACE	B3	2010; 2011	2	3,08%
Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios - REEN	B2	2011; 2012	2	3,08%
Revista Pretexto	B2	2009; 2015	2	3,08%
Holos	B2	2014; 2015	2	3,08%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas.

Na Tabela 1 constam 45 artigos publicados por 14 periódicos, os demais 20 artigos, cada um representando aproximadamente 1,54% dos artigos publicados, foram publicados por 20 revistas diferentes. A relação destes periódicos pode ser observada no Quadro 1 a seguir.

QUADRO 1 –Relação de periódicos que publicaram até 2017 um único artigo relacionado aos temas Finanças Comportamentais e/ou Economia Comportamental.

PERIÓDICOS	
Brazilian Journal of Political Economy	RAM: Revista de Administração Mackenzie
Enfoque Reflexão Contábil	Reflexões Econômicas
Estudos do Cepe	Reunir
GEPROS: Gestão Da Produção, Operações e Sistemas	Revista Brasileira de Economia
InteramericanJournalofPsychology	Revista Científica Hermes
Organizações & Sociedade	Revista de Administração da UFSM
Perspectivas em Análise do Comportamento	Revista de Ciências da Administração
Psicologia: Ciência e Profissão	Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ
Revista de Contabilidade e Organizações	Revista Paranaense de Desenvolvimento
Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	Revista de Economia e Administração

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas.

Quanto ao perfil dos autores, a análise bibliométrica possibilitou evidenciar a quantidade de autores por gênero, titulação e instituição de origem. Na Tabela 2 a seguir é possível observar o perfil dos autores quanto ao gênero e a titulação.

TABELA 2 – Perfil dos autores quanto ao gênero e a titulação.

TITULAÇÃO	MASCULINO		FEMININO		TOTAL	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
Pós-doutor	2	1,75%	2	3,07%	4	2,23%
Doutor/PHD	63	55,26%	17	26,15%	80	44,69%
Doutorando	14	12,28%	7	10,7%	21	11,73%
Mestre	19	16,66%	16	24,61%	35	19,55%
Mestrando	7	6,14%	5	7,69%	12	6,70%
Especialista	3	2,63%	10	15,38%	13	7,26%
Graduado	5	4,38%	4	6,15%	9	5,02%
Graduando	1	0,87%	4	6,15%	5	2,79%
TOTAL	114	100%	65	100%	179	100%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Em relação à titulação, 46,92% das produções foi realizada por autores com doutorado ou pós-doutorado e 11,73% por autores em processo de doutoramento, revelando o peso de tais programas para a publicação de temas que podem ainda ser considerados como emergentes no Brasil. Quanto ao gênero, dos 179 autores 63,69%, são do sexo masculino e 36,31% do sexo feminino. Dos homens, a maioria tem doutorado (57%) enquanto que nas mulheres há uma maior distribuição entre doutoras (29,2%), mestras (35,38%) e especialistas (15,38%).

De acordo com o que pode ser observado na Tabela 3 a seguir, com relação à origem dos autores, a grande maioria é de brasileiros, 94,41%, o que pode ser considerado normal visto terem sido selecionados apenas periódicos nacionais, embora que dentre estes estejam as principais revistas científicas brasileiras na área de administração.

TABELA 3 – Nacionalidade dos Autores

PAÍS	NÚMERO DE AUTORES	% RELAÇÃO AO TOTAL
Brasil	167	93,30%
Portugal	8	4,47%
Itália	3	1,68%
Estados Unidos	1	0,56%
TOTAL	179	100%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Com relação aos autores estrangeiros, pôde-se observar que foram cinco artigos publicados entre 2012 e 2015 com participação destes, sendo dois escritos só por portugueses, um só por italianos e os outros dois escritos em parceria com brasileiros.

Os 179 autores dos 65 artigos estavam vinculados a 62 instituições diferentes, 7 estrangeiras e 55 brasileiras, sendo que as 10 primeiras instituições com maior participação respondem por 50,84% de todas as autorias. A Universidade de São Paulo – USP é a com maior participação seguida pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Das estrangeiras destacam-se a Universidade do Porto, de Portugal, e a Università degli Studi di Trento da Itália. Na Tabela 4 a seguir, apresenta-se a relação das instituições de origem dos autores.

TABELA 4 – Instituições a que estavam vinculados os autores quando da submissão dos artigos

INSTITUIÇÃO	QUANTIDADE DE AUTORES	% EM RELAÇÃO AO TOTAL
Universidade de São Paulo - USP	19	10,61%
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC	17	9,50%
Universidade de Brasília - UnB	11	6,15%
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP	10	5,59%
Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUC/PR	7	3,91%
Universidade Federal de Uberlândia – UFU	7	3,91%
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE	6	3,35%
Fundação Getúlio Vargas – FGV/SP	5	2,79%
Universidade Presbiteriana Mackenzie - MACKENZIE	5	2,79%
Faculdades IBMEC/RJ	4	2,23%
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC/RJ	4	2,23%
Universidade Federal de Santa Maria - UFSM	4	2,23%
Centro Universitário DeVry - UNIFAVIP	3	1,68%
Faculdade do Vale do Ipojuca - FAVIP	3	1,68%
Faculdade Santa Helena	3	1,68%
Instituto de Ensino Superior da Grande Florianópolis - IES/UNIP	3	1,68%
Universidade de Fortaleza - UNIFOR	3	1,68%
Universidade do Porto	3	1,68%
Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL	3	1,68%
Universidade Federal da Paraíba - UFPB	3	1,68%
Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG	3	1,68%
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRS	3	1,68%
Universidade Regional de Blumenau – FURB	3	1,68%
Università degli Studi di Trento	3	1,68%
Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Caruaru – FAFICA	2	1,12%
Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra	2	1,12%
SaintPaul Escola de Negócios	2	1,12%

Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC	2	1,12%
Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP	2	1,12%
Universidade Federal do Paraná – UFPR	2	1,12%
Demais 32 instituições com uma autoria cada	32	17,92%
Total de Autores:	179	100%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Com relação a localização geográfica das instituições nacionais onde estavam vinculados os autores quando da submissão dos artigos, identificou-se que 44,91% dos autores brasileiros estavam vinculados a instituições da região Sudeste, 28,74% da região Sul, 17,96% da região Nordeste, 7,78% da região Centro-Oeste e apenas 0,60% da região Norte do país.

Segundo a Lei de Lotka, espera-se que alguns autores sejam mais produtivos que outros e, conseqüentemente, acabem publicando com mais frequência, mesmo em periódicos de alta demanda e exigência. (GUEDES; BORSCHIVER, 2005). Assim, analisando os dados dos autores mais produtivos em Finanças Comportamentais, pôde-se perceber que 20 autores participam da publicação de mais de um artigo, correspondendo a 16,20% dos 65 artigos e a 24,58 % do total de autorias, conforme pode ser visto na Tabela 5.

TABELA 5 – Autores mais produtivos em Finanças Comportamentais no período analisado.

NOME DO AUTOR	VINCULO QUANDO DA PUBLICAÇÃO	ANOS EM QUE PUBLICOU	QUANT. DE ARTIGOS	% EM RELAÇÃO AS 179 AUTORIAS
César Augusto Tibúrcio Silva	UnB; USP	2010 (2); 2012; 2014	4	2,23%
Claudia Emiko Yoshinaga	FGV/SP; USP	2014 (2); 2016	3	1,68%
WennerGlaucio Lopes Lucena	UFPB	2011 (2); 2012	3	1,68%
Diane Rossi Maximiano Reina	UFSC	2007; 2009	2	1,12%
Donizete Reina	UFSC	2007; 2009	2	1,12%
Elizabeth Krauter	USP	2004; 2013	2	1,12%
Fabricio LuisCologneseHaubert	IES	2012; 2013	2	1,12%
Gileno Fernandes Marcelino	UNEMAT; UnB	2011 (2)	2	1,12%
Herbert Kimura	FGV/SP; MACKENZIE	2002; 2004	2	1,12%
José Odálio dos Santos	PUC/SP	2004; 2010	2	1,12%
Jurandir Sell Macedo Junior	UFSC	2007; 2009	2	1,12%
Kárem Cristina de Sousa Ribeiro	UFU	2006; 2011	2	1,12%

Marcus Vinicius Andrade de Lima	UFSC	2012; 2013	2	1,12%
Patrícia Nunes	UFSC; UNISUL	2007; 2009	2	1,12%
Rodrigo Fernandes Malaquias	UFU	2014 (2)	2	1,12%
Rubens Famá	PUC/SP; USP	2007; 2014	2	1,12%
Samuel de Paiva Naves Mamede	UFU	2014 (2)	2	1,12%
Thiago Borges Ramalho	FACEP; Banco do Brasil	2014 (2)	2	1,12%
Wesley Mendes da Silva	MACKENZIE; USP	2006; 2009	2	1,12%
Wesley Vieira da Silva	PUC/PR	2008 (2)	2	1,12%
		TOTAL	44	24,58%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Analisando as titulações dos autores mais produtivos citados na Tabela 5, identifica-se que a grande maioria é do sexo masculino, já tinha o doutorado na data da submissão, estava vinculada a instituições do Sul e Sudeste que participou da publicação de mais de um artigo.

5 Considerações Finais

Com o recente reconhecimento dos estudos relacionados a Economia Comportamental, por meio da entrega do Prêmio Nobel de Economia de 2017 para o professor Richard H. Thaler, considerado um dos principais pesquisadores sobre o tema no mundo, percebeu-se a relevância de conhecer um pouco mais sobre seu ramo que mais se aproxima da administração, as Finanças Comportamentais, voltado a estudar a influência da psicologia humana sobre as finanças.

Os dados analisados possibilitaram a compreensão de um perfil da produção científica brasileira em Finanças Comportamentais, através da identificação das características dos artigos científicos sobre este tema publicados até o ano de 2017 em algumas das principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil.

A análise bibliométrica das publicações evidenciou a eficácia deste método para a realização dos objetivos estabelecidos para ao estudo. No mesmo sentido também se fez a bibliografia estudada que possibilitou um maior conhecimento sobre tal tema.

A análise da evolução anual do número de artigos publicados em finanças comportamentais demonstrou uma frequência baixa, porém constante iniciando-se em 2001, aumentando a partir do ano de 2008 etendo seu ápice em 2015. Todos os Periódicos que obtiveram destaque em relação a quantidade de publicações são classificados pelo sistema Qualis CAPES como categoria A2, representando 32,3% no total de publicações,

sendo os primeiros a Revista de Administração Contemporânea - RAC, a Revista de Administração - RAUSP e a Revista de Administração de Empresas – RAE.

Em relação a autoria, observou-se a maior participação de autores do sexo masculino, com a titulação de doutorado e pós-doutorado. Entre as mulheres, houve uma maior distribuição entre doutoras e mestras. 94,41% dos autores são brasileiros e quando da submissão dos seus artigos estavam vinculados a mais de 50 instituições diferentes, sendo as que mais se destacaram a Universidade de São Paulo – USP e a Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Observou-se por fim que quase metade dos autores estavam vinculados a instituições da região sudeste.

Como sugestão para pesquisas futuras sobre o tema, recomenda-se a realização de uma pesquisa que busque identificar os autores e as obras mais usadas como referências, que estão sendo a base de subsídios dos estudos realizados no Brasil. Sugere-se também a realização de um estudo que aborde diretamente todos os periódicos brasileiros da área de Administração classificados como A1, A2, B1 e B2, pelo Qualis, de modo a obter um perfil mais completo da produção científica existente.

Por fim cabe ressaltar a importância desse trabalho para os pesquisadores, professores e profissionais brasileiros que atuam em finanças, pois propiciou conhecimento não apenas sobre uma nova área de trabalho, mas também sobre uma nova concepção de como atuar em finanças, demonstrando assim ser esta uma excelente área para investimento em novos estudos visto a sua amplitude e contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun, 2006.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; ALVARENGA, Lidia. A Bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 16, n. 31, p.51-70. 2011 Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2011v16n31p51> >. Acesso em: 16 nov. 2017.

BARBERIS, N., & THALER, R. **A survey of behavioral finance. In Handbook of the Economics of Finance**. 1. ed. North Holland: Elsevier, 2003.

BELSKY, G.; GILOVICH, T. **Proteja seu dinheiro de você mesmo**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2002.

BRAGA, G. M.. Informação, ciência, política científica: o pensamento de Derek de Solla Price. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 2, p. 155-177, 1974.

CAMERER, C. **Behavioraleconomics: Reunifyingpsychologyandeconomics,PNAS**, v. 96, p. 10575–10577, set. 1999.

CAMERER, C.; LOEWENSTEIN, G. RABIN, M. **Advances in Behavioral Economics**. 1. ed. Princeton: Princeton University Press, 2011. Disponível em: <<http://www.hss.caltech.edu/~camerer/ribe239.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2017.

CAVALLINI, Marta. **Richard Thaler ganha Nobel de Economia em 2017 por unir economia e psicologia**. 09/10/2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/premio-nobel-de-economia-vai-para-criador-da-teoria-da-contabilidade-mental.ghtml>>. Acessoem: 23 nov. 2017.

COATES, V. et al. On the future of technological foresight. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 67, n. 1, p. 1-17, 2001. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/49cd/7111ef6c415e4e647da4a4b138f9208a742e.pdf>>. Acesso em: 29 nov. 2017.

COSTA, Fernando Nogueira da. **Lista de Vieses Heurísticos**. Disponível em: <<https://fernandonogueiracosta.wordpress.com/2016/12/09/lista-de-vieses-heuristicos/>> Acesso em: 23 fev. 2018.

COUTINHO, E. As armadilhas da lei de Bradford. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 16, n. 2, p. 217-225, 1988.

FERREIRA, Vera Rita de Mello, Psicologia econômica. **RAE – Revista de Administração de Empresas, FGV, São Paulo, vol. 47, n.3. 2007**. Disponível em: <<http://www.fgv.br/rae/artigos/revista-rae-vol-47-num-3-ano-2007-nid-46027/>> Acesso em 19 fev. 2018.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Desenvolvimento e avaliação de coleções**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rabiskus, 1993.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUEDES, V.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: CINFOM – ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6., 2005, Salvador. **Anais**. Salvador: ICI/Ufba, 2005. p. 1-18

KIMURA, Herbert. Aspectos comportamentais associados às reações do mercado de capitais. **RAEeletrônica**, FGV. São Paulo, v. 2, n. 1. 2003. Disponível em :<<http://www.rae.com.br/eletronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1880&Secao=2°PW C&Volume=2&Numero=1&Ano=2003>>. Acessoem 20 fev. 2018

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. **Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk**. **Econometrica**, New York, v. 47, n. 2, p 263-292, mar. 1979. Disponível em: <https://www.princeton.edu/~kahneman/docs/Publications/prospect_theory.pdf>. Acessoem: 07 nov. 2017.

KAHNEMAN, D. **Thinking, Fast and Slow**. Farrar, Straus and Groux. 5. ed. New York: Farrar Straus Giroux, 2013.

LOPES, S. et al. **A Bibliometria e a avaliação da produção científica: indicadores e ferramentas**. Disponível em: <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/429>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

MILANEZ, D. Y. Finanças comportamentais: uma nova abordagem à teoria de finanças. **Informativo Fipe**. p. 30-34, dez. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000057&pid=S0034-7590200700030000800022&lng=pt>. Acesso em: 13 nov. 2017.

MUELLER, S. P. M. Estudos métricos da informação em ciência e tecnologia no Brasil realizados sobre a unidade de análise artigos de periódicos. **Liinc em Revista**, v. 9, n. 1, p. 6- 27, 2013. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/13291>>. Acesso em: 20 dez. 2017

OLIVEIRA, Silas Marques de. Aplicações e limitações dos processos bibliométricos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v.17, n.1/2, p.55-65, 1984. OTLET, Paul. O livro e a medida: bibliometria. **Bibliometria: teoria e prática**. São Paulo: Cultrix, 1986.

PORTAL DE PERIÓDICOS. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES/MEC. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

PRATES, W. **O que é finanças comportamentais e economia comportamental?** 30/09/2016. Disponível em: <<http://www.wrprates.com/o-que-e-financas-comportamentais-e-economia-comportamental/>> Acesso em: 20 fev. 2018

RIBEIRO, H. C. M. Quinze anos de estudo da revista de administração contemporânea sob a ótica da bibliometria e da rede social. **Revista Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 5, Número Especial, p. 86-108, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/22918/>>. Acesso em: 14 dez 2017.

ROSTIROLLA, G. Bibliometria como tema de tese: análise a partir da biblioteca digital de teses e dissertações. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE BIBLIOMETRIA E CINETOMETRIA, 4., 2014, Recife. **Anais**. Recife: UFPE, 2014.

SAMSON, Alain. **The Behavioral Economics Guide 2015**. Disponível em: <<http://www.behavioraleconomics.com>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

SCIELO, Scientific Electronic Library Online. Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP; Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde – BIREME; Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPQ. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 09 jan. 2018.

SPELL, Scientific Periodicals Electronic Library. Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD. Disponível em: <<http://www.spell.org.br>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

SUMARIOS.ORG, Sumários de Revistas Brasileiras. Fundação de Pesquisas Científicas de Ribeirão Preto – FUNPEC-RP. Disponível em: <<http://www.sumarios.org>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

SHEFRIN, H. **Behavioralizing Finance**. 1. ed. Hanover: now Publishers Inc., 2009. Disponível em: <https://www.nowpublishers.com/article/DownloadSummary/FIN-030>. Acesso em: 20 fev.2018

THALER, R.; SUNSTEIN, C. **Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness**. 3. ed. Londres: Penguin Books. 2009

TVERSKY, A.; KAHNAMAN, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science**, New Series, Washington D. C., v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, set. 1974. Disponível em: <http://psiexp.ss.uci.edu/research/teaching/Tversky_Kahneman_1974.pdf>. Acesso em 20 dez.2018

WEINSTEIN, N. Unrealistic Optimism about Future Life Events. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 39, p. 806-820. 1980.

ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA EM FINANÇAS COMPORTAMENTAIS

AGUIAR, Frederico Martins¹⁴
ARAÚJO, Andrey Popoff Braga¹⁵
CASTRO, Suelen Alves de¹⁶
OLIVEIRA, Vanessa Ferreira¹⁷
SOUZA, Rogério Martins Furtado de¹⁸

RESUMO: O presente estudo apresenta os resultados de uma pesquisa cujo objetivo foi identificar as características dos artigos científicos brasileiros em Finanças Comportamentais e o perfil de seus autores, disponíveis nas principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil, com o intuito de ampliar o conhecimento a respeito dos estudos sobre este tema no país. A questão norteadora do estudo foi de qual seria o perfil da produção científica brasileira em Finanças Comportamentais. A fundamentação teórica conceitua e contextualiza as Finanças Comportamentais e a Economia Comportamental, assim como também a Bibliometria, destacando o trabalho realizado pelo professor Richard H. Thaler, Prêmio Nobel de Economia de 2017. A metodologia utilizada baseou-se na execução de uma pesquisa descritiva; quanto ao procedimento foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise bibliométrica. A abordagem foi quantitativa. Foram utilizadas as bases indexadoras de periódicos científicos SciELO, Sumários.org, Spell e o Portal de Periódicos da CAPES. Para a tabulação dos dados foi utilizado o software MS-Excel. Os resultados obtidos demonstraram que a frequência anual de publicações sobre o tema é baixa, porém constante, iniciando-se em 2001 e aumentando a partir de 2008. Identificou-se que os periódicos com maior participação foram a RAC, a RAUSP e a RAE e que os artigos selecionados foram produzidos principalmente por profissionais brasileiros com doutorado e do gênero masculino, vinculados principalmente a instituições da região Sudeste. A pesquisa permitiu concluir que Finanças Comportamentais não é apenas uma nova área de estudos, mas também uma nova concepção de como atuar em finanças, ainda não é muito explorada no Brasil, mas com grandes possibilidades de expansão graças a sua amplitude e contemporaneidade.

Palavras-Chave: Finanças Comportamentais; Economia Comportamental; Artigos Científicos; Bibliometria.

1 Introdução

A boa gestão dos recursos financeiros é essencial para a sobrevivência e o crescimento de todas as pessoas e negócios, envolve um contínuo processo de tomada de decisões que devem ser bem pensadas e adequadas às constantes transformações socioeconômicas de um mundo cada vez mais complexo e globalizado.

¹⁴Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail: fred_m_aguiar@yahoo.com.br

¹⁵Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail:andreyaraujo@yahoo.com.br

¹⁶ Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail:suelenalves36@gmail.com

¹⁷ Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail:oliveirafvanessa21@gmail.com

¹⁸Professor da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. E-mail: rogerio.furtado@unimontes.br

Os pilares teóricos tradicionais da área de finanças proporcionam o direcionamento e o entendimento adequado para a tomada de decisões, entretanto, conforme exposto por Kimura (2003, p. 4), “o comportamento humano é influenciado por diversos aspectos psicológicos, que podem distorcer o processo racional de tomada de decisão”, fazendo com que a pura racionalidade não seja suficiente para compreender todas as variáveis do processo, possibilitando a ocorrência da falibilidade humana inerentes a todos os indivíduos.

A análise da dissensão entre a atitude esperada e o comportamento realizado neste processo sinalizam o início de uma mudança de paradigmas na área de finanças, com a migração de uma visão mais tradicional, baseada na análise quantitativa e impessoal, para uma visão também fundamentada em aspectos comportamentais, que vem sendo denominada como Finanças Comportamentais.

Segundo Macedo (2004) e Milanez (2001), Finanças Comportamentais é uma nova área de estudos que associa finanças à psicologia. É um ramo da Economia Comportamental, área do conhecimento que vem se desenvolvendo desde a década de 80 do século passado, estudando as influências cognitivas, sociais e emocionais exercidas sobre o comportamento econômico das pessoas. Sewell (2007) define Finanças Comportamentais como o “campo que estuda a influência da psicologia no comportamento daqueles que praticam as finanças e o consequente efeito deste comportamento nos mercados”.

Os estudos relacionados a Economia Comportamental receberam um grande reconhecimento recentemente com a entrega do Prêmio Nobel de Economia de 2017 para o professor Richard H. Thaler, considerado um dos principais pesquisadores sobre o tema no mundo. O prêmio foi concedido pelo reconhecimento a seus estudos que uniram análises de tomadas de decisão econômica a pressupostos da psicologia, explorando como as consequências da limitação da racionalidade, de preferências sociais e da falta de auto controle afetam as decisões individuais, assim como o mercado financeiro (CAVALLINI, 2017).

Neste contexto, a Economia Comportamental tornou-se um campo do conhecimento em rápida expansão, com impacto profundo em muitas áreas de pesquisa e política econômica. Por tal aspecto, percebe-se a relevância em identificar o quanto seus conceitos, e os das Finanças Comportamentais, já estão inseridos nos estudos e discussões acadêmicas brasileiras, o quanto já foram refletidos a luz da nossa realidade, das nossas características e particularidades.

Com o reconhecimento da importância desse tema para a administração, e em especial para a administração financeira, delineou-se como questão norteadora desta pesquisa o questionamento de qual seria o perfil da produção científica brasileira em Finanças Comportamentais.

Para sua realização, optou-se por efetuar um estudo bibliométrico dos artigos científicos brasileiros sobre tal tema. A opção por tal tipo de estudo se dá por este ser o método mais adequado para analisar a produção científica realizada por qualquer área do conhecimento, sendo uma importante ferramenta de gestão da informação (ROSTIROLLA, 2014).

Sendo assim, o objetivo geral definido para a pesquisa foi de identificar as características dos artigos científicos brasileiros em Finanças Comportamentais e o perfil de seus autores, disponíveis em algumas das principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil de acesso livre, utilizadas pelos periódicos científicos da área de Administração.

Para a realização do objetivo principal foram delineados os seguintes objetivos específicos: Identificar a evolução anual do número de artigos publicados em finanças comportamentais; identificar os periódicos onde ocorreram tais publicações; identificar o perfil dos autores quanto ao gênero, titulação e instituição de origem.

2 Referencial Teórico

Finanças Comportamentais é um novo ramo das finanças que leva em consideração a influência da psicologia humana nas tomadas de decisões. Segundo Shefrin (2010) é um campo que busca estudar o emprego da psicologia tanto no processo de tomada de decisões financeiras empresariais quanto na atuação junto aos mercados financeiros.

Segundo Macedo(2004) e Milanez (2001), Finanças comportamentais e Economia Comportamental são assuntos associados, podendo ser entendido que as Finanças Comportamentais são um ramo da Economia Comportamental, na medida em que esta é mais abrangente.Samson (2015) define a Economia Comportamental como o estudo das influências cognitivas, sociais e emocionais observadas sobre o comportamento econômico das pessoas. Segundo tal autor, aEconomia Comportamental emprega principalmente a experimentação para desenvolver teorias sobre a tomada de decisão pelo ser humano.

Cabe destacar que para alguns autores, como Belsky e Gilovich (2002), não haveria necessariamente uma separação concreta entre economia e finanças

comportamentais, pois as duas buscam responder sobre a irracionalidade nas tomadas de decisões. Sua distinção está portanto no foco, mais específico às questões financeiras por parte das Finanças Comportamentais.

Gallo (2016, p. 56), destaca que a Economia Comportamental, “tem como objetivo desenvolver modelos de julgamentos e de tomada de decisão que considere a subjetividade humana e assim seja passível de determinar de maneira mais realista o modo como os indivíduos se comportam.”

Os estudos sobre Finanças Comportamentais vêm evoluindo dentro da Economia Comportamental desde a década de 1990, focando-se de acordo com Macedo (2004) e Milanez (2001) apud Ferreira (2007, p. 123) na análise do “comportamento do mercado com base tanto em teorias da Economia tradicional como em acréscimos trazidos pela Economia Comportamental e pela Psicologia Econômica.”

Barberis e Thaler (2003, p. 1053) explicam que as Finanças Comportamentais representam “uma abordagem alternativa para o estudo dos mercados financeiros, em resposta, pelo menos em parte, às dificuldades encontradas pelo paradigma tradicional das finanças modernas”. Conforme exposto por Atman; Gonçalves (2012), o estudo das Finanças Comportamentais contesta a teoria de que as tomadas de decisões vêm do pressuposto da racionalidade, pois entende que deve ser levado em consideração não somente os conceitos de economia e finanças, mas também o da psicologia cognitiva, que pode explicar os vieses comportamentais que tendem a influenciar as decisões racionais.

O meritório desdobramento desse tema tem sido motivado, principalmente, pelas tentativas de explicações sobre fenômenos que ocorrem no mercado financeiro que não se encaixam nos modelos tradicionais. Segundo Shleifer (2000), os estudos empíricos têm investigado como o ser humano é afetado por fatores como: vieses cognitivos e psicológicos; pontos de referência (ganhos versus perdas); forma que uma escolha é apresentada (*framing*); contexto em que a escolha está inserida; comportamento dos outros; inserção da escolha num horizonte temporal; aversão à desigualdade, reciprocidade, justiça, entre outros.

Um dos pressupostos mais significativos das teorias tradicionais de Finanças é de que o homem é um ser racional capaz de reunir e analisar todas as hipóteses possíveis para a tomada de decisão, no entanto, os estudos em Finanças Comportamentais vêm dizendo que existe um equívoco nisso, uma vez que, que a racionalidade não vem se mostrando como o perfeito instrumento de direção utilizado pelo pensamento humano (KAHNEMAN 2011).

Segundo estes estudos, o homem é um ser normal, o que implica ter atitudes irracionais e fortes influências de emoções e erros em suas tomadas de decisões, fazendo com que ele possa analisar certo problema de diversas maneiras distintas.

Camerer e Loewenstein (2002), consideram que um dos desafios da Economia Comportamental para as Finanças Comportamentais é flexibilizar o modelo neoclássico de finanças, acrescentando o realismo psicológico, sem coloca-lo em colapso, de modo a possibilitar que se passe a considerar simultaneamente vários fatores. Desta forma, a psicologia filia-se às finanças proporcionando um embasamento teórico que explica os caracteres cognitivos que influenciam o comportamento e a tomada de decisões dos agentes do mercado.

Segundo Yoshinaga *et al.* (2008) foram observados diversos padrões de comportamento capazes de induzir tomadas de decisão. Explicam que as pesquisas já realizadas mostram vieses sistemáticos observados no momento em que as pessoas formam suas crenças e opiniões, os mais conhecidos são: o excesso de confiança, o otimismo, o conservadorismo, a perseverança, a ancoragem e aqueles que emanam das heurísticas da disponibilidade e da representatividade.

Ainda segundo os autores, o excesso de confiança se refere ao fato de que as pessoas tendem a confiar demasiadamente na própria capacidade de tomar decisões sobre investimentos financeiros. Tversky e Kahneman (1974) explicam este fenômeno de excesso de confiança como decorrente do fato de as pessoas utilizarem suas estimativas iniciais como uma âncora, o que provoca um viés em suas estimativas de intervalos de confiança.

O otimismo retrata-se pela superestimação, por parte do investidor, de suas próprias habilidades, de acordo com Weinstein (1980), cujos estudos revelaram que mais de 90% das pessoas tendem a fantasiar demais as suas habilidades e possibilidades, acreditando que podem fazer melhor do que realmente fazem. Segundo Costa (2016), o conservadorismo trata da tendência de conservar as crenças já existentes, ao rever e examinar insuficientemente novas evidências que são apresentadas, enquanto que a perseverança se refere ao fato de que os investidores resistem em buscar informações que contradizem suas crenças.

Yoshinaga *et al.* (2008), expõem que a ancoragem é quando o investidor se ancora em um determinado valor na tentativa de reduzir o sentimento de arrependimento ao não realizar a perda; vende logo para garantir algum ganho certo, evitando assim qualquer risco de perder esse ganho. Citam ainda que através de pesquisas foi demonstrado que

pessoas se ancoram a um valor inicial a partir de suas estimativas, baseado em qualquer informação que lhes é passada.

Segundo Tversky e Kahneman (1974) a heurística da representatividade ocorre quando o investidor usa de uma informação que possui uma representação para ele, porém ela não tem tamanho de igual significado para o mercado. Por fim, a heurística da disponibilidade diz que o indivíduo de forma geral, julga um fato, a partir da frequência ou da probabilidade com que acontece em sua cabeça. A disponibilidade acompanha os seres humanos na vida cotidiana e de maneira geral é um método de eficácia relativa na tomada de decisões frequentes (MATLIN, 2004).

Quanto as principais teorias desenvolvidas pela Economia Comportamental e pelas Finanças Comportamentais, destacam-se a Teoria de Aversão à Perda, a Teoria da Perspectiva, a Teoria da Contabilidade Mental e a Teoria das Preferências Sociais.

Thaler e Sunstein (2008) explicam que a Teoria de Aversão à Perda foi proposta pela primeira vez por Kahneman e Tverski em 1979 e baseia-se na compreensão de que as pessoas valorizam as coisas mais altamente quando as possuem. Em outras palavras, um indivíduo pediria mais dinheiro para vender um bem que possui do que estaria disposto a pagar para comprar o mesmo bem. A teoria explica que este tipo de comportamento também é afetado pela ancoragem, pois se o indivíduo estiver vendendo um bem, seu ponto de referência provavelmente será o preço que ele pagou por ele, mesmo que o valor desse bem agora seja menos comprovável.

A Teoria da Perspectiva é a base das Finanças Comportamentais. Ela também foi desenvolvida por Kahneman e Tverski em 1979, autores que ficaram mundialmente conhecidos após receberem o prêmio Nobel em 2002 por esse estudo. Tal teoria mostra que os indivíduos fazem escolhas diferentes quando existem riscos de ganhos ou perdas, além da falta de racionalidade, trata-se de uma crítica à Teoria da Utilidade Esperada no processo de tomada de decisão, que supõe comportamentos integralmente racionais (MELO, 2014).

A Teoria da Contabilidade Mental foi desenvolvida por Richard Thaler em 1999 e consiste em explicar como as pessoas simplificam suas tomadas de decisões, enfocando as consequências de cada decisão individual e não o efeito geral que podem causar, ou seja, os indivíduos criam compartimentos para cada tipo de gasto, fazendo com que só possa ser feita análises individuais e não dos gastos como um todo.

Outra teoria desenvolvida por Richard Thaler foi a das Preferências Sociais que segundo Cavallini (2017), diz que a busca de equidade pode impedir as empresas de

aumentar os preços em períodos de alta demanda, mas não em tempos de custos crescentes. Além destas, ainda segundo Cavallini (2017), Thaler desenvolveu também o Jogo do Ditador que consiste em uma ferramenta experimental que tem sido utilizada em numerosos estudos para medir as atitudes em relação à equidade em diferentes grupos de pessoas ao redor do mundo.

Por todos estes trabalhos desenvolvidos, em 2017 foi a vez de Richard Thaler ganhar o prêmio Nobel de Economia por suas contribuições no campo da Economia Comportamental. Segundo Cavallini (2017) e Fraga (2017), Thaler, foi responsável por criar uma ponte significativa entre a economia e a psicologia nas tomadas de decisões individuais. Consideram eles que o significado desse prêmio para a economia é de suma importância, uma vez que impulsiona a divulgação de uma visão que apresenta uma economia mais humana, mostrando como traços humanos abalam sistematicamente as decisões individuais, dessa forma transformando também o próprio mercado financeiro.

A compreensão dos aspectos expostos permite perceber que as Finanças Comportamentais tornaram-se uma abordagem importante para o aprimoramento dos estudos da área de Finanças, acrescentando valor aos modelos tradicionais, ampliando o seu universo de análise.

2.2. Bibliometria

Segundo Rostirolla (2014) a Bibliometria é uma área da Ciência da Informação que tem como objetivo analisar a produção científica realizada por qualquer área do conhecimento, sendo uma importante ferramenta de gestão da informação, capaz de contribuir com o progresso e desenvolvimento da ciência. Conforme explica Coates et al. (2001), o conceito de Bibliometria (ou análise bibliométrica) se refere à contagem de publicações ou citações encontradas nas bases de publicações científicas e acadêmicas.

A Bibliometria apresenta-se como uma ferramenta importante na gestão da informação registrada, disponível para os pesquisadores das diversas áreas do conhecimento humano. Araújo & Alvarenga (2011, p. 52) reforçam tal compreensão ao afirmar que ela “tem um papel relevante na análise da produção científica de um país, uma vez que seus indicadores podem retratar o comportamento e desenvolvimento de uma área do conhecimento”.

Braga (1974, p. 162) apud Oliveira (1984) explica que a Bibliometria tem por propósito analisar as relações entre variáveis distintas que tenham uma regularidade de distribuição, tais como “recursos humanos-documentos, artigos-periódicos, produção-

consumo, etc.”Explica ainda que podem ser considerados exemplos desta regularidade de distribuição “o número de artigos que originam n citações, o número de instituições produzindo anualmente n doutorados, o número de autores com n artigos, o número de revistas contendo n artigos”.

Desta forma, através da Bibliometria é possível realizar o mapeamento e a análise da produção científica, das suas autorias e coautorias, assim como das redes de colaboração a ela relacionadas, realizando também o mapeamento das citações e cocitações.Seu uso também tem a finalidade de promover avaliação e descrição da literatura, dar visibilidade a autores e instituições, pertinência dos indicadores, produtividade em dado período de tempo, além de demonstrar o padrão de publicação voltado a alguma área específica (MUELLER, 2013).

Figueiredo (1993, p. 63),complementa tal compreensão explicando que o uso de técnicas bibliométricas permite ao pesquisador “analisar estatisticamente o tamanho, o crescimento e a distribuição da bibliografia científica, avaliando ao mesmo tempo, a estrutura social dos grupos que produzem a literatura científica e as interações existentes entre os que produzem e os que consomem essa literatura”.

De acordo com Guedes e Borschiver (2005), o aprimoramento da Bibliometria ao longo do tempo possibilitou o desenvolvimento de alguns princípios básicos que são denominados como leis. São eles a Lei de Bradford (relacionada à produtividade dos periódicos), a Lei de Lotka (relacionada à produtividade científica de autores) e a Lei de Zipf (relacionada à frequência de palavras).

A lei de Bradford, desenvolvida em 1933 a partir de pesquisas realizadas por Hill Bradford, trata da identificação da dispersão de artigos sobre algum assunto específico em periódicos de outras especialidades. Objetiva explicar eventos probabilísticos que se unem e evidenciam o padrão regular de dispersão de artigos em vários periódicos de modo a prever acontecimentos relacionados ao fenômeno, auxiliando também no desenvolvimento de teorias para explicar as razões da ocorrência de determinados padrões (COUTINHO, 1988).

Já a lei de Lotka, formulada em 1926 por Alfred Lotka,estipula que em um dado período de tempo, analisando um número n de artigos, o número de cientistas que escrevem dois artigos seria igual a 1/4 do número de cientistas que escreveram um. O número de cientistas que escreveram três artigos seria igual a 1/9 do número de cientistas que escreveram um, e assim sucessivamente. Descobriu-se assim que uma grande parte da literatura científica era proveniente da produção de um pequeno número de autores e um

grande número de autores teria produtividade igual a esse pequeno número de maiores produtores (ARAÚJO, 2006).

Por último, a Lei de Zipf, formulada em 1935 por George Kingsley Zipf, estipula que existe uma regularidade na seleção de palavras e no emprego das mesmas, sendo que um pequeno número de palavras tem uma frequência muito maior que outras. Baseia-se na medição da quantidade de ocorrências das palavras em vários textos, gerando uma lista de terminações de um determinado tema ou palavra, sendo empregada para observar qual tema científico é mais visto nos estudos (RIBEIRO, 2015).

Acerca dos resultados da investigação bibliométrica, Lopes *et. al* (2012) consideram que estes são fundamentais para o desenvolvimento do conhecimento científico pois, na medida em que ela evidencia a quantidade da produção científica em determinado tema, suas características e locais de armazenamento, possibilita recuperar a informação publicada em qualquer área científica, trazendo à tona importantes indicadores relacionados as características dessa produção.

3 Metodologia

Para o desenvolvimento deste trabalho foi realizada uma pesquisa descritiva, que segundo Gil (2008, p. 28) é a mais adequada para a realização dos objetivos delineados uma vez que “têm como objetivo primordial a descrição de características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.”

Com relação aos procedimentos, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise bibliométrica. A pesquisa bibliográfica teve a finalidade de se obter um maior conhecimento sobre a economia comportamental e as finanças comportamentais, assim como sobre a Bibliometria, seu uso e aplicação. A análise bibliométrica foi utilizada para coleta e tratamento dos dados provenientes dos artigos científicos selecionados.

Realizou-se um levantamento dos artigos científicos publicados até dezembro de 2017 em algumas das principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil de acesso livre, a “SciELO”, o “Sumários.org” a “Spell” e o Portal de Periódicos da CAPES. Foi considerada apenas a produção científica brasileira oriunda de revistas nacionais. Foram utilizados para a pesquisa os termos “Finanças Comportamentais” e “Economia Comportamental” e selecionados apenas os artigos que continham no seu título e/ou em suas palavras-chaves ao menos um dos termos. Excluídas as repetições, restaram 65 artigos.

Foram utilizados os seguintes indicadores para a análise bibliométrica: a

quantidade de artigos publicados por ano e em quais revistas científicas; o perfil dos autores quanto ao gênero, a titulação e a instituição de origem.

A unidade de análise, ou seja, o elemento da realidade a respeito do qual as variáveis se referem, foi a produção científica em Finanças Comportamentais e Economia Comportamental publicada em periódicos científicos brasileiros e indexada nas bases de dados anteriormente mencionadas. A unidade de observação, a fonte de informação a respeito das variáveis, foram as bases indexadoras Sielo, Spell, Sumarios.org e o Portal de Periódicos Capes, assim como também a Plataforma Lattes do CNPq para a consulta ao Currículo Lattes das informações relacionadas aos autores.

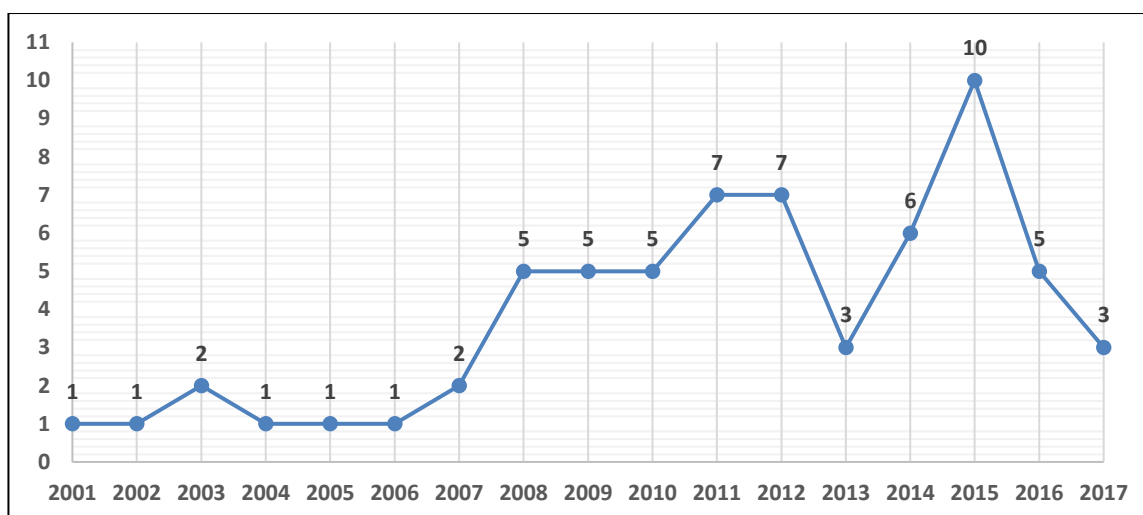
Acerca das informações relacionadas aos autores, como a titulação e a instituição de origem, utilizou-se como referência a data da submissão do artigo. Decorrida a coleta dos dados nos artigos científicos, estes foram estruturados e categorizados, contando com o auxílio do software Microsoft Excel.

4 Apresentação e Análise dos Resultados

Utilizando-se da análise bibliométrica, o estudo buscou evidenciar as características dos artigos científicos brasileiros em Finanças Comportamentais de modo a obter a realização dos objetivos propostos. Considerando os critérios estabelecidos, foram identificados 65 artigos.

Buscando-se identificar a periodicidade com que os artigos selecionados foram publicados, verificou-se que a primeira publicação ocorreu no ano de 2001 e que a quantidade anual de artigos se manteve baixa, porém constante, vindo a aumentar a partir do ano de 2008, encontrando seu ápice em 2015, quando foram publicados 10 artigos, que corresponderam a 15,38% do total apurado ao longo dos 17 anos observados. A média das publicações no período foi de 3,82 trabalhos por ano. No Gráfico 1 a seguir, pode-se observar em maior destaque a distribuição anual dos artigos.

GRÁFICO 1 – Evolução anual da quantidade de artigos publicados relacionados aos temas Finanças Comportamentais e Economia Comportamental.



Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas.

Os 65 artigos foram publicados em 34 periódicos distintos, sendo que 8 destes concentraram quase 50% dos artigos e 20 tiveram apenas uma publicação. Observando a tabela 1, verifica-se que a Revista de Administração Contemporânea – RAC, vinculada à Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD; a Revista de Administração – RAUSP, da Universidade de São Paulo - USP; e a Revista de Administração de Empresas – RAE, da Fundação Getúlio Vargas – FGV, foram as que tiveram o maior número de publicações, sendo todas estas classificadas como A2 pelo sistema Qualis da CAPES.

TABELA 1 – Relação de periódicos com o maior número de artigos publicados até 2017 relacionados aos temas Finanças Comportamentais e Economia Comportamental.

PERIÓDICOS	QUALIS	ANOS EM QUE OS ARTIGOS FORAM PUBLICADOS	QUANT.D E ARTIGOS	% EM RELAÇÃO AO TOTAL
Revista de Administração Contemporânea - RAC	A2	2009; 2011; 2013; 2015; 2016	6	9,23%
Revista de Administração - RAUSP	A2	2010; 2011; 2012; 2015; 2016	5	7,69%
Revista de Administração de Empresas – RAE	A2	2001; 2006; 2008; 2015; 2016	5	7,69%
Revista Brasileira de Gestão de Negócios - RBGE	A2	2009; 2011; 2014	5	7,69%
Revista de Gestão - REGE	B1	2008; 2009; 2012	3	4,62%
Revista Contabilidade & Finanças - RC&F	A2	2004; 2005; 2016	3	4,62%
Revista de Administração Faces Journal - FACES	B2	2010; 2011; 2015	3	4,62%
REVISTA Evidenciação Contábil&Finanças- RECFIN	B3	2014; 2016; 2017	3	4,62%
RAE Eletrônica	A2	2003	2	3,08%

Revista Eletrônica de Administração - READ	B1	2007; 2012	2	3,08%
Revista de Administração, Contabilidade E Economia - RACE	B3	2010; 2011	2	3,08%
Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios - REEN	B2	2011; 2012	2	3,08%
Revista Pretexto	B2	2009; 2015	2	3,08%
Holos	B2	2014; 2015	2	3,08%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas.

Na Tabela 1 constam 45 artigos publicados por 14 periódicos, os demais 20 artigos, cada um representando aproximadamente 1,54% dos artigos publicados, foram publicados por 20 revistas diferentes. A relação destes periódicos pode ser observada no Quadro 1 a seguir.

QUADRO 1 –Relação de periódicos que publicaram até 2017 um único artigo relacionado aos temas Finanças Comportamentais e/ou Economia Comportamental.

PERIÓDICOS	
Brazilian Journal of Political Economy	RAM: Revista de Administração Mackenzie
Enfoque Reflexão Contábil	Reflexões Econômicas
Estudos do Cepe	Reunir
GEPROS: Gestão Da Produção, Operações e Sistemas	Revista Brasileira de Economia
Interamerican Journal of Psychology	Revista Científica Hermes
Organizações & Sociedade	Revista de Administração da UFSM
Perspectivas em Análise do Comportamento	Revista de Ciências da Administração
Psicologia: Ciência e Profissão	Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ
Revista de Contabilidade e Organizações	Revista Paranaense de Desenvolvimento
Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	Revista de Economia e Administração

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas.

Quanto ao perfil dos autores, a análise bibliométrica possibilitou evidenciar a quantidade de autores por gênero, titulação e instituição de origem. Na Tabela 2 a seguir é possível observar o perfil dos autores quanto ao gênero e a titulação.

TABELA 2 – Perfil dos autores quanto ao gênero e a titulação.

TITULAÇÃO	MASCULINO		FEMININO		TOTAL	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
Pós-doutor	2	1,75%	2	3,07%	4	2,23%

Doutor/PHD	63	55,26%	17	26,15%	80	44,69%
Doutorando	14	12,28%	7	10,7%	21	11,73%
Mestre	19	16,66%	16	24,61%	35	19,55%
Mestrando	7	6,14%	5	7,69%	12	6,70%
Especialista	3	2,63%	10	15,38%	13	7,26%
Graduado	5	4,38%	4	6,15%	9	5,02%
Graduando	1	0,87%	4	6,15%	5	2,79%
TOTAL	114	100%	65	100%	179	100%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Em relação à titulação, 46,92% das produções foi realizada por autores com doutorado ou pós-doutorado e 11,73% por autores em processo de doutoramento, revelando o peso de tais programas para a publicação de temas que podem ainda ser considerados como emergentes no Brasil. Quanto ao gênero, dos 179 autores 63,69%, são do sexo masculino e 36,31% do sexo feminino. Dos homens, a maioria tem doutorado (57%) enquanto que nas mulheres há uma maior distribuição entre doutoras (29,2%), mestras (35,38%) e especialistas (15,38%).

De acordo com o que pode ser observado na Tabela 3 a seguir, com relação à origem dos autores, a grande maioria é de brasileiros, 94,41%, o que pode ser considerado normal visto terem sido selecionados apenas periódicos nacionais, embora que dentre estes estejam as principais revistas científicas brasileiras na área de administração.

TABELA 3 – Nacionalidade dos Autores

PAÍS	NÚMERO DE AUTORES	% RELAÇÃO AO TOTAL
Brasil	167	93,30%
Portugal	8	4,47%
Itália	3	1,68%
Estados Unidos	1	0,56%
TOTAL	179	100%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Com relação aos autores estrangeiros, pôde-se observar que foram cinco artigos publicados entre 2012 e 2015 com participação destes, sendo dois escritos só por portugueses, um só por italianos e os outros dois escritos em parceria com brasileiros.

Os 179 autores dos 65 artigos estavam vinculados a 62 instituições diferentes, 7 estrangeiras e 55 brasileiras, sendo que as 10 primeiras instituições com maior participação respondem por 50,84% de todas as autorias. A Universidade de São Paulo – USP é a com maior participação seguida pela Universidade Federal de Santa Catarina –

UFSC. Das estrangeiras destacam-se a Universidade do Porto, de Portugal, e a Università degli Studi di Trento da Itália. Na Tabela 4 a seguir, apresenta-se a relação das instituições de origem dos autores.

TABELA 4 – Instituições a que estavam vinculados os autores quando da submissão dos artigos

INSTITUIÇÃO	QUANTIDADE DE AUTORES	% EM RELAÇÃO AO TOTAL
Universidade de São Paulo - USP	19	10,61%
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC	17	9,50%
Universidade de Brasília - UnB	11	6,15%
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP	10	5,59%
Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUC/PR	7	3,91%
Universidade Federal de Uberlândia – UFU	7	3,91%
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE	6	3,35%
Fundação Getúlio Vargas – FGV/SP	5	2,79%
Universidade Presbiteriana Mackenzie - MACKENZIE	5	2,79%
Faculdades IBMEC/RJ	4	2,23%
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC/RJ	4	2,23%
Universidade Federal de Santa Maria - UFSM	4	2,23%
Centro Universitário DeVry - UNIFAVIP	3	1,68%
Faculdade do Vale do Ipojuca - FAVIP	3	1,68%
Faculdade Santa Helena	3	1,68%
Instituto de Ensino Superior da Grande Florianópolis - IES/UNIP	3	1,68%
Universidade de Fortaleza - UNIFOR	3	1,68%
Universidade do Porto	3	1,68%
Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL	3	1,68%
Universidade Federal da Paraíba - UFPB	3	1,68%
Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG	3	1,68%
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRS	3	1,68%
Universidade Regional de Blumenau – FURB	3	1,68%
Università degli Studi di Trento	3	1,68%
Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Caruaru – FAFICA	2	1,12%

Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra	2	1,12%
SaintPaul Escola de Negócios	2	1,12%
Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC	2	1,12%
Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP	2	1,12%
Universidade Federal do Paraná – UFPR	2	1,12%
Demais 32 instituições com uma autoria cada	32	17,92%
Total de Autores:	179	100%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Com relação a localização geográfica das instituições nacionais onde estavam vinculados os autores quando da submissão dos artigos, identificou-se que 44,91% dos autores brasileiros estavam vinculados a instituições da região Sudeste, 28,74% da região Sul, 17,96% da região Nordeste, 7,78% da região Centro-Oeste e apenas 0,60% da região Norte do país.

Segundo a Lei de Lotka, espera-se que alguns autores sejam mais produtivos que outros e, conseqüentemente, acabem publicando com mais frequência, mesmo em periódicos de alta demanda e exigência. (GUEDES; BORSCHIVER, 2005). Assim, analisando os dados dos autores mais produtivos em Finanças Comportamentais, pôde-se perceber que 20 autores participam da publicação de mais de um artigo, correspondendo a 16,20% dos 65 artigos e a 24,58 % do total de autorias, conforme pode ser visto na Tabela 5.

TABELA 5 – Autores mais produtivos em Finanças Comportamentais no período analisado.

NOME DO AUTOR	VINCULO QUANDO DA PUBLICAÇÃO	ANOS EM QUE PUBLICOU	QUANT. DE ARTIGOS	% EM RELAÇÃO AS 179 AUTORIAS
César Augusto Tibúrcio Silva	UnB; USP	2010 (2); 2012; 2014	4	2,23%
Claudia Emiko Yoshinaga	FGV/SP; USP	2014 (2); 2016	3	1,68%
WennerGlaucio Lopes Lucena	UFPB	2011 (2); 2012	3	1,68%
Diane Rossi Maximiano Reina	UFSC	2007; 2009	2	1,12%
Donizete Reina	UFSC	2007; 2009	2	1,12%
Elizabeth Krauter	USP	2004; 2013	2	1,12%
Fabricio LuisCologneseHaubert	IES	2012; 2013	2	1,12%
Gileno Fernandes Marcelino	UNEMAT; UnB	2011 (2)	2	1,12%
Herbert Kimura	FGV/SP; MACKENZIE	2002; 2004	2	1,12%

José Odílio dos Santos	PUC/SP	2004; 2010	2	1,12%
Jurandir Sell Macedo Junior	UFSC	2007; 2009	2	1,12%
Kárem Cristina de Sousa Ribeiro	UFU	2006; 2011	2	1,12%
Marcus Vinicius Andrade de Lima	UFSC	2012; 2013	2	1,12%
Patrícia Nunes	UFSC; UNISUL	2007; 2009	2	1,12%
Rodrigo Fernandes Malaquias	UFU	2014 (2)	2	1,12%
Rubens Famá	PUC/SP; USP	2007; 2014	2	1,12%
Samuel de Paiva Naves Mamede	UFU	2014 (2)	2	1,12%
Thiago Borges Ramalho	FACEP; Banco do Brasil	2014 (2)	2	1,12%
Wesley Mendes da Silva	MACKENZIE; USP	2006; 2009	2	1,12%
Wesley Vieira da Silva	PUC/PR	2008 (2)	2	1,12%
		TOTAL	44	24,58%

Fonte: Bases indexadoras de periódicos pesquisadas e Plataforma Lattes.

Analisando as titulações dos autores mais produtivos citados na Tabela 5, identifica-se que a grande maioria é do sexo masculino, já tinha o doutorado na data da submissão, estava vinculada a instituições do Sul e Sudeste que participou da publicação de mais de um artigo.

5 Considerações Finais

Com o recente reconhecimento dos estudos relacionados a Economia Comportamental, por meio da entrega do Prêmio Nobel de Economia de 2017 para o professor Richard H. Thaler, considerado um dos principais pesquisadores sobre o tema no mundo, percebeu-se a relevância de conhecer um pouco mais sobre seu ramo que mais se aproxima da administração, as Finanças Comportamentais, voltado a estudar a influência da psicologia humana sobre as finanças.

Os dados analisados possibilitaram a compreensão de um perfil da produção científica brasileira em Finanças Comportamentais, através da identificação das características dos artigos científicos sobre este tema publicados até o ano de 2017 em algumas das principais bases indexadoras de periódicos científicos utilizadas no Brasil.

A análise bibliométrica das publicações evidenciou a eficácia deste método para a realização dos objetivos estabelecidos para ao estudo. No mesmo sentido também se fez a bibliografia estudada que possibilitou um maior conhecimento sobre tal tema.

A análise da evolução anual do número de artigos publicados em finanças comportamentais demonstrou uma frequência baixa, porém constante iniciando-se em 2001, aumentando a partir do ano de 2008 etendo seu ápice em 2015. Todos os Periódicos

que obtiveram destaque em relação a quantidade de publicações são classificados pelo sistema Qualis CAPES como categoria A2, representando 32,3% no total de publicações, sendo os primeiros a Revista de Administração Contemporânea - RAC, a Revista de Administração - RAUSP e a Revista de Administração de Empresas – RAE.

Em relação a autoria, observou-se a maior participação de autores do sexo masculino, com a titulação de doutorado e pós-doutorado. Entre as mulheres, houve uma maior distribuição entre doutoras e mestras. 94,41% dos autores são brasileiros e quando da submissão dos seus artigos estavam vinculados a mais de 50 instituições diferentes, sendo as que mais se destacaram a Universidade de São Paulo – USP e a Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Observou-se por fim que quase metade dos autores estavam vinculados a instituições da região sudeste.

Como sugestão para pesquisas futuras sobre o tema, recomenda-se a realização de uma pesquisa que busque identificar os autores e as obras mais usadas como referências, que estão sendo a base de subsídios dos estudos realizados no Brasil. Sugere-se também a realização de um estudo que aborde diretamente todos os periódicos brasileiros da área de Administração classificados como A1, A2, B1 e B2, pelo Qualis, de modo a obter um perfil mais completo da produção científica existente.

Por fim cabe ressaltar a importância desse trabalho para os pesquisadores, professores e profissionais brasileiros que atuam em finanças, pois propiciou conhecimento não apenas sobre uma nova área de trabalho, mas também sobre uma nova concepção de como atuar em finanças, demonstrando assim ser esta uma excelente área para investimento em novos estudos visto a sua amplitude e contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun, 2006.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; ALVARENGA, Lidia. A Bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 16, n. 31, p.51-70. 2011 Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2011v16n31p51> >. Acesso em: 16 nov. 2017.

BARBERIS, N., & THALER, R. **A survey of behavioral finance. In Handbook of the Economics of Finance**. 1. ed. North Holland: Elsevier, 2003.

BELSKY, G.; GILOVICH, T. **Proteja seu dinheiro de você mesmo**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2002.

BRAGA, G. M.. Informação, ciência, política científica: o pensamento de Derek de SollaPrice. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 2, p. 155-177, 1974.

CAMERER, C. **Behavioraleconomics: Reunifying psychology and economics**, PNAS, v. 96, p. 10575–10577, set. 1999.

CAMERER, C.; LOEWENSTEIN, G. RABIN, M. **Advances in Behavioral Economics**. 1. ed. Princeton: Princeton University Press, 2011. Disponível em: <<http://www.hss.caltech.edu/~camerer/ribe239.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2017.

CAVALLINI, Marta. **Richard Thaler ganha Nobel de Economia em 2017 por unir economia e psicologia**. 09/10/2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/premio-nobel-de-economia-vai-para-criador-da-teoria-da-contabilidade-mental.ghtml>>. Acesso em: 23 nov. 2017.

COATES, V. et al. On the future of technological foresight. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 67, n. 1, p. 1-17, 2001. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/49cd/7111ef6c415e4e647da4a4b138f9208a742e.pdf>>. Acesso em: 29 nov. 2017.

COSTA, Fernando Nogueira da. **Lista de Vieses Heurísticos**. Disponível em: <<https://fernandonogueiracosta.wordpress.com/2016/12/09/lista-de-vieses-heuristicos/>> Acesso em: 23 fev. 2018.

COUTINHO, E. As armadilhas da lei de Bradford. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 16, n. 2, p. 217-225, 1988.

FERREIRA, Vera Rita de Mello, Psicologia econômica. **RAE – Revista de Administração de Empresas, FGV, São Paulo, vol. 47, n.3. 2007**. Disponível em: <<http://www.fgv.br/rae/artigos/revista-rae-vol-47-num-3-ano-2007-nid-46027/>> Acesso em 19 fev. 2018.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Desenvolvimento e avaliação de coleções**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rabiskus, 1993.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUEDES, V.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: CIFORM – ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6., 2005, Salvador. **Anais**. Salvador: ICI/Ufba, 2005. p. 1-18

KIMURA, Herbert. Aspectos comportamentais associados às reações do mercado de capitais. **RAE eletrônica**, FGV. São Paulo, v. 2, n. 1. 2003. Disponível em :<<http://www.rae.com.br/eletronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1880&Secao=2°PW C&Volume=2&Numero=1&Ano=2003>>. Acesso em 20 fev. 2018

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. **Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk**. **Econometrica**, New York, v. 47, n. 2, p 263-292, mar. 1979. Disponível em:

<https://www.princeton.edu/~kahneman/docs/Publications/prospect_theory.pdf>.
Acesso em: 07 nov. 2017.

KAHNEMAN, D. **Thinking, Fast and Slow**. Farrar, Straus and Groux. 5. ed. New York: Farrar Straus Giroux, 2013.

LOPES, S. et al. **A Bibliometria e a avaliação da produção científica: indicadores e ferramentas**. Disponível em <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/429>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

MILANEZ, D. Y. Finanças comportamentais: uma nova abordagem à teoria de finanças. **Informativo Fipe**. p. 30-34, dez. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000057&pid=S0034-7590200700030000800022&lng=pt>. Acesso em: 13 nov. 2017.

MUELLER, S. P. M. Estudos métricos da informação em ciência e tecnologia no Brasil realizados sobre a unidade de análise artigos de periódicos. **Liinc em Revista**, v. 9, n. 1, p. 6- 27, 2013. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/13291>>. Acesso em: 20 dez. 2017

OLIVEIRA, Silas Marques de. Aplicações e limitações dos processos bibliométricos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v.17, n.1/2, p.55-65, 1984.
OTLET, Paul. O livro e a medida: bibliometria. **Bibliometria: teoria e prática**. São Paulo: Cultrix, 1986.

PORTAL DE PERIÓDICOS. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES/MEC. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

PRATES, W. **O que é finanças comportamentais e economia comportamental?** 30/09/2016. Disponível em: <<http://www.wrprates.com/o-que-e-financas-comportamentais-e-economia-comportamental/>> Acesso em: 20 fev. 2018

RIBEIRO, H. C. M. Quinze anos de estudo da revista de administração contemporânea sob a ótica da bibliometria e da rede social. **Revista Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 5, Número Especial, p. 86-108, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/22918/>>. Acesso em: 14 dez 2017.

ROSTIROLLA, G. Bibliometria como tema de tese: análise a partir da biblioteca digital de teses e dissertações. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE BIBLIOMETRIA E CINETOMETRIA, 4., 2014, Recife. **Anais**. Recife: UFPE, 2014.

SAMSON, Alain. **The Behavioral Economics Guide 2015**. Disponível em: <<http://www.behavioraleconomics.com>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

SCIELO, Scientific Electronic Library Online. Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP; Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde – BIREME; Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPQ. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 09 jan. 2018.

SPELL, ScientificPeriodicalsElectronic Library. Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD. Disponível em: <<http://www.spell.org.br>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

SUMARIOS.ORG, Sumários de Revistas Brasileiras. Fundação de Pesquisas Científicas de Ribeirão Preto – FUNPEC-RP. Disponível em: <<http://www.sumarios.org>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

SHEFRIN, H. **Behavioralizing Finance**. 1. ed. Hanover: now Publishers Inc., 2009. Disponível em: <https://www.nowpublishers.com/article/DownloadSummary/FIN-030>. Acesso em: 20 fev.2018

THALER, R.; SUNSTEIN, C. **Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness**. 3. ed. Londres: Penguin Books. 2009

TVERSKY, A.; KAHNAMAN, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science**, New Series, Washington D. C., v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, set. 1974. Disponível em: <http://psiexp.ss.uci.edu/research/teaching/Tversky_Kahneman_1974.pdf>. Acesso em 20 dez.2018

WEINSTEIN, N. Unrealistic Optimism about Future Life Events. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 39, p. 806-820. 1980.

Análise comparativa das gerações Baby Boomers, X, Y e Z como e onde estão no mercado de trabalho no município de Montes Claros.

CORDEIRO, Sther Lima¹
RODRIGUES, Geysel Anne Oliveira²
SEGUNDO, Larissa Duarte³
SILVA, JuneMarize Castro⁴

Resumo

O presente estudo tem por objetivo efetuar uma análise comparativa das gerações Baby Boomers, X, Y e Z, como e onde estão no mercado de trabalho do município de Montes Claros, apresentando as características das gerações em relação à atuação em emprego formal no período de 2010 a 2016. Para o alcance do objetivo proposto realizou-se pesquisa a partir dos dados secundários sobre o mercado de trabalho, obtidos através do banco de dados Relação Anual de Informações Sociais- RAIS vinculado ao Ministério do Trabalho- MTE. Os resultados permitiram verificar que a geração X apresenta como sendo a prevalente no mercado de trabalho e se encontra predominante no setor de serviços. A geração Y se concentra nos setores de comércio e serviços, enquanto isso os Babyboomers concentram-se no setor de serviços. A geração Z difere das demais no que diz respeito ao setor de atuação, pois se concentra no setor de comércio.

Palavras chaves: Gerações; Organizações; Mercado de Trabalho.

Abstract

The present study aims at comparing the Baby Boomers, X, Y and Z generations, as and where they are in the labor market of the municipality of Montes Claros, presenting the characteristics of the generations in relation to the performance in formal employment in the period of 2010 to 2016. In order to reach the proposed objective, research was carried out based on the secondary data on the labor market, obtained through the database Annual Relation of Social Information - RAIS linked to the Ministry of Labor - MTE. The results allowed to verify that the generation X presents as being prevalent in the labor market and is predominant in the services sector. Generation Y focuses on the commerce and services sectors, while Babyboomers focus on the service industry. Generation Z differs from the others with respect to the industry, since it focuses on the commercial sector

Keywords: Generations; Organizations; Job market.¹⁹

¹⁹ Acadêmica do Curso de Administração – Unimontes. E-mail: stherlima.c@gmail.com

² Acadêmica do Curso de Administração – Unimontes. E-mail: geyselanne.adm@gmail.com

³ Acadêmica do Curso de Administração – Unimontes. E-mail: laahduarte2014@gmail.com

⁴ Mestre em Administração/ Professora de Administração- Unimontes. E-mail: junemarize@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

As organizações enfrentam o desafio de lidar com diferentes grupos, que se formam devido às diversas características encontradas nos indivíduos. A idade apresenta-se como uma particularidade geradora de comportamentos próprios de cada faixa etária. As gerações classificadas em: Baby Boomers (geração tradicionais), X (à experiência), Y (à flexibilidade) e Z (inovação) representam grupos de indivíduos que nasceram e cresceram em dada época e que tiveram sua vivência e visão de mundo impactadas pelos mesmos eventos, fatos históricos, momentos políticos e sociais e pelas tecnologias de seu tempo. Diante disso as empresas precisam lidar com diferentes ambições específicas de cada geração de trabalhadores.

As organizações precisam combinar eficazmente seus recursos para obter vantagem frente ao mercado de constantes mudanças, e para isso, precisa se preocupar com seus recursos humanos, que participam e atuam efetivamente nas atividades necessárias da empresa.

O estudo das diferentes gerações no mercado de trabalho é recorrente em várias pesquisas, por se tratar de um assunto que impacta diretamente nas organizações, que precisam identificar as particularidades de cada, bem como suas características para conseguir gerir e influenciar a ter um bom desempenho profissional, alinhando os objetivos pessoais aos da empresa.

Veloso et al [1] (2012) traz que as pessoas da geração Baby Boomer e X procuram aprender mais no ambiente de trabalho, e buscam desenvolver suas habilidades e compartilhar conhecimentos, a geração Y preocupa mais em desenvolver sua carreira, para alcançar o estilo de vida que aspiram, enquanto à geração Z está entrando no mercado de trabalho, busca sempre à tecnologia no seu dia-a-dia. (Costa, Mendonça, Jr, Araújo, Alloufa, & Silva [2] (2014).

Esta pesquisa se justifica por trazer subsídios para os gestores entenderem como anda o mercado de trabalho em Montes Claros -MG no que tange às relações entre as gerações. Os conflitos organizacionais acontecem diariamente, ocorrendo por ter diferentes opiniões e divergências, atribuído às diferentes visões entre as gerações. As suas diferentes formas de pensar e agir, se bem administradas podem contribuir para o sucesso da empresa.

Este assunto se tornou importante desde quando os pesquisadores perceberam que o momento histórico influenciou no desempenho das pessoas, o período impacta na

forma de como as pessoas se relacionam e atuam no mercado de trabalho. Desejando identificar essa relação numa sequência temporal de sete anos na cidade de Montes Claros.

Com base nessas considerações, este artigo tem por objetivo efetuar uma análise comparativa das gerações Baby Boomers, X, Y e Z, como e onde estão no mercado, apresentando as características das gerações em relação à atuação no mercado de trabalho no período de 2010 a 2016. Para tanto, apropria-se da busca específica de identificar a prevalência das gerações no mercado de trabalho no período analisado, discorrer sobre como os teóricos propõem a gestão da geração prevalente estudada, levantar setor de atuação das gerações e analisar a atuação das gerações no período proposto em relação a gênero e grau de escolaridade.

Além da introdução e das considerações finais, este artigo é dividido em três seções: na primeira é feita a descrição metodológica e prática da pesquisa, na segunda é apresentada a revisão da literatura sobre a significância do trabalho, o mercado, e as teorias de diferentes autores sobre as gerações e suas principais características e pôr fim a terceira seção traz a análise e discussão dos dados.

MÉTODO

Este estudo teve como característica a pesquisa bibliográfica que se configura como toda documentação pública sobre o assunto que se pretende pesquisar. (MARCONI; LAKATOS [3], 2003). Com o propósito de atingir o objetivo proposto no presente trabalho, foi empregada a pesquisa descritiva, tornando-se a mais adequada para descrever as variáveis que caracterizam as gerações no mercado de trabalho, pois de acordo com Gil [4] (2008) as pesquisas descritivas têm como objetivo descrever as principais características de um determinado grupo. Quanto ao método de procedimento, foi o monográfico que para Lakatos e Marconi [3] (2003), trata-se de uma pesquisa que segue rigorosos procedimentos pré-definidos, a fim de se investigar determinado tema.

A pesquisa foi realizada no período de outubro de 2017 a fevereiro de 2018, a partir dos dados secundários sobre o mercado de trabalho, obtidos através do banco de dados Relação Anual de Informações Sociais- RAIS vinculado ao Ministério do Trabalho-MTE. As teorias utilizadas como base para esse estudo foram por periódicos brasileiros que tratam o tema e que sejam limitados aos estratos A1, A2, B1, B2 e B3 da plataforma WebQualis da CAPES da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) de 2017, tal delimitação foi determinada por conveniência dos autores.

A definição do período inicial 2010 foi feita em função do acesso e delimitação dos pesquisadores. Já o período fim, é devido aos dados disponibilizados na RAIS, que no caso 2016 caracteriza-se como o mais atual até a produção do presente estudo. Para criação das tabelas e gráficos e cruzamento de dados para formulações estatísticas, foi utilizada, como ferramenta, o software Microsoft Excel (2010).

Em relação a unidade de pesquisa o município escolhido para aplicação das análises, a cidade de Montes Claros localiza-se na mesorregião do Norte de Minas e possui uma população estimada em 402.027 habitantes no ano de 2017, e sua maioria possui entre 10 a 34 anos de idade. Até o último levantamento feito em 2015, o salário médio mensal dos trabalhadores formais era de 2,2 salários mínimos. (IBGE [5], 2017). De acordo com a RAIS (2017) no ano de 2016, a proporção de pessoas empregadas formalmente é de 20,8% em relação ao total da população.

Quanto à demarcação das idades de cada geração, foram observadas algumas teorias a respeito. Como afirma Veloso, Dutra e Nakata [6] (2016), que a geração conhecida como Y são os nascidos de 1978 em diante, a geração X compreende os nascidos entre 1965 e 1977 e os *baby boomers* são os nascidos entre 1946 e 1964. Da mesma forma, Costa, Mendonça, Jr, Araújo, Alloufa, & Silva [2] (2014) determinam que *os baby boomers*, são aqueles nascidos até 1964, a Geração X, é composta por aqueles nascidos entre 1965 e 1977, a Geração Y, nascida a partir de 1978 e a Geração Z, nascida após a década de 90.

Contudo, Maurer [8] (2013) contrapõe dizendo que *os baby boomers*, são os nascidos entre 1940 e 1960, a geração X, são os nascidos no período de 1961 a 1977, a geração Y, os nascidos entre 1978 e 1992 e a geração Z, os nascidos a partir de 1993.

Fantini e Souza [9] (2015, *apud* OLIVEIRA, 2012) ainda contrapõe dizendo que os “*baby boomers* (nascidos entre 1946-1964), a geração X (nascidos entre 1965-1980), a geração Y (nascidos entre 1980-2000) e a geração Z (nascidos a partir do ano 2000)”.

Chaves e Dias [10] (2017) apresentam pesquisas realizadas com diferentes autores, quanto à classificação de cada geração, e aponta que à geração Z ainda não foram encontradas muitas pesquisas. (ver **Quadro 1**)

Quadro 1: Classificação das gerações

Autores	Baby Boomers	Geração X	Geração Y	Geração Z
Oliveira (2012)	1940 – 1959	1960 - 1979	1980 - 1999	2000 - 2019
Lima (2012)	1940 – 1964	1965 - 1980	1981 - 1995	1996 - 2010
Scharf et al. (2012)	1941 – 1960	1961 - 1976	1977 - 1995	Pós 1996
Lombardia et al. (2008)	1951 – 1964	1965 - 1983	1984 - 1990	N/C
Pena e Martins (2015)	1940 – 1960	1960 - 1980	1980 - 2000	N/C
Viera (2014)	1940 – 1960	1965 - 1979	1980 - 1999	N/C

Fonte: Chaves e Dias [10] (2017, p.5)

Diante das diferentes delimitações de idade para cada geração, e como a RAIS disponibiliza seus dados, foi necessário para esta pesquisa definir à faixa etária de cada geração. A RAIS estrutura seus dados em sete grupos de idade, contudo por conveniência decidiu-se reduzir para quatro essa quantidade de grupos de idade a fim de se adequar a cada geração e respeitando a classificação pré-definida da base de dados RAIS. Dessa forma, os grupos de idades definidos ficaram os seguintes: de 15 a 17 anos; 18 a 29 anos; 30 a 49 anos e 50 em diante. Portanto, com base na estrutura proposta pela RAIS e na necessidade de adaptar as gerações a essa estrutura, ficou delimitado que a geração baby boomers compreende as pessoas nascidas entre 1941- 1966, a geração X são os nascidos entre 1967- 1986, a geração y inclui os anos 1987- 1998 e pôr fim a geração Z será considerada pós 1999 conforme explicita Scharf et al. [11] (2012).

REFERENCIAL TEÓRICO

Significância do Trabalho

O homem enquanto ser vivo e racional conta com o trabalho como fator de sobrevivência. O trabalho se constitui como um espaço de elaboração de atividades na vida diária. Neste contexto Antunes [12] (2009, p.12) trata dos sentidos do trabalho afirmando que se por um lado há a necessidade do trabalho humano e de seu potencial emancipador, por outro se deve recusar o trabalho que explora, aliena e torna infeliz o ser social.

Segundo Kanaane [13] (2014), os diferentes significados atribuídos ao trabalho remontam as contribuições advindas não só das ciências sociais, mas também da Antropologia, Sociologia, Economia, Psicologia, entre outras. Há ainda as concepções políticas, religiosas, econômicas, ideológicas, históricas, biológicas e culturais que alteram e definem essa relação. “O trabalho pode ser considerado o processo entre a natureza e o homem, através do qual este realiza, regula e controla, mediante sua própria ação, o intercâmbio de matérias com a natureza.” (KANNANE [13], 2014, p. 16).

Albornoz [14] (2000) declara que em quase todas as línguas da cultura europeia, a palavra trabalho possui mais de um significado. O grego considera como: esforço, oposto ao ócio e pena e tem uma palavra diferente para fabricação. O Latim distingue entre *laborare*, a “ação de labor”, e *operare*, o verbo que corresponde a “opus, obra”. Em português, ainda que haja labor e trabalho, é possível encontrar na mesma palavra “trabalho” duas significações: a de realizar uma obra que lhe expresse, que dê reconhecimento social e permaneça além da tua vida; e a de esforço rotineiro e repetitivo, sem liberdade, de resultado consumível e inevitável incômodo.

Kubo e Gouvêa [15] (2012) afirmam que a palavra trabalho, em si, tem origem do latim *tripalium*, um instrumento com três estacas que servia para manter presos bois ou cavalos difíceis de serem ferrados. Esse instrumento também servia para torturar escravos, o que fez com que o trabalho durante um tempo fosse considerado uma atividade depreciável, associado a atividades de escravidão.

De acordo com Kannane [13] (2014, p. 17, *apud*, FRIEDMANN, 1983), o trabalho assume as facetas: aspecto técnico, referente a questões sobre lugar de trabalho e adaptações; aspecto fisiológico, que se refere ao grau de adaptação homem- lugar de trabalho e a fadiga. E ainda, aspecto moral como atividade social humana e relação entre atividade de trabalho e personalidade; aspecto social, que leva em consideração questões específicas do ambiente de trabalho e fatores externos e aspecto econômico, como fator de produção de riqueza.

Nas palavras de Carmo [16] (2001, p.15) o trabalho pode ser definido da seguinte forma:

Toda atividade realizada pelo homem civilizado que transforma a natureza pela inteligência. E realizando essa atividade, o homem se transforma, se auto-produz e, ao se relacionar com outros homens, estabelece a base para as relações sociais.

Na temática do mundo do trabalho há evidências de interações entre gênero e classe, Antunes [12] (2009, p.109 *apud* LILIANA SEGNINI, 1998), afirma que “a categoria analítica gênero possibilita a busca dos significados das representações tanto do feminino quanto do masculino, inserindo-as nos seus contextos sociais e históricos. A análise das relações de gênero também implica a análise das relações de poder”.

A classe trabalhadora moderna é composta por segmentos diferenciados, podendo ser citadas as mulheres como uma desses segmentos, uma vez que o trabalho feminino tem tido um aumento significativo. Segundo informações disponíveis no portal Governo do Brasil [17] (2017, acessado em 15/12/2017) em 2007, as mulheres representavam 40,8% do mercado formal de trabalho; em 2016, passaram a ocupar 44% das vagas, entretanto em se tratando da temática salarial o efeito é inverso já que a desigualdade salarial contradiz o aumento da participação feminina no mercado de trabalho, o que ocorre também em relação às condições de trabalho.

De acordo com Antunes [12] (2009, p. 105) na divisão sexual do trabalho em espaços fabris, as atividades de concepção geralmente são preenchidas pelo trabalho masculino destinando as mulheres atividades dotadas de menor qualificação. O mesmo autor ainda afirma:

As relações entre gênero e classe nos permitem constatar que, no universo do mundo produtivo e reprodutivo, vivenciamos também a efetivação de uma construção social sexuada, onde os homens e as mulheres que trabalham são, desde a família e a escola, diferentemente qualificados e capacitados para o ingresso no mercado de trabalho. E o capitalismo tem sabido apropriar-se desigualmente dessa divisão sexual do trabalho. (ANTUNES [12], 2009 p.110)

Entretanto para o autor, o capital tem sabido apropriar de forma intensa das diversas capacidades e multiatividades do trabalho feminino, bem como das experiências trazidas pelas mulheres advindas do trabalho reprodutivo e doméstico.

O trabalho em si é uma atividade natural e essencial do ser humano, entretanto se a vida humana se resume de forma exclusiva a esse trabalho ele se torna alienante e penoso, como afirma Antunes [12] (2009):

E essa contraditória processualidade do trabalho, que emancipa e aliena, humaniza e sujeita, libera e escraviza, converte o estudo do trabalho humano numa questão crucial de nosso mundo e de nossas vidas neste conturbado Século XXI, cujo desafio maior é dar sentido autoconstituente ao trabalho

humano e tornar nossa vida fora do trabalho também dotada de sentido. (ANTUNES [12], 2009, p.12)

Mercado de trabalho

Um dos desafios mais relevantes para as organizações é administrar a diversidade da força de trabalho que está cada vez mais diversificada. Os autores Kinicki e Kreitner [18] (2006), apresentam as tendências demográficas que são as causas do aumento da diversidade na força de trabalho, tais são: o aumento contínuo da participação das mulheres e das pessoas negras no mercado de trabalho; aumento do subemprego devido à oferta de empregos que exijam uma formação educacional menor do que aquela que o trabalhador possui e o envelhecimento da força de trabalho.

Para Robbins [19] (2005, p. 14), “(...) os trabalhadores não deixam de lado seus valores culturais e suas preferências de estilo de vida quando chegam ao emprego”, as empresas estão, cada vez mais, adotando uma abordagem que reconhece e valoriza as variadas características dos diferentes grupos de pessoas. Administrar a diversidade é reconhecer o potencial de cada funcionário. Conforme Kinicki e Kreitner[18] (2006, p.107) “gerenciar a diversidade envolve capacitar as pessoas a se desempenharem à altura do seu potencial máximo. ” Quando é eficaz, a gestão da diversidade traz benefícios à organização como aponta Robbins [19] (2005), a boa administração da diversidade gera benefícios, como aumento da criatividade e inovação colaborando com a melhora na tomada de decisões. Contudo, quando mal administrada, pode trazer maiores custos para a organização, como o aumento da rotatividade e conflitos interpessoais.

Existem barreiras para implementação da gestão da diversidade, e por isso Kinicki e Kreitner[18] (2006) afirmam que antes de implantar as iniciativas da administração da diversidade, as empresas devem levar em consideração tais barreiras como: etnocentrismo quando se considera uma cultura em detrimento da outra; estereótipos e preconceitos imprecisos; medos da discriminação inversa; resistência à mudança, dentre outros.

Em relação às características biográficas dos trabalhadores, não há diferenças relevantes entre homens e mulheres quanto à produtividade no trabalho. Todavia, no que se refere ao absenteísmo as mulheres se destacam, pois, apesar de o papel da mulher sobre as responsabilidades com a família e o lar ter mudado radicalmente, ainda há a tradição de ser função da mulher cuidar das necessidades do lar aumentando, assim, a quantidade de faltas ao trabalho. Quanto à variável idade, existe um obstáculo à contratação dos trabalhadores mais velhos, pois estes são considerados “pouco flexíveis e avessos a novas

tecnologias”. Contudo, em uma era em que as características de adaptação às mudanças e flexibilidade são imprescindíveis, a possibilidade de contratá-los é mínima. (ROBBINS [19], 2005)

Robbins [19] (2005) afirma que a estabilidade no emprego e a satisfação são diretamente proporcionais e que através das pesquisas já realizadas, é possível perceber que quanto maior o tempo de serviço menor é o absenteísmo. E ainda, quanto maior o tempo de vínculo do empregado com a empresa, menor é a rotatividade, pois a probabilidade de ela se demitir diminui.

Conforme a última pesquisa da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua- PNAD [20] (2018), no terceiro trimestre do ano de 2017, a população mais ativa/produtiva tem idades entre 25 e 59 anos, representando 60,1% do total de 168.722 trabalhadores economicamente ativos.

No que se refere a aposentadoria, segundo a Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, além dos critérios de tempo de contribuição, a aposentadoria por idade dar-se-á se completados 65 (sessenta e cinco) anos de idade, se homem, e 60 (sessenta), se mulher. (BRASIL [21], 2018)

Lei da Aprendizagem

De acordo com o CIEE-Centro de Integração Empresa-Escola a lei da aprendizagem (Lei Nº 10.097/2000), ampliada pelo decreto federal nº 5.598/2005 determina que todas as empresas de médio e grande porte contratem um número de aprendizes equivalente a um mínimo de 5% e um máximo de 15% do seu quadro de funcionários cujas funções demandem formação profissional. Podem ser aprendizes Jovens de 14 a 24 anos incompletos que estejam cursando o ensino fundamental ou o ensino médio.

De acordo com o MTE (2014) - Ministério do Trabalho e Emprego, a aprendizagem é um instituto que cria oportunidades tanto para o aprendiz quanto para as empresas, pois dá preparação ao iniciante de desempenhar atividades profissionais e de ter capacidade de discernimento para lidar com diferentes situações no mundo do trabalho. O aprendiz com idade entre 14 e 24 anos, matriculado em um curso de aprendizagem profissional, é admitido por estabelecimentos de qualquer natureza que possuam empregados regidos pela CLT.

As Gerações

Forquin[22] (2003) defende a ideia que o significado de geração não envolve ter simplesmente pessoas de mesma idade, criadas em uma mesma época, abrange também significados culturais, em que a pessoa é moldada no contexto em que vive, com influências e experiências similares dentro dos mesmos eventos históricos. Para Santos e Lisboa [23] (2014, p.2) o conceito de gerações se apresenta da seguinte forma:

As gerações representam, em uma análise histórica e sociológica, grupos de indivíduos que nasceram e cresceram em dada época e que, por consequência, tiveram sua vivência e visão de mundo impactadas pelos mesmos eventos, fatos históricos, momentos políticos e sociais e pelas tecnologias de seu tempo. Essa classificação dos indivíduos em grupos geracionais permite, entre outras observações, a comparação dos comportamentos e atitudes juvenis em épocas distintas, sob a influência de diferentes variáveis temporais.

Assim, para assimilar às diferenças entre uma e outra, é necessário compreender como se associou os princípios, as crenças às concepções de cada uma delas. (Kupperschmidt [24], 2000).

Os pesquisadores dos perfis das gerações nem sempre apresentam períodos iguais de nascimento na identificação dos integrantes de cada grupo, porém não há divergências significativas na descrição das características das pessoas que compõem essas gerações. (Velo, Dutra e Nakata [6], 2016).

No momento atual, este tema, é de interesse para os gestores e o mercado de trabalho, que busca entender as características que formam às gerações, principalmente às novas que estão surgindo, em consequência da inserção dos jovens nas organizações. (Chiuzi et al., [25] 2011).

Geração dos Baby boomers

Alguns autores afirmam que essa geração se constitui dos nascidos entre 1946 a 1964, outros autores acreditam que eles nasceram entre 1940 a 1960. Para Velo, Dutra e Nakata [6] (2016, *apud* Coimbra e Schikmann, 2001; Maldonado, 2008; Maniero e Sullivan, 2006; Tulgan, 2006), essa geração são os nascidos até 1964 e os caracteriza como sendo pessoas motivadas, otimistas e *workaholics* que valorizam *status* e ascensão profissional dentro da empresa sendo leais a ela.

Segundo Khoury[26] (2009),*apud* Martins e Flink (2013, p.3):

Eles são habituados ao estilo de liderança baseado no “comando e controle” de seus superiores. São propensos a trabalhar arduamente e normalmente não fazem reivindicações, mesmo com sentimento de desconfiança com relação à liderança. Carregam consigo a expectativa de permanecer por muitos anos no mesmo emprego.

A principal característica dessa geração é o tradicionalismo, acostumados com hierarquia e a trabalhar por muitos anos na mesma organização. O trabalho é considerado prioridade, e não sabem encarar com a perda de poder e status, sendo bastante competitivos, frisa os resultados, e acreditam que a liderança é comandar e monitorar. (Matta [27], 2013).

Canger[28] (1998, p.3) preconiza que a partir da geração Babyboomer a ideia de lealdade e facilidade de submissão à hierarquia começou a desmoronar, “em parte devido ao nivelamento das hierarquias organizacionais, em parte devido à educação”. Conforme este autor, os universitários de graduação “eram incentivados a criticar os livros e conceitos que estavam estudando” desafiando o raciocínio dos colegas e dos professores. Consequentemente, na geração X essa característica de busca pelo conhecimento foi aumentando.

Geração X

Nascidos a partir de 1965 para alguns autores, para outros são os nascidos de 1961 a 1976. Conger[28] (1998), afirma que essa geração possui valores bem próprios, não acreditam em hierarquia, são menos leais a empresa do que seus antecessores, os Baby boomers, apreciam os trabalhos em equipe e possuem familiaridade com computadores, gostam de dinheiro, mas buscam equilíbrio profissional com a vida pessoal.

Batista [29] (2010) complementa, que através dos estudos de Coupland em 1991 esta geração manifesta características que influenciam o mercado de trabalho, por buscar independência, harmonia entre trabalho e vida pessoal, querem estar no ambiente de trabalho que tenha engajamento entre o grupo. Por isso, aspiram por flexibilidade, conhecimento e comunicação.

Martins e Flink[30] (2013, p.4) afirmam que:

Em resumo, eles preferem arranjos menos formais à hierarquia convencional, colocam o julgamento pelo mérito acima do pelo *status*. E ainda são bem menos leais as empresas, se comparados aos *Baby Boomers*, conhecem profundamente os computadores e dão valor ao dinheiro e benefícios, embora busquem um maior equilíbrio com a vida pessoal. Finalmente, esses comportamentos e valores provocam mudanças nas empresas.

Essa geração tem por objetivo o trabalho em organizações onde possuem flexibilidade e liberdade. São considerados experientes, comprometidos e esforçados, pois não querem perder o emprego e nem o espaço na empresa, quando assume a liderança,

apresentam responsabilidade e prezam pelas competências, além de saber lidar com a tecnologia. (Matta [27], 2013).

Geração Y

A geração Y cresceu em contato com as tecnologias de informação, alguns autores afirmam que são os nascidos a partir de 1978, outros delimitam o seu nascimento ao ano de 1977 a 1995 e existem os que afirmam que eles são os nascidos entre 1980 e 1999. Para essa geração “aprendizagem e desenvolvimento garantem o estilo de vida que desejam, além da busca por crescimento de carreira nas organizações” Veloso, Silva e Dutra [1] (2012, *apud*Zemke et al., 2000).

Santos e Lisboa [23] (2014) afirmam que apesar da notável facilidade com tecnologias, não é apenas essa habilidade que distingue essa geração, o que realmente se configura como o diferencial é o uso corriqueiro da tecnologia integrado no dia a dia, facilitando a coordenação de várias atividades, de forma que as tecnologias modernas influenciaram os modos de planejar e executar tarefas cotidianas.

Apresentam uma autoestima elevada, comprometendo com seus valores, na empresa encaram posições de autoridade, sem receio, buscando desafios. São aversos à burocracia, e trabalhos de rotina, querendo fazer às coisas à sua maneira, e também querem ter uma vida flexível. (Matta [27], 2013).

Os autores Martins e Flink[30] (2013, p.5) afirmam que essa geração é composta por pessoas que “não são adeptos às regras pré-estabelecidas e a troca frequente de trabalho é encarada como natural. Não são pessoas habituadas a enfrentar ambientes autoritários e não são acostumadas a esperar”. As pessoas da Geração Y são confiantes, criativos, produtivos, dominam a tecnologia e prezam pela mudança.

Geração Z

Kämpf[31] (2011), afirma que essa geração são os nascidos a partir da segunda metade da década de 1990, indivíduos totalmente familiarizados com as últimas tecnologias digitais e que não encontram dificuldade alguma em aprender a lidar com as novidades que aparecem praticamente todos os dias nesse mercado, diferentemente dos membros das gerações antecessoras.

De acordo com Tiba[32] (2009) *apud* Martins e Flink[30] (2013, p.6):

(...) essa geração apresenta uma perspectiva diferente de como enxergar e encarar o mundo, porque eles pensam de um modo diferente das gerações anteriores. Não são adeptos da hierarquia verticalizada

convencional entre chefes e subordinados. São jovens que conversam com o superior, chefe, do mesmo modo como se fosse com o subordinado.

Essa geração é composta por jovens que ainda não entraram ou ainda vão entrar no mercado de trabalho, não tendo certeza o que quer exercer de profissão, valorizam estar conectado por um celular ou computador, do que os valores familiares ensinados nas gerações anteriores. (Carvalho [33], 2012).

A geração Z não tem apego pelo emprego e não querem passar a vida inteira só com uma profissão, buscando fazer várias coisas durante sua vida, muitos inclusive trabalham em Home Office, sendo emprego formal ou informal trabalhando nas mídias sociais (Meyer [34], 2014).

Lauer[35] (2011) ainda argumenta que os conflitos entre essas gerações sempre irão existir, podendo ser positivo para empresa, pois à geração Z precisará das gerações mais antigas, para compartilhar suas experiências, e ensinamentos sobre o mercado de trabalho, e ajudando à esses jovens a terem mais foco nos resultados e comprometimento com à organização.

Para uma melhor compreensão, o Quadro 2 apresenta um resumo com as principais características das gerações.

Quadro 2: Resumo das características das Gerações

Geração	Características
Baby Boomers	A principal característica dessa geração é o tradicionalismo, acostumados com hierarquia e a trabalhar por muitos anos na mesma organização. Martins e Flink [30] (2013)
X	“Em resumo, eles preferem arranjos menos formais à hierarquia convencional, colocam o julgamento pelo mérito acima do pelo status. E ainda são bem menos leais as empresas, se comparados aos Baby Boomers (...)” Martins e Flink[30] (2013, p. 4)
Y	“Não são adeptos às regras pré-estabelecidas e a troca frequente de trabalho é encarada como natural. Não são pessoas habituadas a enfrentar ambientes autoritários e não são acostumadas a esperar”. Martins e Flink [30] (2013, p. 5). Para Almeida [36] (2014) essa geração tem um enorme apetite para o trabalho.
Z	Para Kämpf[31] (2011), são indivíduos totalmente familiarizados com as últimas tecnologias digitais e que não encontram dificuldade alguma em aprender a lidar

	com as novidades que aparecem praticamente todos os dias nesse mercado, diferentemente dos membros das gerações antecessoras.
--	---

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pelos autores, 2018.

Município de Montes Claros

A cidade Montes Claros é a cidade pólo do norte de Minas Gerais; possui o segundo maior entroncamento rodoviário nacional; e com cerca de 400 mil habitantes. Para Prefeitura de Montes Claros [37] (2018), a economia desse município é diversificada, e entre suas várias atividades o comércio é mais expressivo, pois “abastece grande parte das cerca de 150 cidades situadas na sua região de abrangência, e onde estão instaladas as principais redes de lojas e atacadistas do Brasil, proporcionando muitas opções de compras em todos os setores”. (PREFEITURA DE MONTES CLAROS [37], 2018).

Conforme os dados da RAIS [38] (2017), no ano de 2016 o município de Montes Claros possuía um total de 83.818 empregados formais, com 9180 estabelecimentos ao todo, compreendendo 632 indústrias, 561 construções civil, 3840 comércios, 3470 serviços, 672 agropecuárias e a proporção de pessoas empregadas formalmente era de 20,8% em relação ao total da população. Conforme dados do IBGE [5] (2017) já supracitado, localiza-se na mesorregião do Norte de Minas e possuía uma população estimada em 402.027 habitantes no ano de 2017, e sua maioria tinha entre 10 a 34 anos de idade. Até o último levantamento feito em 2017, o salário médio mensal dos trabalhadores formais era de 2,2 salários mínimos.

De acordo com a Associação Comercial Industrial e de Serviços de Montes Claros [39] (2012), Montes Claros é o principal centro urbano de referência da população da mesorregião norte de Minas e ainda se configura como Polo-Econômico Regional. Um dos principais atores responsáveis e desencadeadores pelo desenvolvimento e transformação da cidade foi a SUDENE- Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste, que através dos incentivos fiscais, oportunizou a chegada de várias empresas e consequentemente transformações no cenário socioeconômico da região.

Montes Claros é polo universitário com “13 instituições de ensino superior particulares e os campus da Universidade Federal de Minas Gerais e da Universidade Estadual de Montes Claros oferece 50 cursos de graduação, além de pós-graduação e mestrado, onde estudam 30 mil universitários”. (PREFEITURA DE MONTES CLAROS [37], 2018). Para a Associação Comercial Industrial e de Serviços de Montes Claros (2012), no que se refere ao ensino superior, em Montes Claros são oferecidas

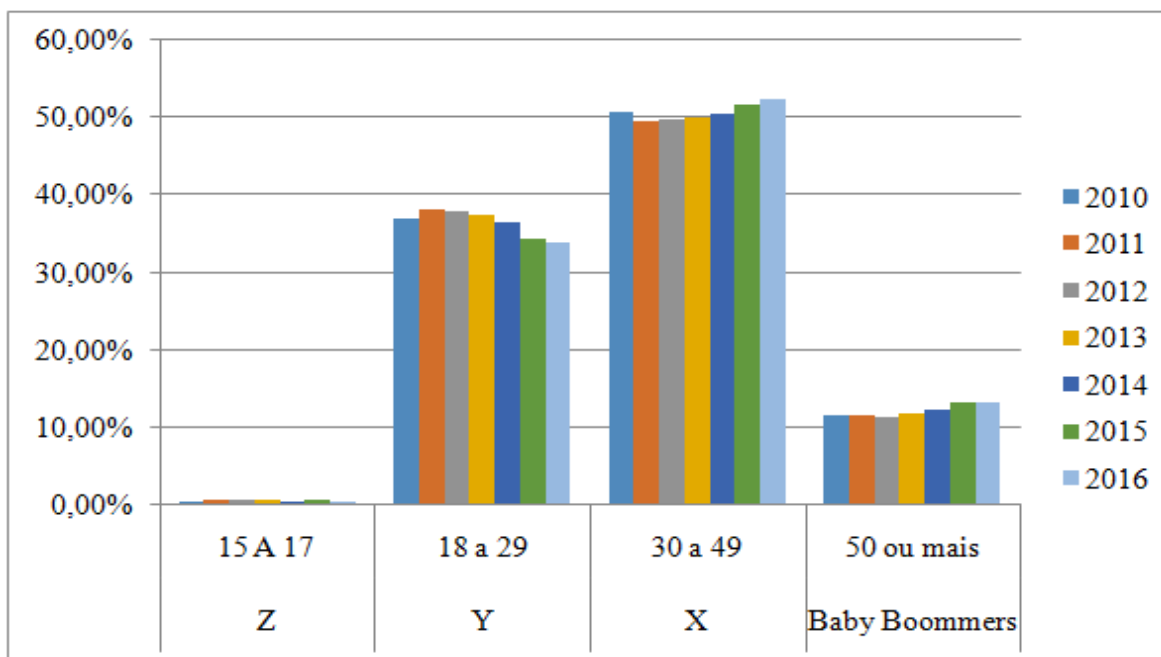
especialidades na graduação, diversos cursos de Pós-Graduação em nível de especialização e mestrado. Possui instituições como a Universidade Estadual de Montes Claros- Unimontes; Instituto Federal do Norte de Minas- IFNMG; Fundação Getúlio Vargas- FGV; SENAC, entre outras. (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL INDUSTRIAL E DE SERVIÇOS DE MONTES CLAROS [39], 2012).

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Neste tópico serão apresentadas as análises obtidas a partir dos dados da RAIS, para responder aos objetivos que esta pesquisa se propôs, bem como o aporte teórico para sustentar as discussões.

Prevalência das Gerações

Gráfico 1: Prevalência das Gerações nos anos de 2010 a 2016



Fonte: MTE/RAIS 2018, Elaborado pelos autores

Como pode ser observado no **Gráfico 1**, a geração X apresenta como sendo a prevalente em todos os anos, tendo em vista que no ano de 2016 representou 52,46% (dados em números brutos representa 43.960 mil) e a mínima no ano 2011 49,58% (bruto 38.631 mil) de trabalhadores formais.

Essa prevalência se dá devido ao fato que nos referidos anos as pessoas pertencentes à geração X, com idade de 30 a 49 anos, estavam na fase mais produtiva. Já os mais jovens, a geração Z, estão buscando entrar no mercado de trabalho e por isso

menor é o número destes no mercado de trabalho. Quanto aos mais velhos, de acordo com Robbins [19] (2005) mais difícil é a sua admissão em emprego, ou seja, a contratação dos Babyboomers.

A geração Y possui uma média de 30% a 40% de empregados formais nos anos analisados. Enquanto que os Babyboomers, a média varia entre 11% e 13,5%, pois a sociedade implica, através de sua legislação, que parte dessa geração se encontra apto a aposentar, reduzindo assim a participação ativa da geração mais antiga no mercado de trabalho. Por fim, a geração Z representa minoria de trabalhadores ativos pois estes empregados são abrangidos pela lei da aprendizagem, devido à sua faixa etária, até 2016, compreender o intervalo de 15 a 17 anos de idade, em uma faixa de 0,40% a 0,72% do total de trabalhadores.

Gerações nos Setores

A partir da classificação do total de trabalhadores em cinco grandes setores como indústria, construção civil, comércio, serviços e agropecuária, é possível perceber algumas variações conforme mostradas na **Tabela 1**.

O Brasil se sustenta na economia em três setores, a agricultura que representa 10% do PIB (Produto interno bruto), a indústria com aproximadamente 25% do PIB, e o setor terciário, que abrange o setor de serviços e comércio (Oeconomista, 2015. Acesso 16/02/2018). O setor do comércio, responde por 12,3% do PIB em 2016 (DIEESE-Departamento intersindical de estatística e estudos socioeconômicos [40] - acesso 16/02/2018).

O setor industrial compreende a produção no Brasil principalmente de energia, mineração, química, automotiva, alimentícios e de bebida, gerando importação, exportação e investimentos. À construção civil inclui as edificações, que são às obras habitacionais, comerciais, industriais e à construção de vias de transporte, de saneamento, de irrigação entre outros. O setor de Comércio compõe desde redes nacionais e internacionais até ao micro pequeno empresas, principalmente o varejo e atacado.

O setor de serviços representa serviços de transporte, de telecomunicações, administrativos, auxiliares, hotelaria, restaurantes, atividades imobiliárias, saúde, educação e outros. Por fim, o setor agropecuário, que representa o setor primário da economia, destacando à agricultura, à pecuária e atividades extrativistas.

Tabela 1: Atuação das gerações nos setores

ANO	SETORES	GERAÇÕES			
		X 15 a 17	Y 18 a 29	Z 30 a 49	BABY BOOMERS 50 ou mais
2016	INDÚSTRIA	4,15%	13,79%	15,20%	12,72%
	CONSTRUÇÃO CIVIL	1,81%	4,84%	5,04%	5,66%
	COMÉRCIO	59,84%	34,35%	25,39%	18,40%
	SERVIÇOS	33,68%	45,88%	52,09%	59,41%
	AGROPECUÁRIA	0,52%	1,14%	2,27%	3,82%
2015	INDÚSTRIA	8,35%	14,13%	14,01%	11,76%
	CONSTRUÇÃO CIVIL	2,72%	5,16%	5,71%	6,68%
	COMÉRCIO	53,36%	33,10%	23,25%	15,92%
	SERVIÇOS	35,21%	46,49%	54,84%	62,27%
	AGROPECUÁRIA	0,36%	1,12%	2,19%	3,37%
2014	INDÚSTRIA	15,43%	15,47%	14,01%	11,69%
	CONSTRUÇÃO CIVIL	7,71%	6,26%	5,71%	7,31%
	COMÉRCIO	32,45%	33,25%	23,25%	17,24%
	SERVIÇOS	42,55%	43,98%	54,84%	60,20%
	AGROPECUÁRIA	1,86%	1,04%	2,19%	3,57%
2013	INDÚSTRIA	10,26%	15,40%	13,19%	11,81%
	CONSTRUÇÃO CIVIL	2,32%	6,44%	7,16%	7,92%
	COMÉRCIO	67,38%	34,91%	24,73%	16,86%
	SERVIÇOS	19,54%	42,21%	52,56%	59,79%
	AGROPECUÁRIA	0,50%	1,04%	2,36%	3,61%
2012	INDÚSTRIA	12,16%	11,28%	12,91%	12,08%
	CONSTRUÇÃO CIVIL	4,28%	6,62%	7,15%	8,15%
	COMÉRCIO	69,69%	37,61%	25,37%	16,69%

	SERVIÇOS	12,67%	43,10%	51,85%	59,19%
	AGROPECUÁRIA	1,20%	1,39%	2,72%	3,89%
2011	INDÚSTRIA	7,54%	12,40%	13,37%	11,45%
	CONSTRUÇÃO CIVIL	1,22%	5,77%	6,61%	7,70%
	COMÉRCIO	76,17%	38,87%	25,58%	16,53%
	SERVIÇOS	14,46%	41,54%	52,01%	60,63%
	AGROPECUÁRIA	0,61%	1,42%	2,43%	3,70%
2010	INDÚSTRIA	8,75%	14,65%	14,54%	11,73%
	CONSTRUÇÃO CIVIL	1,89%	6,80%	6,89%	8,37%
	COMÉRCIO	76,12%	39,73%	24,31%	14,67%
	SERVIÇOS	13,00%	36,86%	51,35%	60,91%
	AGROPECUÁRIA	0,24%	1,97%	2,92%	4,33%

Fonte:MTE/RAIS 2018, Elaborado pelos autores.

A geração X prevalece no setor de serviços em todos os anos com média de 50% a 55%. A geração Y se concentra nos setores de comércio e serviços observando que há uma variação de 33% a 40% no comércio. No setor de serviços, nos anos de 2011 a 2016 foi de 41% a 46,5%, sendo que em 2010 representou 36,86% na geração Y (dados em números brutos 9.878 mil).

A geração Y se concentra em mais setores, por ser da característica dessa geração gostar de trabalhar, reivindicando seus direitos sempre que necessita (Almeida [36] 2014, apud SMOLA, 2002, COMEAU E TUNG, 2013) e gostarem de mudar constantemente de emprego, quando não estão satisfeitos com o atual trabalho, procuram outro com facilidade, por não se apegar à empresa, e não gostarem de receber ordens constantes (Martins e Flink [30], 2013).

Enquanto isso os Babyboomers permaneceram entre 59% a 62% no setor de serviços. A geração Z difere das demais no que diz respeito ao setor de atuação, pois se concentra no setor de comércio com média de 72,34% de 2010 a 2013, em contrapartida no ano de 2014 essa porcentagem diminuiu para 32,45%. Nos anos subsequentes houve um aumento de aproximadamente 25%.

O setor de agropecuária representa minoria em todas as gerações nos anos analisados. Os dados demonstram que na medida em que a idade aumenta a participação nesse setor também aumenta.

Grau de Escolaridade

No que se refere ao grau de escolaridade em todos os anos pesquisados observa-se que as gerações Baby boomer, X e Y a maioria dos trabalhadores formais possui ensino médio completo. Na geração Z a maior parte possui ensino médio incompleto devido a faixa etária não corresponder a um grau de escolaridade maior e não há índice de analfabetismo.

De acordo com o Centro de Integração Empresa- Escola (CIEE) a lei da aprendizagem (Nº 10.097/2000), ampliada pelo decreto federal nº 5.598/2005 determina que todas as empresas de médio e grande porte contratem um número de aprendizes equivalente a um mínimo de 5% e um máximo de 15% do seu quadro de funcionários cujas funções demandem formação profissional. Podem ser aprendizes Jovens de 14 a 24 anos incompletos que estejam cursando o ensino fundamental ou o ensino médio.

Em relação ao grau de escolaridade superior completo, com o passar dos anos, na geração Baby boomer houve uma queda nesses índices, pois no ano de 2010 o número de trabalhadores ativos era maior em comparação com o ano de 2016.

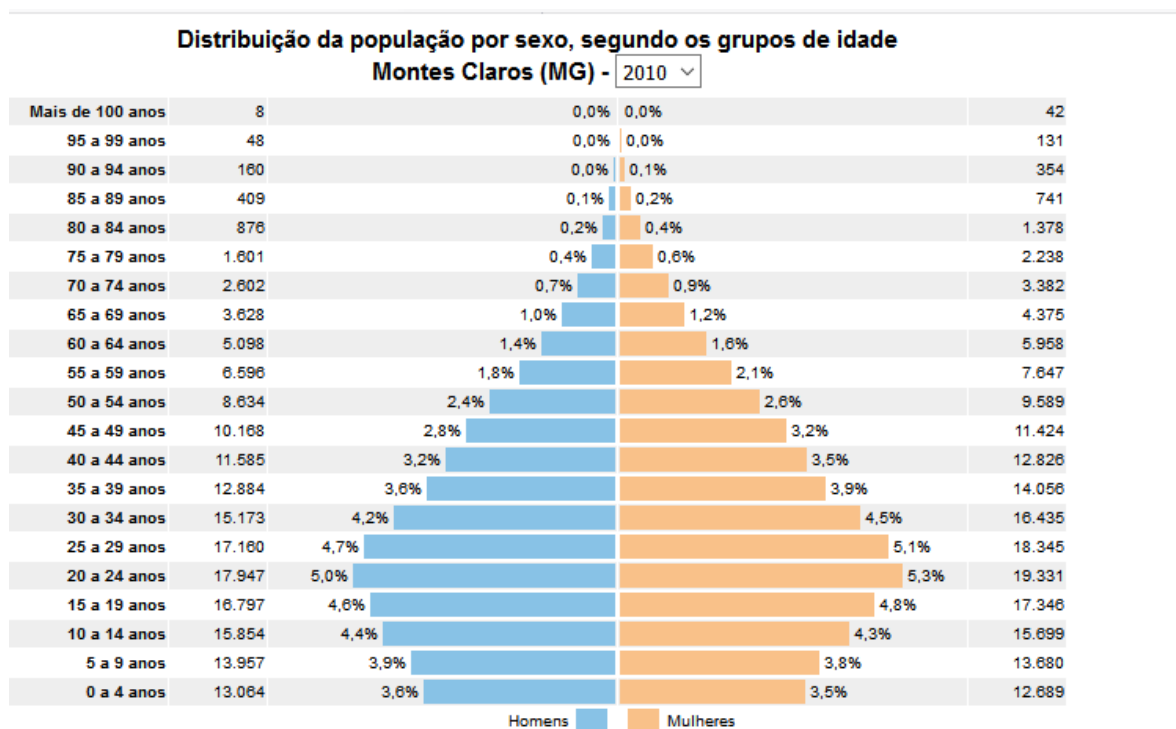
Na geração X manteve-se a média de 22% em todos os anos de empregados com superior completo, equivalente à um valor de 8.000 a 10.000 trabalhadores. Em contrapartida na geração Y, com o decorrer dos anos, esse índice aumentou 8,87%; 9,10%; 9,13%; 9,58%; 10,45%; 10,57%; 10,02% respectivamente de 2010 à 2016.

À medida que a idade aumenta, as pessoas valorizam mais o aprendizado, buscando novos conhecimentos que possam proporcionar uma melhora na qualidade de vida, claro que não deve ser generalizado. E as empresas precisam incentivar para que essas mudanças ocorram, recorre-se a Robbins [19] (2005) quando diz que as empresas estão valorizando ainda mais, e proporcionando novas abordagens que reconhece e valoriza as características destes diferentes grupos.

Assim, as empresas podem contribuir ao ajudar um funcionário a se especializar na área, podendo fornecer cursos e treinamentos que agreguem novos conhecimentos, e incentivos para que o funcionário queira continuar os estudos acadêmicos, mas também não se pode utilizar à mesma formação oferecida aos que possui 30 e 40 anos, aos que tem 20 anos e possuem uma forma diferente de ver as coisas.

Gênero

Em Montes Claros de acordo com o IBGE [5] (2017) a população está em equilíbrio quantitativo entre homens e mulheres, acentuado a partir dos 20 anos e diminuindo a partir



dos 30, com uma taxa percentual maior para as mulheres. (verFig 1)

Figura 1: Distribuição da população por sexo.

Fonte: IBGE, 2017

Em relação ao gênero, o sexo masculino predomina durante os anos analisados na geração Z, na faixa de 60% a 69%. Na geração Y o sexo feminino possui entre 39% a 45% e o sexo masculino oscila de 54% a 60% entre os anos de 2010 a 2016. Sobre a geração X, no ano de 2010 o sexo masculino representou 58,57% e o feminino 41,43%, enquanto que em 2016 o sexo masculino caiu para 54,87% e o sexo feminino para 45,13%. O sexo masculino dos Baby boomers em 2010 representou 64% e em 2016 59,96%.

Percebe-se que o sexo masculino predomina em todas as gerações e durante todos os anos analisados. Isso confirma o que Antunes [12] (2009, p. 105) afirmou que na divisão sexual do trabalho em espaços fabris, as atividades de concepção geralmente são preenchidas pelo trabalho masculino destinado às mulheres atividades dotadas de menor

qualificação. O mesmo autor ainda afirma que “vivenciamos também a efetivação de uma construção social sexuada, onde os homens e as mulheres que trabalham são, desde a família e a escola, diferentemente qualificados e capacitados para o ingresso no mercado de trabalho”.

Em todos os anos analisados, a porcentagem de trabalhadores com mestrado ou doutorado, não passa de 1% do total de empregados em cada geração, refletindo o fato de que os dois níveis mais altos de escolaridades, mestrado e doutorado, são os menos representativos em quantidade de empregados. Na geração Z, ninguém possui mestrado e doutorado, porque a idade 15 a 17 anos induz que estes estejam ainda no ensino médio. Em 2010 à 2016 na geração X o mestrado representou 0,58%, 0,71%, 0,69%, 0,52%, 0,77%, 0,60% e 0,88% respectivamente de ambos os gêneros.

No doutorado em 2010, 0,11% apresenta tanto na geração X como nos Baby boomers. Em 2011 possui 0,13% dos Baby Boomers, e 0,10% da geração X. No ano de 2012 tem-se aproximadamente 0,12% nas duas gerações. Em 2013, apresenta 1,06% de trabalhadores formais realizando o doutorado nas idades de 30 a 49 anos, e 0,74% com 50 anos ou mais. A geração X no ano de 2014 possui 0,18% de pessoas com doutorado e os babyboomers 0,24%. Enquanto que em 2015 mostra 0,38% para essas duas gerações citadas acima. Por último, em 2016 a geração X possui 0,18%, os Baby Boomers 0,23% e a Y com 0,04% de trabalhadores com doutorado, em números brutos representa 77, 25 e 12 pessoas respectivamente de cada geração.

O motivo pelo qual as gerações Baby boomers e X são prevalentes nos níveis de escolaridade mestrado e doutorado é correspondente às características dessas gerações, pois são pessoas mais comprometidas e desenvolvidas em termos de estudos uma vez que no tempo da graduação estes foram incentivados a criticar e raciocinar de maneira otimizada.

Que é confirmado por Canger[28] (1998), quando afirma que essas gerações aspiram por conhecimento, o que ocorre mais na geração X, sendo incentivados à leitura e a criticar o que estava sendo estudado, criando um raciocínio crítico. Gostam sempre de aperfeiçoar o aprendizado, por isso buscam uma especialização maior.

CONCLUSÃO

O estudo em questão objetivou efetuar uma análise comparativa das gerações Baby Boomers, X, Y e Z, como e onde estão no mercado, apresentando as características das gerações em relação à atuação no mercado de trabalho do município de Montes Claros

no período de 2010 a 2016. Especificamente foi identificada a prevalência das gerações no mercado de trabalho no período analisado possibilitando concluir que a geração X é a prevalente pois nos anos analisados essa geração estava na fase considerada produtiva e porque, conforme a teoria certifica, os mais jovens estão ainda conquistando seu espaço no mercado de trabalho e a geração mais antiga, os Babyboomers, tem dificuldade de serem admitidos em emprego.

Quanto ao modo que os teóricos propõem a gestão da geração prevalente estudada, observou-se que as pessoas pertencentes a geração X preferem arranjos menos formais à hierarquia convencional, e tem por objetivo o trabalho em organizações onde possuem flexibilidade e liberdade.

No que diz respeito ao setor de atuação, entre às gerações, o setor de serviços e comércio prevalece entre elas. Pertencentes ao setor terciário da economia, estes setores, são considerados os maiores geradores de emprego e do crescimento do PIB brasileiro nos últimos anos.

Em relação a gênero e escolaridade, o sexo masculino apresentou porcentagens maiores quanto ao sexo feminino, em todas às gerações, durante os anos analisados. Nas gerações Baby Boomer, X e Y muitos dos trabalhadores formais possuem ensino médio completo, enquanto que na geração Z ainda estão no ensino médio. Uma vez que à idade for aumentando, à busca por novos conhecimentos também aumenta, evidenciando que às gerações mais antigas, estarem mais representativos nos níveis de mestrado e doutorado.

Durante a realização deste trabalho foram percebidas algumas limitações. Dentre elas, destaca-se a diferente delimitação temporal das gerações usadas por diversos autores, e também à dificuldade de encontrar teorias sobre a geração Z, de autores confiáveis.

Destaca-se a relevância da realização de pesquisas mais aprofundadas na área de estudo das gerações, tendo em vista que a geração subsequente, denominada geração Z, adentrou recentemente no mercado de trabalho, ocasionando diversos desafios para a administração das empresas e possibilitando futuras pesquisas.

REFERÊNCIAS

[1] VELOSO, E. F. R., SILVA, R. C., & DUTRA, J. S. (2012). **Diferentes Gerações e Percepções sobre Carreiras Inteligentes e Crescimento Profissional nas Organizações**. Revista Brasileira de Orientação Profissional, vol. 13, núm. 2, julho- dezembro, 2012, pp. 197-207. Associação Brasileira de Orientação Profissional. São Paulo, Brasil. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/2030/203024746007/>. Acesso em 25/11/2017

[2]COSTA, L. F., MENDONÇA, C. M., Jr, G. R., ARAÚJO, M. V., ALLOUFA, J. M., & SILVA, R. C. (2014). **Conflitos Organizacionais Entre Gerações: Um estudo empírico com a equipe de desenvolvimento de software do IFRN**. *Holos*, 361-374. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/898> Acesso em: 24/11/2017 Qualis B2

[3]MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed.São Paulo: Atlas, 2003.

[4]GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6.ed. São Paulo. Atlas. 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>> Acesso em: 24/11/2017

[5]Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE. Panorama. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/montes-claros/panorama> Acesso em: 04/12/2017.

[6]VELOSO, E. F.; DUTRA, J. S.; e NAKATA, L. E. (2016). **Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e baby boomers**. *Revista de Gestão*, 88-98. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/12110> Acesso em: 24/11/2017

[7]ABIKO, Alex Kenya; MARQUES, F. S.; CARDOSO, F. F..**Setor de construção civil: segmento de edificações**. Brasília, SENAI/DN, 2005. Disponível em: http://acervodigital.sistemaindustria.org.br/bitstream/uniepro/147/1/Estudo%20Setorial%20Constru%C3%A7%C3%A3o%20Civil_PDF.pdf> Acesso em: 16/02/2018.

[8]MAURER, André Luiz (2015). **AS GERAÇÕES Y E Z E SUAS ÂNCORAS DE CARREIRA: contribuições para a gestão estratégica de operações**. Repositório Institucional UNISC, 28-34. Disponível em: <https://repositorio.unisc.br/jspui/handle/11624/554>. Acesso em: 25/11/17

[9]FANTINI, Carolina Aude; SOUZA, Naiara Célida Dos Santos De (2013). **Análise dos fatores motivacionais das gerações baby boomers, X, Y e Z e as suas expectativas sobre carreira profissional**. *Revista iPecege*. Disponível em: <https://revista.ipecege.com/Revista/article/view/25>. Acesso em: 25/11/17

[10]CHAVES, Bruna Graciano; DIAS, Cledinaldo Aparecido. **Gerações Baby Boomers, X, Y e Z: um estudo sobre a rotatividade voluntária na região sudeste do Brasil no período de 2005 à 2015**. XXVIII ENANGRAD. 2017. Disponível em: http://www.enangrad.org.br/pdf/2017_ENANGRAD270.pdf. Acesso em: 27/11/2017

[12]ANTUNES, Ricardo L. C. (Ricardo LuisColtro), 1953- **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho/ Ricardo Antunes-** [2.ed., 10.reimpr.rev. eampl.].- São Paulo, SP: Boitempo, 2009.- (Mundo do Trabalho)

[13]KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI**. São Paulo: Atlas, 2014.

[14]ALBORNOZ, Suzana. **O que é trabalho**. São Paulo: Brasiliense, 2000, Coleção Primeiros Passos.

[15]KUBO, Sergio Hideo; GOUVÊA, Maria Aparecida (2012). **Análise de fatores associados ao significado do trabalho**.*R.Admi.*, São Paulo, v.47, n.4, p.540-554, out./nov./dez. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v47n4/a03v47n4.pdf>> Acesso em: 15/12/2017

[16]CARMO, Paulo Sérgio. **A ideologia do trabalho**. São Paulo: Moderna, 2001.

[17]Governo do Brasil. **Mulheres ganham espaço no mercado de trabalho**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/mulheres-ganham-espaco-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 15/12/2017

[18]KUPPERSCHMIDT, B. R. (2000). **Multigenerationemployees: strategies for effective management**. *Health Care Manager*, 19(1) 65-76. doi:10.1097/00126450-200019010-00011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v36n1/1982-3703-pcp-36-1-0145.pdf>. Acesso em: 10/03/2018

[19]ROBBINS, S. P. (2005) **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

[20]Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, PNAD. **Tabelas de resultados: Taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência, segundo os grupos de idade**. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad_continua/default_tab.shtm>. Acesso em: 16/02/2018.

[21]BRASIL.Lei de nº 5598/2005. **Regulamenta a contratação de aprendizes e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5598.htm> Acesso em: 06/02/18

[22]FORQUIN, Jean Claude. **Relações entre gerações e processos educativos: transmissões e transformações**. São Paulo, SESC, outubro de 2003. Congresso Internacional Co-Educação de Gerações. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/103191783/FORQUIN-Relacoes-entre-geracoes-e-processos-educativos-transmissoes-e-transformacoes>. Acesso em: 12/12/2017

[23]SANTOS, WandressaPuga dos; LISBOA, Wellington Teixeira. **Características psicossociais e práticas de consumo dos “nativos digitais”: implicações, permanência e tendências na comunicação organizacional**. *Comunicação & Mercado/UNIGRAN - Dourados - MS*, vol. 03, n. 06, p. 98-110, jan-jun 2014. Disponível em: <<http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/6/7.pdf>> Acesso em: 12/12/2017

[25]CHIUZ, R. M., PEIXOTO, B. R. G., & FUSARI G. L. (2011). **Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. Temas em Psicologia**, 19(2), 579-590. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1413-389X2011000200018&script=sci_arttext. Acesso em 10/03/2018

[27]MATTA, Villela da. **Como Gerenciar Conflitos de Gerações: Geração X, Y e Baby Boomers**. 23 de abril de 2013. Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/blog/comportamento/conflitos-de-geracoes/>> Acesso em: 10/03/18

[28]CONGER, Jay (1998). **Quem é a geração X?**. *H S M Management* 1 1 novembro-dezembro 1998. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35550808/3_quem-e-a-geracao-x.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1512935648&Signature=hO0qjMt5OHRyIs9OP9uaeozmz%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D3_quem_e_a_geracao_x.pdf. Acesso em 01/11/2017

[29]BATISTA, Francisco H. Araújo. **Grupo Geracionais e o comprometimento organizacional: um estudo em uma empresa metalúrgica de Caxias do Sul**. Dissertação de Mestrado-Universidade de Caxias do Sul, Set. 2010. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/553/Dissertacao%20Francisco%20H%20A%20Batista.pdf?sequence=1>> Acesso em: 16/02/2018.

[30]MARTINS, Thiago Hamilton; FLINK, Richard. **Competências para gerenciar diferentes gerações.** São Paulo, 2013. Disponível em: http://www.convibra.com/upload/paper/2013/34/2013_34_7412.pdf. Acesso em: 23/01/18

[31]KÄMPF, Cristiane. **A geração Z e o papel das tecnologias digitais na construção do pensamento.** Revista **ComCiência** no.131 Campinas 2011. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700004&lng=en&nrm=iso. Acesso em 12/12/2017

[33]CARVALHO, Anderson. **As gerações Baby Boomer, X, Y e Z.** Publicado em 2012. Disponível em: <http://www.coisaetale.com.br/2012/04/as-geracoes-baby-boomer-x-ye-z/>. Acesso em 16/02/2018.

[34]MEYER, Maximiliano. **Quais as diferenças entre as gerações X, Y e Z e como administrar os conflitos?** 16 de outubro de 2014. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/13498-quais-as-diferencas-entre-as-geracoes-x-y-e-z-e-como-administrar-os-conflitos>> 16/02/2018.

[35]LAUER, Caio. **A chegada da geração Z no mercado de trabalho.** Publicado em 2011. Disponível em: <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/a-chegadada-geracao-z-no-mercado-de-trabalho>> Acesso em: 16/02/2018.

[36]ALMEIDA, Gustavo Tomaz de. **O sentido do consumo para membros das gerações X, Y e Z. / Gustavo Tomaz de Almeida.** – 2014. Dissertação (Mestrado) – Centro Universitário UNA, 2014. Programa de Mestrado Profissional em Administração.

[37]Prefeitura de Montes Claros (Org.). **Aspectos Gerais.** Disponível em: <http://www.montesclaros.mg.gov.br/cidade/aspectos_gerais.htm>. Acesso em: 22/01/2018.

[38] RAIS- Relação Anual de Informações Sociais. Disponível em: <<http://www.rais.gov.br/sitio/index.jsf>> Acesso em: 22/01/2018.

[39]ASSOCIAÇÃO COMERCIAL INDUSTRIAL E DE SERVIÇOS DE MONTES CLAROS. **Montes Claros potencialidades.** Montes Claros: Unimontes, 2012.

[40]DIEESE- Departamento intersindical de estatística e estudos socioeconômicos. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/boletimindicadoresdocomercio/2016/boletimIndicadoresComercio09.pdf>> Acesso em: 26/02/18

[41]BRASIL. Lei de nº 10.097/2000. **Altera dispositivos da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L10097.htm> Acesso em: 06/02/18

[42]BRASIL. Lei nº 8.213, de 25 DE Julho de 1991. **Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências,** Brasília,DF, fev. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18213compilado.htm . Acesso em: 16 fev. 2018.

[43]MTE- Ministério do Trabalho e Emprego (2014). **Manual da aprendizagem: O que é preciso saber para contratar o aprendiz.** Disponível em: <http://acesso.mte.gov.br/data/files/8A7C816A454D74C101459564521D7BED/manual_aprendizagem_miolo.pdf> Acesso em: 06/02/2018

[44]O economista. **Setor Industrial é um dos mais importantes para segurar à economia.**Disponível em: <https://www.oeconomista.com.br/setor-industrial-e-um-dos-mais-importantes-indicadores-da-saude-financeira-no-brasil-e-no-mundo/>> Acesso em: 16/02/2018.

ANÁLISE CONSTITUCIONAL DO DECRETO 9.101/2017: O DESRESPEITO AOS PRINCÍPIOS TRIBUTÁRIOS DA LEGALIDADE E ANTERIORIDADE

Apoio financeiro: FAPEMIG, CNPq etc
Aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Unimontes/Funorte/UFMG etc: nº
123/2009

Introdução

O presente estudo teve como objetivo analisar a constitucionalidade do Decreto nº 9.101, de 20 de junho de 2017, editado pelo Presidente da República, Michel Temer, que alterou a alíquota das Contribuições do PIS/PASEP e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS, incidentes sobre a importação e comercialização de combustíveis.

Discute-se, em síntese, sobre a possibilidade de alteração de tributos por meio de Decreto Presidencial, valendo-se do caso concreto em análise. Para o alcance do objetivo proposto utilizou-se como base de comparação a Constituição Federal de 1988, sobretudo os princípios constitucionais limitadores do poder de tributar.

Metodologia

O estudo teve como característica a pesquisa bibliográfica, uma vez que foi baseada em revisão de literatura, a fim de elucidar com segurança o tema proposto. Foi empregado o método dedutivo, utilizando-se da pesquisa instrumental jurisprudencial.

Referencial Teórico

A. Tributo

O artigo 3º do Código Tributário Nacional [1], define tributo como “toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada”.

Segundo Gilmar Ferreira Mendes (2015) [2], o tributo é o instrumento pelo qual o Estado se vale para cumprir as promessas inseridas no texto constitucional atinentes à prestação estatal no âmbito dos direitos sociais, bem como para sustentação da própria soberania do Estado.

O tributo não se confunde com a multa, pois não é sanção decorrente de ato ilícito, bem como a sua cobrança é compulsória, não dependendo da vontade ou anuência do contribuinte. Este é o poder de tributar conferido pela Constituição Federal à União.

Hugo de Brito Machado (2013) [3], afirma que tributo é gênero, do qual impostos, taxas, contribuições sociais e contribuições de melhoria são espécies (teoria quadripartite). Por seu turno, Eduardo Sabbag (2015) [4] acrescenta o empréstimo compulsório como uma espécie de tributo (teoria pentapartite).

B. Contribuições Sociais (PIS/PASEP e COFINS)

As contribuições sociais são, segundo o artigo 149 da Constituição da República [5], “de intervenção no domínio econômico e de interesse das categorias profissionais ou econômicas, como instrumento de sua atuação nas respectivas áreas”.

Para Eduardo Sabbag (2015), as contribuições sociais podem ser classificadas em contribuições gerais; contribuições social-previdenciárias; e outras contribuições. O PIS/PASEP e COFINS fazem parte das chamadas contribuições social- previdenciárias, denominadas pelo Supremo Tribunal Federal de contribuições de seguridade social.

As contribuições de seguridade social são definidas por Kiyoshi Harada (2016) [6], como modalidade de tributo vinculado, pois objetiva custear a previdência social, baseado no princípio da solidariedade. As contribuições para o PIS/PASEP (Programa de Integração Social/ Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público) e para o COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) possuem natureza genuinamente tributária e devem respeito aos princípios limitadores do poder de tributar.

C. Princípios limitadores do poder de tributar

Os tributos são a principal fonte de receita do Estado, de forma que a Constituição da República conferiu à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios o poder de arrecadar do contribuinte por meio de tributação. Porém, o poder de tributar é limitado por princípios inseridos no mesmo diploma legal, que garantem a segurança jurídica do contribuinte.

Existem vários princípios limitadores da atuação do Estado em matéria tributária, sendo alguns desses princípios aplicáveis a determinadas espécies de tributos. Em relação às Contribuições Sociais, o artigo 149 da Constituição da República determinou o respeito dessa espécie de tributo aos princípios da legalidade e anterioridade nonagesimal.

Princípio da legalidade

O princípio da legalidade, conforme preceitua Hugo de Brito Machado (2013), é a obrigatoriedade da criação ou majoração de tributo ocorrer por meio de lei (lei ordinária ou complementar). Essa garantia visa proteger o contribuinte da criação ou aumento de tributo de forma arbitrária, sendo que o processo de elaboração das leis, em tese, é democrático por ser de competência do Poder Legislativo, composto por representantes do povo.

Segundo Eduardo Sabbag (2015), o princípio da legalidade é mitigado em relação aos tributos com caráter de extrafiscalidade, por possuírem finalidades não meramente arrecadatórias e funcionarem como reguladores do mercado. Podem ser alterados por decreto presidencial, ou até mesmo por portaria do Ministro da Fazenda, o Imposto sobre Importação, o Imposto sobre a Exportação, o Imposto sobre Produtos Industrializados, o Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguros, o CIDE- Combustível e o ICMS- Combustível.

Princípio da anterioridade nonagesimal

A cobrança de tributos não pode ser uma surpresa ao contribuinte, afinal é ele que suporta o ônus da cobrança, e por isso, tem o direito de se programar antecipadamente para pagá-los. O princípio da anterioridade limita os efeitos da instituição ou majoração de

um tributo, para coibir a tributação surpresa e garantir ao contribuinte a previsão de cobrança de tributos.

A anterioridade nonagesimal, conforme Kiyoshi Harada (2016), se trata de um período de carência de 90 dias, em que o tributo não poderá ser cobrado, a contar da data da publicação da lei que o instituiu ou aumentou. Este princípio comporta exceções, que são tributos que não respeitam a “noventena”. São eles: o Imposto sobre Importações, o Imposto sobre Exportação, o Imposto sobre Produtos Industrializados, o Imposto sobre Operações Financeiras, o Imposto Extraordinário de Guerra, o Empréstimo Compulsório para Calamidade Pública ou Guerra Externa, o CIDE- Combustível e o ICMS-Combustível.

Discussão

Discute-se neste trabalho se o decreto 9.101 de 2017 está em acordo com as determinações constitucionais referentes à cobrança de tributos. O referido decreto alterou a alíquota das Contribuições do PIS/PASEP e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS, incidentes sobre a importação e comercialização de combustíveis.

De acordo com o princípio da legalidade, a criação ou alteração de tributo deve ser feita a partir de lei em sentido estrito (lei ordinária ou lei complementar). O constituinte assim estabeleceu pois asseguraria aos contribuintes menos alterações no cenário tributário, tendo em vista as exigências do processo legislativo no Brasil, que dependeria de aprovação dos representantes eleitos do povo nas casas legislativas.

O decreto não seria fonte formal apta a majorar as alíquotas das contribuições do PIS/PASEP e COFINS, em respeito ao princípio da legalidade. Existem hipóteses em que o decreto é autorizado a alterar alíquotas de alguns tributos, por terem natureza extrafiscal. Isso ocorre pois tributos extrafiscais possuem finalidade não meramente arrecadatória, mas

também funcionam como reguladores do mercado. Todavia, esse não é o caso das supramencionadas contribuições sociais, que a princípio deveriam ser alteradas mediante elaboração de lei ordinária.

Nesta mesma esteira, ao editar decreto tratando de alteração de alíquota de tributo, o Poder Executivo acabou por invadir competência típica do Poder Legislativo, violando a separação dos poderes determinada no artigo 2º da Constituição da República. O sistema de freios e contrapesos funciona como termômetro da democracia, sendo que a desarmonia entre os poderes deve ser combatida por ser característica típica de regimes autoritários, segundo Konrad Hesse (1998) [7].

Ademais, o decreto 9.101/17 entrou em vigor na data da sua publicação, violando o princípio da anterioridade nonagesimal, o qual devia respeito por força do artigo 149 da Constituição da República. Pelo princípio da anterioridade nonagesimal, os efeitos da majoração de alíquotas das contribuições sociais só poderia ocorrer após 90 dias da publicação da lei que o majorou.

O princípio da não surpresa evita a cobrança imediata de tributos, garantindo segurança aos contribuintes. No dia posterior à publicação deste decreto, os efeitos das alterações das alíquotas destes tributos alcançaram os contribuintes e contribuiu, em

conjunto com outros fatores, para o aumento desproporcional do valor do combustível no país.

A Constituição deve ser respeitada como valor máximo da democracia, sob pena de retroagirmos em relação às conquistas democráticas, de acordo com Konrad Hesse (1998), a ordem normativa deve ser estável, implementando atos de vontade dos governantes, dos indivíduos e dos grupos sociais no sentido de se fazer cumprir e preservar o texto constitucional.

Considerações finais

A cobrança de tributos se faz necessária para a manutenção do Estado e para a satisfação dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil. No entanto, diante da necessidade de recursos financeiros, deve o Estado se limitar ao disposto na Constituição da República, e respeitar os princípios limitadores do poder de tributar.

No caso em análise, o decreto 9.101 de 2017 desrespeitou o princípio da legalidade estrita, pelo qual apenas a lei pode instituir ou majorar tributo, bem como transgrediu o princípio da anterioridade nonagesimal, pois o texto entrou em vigor na data da sua publicação, não respeitando o prazo de 90 dias.

Diante dos vícios materiais apontados, entende-se haver inconstitucionalidade no referido decreto, que já surte seus efeitos desde a data da sua publicação. Sabe-se ainda que esta conclusão utiliza-se de precedentes judiciais, que vêm sendo relativizados pelos tribunais superiores hodiernamente, o que provoca certa insegurança jurídica e afronta o Estado Democrático de Direito.

É importante ressaltar que não é objetivo deste trabalho tratar do assunto de maneira exauriente, com o reconhecimento de que o tema é merecedor de maiores análises. Ainda cabe destacar que existe a Ação Direta de Inconstitucionalidade – ADI 5748, proposta pelo Partido dos Trabalhadores (PT), tramitando no Supremo Tribunal Federal, questionando a constitucionalidade do Decreto 9.101/17, pendente de decisão.

Referências

[1] BRASIL. Código Tributário Nacional. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5172Compilado.htm>. Acesso em 24 de Junho de 2018, às 18h50min.

[2] MENDES, Gilmar Ferreira. Curso de direito constitucional. 10. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2015.

[3] MACHADO, Hugo de Brito. Curso de direito tributário. 34. ed. rev. atual e ampl. São Paulo: Malheiros Editores, 2013.

[4] SABBAG, Eduardo. Manual de direito tributário. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

[5] BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em 24 de Junho de 2018, às 18h43min.

[6] HARADA, Kiyoshi. Direito financeiro e tributário. 25. ed. rev. atual e ampl. São Paulo: Atlas, 2016.

[7] HESSE, Konrad. Elementos de direito constitucional da República Federal da Alemanha. Tradução de Luís Afonso Heck. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 1998

ANÁLISE DA GESTÃO NA ASSISTÊNCIA A GESTANTES PORTADORAS DE SÍNDROME HIPERTENSIVA ESPECÍFICA DA GESTAÇÃO (SHEG): UM ESTUDO DE CASO EM UM HOSPITAL DA REGIÃO DE MONTES CLAROS/MG

**SILVA, Vanilda Aparecida Oliveira²⁰,
COURA, Karla Veloso²¹,
VERSIANI, Clara de Cássia³**

RESUMO: A gestação como fenômeno fisiológico tem sido mundialmente reconhecida pelas gestantes e equipe de saúde como parte de uma experiência saudável de saúde. Entretanto, pode existir uma linha tênue onde qualquer doença ou lesão preexistente aumenta a probabilidade de riscos para mãe e feto, denominado “gravidez de alto risco” (BRASIL, 2010). Dentre as doenças que acometem a mulher no período gravídico, as SHEGs continuam sendo a patologia que mais causa efeitos nocivos no organismo materno e neonatal como também é a que mais provoca a mortalidade materna. Este estudo apresentou como objetivo geral analisar a gestão da assistência desde o pré-natal à internação de gestantes com Síndrome Hipertensiva Específica da Gestação (SHEG) e, como específicos: caracterizar as gestantes portadoras de alguma doença ou que desenvolveram as mesmas, como, hipertensão arterial, diabetes gestacional, obesidade, entre outras; verificar a utilização dos recursos na prestação dessa atenção. Para embasamento dessa pesquisa o marco teórico foi composto dos seguintes itens: Processo fisiológico da gestação de alto risco e a gestão do cuidado a gestante portadora de (SEGH). Em relação ao método foi realizado um estudo qualitativo na modalidade de Estudo de Caso. Os sujeitos do estudo foram gestantes atendidas em um hospital da região de Montes Claros/MG por ocasião da SHEG e profissional de saúde atuante nesta área. A coleta de dados ocorreu no mês de abril e maio de 2018, mediante análise documental e entrevistas. Por meio desta pesquisa foi possível apontar as ações de gestão de assistência a nível regional a gestação de alto risco associadas aos cuidados à gestante com doença hipertensiva específica da gravidez. Como potencialidades na instituição, destacaram-se o protocolo assistencial as gestantes com SHEG e a tomada de condutas pelos profissionais a essas mulheres conforme estabelecido por esse protocolo. No entanto, ainda é necessário investir em políticas de ampliação desse modelo de atenção a outras instituições e municípios para melhorar e ampliar o cuidado compartilhado e corresponsável, entre os vários prestadores de cuidado. Assim conclui-se que a importância do comprometimento e legitimação da gestão pública é de grande relevância e imprescindível na definição de políticas públicas de saúde voltadas para a mulher e a criança, na promoção da saúde e prevenção da SHEG, como uma das iniciativas para a diminuição da morbimortalidade materna e neonatal precoce.

Palavras-Chave: Síndrome hipertensiva específica da gestação; Gestão; Hospital.

1. INTRODUÇÃO

A gestação como fenômeno fisiológico tem sido mundialmente reconhecida pelas gestantes e equipe de saúde como parte de uma experiência saudável de saúde. Entretanto, pode existir uma linha tênue onde qualquer doença ou lesão preexistente aumenta a probabilidade de riscos para mãe e feto, denominado “gravidez de alto risco” (BRASIL, 2010).

Dentro dessas complicações temos a Síndrome Hipertensiva Específica da Gestação (SHEG) com alta incidência em nosso país, ocupando o primeiro lugar entre as condições do ciclo gravídico puerperal e na primeira causa de mortalidade materna principalmente em suas formas graves como a eclampsia e síndrome HELLP (BRASIL, 2012; REZENDE e MONTENEGRO, 2008; AGUIAR, FREIRE, CRUZ, LINARD, CHAVES e ROLIM, 2010).

Nesse sentido, quando diagnosticada a hipertensão arterial no período gestacional traz classificações mais específicas, as quais são hipertensão crônica (que ocorre antes da 20ª semana de gestação), hipertensão gestacional sem proteinúria, pré-eclâmpsia (definida como presença de hipertensão e proteinúria após a 20ª semana de gestação, pode ser leve e grave), eclampsia (caracterizada pela presença de convulsões tônico-clônicas generalizadas ou coma em mulheres com qualquer quadro hipertensivo), pré-eclâmpsia sobreposta à hipertensão crônica (aparecimento de pré-eclâmpsia em mulheres com hipertensão crônica ou doença renal), representando, portanto, SHEG (ACOG, 2016; BRASIL, 2010; REZENDE e MONTENEGRO, 2008; AGUIAR et al, 2010).

²⁰ Acadêmica de Pós-Graduação em Gestão Pública da UNIMONTES. E-mail: vanildaapda@yahoo.com.br

²¹ Professora da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES. E-mail: karlaveco@bol.com.br

³ Professora da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES. E-mail: claraversiani@bol.com.br

Dentre as doenças que acometem a mulher no período gravídico, as SHEGs continuam sendo a patologia que mais causa efeitos nocivos no organismo materno e neonatal como também é a que mais provoca a mortalidade materna, responsável por 60% a 86% das mortes obstétricas diretas e 56% a 75% dos óbitos fetais. Entre as complicações advindas dessa síndrome, a materna mais frequente e relevante são: o descolamento prematuro de placenta (DPP), coagulopatia e a Síndrome HELLP. Entre as neonatais: a prematuridade, a restrição de crescimento fetal e morte perinatal (PEREIRA, SANTOS e SILVA, 2017).

Além dessas complicações, as SHEG podem provocar encefalopatia hipertensiva, falência cardíaca, grave comprometimento da função renal e hemorragia retiniana. O feto também fica em situação de risco e sujeito a sofrimento fetal e morte intraútero (VETTORE, DIAS, DOMINGUES, VETTORRE e LEAL, 2011).

Em função de todas as consequências que essa patologia pode acarretar, é de fundamental importância a realização de um pré-natal de qualidade e o atendimento apropriado a gestante hipertensa no parto e no pós-parto, permitindo o diagnóstico e o tratamento precoce das complicações, além de favorecer o esclarecimento de dúvidas e incertezas. Nessa perspectiva, deve haver um atendimento multiprofissional, cujo alvo é a redução dos riscos (HERCULANO, SOUZA, GALVÃO, CAETANO e DASMASCENO, 2011). Nesse contexto, uma assistência individualizada a essas pacientes é fundamental para que o diagnóstico precoce seja estabelecido e instalado rapidamente suas intervenções, proporcionando a evolução de uma gravidez de menor risco para o binômio mãe e filho (BRITO, MOURA, SOUZA, BRITO, OLIVEIRA E SOARES, 2015).

O papel da equipe de saúde nessa assistência, seja na atenção primária ou hospitalar, é de suma importância na prestação de um cuidado baseado no conhecimento humanizado, sensível, com apoio e orientações que são fatores cruciais nesse novo caminho que essa família seguirá. Pois, o desconhecido gera o aumento da ansiedade e prejudica o progresso de qualquer tratamento, portanto a assistência necessita ser eficaz (BRITO et al, 2015)

Essa atenção qualificada desde o pré-natal ao puerpério é componente essencial e indispensável para a redução da mortalidade materna e perinatal, com profissionais habilitados e treinados na assistência ao nascimento, infraestrutura apropriada e tratamento assertivo e seguro (RICCI, 2008).

Neste sentido, este artigo tem como objetivo geral analisar a gestão da assistência desde o pré-natal à internação de gestantes com Síndrome Hipertensiva Específica da Gestação (SHEG), e como específicos: caracterizar as gestantes portadoras de alguma doença ou que desenvolveram as mesmas, como, hipertensão arterial, diabetes gestacional, obesidade, entre outras; verificar a utilização dos recursos na prestação dessa atenção.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para o esclarecimento das temáticas que norteiam este trabalho, a presente seção descreve, com fundamentação bibliográfica, os temas: o processo fisiológico da gestação, a gestação de alto risco e a gestão do cuidado a gestante portadora de SHEG.

2.1 O PROCESSO FISIOLÓGICO DA GESTAÇÃO

A gestação é um ciclo indispensável para à renovação geracional, representando o período de formação de um novo ser. Está intrinsecamente vinculada à identidade feminina, pois gerar vida faz parte da natureza das mulheres (SOUZA e FERREIRA, 2005). Este período se inicia na concepção, se estendendo por um período de aproximadamente 40 semanas, e terminando com o parto (COUNCIL, 2012), é um período de profundas alterações, provocando mudanças não só no corpo, mas também na vida do casal e de toda a família. É uma etapa de preparação física, psicológica, para o nascimento e para a parentalidade (MENDES, 2009).

Nessa perspectiva, a gravidez é um episódio fisiologicamente normal, que leva o organismo da mulher se preparar lentamente e adaptar ao longo de modificações gerais e locais que acontecem (REZENDE, 2005). Dentre estas alterações gestacionais temos: as emocionais (oscilações de sentimentos que repercutem nas relações familiares), as fisiológicas (interação entre transformações internas (não perceptíveis) e externas (visíveis), que levam o corpo feminino a adaptar-se ao novo corpo em desenvolvimento no ventre materno) (CAMACHO, VARGENS e PROGIANTI, 2010). As alterações fisiológicas podem ser sutis ou marcantes, desconfortáveis e até mesmo causar temor (BRANDEM, 2000). No primeiro trimestre, talvez a mulher não perceba grandes diferenças, pelo fato dessas mudanças estarem acontecendo apenas no interior do corpo. Já no segundo trimestre, com a gravidez mais estável, a maioria das gestantes sentem uma melhora na disposição. Quando a mulher entra no terceiro trimestre de gestação, geralmente a indisposição pode voltar devido ao edema dos membros inferiores, a respiração difícil e o cansaço mais rápido.

A gestação leva também a alterações hormonais muito importantes, devido um aumento contínuo das concentrações dos dois principais hormônios femininos: a progesterona e o estrogênio, até atingir valores muito elevados (NEME, 2006; LUZ, BERNI e SELLI, 2007).

Portanto, é uma fase considerada de tensão para a mulher, devido às grandes mudanças que estão e continuarão a acontecer (CAMACHO, VARGENS e PROGIANTI, 2010), mas mesmo assim, a gravidez é considerada um momento especial para muitas mulheres (MOURA e SILVA, 2006, FREITAS, COSTA, RAMOS e MAGALHÃES, 2003).

Diante disto, para que a gravidez transcorra com segurança, é necessária uma rede de assistência de cuidados que inclui: a prevenção, a promoção da saúde e o tratamento dos problemas que ocorrem durante o período gestacional e após parto em uma rede de gestão organizada de assistência, onde há a necessidade das secretarias estaduais e municipais de saúde adaptar, colocarem em prática e avaliarem a aplicação dessa gestão, visando à melhoria da qualidade dessa assistência em todo o país (BRASIL, 2000).

2.2 A GESTAÇÃO DE ALTO RISCO

A gestação sendo um processo fisiológico, sua evolução na maioria dos casos ocorre sem intercorrências. Apesar disso, há uma parcela pequena de gestantes que podem ser portadoras de alguma doença, passarem por algum agravamento ou desenvolverem alguma intercorrência que leve a maiores probabilidades de uma evolução desfavorável para o binômio mãe e filho. Esse grupo constitui o chamado de “gestantes de alto risco” que estabelece uma necessidade de cuidados máximos necessários para estas com alta probabilidade de agravos à saúde (BRASIL, 2010).

Portanto, a gestação de alto risco acontece quando a mulher apresenta alguma doença ou condição sociobiológica como: hipertensão arterial, diabetes, alcoolismo, obesidade e outras, que levam prejuízo a evolução da gravidez (LUZ, SOARES, GRILLO, VIOLA, LAPORTE e BINO, 2015), condições estas que podem levar à morte materna e/ou neonatal (COSTA, CURA, PERONDI, FRANÇA e BORTOLI, 2016).

Existem marcadores e fatores de risco gestacionais que podem estar presentes anteriormente à gestação e se dividem em:

1. Características individuais e condições sociodemográficas desfavoráveis (Idade maior que 35 anos; Idade menor que 15 anos ou menarca há menos de 2 anos*; Altura menor que 1,45m; Peso pré-gestacional menor que 45kg e maior que 75kg (IMC30); Anormalidades estruturais nos órgãos reprodutivos; Situação conjugal insegura; Conflitos familiares; Baixa escolaridade; Condições ambientais desfavoráveis; Dependência de drogas lícitas ou ilícitas; Hábitos de vida – fumo e álcool; Exposição a riscos ocupacionais: esforço físico, carga horária, rotatividade de horário, exposição a agentes físicos, químicos e biológicos nocivos, estresse).
2. História reprodutiva anterior (Abortamento habitual; Morte perinatal explicada e inexplicada; História de recém-nascido com crescimento restrito ou malformado; Parto pré-termo anterior; Esterilidade/infertilidade; Intervalo interpartal menor que dois anos ou maior que cinco anos; Nuliparidade e grande multiparidade; Síndrome hemorrágica ou hipertensiva; Diabetes gestacional; Cirurgia uterina anterior (incluindo duas ou mais cesáreas anteriores).
3. Condições clínicas preexistentes (Hipertensão arterial; Cardiopatias; Pneumopatias; Nefropatias; Endocrinopatias (principalmente diabetes e tireoidopatias); Hemopatias; Epilepsia; Doenças infecciosas (considerar a situação epidemiológica local); Doenças autoimunes; Ginecopatias; Neoplasias) (BRASIL, 2010, p. 12).

Outros grupos de fatores de riscos gestacionais estão ligados a situações ou complicações que podem surgir no decorrer da gestação:

1. Exposição indevida ou acidental a fatores teratogênicos.
2. Doença obstétrica na gravidez atual (Desvio quanto ao crescimento uterino, número de fetos e volume de líquido amniótico; Trabalho de parto prematuro e gravidez prolongada; Ganho ponderal inadequado; Pré-eclâmpsia e eclâmpsia; Diabetes gestacional; Amniorrhex prematura; Hemorragias da gestação; Insuficiência istmo-cervical; Autoimunização; Óbito fetal).
3. Intercorrências clínicas (Doenças infectocontagiosas vividas durante a presente gestação (ITU, doenças do trato respiratório, rubéola, toxoplasmose etc.); Doenças clínicas diagnosticadas pela primeira vez nessa gestação (cardiopatias, endocrinopatias) (BRASIL, 2010, p. 13).

Dentre esses marcadores de risco, a hipertensão arterial gestacional ocupa lugar importante, sendo considerada uma das mais importantes complicações no ciclo gravídico puerperal, levando a um alto risco de morbimortalidade materna e perinatal (MARTINS, MONTECELLI, BRUGGEMANN e COSTA, 2012). Estes distúrbios hipertensivos são as intercorrências mais comuns no pré-natal, que acometem 12 a 22% das

gestantes, sendo a eclampsia uma das causas principais de morte materna nos países desenvolvidos e em desenvolvimento (MOURA, DAMASCENO e PEREIRA, 2010).

Diante disso, é de suma importância a atenção de todos os prestadores de serviço e os gestores em saúde estarem atentos a identificação desses fatores que levam a complicações, avaliando-os dinamicamente, a fim de verificar as possíveis ações a serem tomadas para prevenir estas complicações e reduzir a Razão de Mortalidade Materna (RMM) (COSTA et al, 2016; BRASIL, 2010).

Assim, as necessidades das mulheres sem risco durante a gestação são resolvidas, na maior parte das vezes, com cuidados simples no nível primário de assistência. Embora as gestantes de alto risco necessitem de procedimentos mais complexos que só são realizados nos níveis secundário e terciário, com equipe de profissionais e técnicas sofisticadas, alguns casos podem também serem resolvidos no nível primário. Esta definição relacionada ao nível de assistência para a solução dos problemas dependerá da intercorrência apresentada e qual intervenção será necessária (BRASIL, 2010).

2.3 A GESTÃO DO CUIDADO A GESTANTE PORTADORA DE SHEG

A assistência as gestantes tem sido implantada por meio de programas e ações na área de saúde da mulher ao longo de décadas no Brasil (QUEIROZ, MARQUES, JORGE, PINTO, GUARITA e MENEZES, 2009). A Organização Mundial de Saúde (OMS) tem recomendado que os serviços de saúde na atenção básica e hospitalar busquem desenvolver ações de forma integrada e contínua, de forma que a grávida, especialmente em situação de risco, sejam monitoradas pela equipe de saúde (MARTINS, REZENDE e LANA, 2009).

Assim, o pré-natal deve contemplar uma avaliação dinâmica das situações de risco, identificação e atuação imediata do problema encontrado, de forma a impedir um desfecho desfavorável. Portanto, a ausência de uma assistência pré-natal adequada, por si mesma, pode aumentar o risco para a gestante ou o seu recém-nascido. Deve-se ficar alerta, pois uma gravidez que está transcorrendo bem em qualquer momento pode se tornar de risco, assim há necessidade de reclassificar o risco a cada consulta ou na evolução do trabalho de parto. Essa intervenção ágil e precoce ajuda a evitar atrasos na assistência que muitas vezes levam a morbidade grave, morte materna ou perinatal (BRASIL, 2010).

Diante disso, todos os profissionais de saúde que assistem gestantes devem estar habilitados a reconhecer esses fatores de riscos e serem capazes de avaliá-los de modo dinâmico, determinando o momento que a grávida necessitará de uma assistência especial ou de avaliação com outros profissionais (BRASIL, 2010).

O intuito dessa assistência pré-natal de alto risco é contribuir com o curso de uma gravidez que tem uma maior chance de resultado desfavorável, diminuindo assim a exposição ao risco para a gestante e o feto, ou reduzir possíveis consequências adversas. Por isso, a gestão dos estados e municípios deve organizar uma rede de atenção obstétrica, que percorra todos os níveis de complexidade assistenciais, definindo os pontos de atenção e corresponsabilidades (BRASIL, 2010).

Essa estruturação da rede assistencial implica na disponibilidade de atenção pré-natal de baixo e alto risco, planejamento familiar, atendimento das emergências obstétricas e partos, leitos de Unidade de tratamento intensivo Neonatal (UTI-Neo) e Unidade de Tratamento Intensivo (UTI) para adultos, leitos para cuidados intermediários de recém-nascidos (RNs), casas de apoio as gestantes de risco que tem dificuldades de acesso geográfico ou a puérperas que tem seus RNs com necessidade de internação. Implica em um atendimento humanizado por meio da sensibilização e da atualização profissionais de saúde das equipes como um todo. Esses serviços de atenção podem coexistir em um mesmo município ou serem organizados por regiões de saúde (BRASIL, 2010). Assim, essa organização e a adequação de um sistema estadual e municipal de referência e contra referência cumprem as metas estabelecidas pactuadas, facilitando o acesso a esses serviços que integram todos os níveis da atenção: promoção, prevenção e assistência à saúde da gestante e do recém-nascido, desde o atendimento ambulatorial básico ao atendimento hospitalar para alto risco (BRASIL, 2006).

Especificamente nas SHEG a assistência será regida de acordo com a classificação de risco da gestante. Na Pré-eclâmpsia há necessidade de monitoramento rigoroso da pressão arterial (PA) e a detecção de proteinúria. Se a PA começar a aumentar, a gestante deve ser reavaliada dentro de 1 a 3 dias. Na Pré-eclâmpsia leve as gestantes devem ser encaminhadas para o serviço de referência hospitalar para internação, avaliação diagnóstica inicial e uso de normossódica e repouso relativo. Na Pré-eclâmpsia grave internação, solicitar exames de rotina e avaliar as condições maternas e fetais. Deve-se avaliar necessidade de transferência para unidade de referência especializada, após a estabilização materna inicial (BRASIL, 2010).

Em relação à Eclampsia a conduta clínica objetiva o tratamento das convulsões, da hipertensão e dos distúrbios metabólicos, além de assistir a mulher com cuidados e controles gerais. No tratamento da hipertensão aguda deve-se adotar a terapia anti-hipertensiva para níveis pressóricos diastólicos persistentes acima de 105 ou 110mmHg. Em grávidas adolescentes deve-se considerar o tratamento para níveis acima de

100mmHg. Hipertensão crônica em mulheres com história de hipertensão de longa data deve ser avaliada para lesões de órgãos-alvo, incluindo hipertrofia ventricular, retinopatia e doença renal (BRASIL, 2010).

3. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo, documental, com enfoque qualitativo, na modalidade estudo de caso que é caracterizado “pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados” (GIL, 2011, p.57). Justifica-se devido à adequabilidade para a utilização em estudos não probabilísticos, dando possibilidade ao pesquisador de delimitar seu grupo ou caso de estudo, sem generalizar os dados obtidos (FURTADO e DUARTE, 2014). Para a fundamentação teórica utilizou a pesquisa bibliográfica, cujo intuito é colocar o pesquisador de frente as informações já pesquisadas e publicadas (MARCONI e LAKATOS, 2011).

Foi desenvolvido no mês de abril e maio de 2018, tendo como universo da pesquisa uma maternidade de um Hospital Universitário do norte de Minas Gerais. A técnica de amostragem foi por tipicidade ou intencional que segundo Gil (2011) é uma amostragem não probabilística que seleciona um determinado subgrupo da população, considerado significativo de toda a população com base nas informações que dispõe. Portanto, teve como participantes gestantes com diagnóstico de SHEG internadas na instituição de estudo, que foram selecionadas e incluídas como sujeito do estudo de caso após levantamento dos dados que respondem aos objetivos da pesquisa. Para levantamento dos dados documentais foram coletados as informações do cartão pré-natal e prontuário eletrônico de uma paciente específica em um impresso específico. E realizou-se também entrevistas com outras gestantes internadas pelo mesmo motivo para análise da gestão do cuidado prestado.

Durante essa etapa a coleta de dados foi realizada por meio de questionário contendo as seguintes perguntas norteadoras: Dados sociodemográficos; Dados gineco-obstétricos; Sinais e sintomas que levaram a procurar o hospital; Tratamento e cuidado realizado. Posteriormente, após a organização dos dados, baseados no julgamento clínico e no conhecimento com a ajuda de um profissional de saúde, foram identificadas as intervenções de saúde na condução do caso, centrando na integralidade da assistência durante o processo de cuidar na SHEG.

Os dados foram analisados sistematicamente com base na temática “gestão da assistência na SHEG” à luz da vasta produção científica acerca de assunto. No presente estudo foi respeitada a Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012, do Conselho Nacional de Saúde, que regulamenta as pesquisas que envolvem seres humanos (BRASIL, 2012), sendo preservado o sigilo, a privacidade, o anonimato e a autonomia. Para garantia do anonimato foi assegurada a identificação da gestante, adotando assim apenas as letras iniciais da mesma em toda elaboração do estudo.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Esta seção apresenta os resultados obtidos por meio da pesquisa mediante o objetivo geral e os específicos. Para alcançar o objetivo geral e os específicos fez-se necessário a descrição do estudo de caso de uma participante e a utilização de informações emergidas de entrevistas com outras gestantes e um profissional de saúde que convergem para a análise da gestão da assistência a SHEG. Em consonância a análise dos dados coletados será fundamentada no referencial teórico sobre a temática.

4.1 DESCREVENDO O CASO DE UMA PACIENTE ESPECÍFICA

Paciente E.R.R. S, sexo feminino, 25 anos, parda, do lar, natural São Francisco/MG, união estável, 2º grau completo, acompanhamento do pré-natal na cidade de origem. G1P0A0, IG: 32 semanas e 3 dias, realizou onze consultas de pré-natal, com elevação dos níveis pressóricos, porém não foi prescrito anti-hipertensivo. ITU tratada na gestação, grupo sanguíneo “O” positivo. Admitida no bloco obstétrico do Hospital Universitário Clemente de Faria (HUCF) no dia 18/04/2018 em caráter de urgência, trazida pelo SAMU com pedido de vaga pela central de leito, com relato de crise convulsiva em domicílio e outro durante atendimento hospitalar. No município de origem foi administrado hidralazina, nifedipina, sulfato de magnésio dose de ataque e manutenção e cefalotina devido leucocitose. Diagnóstico médico: eclampsia. Sinais e sintomas: convulsões. Durante o exame físico apresentava-se sonolenta, verbalizando, em uso de O2 por máscara de alto fluxo. P.A: 130 x 90 mmHg; FC:100 bpm; BCF 140 bpm. Realizado plaquetas durante o atendimento: 74.000. Encaminhada para cesárea de urgência. Prescrito reserva de sangue e anti-hipertensivo. Manteve uso de sulfato de magnésio até 48 hs pós-parto. Solicitado exames laboratoriais e curva pressórica para propedêutica da SHEG durante o período de internação até a normalidade dos escores para alta hospitalar. Paciente evoluiu estável clinicamente e hemodinamicamente recebendo alta hospitalar em 25/04/2018. O recém-nascido (RN) permaneceu retido no hospital devido prematuridade baixo peso ao

nascer. Mas a todo momento durante a internação e após alta hospitalar, a paciente foi estimulada ao vínculo e ao aleitamento materno com o seu RN.

4.2 DESCREVENDO SOBRE AS INFORMAÇÕES EMERGIDAS DAS ENTREVISTAS NA GESTÃO DO CUIDADO DA SHEG

Além do estudo de caso, para complementação de informações que respondem os objetivos da pesquisa, foram entrevistadas duas gestantes com internação em um hospital universitário devido quadro clínico de SHEG e um profissional de saúde atuante nesta área para averiguar a gestão do cuidado diante dessa síndrome gestacional.

Por meio das entrevistas emergiram as seguintes informações: as gestantes tinham a idade entre 32 a 35 anos, procedentes de municípios da região do Norte de Minas Gerais, primípara e multípara, com idade gestacional entre 31 a 34 semanas, realização de pré-natal, exames e vacinas, sendo encaminhadas para o hospital devido sintomatologia e sinais aumento da pressão arterial (PA) que variava entre 220X120mmHg a 180X100mmHg, cefaleia, dor epigástrica, sangramento e edema dos membros inferiores (MMII), todas fizeram uso de anti-hipertensivo durante a gestação para controle da PA e aguardando pelo acompanhamento clínico e obstétrico o melhor momento para resolução do parto. A maioria apresentava quadro de ansiedade e preocupação devido a eminência de nascimento prematuro de seus filhos.

Em relação às informações recebidas na entrevista pelo profissional de saúde a gestão da assistência a pacientes com SHEG se dá pelo seguimento do protocolo assistencial validado da instituição. A gestão do cuidado segundo o protocolo se dá por cada classificação da SHEG (pré-eclampsia, eclampsia e Help Síndrome) com as condutas (tratamento e cuidados) a serem tomados em cada caso.

4.3 DISCUSSÃO

Diante dos resultados, percebe-se que os dados sociodemográficos e clínico obstétricos corroboram com estudo de outros autores em que a prevalência da SHEG é evidenciada pelo extremo de idade, primíparas, idade gestacional acima de 20^o semana de gestação, presença do diabetes mellitus, excesso de peso, histórico de SHEG em gestações anteriores e prematuridade (KERBER e MELERE, 2017; BRITO et al, 2015).

A gestão dos cuidados com as gestantes com SHEG seguem protocolos preconizados pela gestão em saúde pública a gestantes de alto risco que incluem realização e acompanhamento pré-natal prioritário, contínuo, preferência mínima de duas consultas mensais, realização de exames específicos para diagnóstico e avaliação de complicações da SHEG, uso de anti-hipertensivos, anticonvulsivantes, corticoides, monitoramento da PA e outros sintomas clínicos, avaliação das condições maternas e fetais para o melhor momento da condução do parto (SILVA, OLIVEIRA, SANTOS e VAZ, 2017; BRASIL, 2010).

No que tange aos níveis de atenção, essa assistência pode acontecer nos três níveis de gestão pública do cuidado, com uma rede assistencial disponível e equipada para esse atendimento. A produção desse cuidado e o seguimento do seu fluxo irão ser definidos pela estratificação de risco dessa gestante com SHEG. A linha de cuidado a essas gestantes inicia-se com o acompanhamento pré-natal por parte das equipes da Estratégia da Saúde da Família (ESF) ou da atenção básica tradicional. A gestante de risco que apresentar uma complicação maior poderá ser encaminhada ao nível secundário constituído por Núcleos de Apoio a Saúde da Família (Nasf) ou ambulatorios de referencia. Havendo necessidade de atendimento mais especializado, poderão ser encaminhadas ao nível terciário de atenção, ou seja, os hospitais. As condutas são de forma individualizada para cada gestante após seu diagnóstico de SHEG, por meio da classificação, que dependerá da gravidade e da idade gestacional (BRASIL, 2010).

O tratamento definitivo da SHEG em todos os casos é o parto. Essa interrupção irá depender de diversos fatores como: a idade gestacional, a gravidade materna, o bem estar fetal e a presença ou não de complicações (SOUZA, AMORIM, COSTA, NETO, 2010). A pré-eclâmpsia como sendo uma das complicações mais comuns na SHEG e com alto grau de morbimortalidade materna e perinatal, é responsável pela maioria dos partos prematuros, por ser uma opção mais segura para o binômio mãe e filho (RUIZ, AZEVEDO, FERREIRA e MAMEDE, 2015; BRITO et al, 2015).

A decisão da via de parto é tomada de acordo com cada caso e feita pelo profissional que irá assisti-lo, sendo importantes as orientações a gestante e sua família, de forma clara e compreensível, minimizando assim a manifestação de aspectos emocionais como a ansiedade e o medo, além de reações emocionais associadas a “morte da gravidez idealizada”, surgindo sentimentos de raiva, culpa e censura. Portanto, na gestão do cuidado os profissionais de saúde devem estar preparados e sensíveis para identificar e entender esse processo emocional para o melhor encaminhamento na condução desse caso e na vigência de um parto prematuro (BRASIL, 2010).

Portanto, a gestão da linha de cuidado de gestantes com SHEG deve ser realizada sobre protocolos que sejam embasados com as condutas de cuidados preconizados pelo Ministério da Saúde (MS), onde essa atenção é realizada de acordo com a estratificação de risco dentro da SHEG (BRASIL, 2010). Gestão essa

que se baseia em um cuidado inicialmente baseado na prevenção e controle das síndromes hipertensivas por meio da identificação e implementação de intervenções efetivas que permitem reduzir a mortalidade materna durante o pré-natal, nascimento e puerpério, sendo que estas devem ser prioridade na gestão do cuidado dos órgãos governamentais e da sociedade (PEREIRA, SANTOS, OLIVEIRA E SILVA e NAGLIATI, 2017).

Assim, essa gestão de assistência a gestante de forma integralizada desde o pré-natal até o puerpério, com foco na prevenção, diagnóstico e intervenção precoce pode interferir nos fatores de risco gestacional da SHEG (KERBER e MELERE, 2017). Dentro dessa assistência pré-natal, é importante destacar atenção do pré-natal de alto risco (PNAR), que permitirá as gestantes com SHEG consultas especializadas, exames específicos, referência ao parto, entre outros cuidados que facilitarão o acompanhamento de todo o processo gestacional, reduzindo possíveis riscos. Esse acompanhamento pode ser realizado por profissionais médicos e enfermeiros, independentemente do nível da atenção à saúde no qual atuam (ANTUNES, DEMITTO, GRAVENA, PADOVANI e PELOSO, 2017).

Partindo desse pressuposto, há a necessidade do compromisso dos profissionais de saúde em seguirem essas linhas de gestão do cuidado para que essa assistência se torne mais adequada para esse grupo de mulheres. Pois a falha desse acompanhamento contínuo e supervisionado pelo profissional a essa gestante pode comprometer a qualidade dessa gravidez e consequentemente a sobrevivência fetal (SILVA et al, 2017).

Em uma gestão que contenha uma equipe multiprofissional com conhecimento técnico-científico e aliado a este a humanização, torna a assistência com qualidade dinâmica e resolutiva (OLIVEIRA, PAIXÃO, FRAGA, SANTOS e ANDRADE, 2017). Nesse sentido, é importante que a equipe conheça e de posse dessa gestão do cuidado esteja preparada para atender as demandas das gestantes com tal desordem, acolhendo-a e acompanhando-a com dignidade e humanização durante todo o ciclo gravídico puerperal resguardando a saúde materno-fetal por meio da prevenção de complicações e assistência nas intercorrências, refletindo na qualidade dessa assistência prestada e preservando a vida humana (AGUIAR, SILVA, FEITOSA e CUNHA, 2014; OLIVEIRA et al, 2017).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dos resultados desse estudo, possibilitou analisar a gestão da assistência a gestantes portadoras de SHEG em um hospital universitário de Montes Claros, sendo essa atenção baseada em linha de cuidados por meio da estratificação da SHEG, conforme sugerido pelos órgãos governamentais de saúde: MS e OMS.

Os resultados apontam aspectos que envolvem uma articulação da rede de saúde da mulher para gestantes com SHEG tanto na instituição como no município estudado, apontando as ações de gestão de assistência a nível regional a gestação de alto risco associadas aos cuidados à gestante com doença hipertensiva específica da gravidez.

O estudo permitiu avaliar limitação e fragilidade da rede, apontando uma fragmentação na linha do cuidado quando o profissional de saúde deixa de entrar com droga hipertensiva ao diagnosticar uma gestante com SHEG, sendo a primeira conduta a ser tomada na gestão do cuidado dessas mulheres. Sendo assim, é necessário ser implementado pelas políticas públicas de saúde um processo de educação permanente em relação a gestão do cuidado a gestantes com SHEG, para que os profissionais de saúde se em poderem desse conhecimento, fundamentado na importância de cada etapa dessa assistência, contribuindo grandemente para uma vida humana.

Como potencialidades na instituição, destacaram-se o protocolo assistencial as gestantes com SHEG e a tomada de condutas pelos profissionais a essas mulheres conforme estabelecido por esse protocolo. No entanto, ainda é necessário investir em políticas de ampliação desse modelo de atenção a outras instituições e municípios para melhorar e ampliar o cuidado compartilhado e corresponsável entre as várias prestadoras de cuidado.

A importância do comprometimento e legitimação da gestão pública é de grande relevância e imprescindível na definição de políticas públicas de saúde voltadas para a mulher e a criança, na promoção da saúde e prevenção da SHEG, como uma das iniciativas para a diminuição da morbimortalidade materna e neonatal precoce.

Referências

- ACOG. American college of obstetricians and gynecologists. **Clinical Practice Guideline The Management of Hypertension in Pregnancy**. Washington: American College of Obstetricians and Gynecologists, 2016.
- AGUIAR, L. R. S.; SILVA, M. G. P.; FEITOSA, W. F.; CUNHA, K. **Análise de estudos sobre as condutas de enfermagem no cuidado a gestante com doença hipertensiva**. Revista Interdisciplinar, 7(1); 204-15, jan. fev. mar. 2014.
- AGUIAR M.I.F., FREIRE P.B.G., CRUZ I.M.P., LINARD A.G., CHAVES E.S., ROLIM I.L.T.P. **Sistematização da assistência de enfermagem a paciente com síndrome hipertensiva específica da gestação**. Rev Rene Fortaleza, 4(11); 66-75, out. dez. 2010.
- ANTUNES M.B., DEMITTO M.O., GRAVENA A.A.F., PADOVANI C., PELOSO S.M. **Síndrome hipertensiva e resultados perinatais em gestação de alto risco**. REME – Rev Min Enferm 21:e-1057. Jan. 2017.

- BRANDEN P.S. **Enfermagem materno-infantil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso editores, 2000.
- BRASIL, Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 466/2012. Brasília: Ministério da Saúde, 2012.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Gestação de alto risco: manual técnico**. 5. ed. Brasília : Ministério da Saúde, 2010.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Manual Técnico Pré-Natal e Puerpério Atenção Qualificada e Humanizada**. Cad. Nº. 05. Brasília: Ministério da Saúde, 2006.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Assistência Pré-natal: Manual técnico**. 3. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2000.
- BRITO K.K.G. DE, et al. **Prevalencia de las síndromes hipertensivas específicas del embarazo (GHS)**. J. res.: fundam. care. Online, 7(3); 2717-25, jul. set. 2015.
- CAMACHO K.G., VARGENS O.M.C., PROGIANTI J.M. **Adaptando-se à nova realidade: a mulher grávida e o exercício de sua sexualidade**. Rev. enferm. UERJ, 18(1); 32-37, jan. marc. 2010.
- COSTA L.D., et al. **Perfil epidemiológico de gestantes de alto risco**. Cogitare Enferm, 21(2); 01-08, Abr. jun. 2016.
- COUNCIL A.H.M.A. **Clinical Practice Guidelines: Antenatal Care - Module I**. Canberra: Australian Government Department of Health and Ageing, 2012.
- FREITAS F., COSTA S.H.M., RAMOS J.G.L., MAGALHÃES J.A. **Rotinas em obstetrícia**. 2a ed. Porto Alegre: Artmed editora, 2003.
- FURTADO M.S.V., DUARTE S.V. **Trabalho de conclusão de curso (TCC) em ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Saraiva, 2014.
- GIL A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- HERCULANO M.M.S., SOUSA V.E.C., GALVÃO M.T.G., CAETANO J.A., DAMASCENO A.K.C. **Aplicação do processo de enfermagem a paciente com hipertensão gestacional fundamentada em orem**. Rev Rene, Fortaleza, 12(2); p. 401-8, abr. jun. 2011.
- HOSPITAL UNIVERSITÁRIO CLEMENTE FARIA (HUCF). **Protocolo de Normas e Rotinas Clínicas**. 3. ed. Unimontes: Montes Claros, 2011.
- KERBER G.F., MELERE C. **Prevalência de síndromes hipertensivas gestacionais em usuárias de um hospital no sul do Brasil**. Ver Cuid, 8(3); 1899-906, jun. ago. 2017.
- LUZ B.G., et al. **O perfil das gestantes de alto risco acompanhadas no pré-natal da policlínica de Divinópolis-MG, no biênio 2013-14**. J. Health Biol. Sci., 3(3); 137-43, julh. Set. 2015.
- LUZ A.M.H., BERNI N.I.O., SELLI L. **Mitos e tabus da maternidade: um enfoque sobre o processo saúde-doença**. Rev Bras Enferm, 60(16); 42-8, jan. fev. 2007.
- MARCONI M. DE A., LAKATOS E.M. **Técnicas de Pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas: 2011.
- MARTINS M., et al. **A produção de conhecimento sobre hipertensão gestacional na pós-graduação stricto sensu da enfermagem brasileira**. Rev. esc. enferm. USP; 46(4); 802-8, ago. 2012.
- MARTINS E.F., REZENDE E.M., LANA F.C.F. **Causas e evitabilidade dos óbitos perinatais investigados em Belo Horizonte, Minas Gerais**. Rev Min Enferm, 13(4); 550-74. Dez. jan. 2009.
- MENDES I.M. **Ajustamento materno e paterno: experiências vivenciadas pelos pais no pós parto**. Coimbra: Mar da Palavra, 2009.
- MOURA E.R.F., et al. **Fatores de risco para síndrome hipertensiva específica da gestação entre mulheres hospitalizadas com pré-eclâmpsia**. Cogitare Enferm, 15(2); 250-5, abr. jun. 2010.
- MOURA E.R.F.; SILVA R.M. **Assistência humanizada ao parto a partir de uma história de vida tópica**. Acta Paul, 17(2): 141-7, abr. jun. 2006.
- NEME B. **Obstetrícia básica**. 3. ed. São Paulo: Savier, 2006.
- OLIVEIRA G.S., PAIXÃO G.P., FRAGA C.D.S., SANTOS M.K.R., ANDRADE M.S. **Assistência de enfermeiros na síndrome hipertensiva gestacional em hospital de baixo risco obstétrico**. Rev Cuid., 8(2); 1561-72, jan. abr. 2017.
- PEREIRA G.T., et al. **Perfil epidemiológico da mortalidade materna por hipertensão: análise situacional de um estado nordestino entre 2004-2013**. J. res.: fundam. care. Online., 9(3); 653-658, jul. set. 2017.
- QUEIROZ M.V.O., et al. **Características e agravos prevalentes da população assistida na fase perinatal: Estudo em um hospital terciário do SUS**. Rev Min Enferm, 13(4); 565-73, out. dez. 2009.
- REZENDE F.J., MONTENEGRO C.A.B. **Obstetrícia fundamental**. 11. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2008.
- REZENDE J. **Obstetrícia**. 10. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2005.
- RICCI S.S. **Enfermagem materno-neonatal e saúde da mulher**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2008.
- RUIZ M.T., et al. **Associação entre síndromes hipertensivas e hemorragia pós-parto**. Rev. Gaúcha Enferm., 36 (spe); 55-61, jun. out. 2015 .
- SILVA P.L.N. DA, et al. **Cuidados pré-natais e puerperais às gestantes de um centro de saúde de minas gerais quanto ao risco de pré-eclâmpsia: aspectos clínicos, nutricionais e terapêuticos**. J. Health Biol Sci, 5(4), 346-51, out. dez. 2017
- SOUZA A.R., et al. **Tratamento anti-hipertensivo na gravidez**. Acta Med Port, 23(1):077-084, mar. Jan. 2010.
- SOUZA D.B.L., FERREIRA M.C. **Auto-estima pessoal e coletiva em mães e não-mães**. Psicol estud, 10(1); 10-25, jun. abr. 2005.
- VETTORE M.V., et al. **Cuidados pré-natais e avaliação do manejo da hipertensão arterial em gestantes do SUS no Município do Rio de Janeiro, Brasil**. Cad. Saúde Pública, 27(5); 1021-34, Mai. 2011.

ANÁLISE DA RENTABILIDADE DA EMPRESA SUZANO APÓS PREJUÍZO NOS ANOS DE 2015, 2016 E 2017.

COSTA, Mayra Mayrink¹

LORENA, Amanda Mara Martins¹

SILVA, Raíssa Maria Ribeiro²²

SILVA, Roberto César Faria e²³

SANTOS JÚNIOR, Ismael Mendes³

RESUMO

A Suzano Papel e Celulose é a segunda maior produtora de celulose de eucalipto e quinta maior produtora de celulose do mundo, com a produção estimada de 5,1 milhões de toneladas de papel e celulose para 2018. Entretendo a Suzano Papel e Celulose teve prejuízo de cerca de 959 milhões de reais no terceiro trimestre de 2015, pois a empresa foi fortemente impactada pela variação cambial neste período. Sendo assim, o presente artigo teve como objetivo geral analisar os indicadores financeiros da empresa nos anos de 2015, 2016 e 2017. Para atingi-lo, o estudo teve como objetivos específicos analisar sua rentabilidade no terceiro semestre dos respectivos anos. Para tal finalidade, realizou-se uma pesquisa exploratória de natureza quantitativa. Foi feita a análise através de uma pesquisa documental a partir das demonstrações financeiras da empresa em estudo. A partir da análise dos dados coletados, verificou-se que a empresa apresentou uma melhora expressiva nos índices de rentabilidade, contudo a Suzano Papel e Celulose encerrou 2017 com lucro líquido de R\$ 1,81 bilhão e geração de caixa operacional de cerca de R\$ 3,5 bilhões, sendo denominada a melhor da indústria brasileira. Conclui-se que apesar da companhia brasileira Suzano Papel e Celulose ainda não apresentar altos índices de rentabilidade, é uma empresa que apresenta um bom desempenho financeiro.

Palavras-chave: Liquidez. Atividade. Rentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

A Suzano Papel e Celulose é uma empresa brasileira de papel e celulose. A empresa é a maior produtora global de celulose de eucalipto e uma das 10 maiores de celulose de mercado, além de líder mundial no mercado de papel, com cerca de 30 marcas em quatro linhas: *cutsizes*, revestidos, não revestidos e papel-cartão. Sendo também uma das maiores empresas de silvicultura do país, possui uma área florestal de aproximadamente 90.000 (noventa mil) hectares nos estados da Bahia e Espírito Santo, englobando áreas cultivadas com eucalipto e remanescentes preservados de Mata Atlântica. Possui, ainda, culturas em áreas preservadas nos estados de São Paulo e

²² Acadêmicos do 4º Período do Curso de Administração—Campus Montes Claros

²³ Professor do curso de Administração Unimontes.

³ Professor do curso de Administração Faculdades Santo Agostinho

Maranhão. Líder em vários segmentos do mercado, a empresa é uma das maiores produtoras integradas de papel e celulose da América Latina.

Os principais produtos comercializados, tanto no mercado interno como externo, são: celulose de eucalipto, papel para impressão, papel para escrever e papel-cartão. A empresa possui três unidades industriais: no município de Mucuri, na região do extremo-sul do estado da Bahia, e as unidades de Suzano e Rio Verde, ambas localizadas no estado de São Paulo.

A mesma é controlada desde a sua origem pela família Feffer, tradicional empreendedora no setor de papel e celulose. Esse controle é agora exercido por meio da Suzano Holding, que possui também investimentos na indústria petroquímica através da Suzano Petroquímica.

Os negócios de papel e celulose representam hoje dois terços das receitas consolidadas da Suzano Holding. Partindo desse pressuposto torna-se importante o presente estudo para analisar os índices de rentabilidade da empresa após a alta do dólar, que conseqüentemente, desvalorizou o valor do papel e da celulose, causando um prejuízo em torno de R\$959 milhões de reais no terceiro trimestre de 2015 sendo possível reverter a situação com um lucro líquido de R\$800 milhões de reais no terceiro trimestre de 2017.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Demonstração de resultados

De acordo com Gitman (2010), a demonstração de resultado é um resumo dos resultados operacionais da empresa durante um determinado período. O mesmo afirma que:

As mais comuns abrangem um período de um ano encerrado numa data específica, normalmente 31 de dezembro de cada ano. Muitas grandes empresas, contudo, operam num ciclo financeiro de 12 meses, chamado de ano fiscal, que se encerra em alguma outra data. Além disso, é comum elaborar demonstrações de resultados mensais para uso da administração e obrigatório fornecer aos acionistas de companhias abertas demonstrações de resultados trimestrais (GITMAN, 2010, p. 41).

Nesse contexto, Ross; Westerfield; Jaffe (2010) afirmam que a demonstração de resultado mede o desempenho durante um período específico.

2.2 Balanço patrimonial

De acordo com Gitman (2010, p. 43), “o balanço patrimonial é uma descrição resumida da posição financeira da empresa em uma certa data”. O mesmo autor ainda afirma que essa demonstração equilibra os ativos da empresa (aquilo que ela possui) contra seu financiamento, que pode ser capital de terceiros (dívidas) ou capital próprio (fornecido pelos proprietários e também conhecido como patrimônio líquido).

Em contrapartida, Ross; Westerfield; Jaffe (2010, p. 39) ressaltam que o balanço patrimonial:

É um instantâneo feito pelo contador do valor contábil da empresa numa data específica, como se a empresa permanecesse estática por um momento. O balanço possui dois lados: no lado esquerdo temos os ativos, e no lado direito temos os passivos e o patrimônio dos acionistas. O balanço diz o que a empresa possui e como é financiada (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2010, p. 39).

2.3 Análise de demonstrações financeiras

Para Assaf Neto (2010, p.101 e 102):

A análise das demonstrações financeiras visa fundamentalmente ao estudo do desempenho econômico-financeiro de uma empresa em determinado período passado, para diagnosticar, em consequência, sua posição atual e produzir resultados que sirvam de base para a previsão de tendências futuras. Na realidade, o que se pretende avaliar são os reflexos que as decisões tomadas por uma empresa determinam sobre sua liquidez, estrutura patrimonial rentabilidade (ASSAF NETO, 2010, p.101 e 102).

2.4 Índices de rentabilidade

“Há muitas medidas de rentabilidade. Tomadas em seu conjunto, essas medidas permitem aos analistas avaliar os lucros da empresa em relação a um dado nível de vendas, um dado nível de ativos ou o investimento dos proprietários” (GITMAN, 2010, p. 58).

Segundo Assaf Neto (2010, p. 107):

Estes indicadores visam avaliar os resultados auferidos por uma empresa em relação a determinados parâmetros que melhor revelem suas dimensões. Uma análise baseada exclusivamente no valor absoluto do lucro líquido traz normalmente sério viés de interpretação ao não refletir se o resultado gerado no exercício foi condizente ou não com o potencial econômico da empresa (ASSAF NETO, 2010, p. 107).

2.4.1 Margem de lucro bruto

Essa margem “mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que permanece após a empresa deduzir o valor dos bens vendidos. Quanto maior a margem de lucro bruto, melhor para a empresa” (GITMAN, 2010, p. 58). O mesmo propõe a seguinte fórmula para seu cálculo:

$$\text{Margem de lucro bruto} = \frac{\text{Lucro bruto}}{\text{Receita de vendas}} \times 100$$

2.4.2 Margem de lucro operacional

De acordo com Gitman (2010, p. 58) a margem de lucro operacional “mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas remanescente após a dedução de todos os custos e despesas exceto juros, imposto de renda e dividendos de ações preferenciais”. O autor propõe a seguinte fórmula:

$$\text{Margem de lucro operacional} = \frac{\text{Lucro operacional}}{\text{Receita de vendas}} \times 100$$

Para Gitman (2010), é preferível uma margem de lucro operacional alta.

2.4.3 Margem de lucro líquido

Segundo Gitman (2010, p.59) essa margem “mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas remanescente após a dedução de todos os custos e despesas, inclusive juros, impostos e dividendos de ações preferenciais”.

A margem de lucro líquido é calculada através da seguinte fórmula:

$$\text{Margem de lucro líquido} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Receita de vendas}} \times 100$$

Ainda de acordo com Gitman (2010) a margem de lucro líquido é uma medida que vem sendo frequentemente associada ao sucesso de uma empresa em relação ao lucro obtido com as vendas.

2.4.4 Retorno sobre o ativo total

Também conhecido como Retorno Sobre o Ativo (*Return On Assets* - ROA), mede o retorno gerado pelos ativos da empresa. Para Santos e Barros (2013) este quociente “mostra qual foi o retorno do lucro líquido em relação ao Ativo e revela a “aptidão” da empresa para gerar lucro” (p. 298). Quanto maior o índice, melhor. O quociente de rentabilidade do ativo total, ou ainda taxa de retorno sobre investimentos, é calculado dividindo-se o lucro líquido do período pelo ativo total, como na equação:

$$ROA = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Ativo total}} \times 100$$

2.4.4 Retorno sobre o patrimônio líquido

O Retorno sobre o Patrimônio Líquido, conhecido também como *ReturnOnEquity* – ROE, demonstra a rentabilidade dos recursos próprios aplicados pelos sócios/acionistas na empresa. Segundo Santos e Barros (2013) este quociente é o que mais costuma despertar o interesse dos investidores, pois reflete o rendimento do capital aplicado por eles na empresa. É obtido a partir da aplicação da seguinte equação matemática:

$$ROE = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}} \times 100$$

3. METODOLOGIA

Quanto ao objetivo, a pesquisa caracterizou-se como pesquisa exploratória. De acordo com Gil (2008, p. 27) as “pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”. Para o autor este tipo de pesquisa é realizado, principalmente, quando o tema abordado é pouco explorado, tornando-se difícil formular hipóteses precisas sobre o tema.

Quanto à natureza, foi utilizada a pesquisa quantitativa, que segundo Malhotra (2005) essa pesquisa procura quantificar os dados. O mesmo ainda afirma que:

Ela busca uma evidência conclusiva, que é baseada em amostras grandes e representativas e de alguma forma, aplica análise estatística. Contrastando com a pesquisa qualitativa, as descobertas da pesquisa quantitativa podem ser tratadas como conclusivas e utilizadas para recomendar um curso de ação final. (MALHOTRA, 2005, p. 114).

Para a realização da pesquisa foi realizado um estudo de caso, que segundo Gil (2008, p. 57) “é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados”.

Além do estudo de caso, foi utilizada a pesquisa bibliográfica a partir de material selecionado, constituído a partir de fontes primárias e secundárias com o objetivo de compreender a teoria para utilizá-la na prática.

A pesquisa bibliográfica segundo Marconi e Lakatos (2003, p.183):

Abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas,

monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 183).

A unidade de análise do estudo se deu através de uma pesquisa documental que, segundo Marconi e Lakatos (2003, p.174), a fonte de coleta de dados da pesquisa “está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois”. Desse modo, coletaram-se os dados do Balanço Patrimonial e do Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE) referente ao terceiro trimestre dos anos 2015, 2016 e 2017 da Suzano Papel e Celulose, em seguida foram feitos e analisados os cálculos no Microsoft Excel para verificar os índices de rentabilidade da empresa em análise.

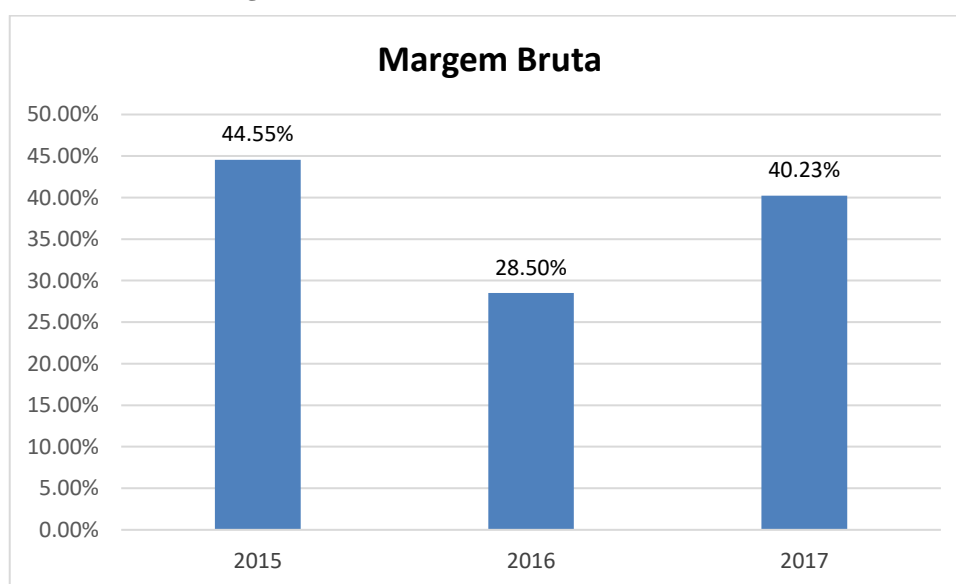
4.RESULTADO E DISCUSSÃO

Para realizar a análise da rentabilidade foram coletados da empresa correspondente os Balanços Patrimoniais e as DREs dos terceiros trimestres dos anos de 2015, 2016 e 2017. A seguir apresentam-se os resultados obtidos através dos indicadores calculados.

4.1 Análise da margem bruta no terceiro trimestre entre 2015 e 2017

A Margem Bruta da Suzano Papel e Celulose no terceiro trimestre de 2015 apresentou um índice de aproximadamente 44,55%, demonstrando um baixo resultado, considerando que um pouco mais da metade do capital está destinado aos custos. No mesmo período do ano seguinte, observa-se que a Suzano obteve uma redução do resultado em relação ao ano anterior, apontando um ganho de somente 28,5% sobre os produtos vendidos, alertando que 71,5% são custos. Já em 2017, observa-se que a Suzano obteve uma melhora no resultado em relação ao mesmo período do ano anterior, visto que houve um ganho de 40,23% sobre os produtos vendidos, podendo dizer que houve um aumento de 41,15%, indicando uma rentabilidade positiva, uma vez que para cada R\$ 1,00 de venda ou prestação de serviços, a empresa obtinha um lucro bruto de R\$ 0,41 (gráfico 01).

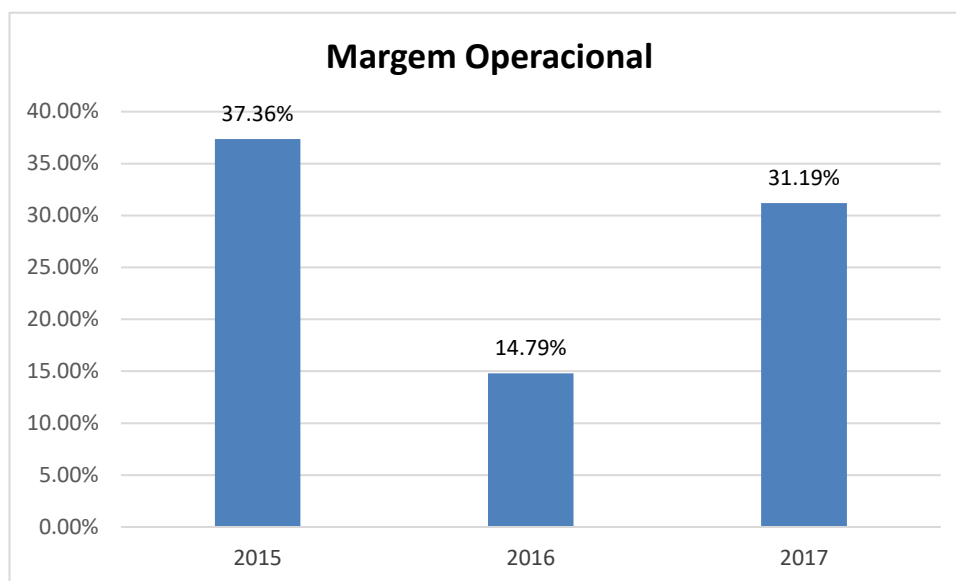
GRÁFICO 01 – Margem bruta no terceiro trimestre entre 2015 e 2017



Fonte: Dados da pesquisa.

4.2 Análise da Margem Operacional no terceiro trimestre entre 2015 e 2017

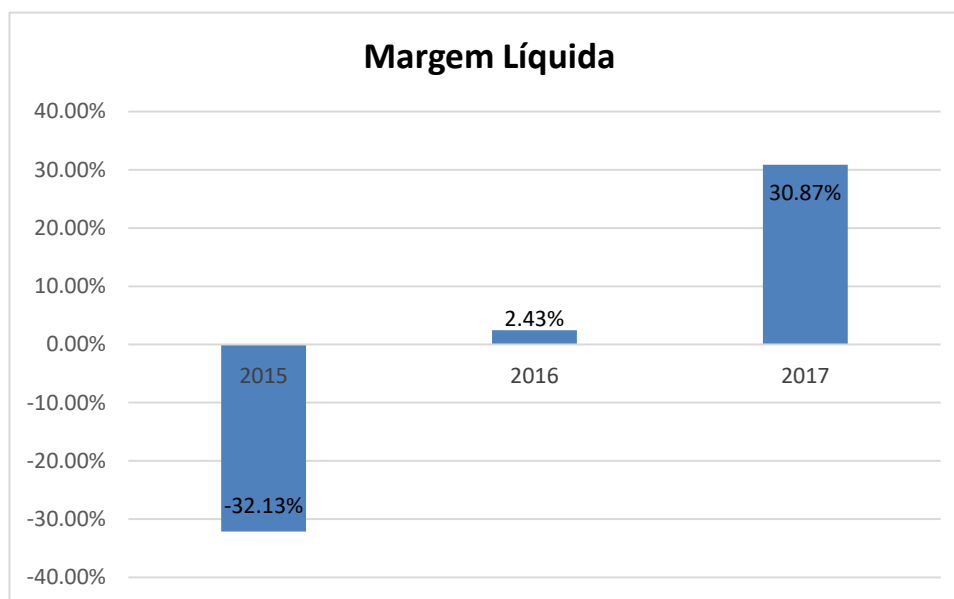
Ao calcular a Margem Operacional de 2015 da empresa Suzano, pode-se verificar que a organização obtivera lucro, o índice equivale à 37,36%. A partir disso, é possível visualizar que a empresa apresentou uma boa eficiência operacional. A companhia mostrou um elevado custo em despesas administrativas, em 2016, visto que o indicador resultou em 14,79%. Em 2017, a companhia mostra uma melhora expressiva de 52,5% ao comparar com o índice do mesmo período do ano anterior, tendo o índice de 31,19% indicando que a empresa possui uma boa margem operacional.

GRÁFICO 02 – Margem operacional no terceiro trimestre entre 2015 e 2017

Fonte: Dados da pesquisa.

4.3 Análise da Margem Líquida no terceiro trimestre entre 2015 e 2017

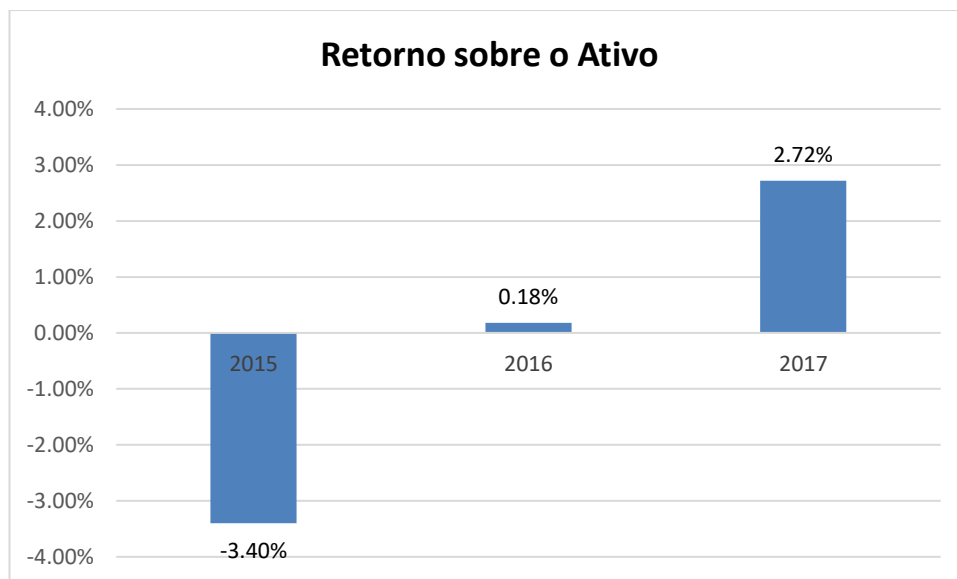
O índice da Margem Líquida da companhia em 2015 foi negativo, sendo este, -32,13% decorrente do prejuízo de R\$ 959 milhões de reais da receita líquida o que é preocupante pois uma empresa que apresenta uma Margem Líquida negativa e inferior aos seus concorrentes, mostra que há uma ineficiência em suas atividades operacionais e em sua gestão financeira. Em 2016, revelou um valor de 2,43%, apesar de baixo é muito favorável para a Suzano, posto que esta saiu do prejuízo do ano anterior e conseguiu atingir o lucro. Já em 2017, apresentando 30,87% como resultado da margem, continuou o aumento expressivo, 92,12% em relação ao ano anterior, mostrando claramente no gráfico abaixo que a empresa conseguiu recuperar seu prejuízo.

Gráfico 03 – Margem líquida no terceiro trimestre entre 2015 e 2017

Fonte: Dados da pesquisa

4.4 Análise do retorno sobre o ativo no terceiro trimestre entre 2015 e 2017

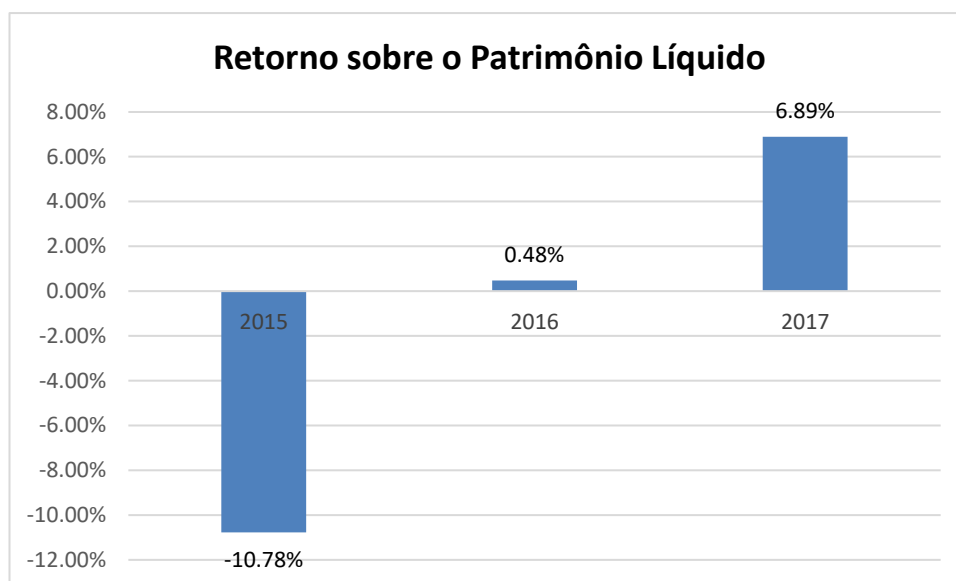
Em 2015, o Retorno sobre o Ativo da Suzano Papel e Celulose apresentou um índice negativo, aproximadamente 3,40%, demonstrando que a empresa não obteve nesse período capacidade em gerar lucro através dos ativos que possuía. Em 2016, esse resultado foi de 0,18%, ainda que muito baixo, mas é um pequeno ganho que a empresa obteve em relação ao que foi investido no Ativo, uma vez que, no mesmo período do ano anterior ela estava perdendo. Em 2017, o indicador resultou em 2,72%, ainda que considerado pequeno é um moderado ganho que a empresa obteve em relação ao que foi investido no Ativo, posto que, no mesmo período do ano 2015 estava negativo e no ano de 2016 estava mais baixo, como representado pelo gráfico abaixo:

Gráfico 04 – Retorno sobre o ativo no terceiro trimestre entre 2015 e 2017

Fonte: Dados da pesquisa

4.5 Análise do retorno sobre o patrimônio líquido terceiro trimestre entre 2015 e 2017

O Retorno sobre o Patrimônio Líquido da Suzano em 2015, indicou prejuízo de aproximadamente 10,78%, o que demonstra que a empresa nesse período encontrou dificuldades em gerar lucro com o dinheiro que foi aplicado pelos acionistas. Em 2016, houve uma melhora expressiva, apontando um resultado de 0,48%, salientando a saída do prejuízo e da perda de capital, em relação ao mesmo período do ano anterior, para um rendimento positivo, apesar de mínimo. Em 2017, este retorno exibiu um resultado de 6,89%, sendo um resultado benéfico para a Suzano, porém não o ideal, ressaltando-se que para cada R\$1,00 investido pelos acionistas da empresa houve um rendimento de R\$0,069 (gráfico 05).

GRÁFICO 05 – Retorno sobre patrimônio líquido no terceiro trimestre entre 2015 e 2017.

Fonte: Dados da pesquisa

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo teve como objetivo analisar as variações que ocorreram nos indicadores de rentabilidade da empresa Suzano Papel e Celulose, no período dos terceiros trimestres dos anos de 2015 a 2017.

A análise de rentabilidade foi calculada a partir dos indicadores: Margem Bruta, Margem Operacional, Margem Líquida, Retorno sobre o Ativo e Retorno sobre o Patrimônio Líquido, os quais mostraram a grande diferença de resultados referentes ao terceiro trimestre de cada ano.

Nesse estudo, foi possível constatar que a Margem Bruta e a Margem Operacional, no trimestre referente, apresentam um resultado razoável em 2015, mas que em 2016 ocorre uma queda significativa, aumentando os custos, que posteriormente, em 2017, é praticamente recuperada em relação a 2015. Relacionando a Margem Líquida, o Retorno sobre o Ativo e o Retorno sobre o Patrimônio Líquido é notório, ao observar os gráficos, o avanço positivo entre 2015 e 2017, evidenciando a saída de uma posição negativa em direção ao lucro, apesar deste não ser muito expressivo.

Conclui-se que apesar da companhia brasileira Suzano Papel e Celulose, ainda não apresentar altos índices de rentabilidade, é uma empresa que através do ótimo desempenho no resultado financeiro, da redução dos custos e da variação cambial vantajosa, a qual passou a valorizar o preço do papel e da celulose, a organização conseguiu reverter o prejuízo de R\$959 milhões de reais do terceiro trimestre em 2015, com um lucro líquido de

R\$800 milhões de reais no mesmo período em 2017, sendo considerada a maior produtora global de celulose de eucalipto e uma das 10 maiores de celulose de mercado.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Pearson, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ROSS, Stephen; WESTERFIELD, Randolph W; JAFFE, Jeffrey
F. **Administração Financeira**. 2 ed. São Paulo: atlas, 2010.

SILVA, José Pereira da. **Análise Financeira das Empresas**. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SUZANO, **Resultados e principais indicadores**. Disponível em: <<http://ri.suzano.com.br/informacoes-financeiras/resultados-e-principais-indicadores>> Acesso em: 31 mai. 2018.

ANÁLISE DAS DESPESAS COM SEGURIDADE SOCIAL NAS CAPITAIS BRASILEIRAS _ 2004 À 2015

ARAÚJO, Marília Gabriela Ferreira²⁴

CORDEIRO, Sther Lima²⁵

LOPES, Luana Alves²⁶

MACEDO, Reginaldo Morais²⁷

RODRIGUES, Geyse Anne Oliveira²⁸

SEGUNDO, Larissa Duarte²⁹

SILVA, JuneMarize Castro³⁰

Resumo: O presente artigo tem como objetivo analisar os dados coletados referentes às despesas que as capitais brasileiras obtiveram com a Seguridade Social no período situado entre os anos de 2004 e 2015. O estudo foi realizado levando em consideração as 25 capitais do Brasil, sendo a captação dos dados realizada por meio do banco de dados Finbra no sítio da Secretaria do Tesouro Nacional. O recurso metodológico utilizado foi a pesquisa descritiva e quantitativa. Quanto aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa documental de base estatística. A Seguridade Social trata-se de uma política pública estabelecida para garantia de um dos direitos do cidadão citado na Constituição Federal de 1988, sendo este o direito a segurança que é atribuído ao Estado. Inicialmente, contextualiza-se sobre as diversas abordagens conceituais acerca do tema política pública, que destacam o papel da política pública na solução de problemas da sociedade. Apresenta-se a conceituação de Seguridade Social e seus desdobramentos em ações para assegurar direitos relativos à saúde, à previdência e à assistência social. Ressalta-se que as maiores despesas constam em capitais consideradas grandes metrópoles, além disso, são capitais com maior número populacional e que são consideradas cidades centrais do país quanto ao fluxo de pessoas, serviços e mercadorias. O foco deste trabalho é apontar os dados referentes às despesas com Seguridade Social nas capitais do Brasil, não buscando necessariamente justificar os motivos intrínsecos que levam a este gasto, porém abrem-se possibilidades para um estudo futuro referente a esta questão.

Palavras-chaves: Seguridade social; Saúde; Assistência e Previdência social.

Abstract: The purpose of this article is to analyze the data collected regarding the expenditures that Brazilian capitals obtained with Social Security during the period between 2004 and 2015. The study was carried out taking into account the 25 capitals of Brazil, data made through the Finbra database on the website of the National Treasury Secretariat. The methodological resource used was the descriptive and quantitative research. As for the procedures, this is a documentary research based on statistics. The Social Security is a public policy established to guarantee one of the rights of the citizen mentioned in the Federal Constitution of 1988, this being the right to security that is assigned to the State. Initially, it is contextualized on the various conceptual approaches on the public policy theme, which highlight the role of public policy in solving problems of society. It presents the conceptualization of Social Security and its unfolding in actions to assure rights related to health, welfare and social assistance. It should be noted that the highest expenses are in capitals considered as large metropolises, in addition they are capitals with greater population numbers and that are considered central cities of the country in the flow of people, services and merchandise. The focus of this paper is to point out the data related to Social Security expenditures in the Brazilian capitals, not necessarily seeking to justify the intrinsic reasons that lead to this expense, but opens up possibilities for a future study on this issue.

Key-words: Social security; Cheers; Assistance and Social security.

²⁴ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

²⁵ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

²⁶ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

²⁷ Doutor em Administração/Professor de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

²⁸ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

²⁹ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

³⁰ Mestre em Administração/Professora de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

INTRODUÇÃO

Todos os cidadãos de um país possuem direitos e deveres individuais e coletivos para com o seu país, em complemento, de acordo com o Art. 5º da Constituição Federal “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade” (BRASIL, 1988, pág. 13) [1].

Além desses direitos do cidadão elencados no Art. 5º da Constituição de 1988, destaca-se também os direitos referentes à saúde, à previdência e à assistência social que são citados no Art. 194 da Constituição, sendo de competência do Estado e por isso este deve fornecer meios e recursos necessários para a efetivação desses direitos, garantindo assim a Seguridade social do cidadão.

A Seguridade Social está incluída no âmbito do sistema de políticas públicas adotadas pelo Governo que visa proteger e assegurar o público em momentos de vulnerabilidade social que acometem os sujeitos em seu contexto de vida, tendo o objetivo de integrar ações de iniciativa do poder público e da sociedade para a garantia de direitos de cidadania à população (Carmo e Guizardi, 2018) [2].

O termo política pública conta com uma diversidade de conceituações e teóricos que abordam sobre o tema e destacam o papel da política pública na solução de problemas da sociedade, porém, a conceituação mais conhecida continua sendo a de Laswell, ou seja, decisões e análises sobre política pública implicam em responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por que e que diferença faz (SOUZA, 2006, pág. 5) [3].

Sendo assim as políticas públicas são conjuntos de planos, metas, projetos e ações adotadas pelo governo com a finalidade de proporcionar o bem estar da sociedade e atender o interesse público que refletem as demandas e expectativas da sociedade quanto a soluções de problemas. E quando implementadas são monitoradas por meio de um sistema de acompanhamento e de avaliação (SOUZA, 2006, pág. 7).

Ao proporcionar o bem-estar e observar as demandas elencadas por parte da população, tem-se a Seguridade Social como “Um conjunto integrado de ações de iniciativa dos Poderes Públicos e da Sociedade, destinados a assegurar os direitos relativos à saúde, à previdência e à assistência social (Constituição Federal, 1988, Art.194, pág. 117)”.

Esses direitos oferecem proteção aos sujeitos em momentos de fragilidade social contra privações econômicas e sociais que surgem devido ao desaparecimento ou redução dos rendimentos ocasionados por enfermidade, maternidade, desemprego e etc.

Diante desse exposto, pode ser percebido o impacto social que uma política pública de Seguridade Social gera para a população, além disso é importante referir-se ao custo que estas políticas de seguridade fornecem aos cofres públicos, sendo este o objeto de estudo do presente artigo.

Por meio de uma pesquisa quantitativa e com base estatística o presente estudo visa apontar e analisar as despesas relacionadas à seguridade social em 25 capitais brasileiras entre os anos de 2004 a 2015 com base em dados coletados no banco de dados Finbra.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Políticas Públicas

O Estado tem como função promover o bem-estar da sociedade, assim, é necessário o desenvolvimento de ações e atuação em diferentes áreas, como, por exemplo saúde, educação e meio ambiente; para conseguir atingir os objetivos dessas ações o governo aplicam as políticas públicas.

Várias definições destacam o papel da política pública na solução de problemas da sociedade. Mead (1995) [4] a define como um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz de grandes questões públicas. Lynn (1980) [5] a define como um conjunto específico de ações do governo que irão produzir efeitos específicos. No mesmo sentido, Peters (1986) [6] afirma que política pública é a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação, e que influenciam a vida dos cidadãos. Dye [7] (1984) sintetiza a definição de política pública como “o que o governo escolhe fazer ou não fazer”. A definição mais conhecida continua sendo a de Laswell, ou seja, decisões e análises sobre política pública implicam em responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por que e que diferença faz.

Diante disso, pode-se interpretar que as políticas públicas são conjuntos de planos, metas e ações adotadas pelo governo com a finalidade de proporcionar o bem estar da sociedade e atender o interesse público que refletem as demandas e expectativas da sociedade.

2.1.1 Tipos de Políticas Públicas

Devido a abrangência da abordagem das áreas das políticas públicas, foram criadas tipologias a respeito do tema para melhor compreensão e esclarecimento a respeito do assunto. Com base na abordagem teórica de Lowi (1972) [8] define-se no quadro abaixo quatro tipos de políticas públicas (ver quadro 1):

Quadro 1: Tipos de políticas públicas

<p>Políticas Públicas distributivas</p>	<p>As chamadas políticas distributivas não consideram a limitação dos recursos públicos e buscam privilegiar não a sociedade como um todo, mas uma parcela da população. Como por exemplo: implantação de escolas e hospitais, construção de pontes e estradas, revitalização de áreas urbanas, etc.;</p>
<p>Políticas Públicas redistributivas</p>	<p>Por meio destas é que se alocam bens ou serviços a segmentos específicos da sociedade mediante recursos que são extraídos de outros grupos específicos. Nesse caso, as classes mais altas da sociedade são as responsáveis por financiar as pessoas rendas menores, os chamados beneficiários. Exemplos: reforma agrária, política de transferência de recursos inter-regionais, políticas tributárias, etc.;</p>
<p>Políticas Públicas regulatórias</p>	<p>São as mais facilmente identificadas e envolvem prioritariamente a administração pública e a burocracia estatal, além de outros grupos de interesse. As políticas regulatórias conformam-se em ordens e proibições, decretos e portarias. Exemplos: código de trânsito, código florestal, leis trabalhistas,</p>

	etc.;
Políticas Públicas constitutivas	São elas que estabelecem as ‘regras do jogo’, as normas e procedimentos a partir das quais devem ser formuladas e implementadas outras políticas. Exemplos: regras constitucionais, regimentos das casas legislativas e do congresso nacional, etc.

Fonte:Elaborados pelos autores (2018)

2.1.2 Políticas Públicas no Brasil

O surgimento das primeiras políticas públicas no Brasil ocorreu no governo de Getúlio Vargas (1930 – 1945) e abordavam principalmente as questões trabalhistas. Além destas, as áreas da saúde, educação profissional e habitação também foram consideradas. Antes disso, de acordo com Castro (2008, p.70) [9], “havia programas assistenciais e pontuais, exclusivos para determinados grupos de interesse e de profissionais (bancários, ferroviários etc.)”. Mas a autora complementa que “é importante ressaltar que as políticas propostas por ele mantêm o caráter excludente das ações existentes no período pré-Vargas” (CASTRO, 2008, p. 70) [9]. Esse caráter excludente, para ela, referia-se ao fato de que, em geral, essas políticas eram focalizadas em grupos ou categorias profissionais específicos.

Com o fim da ditadura, a partir da década de 80, as políticas públicas brasileiras ganharam uma nova abordagem, elas foram redesenhadas e ampliadas na Constituição de 1988. A partir dela, o Estado passou a ser mais responsabilizado pela regulação, implantação e gestão das mesmas. E é a partir dessa constituição que são previstas e propostas as políticas sociais universalistas, valendo ressaltar, um avanço específico nas áreas de educação e saúde, com a universalização do ensino fundamental e a criação do SUS (Castro, 2008). Apesar desse avanço, conforme cita Oliveira (2006) [10] no trecho a seguir, o projeto Constitucional brasileiro sofreu um entrave de natureza política e econômica:

A Constituição de 1988 representaria a consolidação e a ampliação política desses direitos no plano legal. No entanto, os rumos tomados pelo desenvolvimento do capitalismo em escala mundial, o fim do WelfareState, e as

políticas neoliberais atiraram a cidadania brasileira no contrapé de sua própria história (...) A aplicação das políticas neoliberais no Brasil, aliada a um certo refluxo dos movimentos populares, colocou em risco os direitos sociais e civis confirmados e ampliados na Constituição de 1988 (OLIVEIRA, 2006, pág.4).

Após um longo período de limitações quanto as políticas públicas no Brasil devido a ditadura, uma ampliação e atuação mais eficientes das políticas abordadas pela Constituição de 1988 permitiam um avanço progressivo nas diversas áreas públicas, porém o Brasil estava diante de uma situação econômica que limitava a efetivação das políticas sociais e colocava em risco os direitos adquiridos constitucionalmente (Oliveira, 2006, pág.4).

2.2 Seguridade Social

Em respeito ao atendimento da dignidade da pessoa humana, a Constituição Federal garante aos cidadãos brasileiros participação nas áreas de saúde, assistência social e Previdência Social atribuindo ao Estado o dever de “prover os meios e os recursos necessários para que a população tenha acesso a esse direito”. (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS MUNICÍPIOS, p. 9, 2008)

De acordo com o Art. 194 da Constituição Federal de 1988, conceitua-se a Seguridade Social como “Um conjunto integrado de ações de iniciativa dos Poderes Públicos e da Sociedade, destinados a assegurar os direitos relativos à saúde, à previdência e à assistência social”. A Organização Internacional do Trabalho (OIT, 1952) na Convenção nº 102 posteriormente ratificada pelo Decreto Legislativo nº 269/2008 define o termo Seguridade Social como:

(...) proteção que a sociedade proporciona a seus membros, mediante uma série de medidas públicas, contra as privações econômicas e sociais que, de outra maneira, derivariam do desaparecimento ou da forte redução de seus rendimentos em consequência de enfermidade, maternidade, acidente de trabalho, enfermidade profissional, desemprego, invalidez, velhice e morte, bem como da proteção em forma de assistência médica e de apoio a famílias com filhos.

No Art. 194 da Constituição apresenta os fundamentos que norteiam à política de Seguridade Social que são à (I) universalidade da cobertura e atendimento; (II) à uniformidade e equivalência dos benefícios rurais e urbanos; (III) à seletividade e distributividade na prestação de serviços; (IV) à irredutibilidade no valor dos benefícios; (V) à diversidade da base de financiamento estruturada em orçamento da Seguridade Social (autônomo); (VI) equidade na forma de participação no custeio; e (VII) caráter democrático e descentralizado dos seus subsistemas (previdência, saúde e assistência).

Para Delgado et al (2000) [11] a Seguridade Social serve de base para as políticas sociais que tem como característica evidenciar o nível de abrangência na garantia de segurança e proteção social à toda à população no fornecimento de serviços e direitos concedidos pelo Estado proporcionando o bem-estar social.

A sociedade que provêm os recursos de subsídios para sustentar a política de Seguridade Social, mesmo que direta ou indiretamente, o financiamento se dá pela União, Estados, Distrito Federal e dos Municípios em combinação com os incentivos dos empresários, dos trabalhadores e os detentores das importações de bens e serviços. (Confederação Nacional de Municípios, 2008) [12].

2.2.1 Previdência Social

A Previdência Social é de direito social de todo indivíduo que em determinado período de trabalho paga porcentagens para o sistema, que dá assistência quando não estiver exercendo, ou não poder exercer, mais o trabalho. Esse direito está previsto no Art.6º da Constituição de 1988, que prevê assistência pela incapacidade de trabalhar em casos de morte, invalidez, doença, idosos, situação de desemprego e proteção à família que dependia da renda. (Confederação Nacional de Municípios, 2008).

Este benefício se dá através de uma quantia em dinheiro paga aos dependentes e segurados da Previdência que assegura o rendimento da família em modo de pensão, aposentadoria, salário maternidade ou salário família. (Senac Nacional, 2004) [13].

De acordo com o Instituto Nacional de Seguro Social-INSS (s/d) a Previdência Social é definida como uma rede de proteção de amparo aos trabalhadores e suas famílias em todas as etapas da vida onde para ter direito aos benefícios previdenciários, é necessário se tornar um segurado. O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (2004) define a Previdência Social como sendo o “seguro social que substitui a renda do segurado-contribuinte quando ele perde sua capacidade de trabalho por motivo de doença, acidente de trabalho, velhice, maternidade, morte ou reclusão.”

Ainda segundo o Instituto Nacional de Seguro Social-INSS (2017) existem seis tipos de segurados sendo um deles o empregado que é o trabalhador com carteira assinada que presta serviços de natureza não eventual a empregador, mediante recebimento de salário. Outro segurado é o empregado doméstico, trabalhador com carteira assinada que presta serviço em residência de outra pessoa ou família. Existe ainda o trabalhador avulso que presta serviço a diversas empresas, sem vínculo de emprego, contratado por sindicatos ou órgãos gestores de mão de obra.

O contribuinte individual é aquele que trabalha por conta própria ou que presta serviço de natureza eventual a empresas, sem vínculo empregatício. Existe ainda o Segurado Especial que são agricultores familiares, pescadores artesanais ou indígenas que exercem atividade individualmente ou em regime de economia familiar. E por fim o segurado facultativo que é a pessoa maior de dezesseis anos de idade que não tem renda própria, mas contribui para a Previdência Social, como o estudante, a dona de casa e o síndico não remunerado (INSS, 2017).

O art. 201 da Constituição Federal em seu capítulo que trata da Seguridade Social diz que:

A previdência social será organizada sob a forma de regime geral, de caráter contributivo e de filiação obrigatória, observados critérios que preservem o equilíbrio financeiro e atuarial, e atenderá, nos termos da lei, à:

I- cobertura dos eventos de doença, invalidez, morte e idade avançada;

II- proteção à maternidade, especialmente à gestante;

III- proteção ao trabalhador em situação de desemprego involuntário;

IV- salário-família e auxílio-reclusão para os dependentes dos segurados de baixa renda;

V- pensão por morte do segurado, homem ou mulher, ao cônjuge ou companheiro e dependentes, observado o disposto no § 2º.

Conforme Júnior e Salvador (2015)[14], nos anos de 2003 a 2010 a fonte mais expressiva de financiamento com seguridade social no Brasil, foram as contribuições sociais:

“houve uma desaceleração dos gastos dos empregadores e uma aceleração dos gastos dos trabalhadores com a previdência social. Além disso, a contribuição dos empregadores tem um caráter de tributo indireto, já que eles contabilizam como custo o seu gasto contributivo e repassam para os preços dos produtos a serem consumidos, transferindo para os consumidores o ônus tributário, anulando o efeito redistributivo e ampliando a regressividade da tributação. (JÚNIOR E SALVADOR, 2015,pág.9) ”

É válido considerar que o acesso à seguridade social, é restrito a trabalhadores com emprego formal, excluindo, dessa forma, os trabalhadores informais. Portanto, deve-se considerar que o direito de previdência social não abrange a todas as categorias de trabalhadores. (SECRETARIA DE DIREITOS HUMANOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2013)[15]

2.2.2 Assistência Social

A Assistência Social(política de proteção social) representa à garantia para todos que necessitam, levando em consideração para proteção social, às pessoas, o contexto que se encontra e à família, é nesse âmbito social que se exija à proteção esteja mais próxima

do dia-a-dia das pessoas, pois é onde ocorre riscos e às fragilidades aparecem. (Secretaria Nacional de Assistência Social, 2005) [16].

A Política Nacional de Assistência Social possui intervenções dentro de seu território, se descentraliza para cada região para atender à real situação populacional, tornando aparentes os marginalizados da sociedade - à população de rua, pessoas indígenas, com deficiência, em conflitos com a lei, os idosos e quilombolas. (Secretaria Nacional de Assistência Social, 2005). De acordo com Delgado et al (2000), pág. 11):

“a Política de Assistência Social elevou-se da antiga condição de ação subsidiária do Estado, de caráter discricionário e compensatório, à condição de mesmo grau de importância que as demais políticas de Seguridade, assumindo a condição de direito de todo cidadão e isso ocorreu após a promulgação da Carta Constitucional de 1988.”

Como afirma Carvalho (2008) [17] que é na Constituição Federal de 1988 no capítulo de Seguridade Social que reconhece à Assistência Social como política pública dando notoriedade aos conflitos que à desigualdade gera na sociedade, valorizando os direitos dos cidadãos e protegendo sua dignidade, que é um grande desafio assegurar os benefícios e às condições de cidadania.

A Lei Orgânica da Assistência Social dispõe sobre a organização da assistência social. É o instrumento legal que regulamenta os pressupostos constitucionais, ou seja, aquilo que está escrito na Constituição Federal, nos Arts. 203 e 204, que definem e garantem os direitos à assistência social. Esta lei institui benefícios, serviços, programas e projetos destinados ao enfrentamento da exclusão social dos segmentos mais vulnerabilidades. (PIRES, s/d, p. 4) [18]

Para Zanetti (2011) [19] às leis que permitem à segurança dos direitos sociais, garantindo que o Estado não intervém de maneira perigosa e nociva à população. Assim, são de extrema importância à criação de leis e medidas públicas para fortalecer os direitos, que só podem ser executados mediante às políticas públicas que regulam de maneira planejada às ações do Poder público frente à sociedade.

“Assim sendo para assegurar os direitos sociais do cidadão são necessários um conjunto coerente de ações de iniciativa dos poderes públicos e das sociedades que irão garantir, através das políticas sociais, os direitos referentes à saúde, à previdência e à assistência social. Abranger os direitos sociais, a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância e a assistência aos desamparados. Sendo necessário que estas políticas públicas, sejam bem organizadas e eficazes”. (ZANETTI, 2011, p.2)

Proteger o cidadão é a essência da assistência social, cabendo aos poderes públicos e instituições civis atuar de maneira transparente nessas iniciativas, pois são questões que muitas vezes podem estar atreladas a condições de fragilidade humana e os atores necessitam estabelecer diretrizes para resolver essas questões de maneira efetiva.

2.2.3 Saúde Pública

Como componente da seguridade social, o direito à saúde é uma garantia fundamental prevista na Constituição Federal em seu Art. 196:

A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação. (BRASIL, 1988, p. 119).

A saúde como direito fundamental deve ser entendida como indispensável à realização de outros direitos e que “[...] depende e está relacionada a outros direitos de similar relevância.” (SECRETARIA DE DIREITOS HUMANOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, p. 45, 2013)

No Brasil, o Sistema Único de Saúde- SUS, é principal representante da efetivação das políticas públicas de saúde, como definido em lei regido por diretrizes e organizado por ações e serviços públicos de saúde em uma rede regionalizada e hierarquizada. As funções desse sistema são:

Artigo 200. Ao SUS compete, além de outras atribuições, nos termos da lei:

I – controlar e fiscalizar procedimentos, produtos e substâncias de interesse para a saúde e participar da produção de medicamentos, equipamentos, imunobiológicos, hemoderivados e outros insumos; II – executar as ações de vigilância sanitária e epidemiológica, bem como as de saúde do trabalhador; III – ordenar a formação de recursos humanos na área de saúde; IV – participar da formulação da política e da execução das ações de saneamento básico; V – incrementar em sua área de atuação o desenvolvimento científico e tecnológico; VI – fiscalizar e inspecionar alimentos, compreendido o controle de seu teor nutricional, bem como bebidas e águas para consumo humano; VII – participar do controle e fiscalização da produção, transporte, guarda e utilização de substâncias e produtos psicoativos, tóxicos e radioativos; VIII – colaborar na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho (BRASIL, 1988).

Conjuntos de práticas e ações que são elaboradas para atingir o coletivo, identificando o problema que atingem à população, como que afeta à qualidade de vida e quais medidas devem ser tomadas para atuarem na prevenção contra às situações de risco à saúde. Portanto tem-se a saúde como imprescindível para que o ser humano viva com dignidade (SIMON, 2015) [20]

Ao se fazer políticas públicas em saúde deve-se preocupar com o destino de toda uma coletividade, devendo ser pensada a saúde como um direito de todos, atendido de forma universal e igualitária, ou seja, todos devem ter acesso independentemente de raça,

religião, orientação sexual e custo de vida, diferentemente das medidas antigas que destinava à um público específico (SIMON, 2015)[20].

3 METODOLOGIA

Para a realização da presente pesquisa adotou-se como recurso metodológico uma pesquisa descritiva, de acordo com Gil (2002, p.131)[21] as pesquisas descritivas têm como objetivo básico descrever as características de populações e de fenômenos. A pesquisa é caracterizada como de natureza predominantemente quantitativa. Quanto aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa documental de base estatística.

Os dados foram coletados do banco de dados Finbra, disponibilizados com dados de 1998 a 2016 no sítio da Secretaria do Tesouro Nacional. Todos os dados foram devidamente atualizados pela inflação utilizando-se o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPC-A).

Foram analisadas 25 capitais Brasileiras, sendo da região Norte: Rio Branco, Macapá, Manaus, Belém, Porto Velho, Boa Vista e Palmas. Da região Nordeste: Fortaleza, Maceió, Salvador, São Luís, João Pessoa, Recife, Teresina e Aracaju. Na Região Centro-Oeste: Goiânia, Cuiabá e Campo Grande. Região Sudeste: Vitória, Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro. E região Sul: Curitiba, Porto Alegre e Florianópolis. O Município Natal pertencente a região Nordeste foi retirada da amostra em função de não ter os dados disponibilizados no banco de dados.

Neste trabalho, o período analisado situa-se entre 2004 e 2015. O ano de 2004 refere-se ao marco inicial da classificação por subfunções³¹ e o ano de 2015 como o último antes do desdobramento da subfunção Administração por todas as demais subfunções. Essas funções³² são classificadas conforme o banco de dados Finbra, disponibilizado no sítio da Secretaria do Tesouro Nacional.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste tópico serão apresentadas as análises dos dados obtidos de 2004 à 2015 conforme proposto nos objetivos.

³¹A subfunções quanto a sua classificação se dá pelas divisões dentro de cada função, como exemplo a função saúde tem como subfunções a assistência básica, assistência hospitalar, medicamentos, vigilância sanitária, vigilância epidemiológica, dentre outros.

³²Por funções entende-se: saúde; educação; saneamento básico; infraestrutura; transporte, dentre outros.

Despesa geral

Diante da análise dos dados referentes aos gastos públicos direcionados às capitais brasileiras, no período dos anos de 2004 a 2015, observou-se que a cidade que obteve maior gasto foi São Paulo totalizando o valor de R\$ 434 bilhões, seguida da cidade do Rio de Janeiro que teve o gasto no valor de R\$ 216 bilhões. Através disso, destacou-se que essas duas cidades representam aproximadamente 50% dos gastos totais aplicados nas capitais brasileiras. Identificou-se também que a cidade que apresentou menor despesa foi Macapá que gastou R\$ 5 bilhões, representando apenas aproximadamente 0,45% dos gastos totais aplicados nas capitais.

Ainda sobre as despesas públicas gerais nas capitais Brasileiras, pode-se observar as cidades que mais gastaram por região, no norte a cidade que mais se destacou foi Manaus que apresentou o gasto de R\$ 35 bilhões representando 36% do gasto na região; no nordeste a cidade com maior gasto foi Fortaleza que gastou R\$ 49 bilhões, valor que correspondeu a aproximadamente 20% do valor total destinado à região; Na região sudeste a cidade em destaque foi São Paulo que apresentou o gasto de R\$ 434 bilhões, valor equivalente a aproximadamente 58% do valor investido em toda a região; No sul a cidade com maior despesa foi Curitiba que teve o valor de R\$ 65 bilhões, representando aproximadamente 50% do valor direcionada a região; Por fim, na região centro-oeste a cidade que obteve a maior despesa foi Goiânia que gastou o valor de R\$ 35 bilhões, representando aproximadamente 48% dos gastos públicos na região.

População

A importância em se analisar os dados referentes à população se dá devido aos recursos estarem classificados *per capita*. Assim é possível perceber quanto foi investido em recursos por pessoa.

De acordo com os dados levantados a capital que possui maior média durante os anos analisados é a população de São Paulo com 11 milhões de habitantes, seguida do Rio de Janeiro com média de 6 milhões, enquanto Palmas possui 221.957 mil.

O coeficiente de *Pearson* mede o grau de correlação entre duas variáveis de escala métrica, se uma variável é explicada pela outra. Quando o resultado for entre 0 a 15 significa que houve baixa dispersão, de 15 à 30 é coeficiente médio, acima de 30 é alto, e de 70 à mais é ao extremo, significando que possa ter dados errados. Quanto menor o grau significa que à variação dos anos foram ocorrendo de maneira sutil.

O coeficiente de *Pearson* em relação à população de cada capital, apresentou dispersão baixa, equivalente de 0 à 15, significando que o crescimento da população foi

estável. O que variou mais dentre eles foi Natal com coeficiente 14,5% com oscilação de 180 mil à 265 mil habitantes aproximadamente.

Em relação à variação percentual de crescimento da população, Belém e Porto Alegre apresentaram baixo crescimento (3%). À capital de maior crescimento foi Palmas com 41,44% variando de 179 mil à 265 mil habitantes. Em seguida Porto Velho com variação de 29,7% com crescimento de 122 mil com relação do menor para o maior. No fim todas as capitais apresentaram crescimento populacional, sendo uma das causas à imigração ocorridas nos últimos anos.

Em equiparação à soma de todas as capitais nos respectivos anos, pode-se perceber que de 2004 à 2015 à média populacional manteve em um milhão e seiscentos mil.

Assistência Social

O banco de dados mostrou que em relação aos gastos com Assistência Social, São Paulo apresentou à maior média entre os anos analisados (R\$ 749 milhões) e à menor média se encontra em Macapá (R\$ 8 milhões). Esses valores em comparação com os gastos por pessoa, mostra que em São Paulo foram gastos à média de R\$ 65,84 e Macapá R\$ 21,69 por pessoa.

Analisando os dados percebe-se que quem investiu mais na assistência por pessoa foi Vitória (R\$122,31 média) com gastos em média de R\$ 40 milhões, enquanto Maceió investiu R\$19,43 por pessoa sendo o menor gasto em comparação com às demais capitais. Isso levando em consideração à média da população de São Paulo, Macapá, Vitória e Maceió (11 milhões; 389 mil; 327 mil; 940 mil respectivamente), que mostra que São Paulo investiu mais em relação aos demais, só que apresenta a maior população do país, e Vitória tem uma média de população pequena.

Previdência Social

Para efeito de análise dos dados concernentes a gastos com a Previdência social, vale ressaltar que a capital de Manaus está sem dados nos anos 2006 a 2013, bem como a capital Natal nos anos 2013 e 2014, e Vitória nos anos 2004 e 2015, sendo, então, retiradas em função disto.

Quanto aos gastos com a Previdência social nas capitais brasileiras, as que mais se destacaram foram São Paulo e Rio de Janeiro com respectivamente R\$ 62 bilhões e R\$ 35 bilhões, o que representa, na devida ordem, 43,25% e 24,83% do total dos gastos de todas as capitais, ou seja, 68,09% do total de gastos com previdência social estão concentrados

nestas cidades. A capital menos representativa foi Boa Vista e Palmas com 0,07% e 0,08% do total geral, respectivamente. As demais capitais têm uma porcentagem de gastos que varia entre 0,08% e 4,47%, motivo pelo qual apenas as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro com maiores gastos e, Boa Vista e Palmas com menores gastos, recebem destaque.

No que se refere à dispersão dos gastos no decorrer dos anos, a capital Palmas se destacou, pois do ano de 2005 para o ano de 2006 os gastos saltaram de R\$ 19 mil para R\$ 2 milhões. E ainda, no ano de 2012 para 2013 os gastos subiram de R\$ 12 milhões para R\$ 21 milhões de reais; representando, dessa forma, as maiores variações de gastos com a previdência social desta capital em todo o período analisado. O coeficiente de variação dessa capital é de 85,13, o que significa, conforme a teoria de Pearson, que a dispersão é extrema e, portanto, os dados variaram muito de um ano para outro, e deixando dúvidas se os dados desta capital são confiáveis.

As capitais com menores dispersões foram Rio de Janeiro e Salvador com coeficiente de 10,05 e 19,08 respectivamente. Sendo assim, os gastos com previdência no decorrer dos anos da capital Rio de Janeiro variaram de maneira sutil. Já os gastos da capital Salvador tiveram uma variação média.

Saúde

Ao se avaliar a despesa per capita de cada capital em relação à saúde, identifica-se que a cidade de Campo Grande foi a que apresentou a maior despesa no total dos anos analisados, sendo esse total no valor de R\$ 10 mil e apresentando uma média de R\$ 903,77 em cada ano, seguida pela cidade de Belo Horizonte que apresentou a despesa per capita total no valor de R\$ 10 mil e uma média de R\$ 865,67 por ano e Porto Alegre com um total no período analisado de R\$ 9 mil e média anual de R\$ 827,99. A capital que apresentou a menor despesa per capita foi Macapá com valor total nos anos analisados de R\$ 2 mil, seguido por Rio Branco com uma despesa de R\$ 3 mil.

Analisando a despesa geral em relação à saúde, a capital com despesa mais elevada é São Paulo no valor de R\$ 78 bilhões. A segunda maior despesa foi da capital Rio de Janeiro com valor de R\$ 38 bilhões e a terceira maior despesa foi de Belo Horizonte com valor de R\$ 25 bilhões que também apresentou a segunda maior despesa em relação a análise per capita.

As capitais São Paulo e Rio de Janeiro apesar de apresentar altas despesas gerais, o mesmo não ocorre em relação às suas despesas per capita que apresentaram valores nos

anos analisados de R\$ 6.893,98 e R\$ 6.128,66 respectivamente. Campo Grande que foi a capital com maior despesa per capita apresentou despesa geral no valor de R\$ 8 bilhões.

A capital Rio Branco apresentou a menor despesa geral, sendo de R\$ 1 bilhão seguido por Macapá com despesa de R\$ 1,1 bilhão que também apresentou a menor despesa per capita. As capitais Boa Vista e Palmas também apresentaram índices de despesas baixas com valores de R\$ 1,460 bilhões e R\$ 1.495 bilhões respectivamente.

Em relação a variação dos gastos com saúde ao longo dos anos, ressalta-se que a única região que apresentou capital com coeficiente de Pearson de baixa variação, ou seja, entre 0 e 15, foi a região Norte com Rio Branco, apresentando um coeficiente de 14,73. Quanto a alta variação foram as regiões Norte e Nordeste, sendo as capitais Porto Velho (32,28) e Teresina (32,26) respectivamente.

As capitais das demais regiões estão dentro da classificação de média variação, ou seja, com coeficientes de 15 à 30, algumas apresentando variações mais próximas a 15 e outras a 30. Portanto, nenhuma capital demonstrou dispersão extrema, acima de 70.

5 CONCLUSÕES

Observa-se que a Constituição Federal de 1988 permite a garantia do cumprimento dos direitos do cidadão, pois a partir dela o Estado passou a ser mais responsabilizado pela regulação, implantação e gestão das políticas públicas, tendo a função de fornecimento de recursos para o cumprimento dos direitos do cidadão, como também atuar em planos e ações para proporcionar bem estar a sociedade.

Com a Constituição, passaram a ser previstas e propostas as políticas sociais universalistas, que visam atender a dignidade humana garantindo aos cidadãos brasileiros participação nas áreas de saúde, assistência social e previdência social, garantindo, portanto, ao cidadão a Seguridade Social.

A Saúde no âmbito das políticas públicas é a garantia do acesso universal e igualitário ao sistema de saúde, como também visa fornecer políticas de redução de risco a doenças e outros agravos. A Assistência Social visa garantir a proteção social a todos aqueles que necessitam e que estão em situação de fragilidade. E a Previdência Social é o direito de todo indivíduo que contribui para a previdência de obter assistência quando não estiver exercendo, ou não poder exercer, mais o trabalho.

Portanto, pode-se perceber o impacto social que uma política pública de Seguridade Social gera para a população, além disso é importante referir-se ao custo que estas políticas de seguridade fornecem aos cofres públicos das capitais brasileiras.

Diante da análise dos dados ressalta-se que a cidade que obteve maior despesa geral com Seguridade Social foi São Paulo com R\$ 434 bilhões seguida da cidade do Rio de Janeiro com gasto de R\$ 216 bilhões ambas obtendo também maior média populacional, sendo 11 milhões e 6 milhões respectivamente e a cidade com menor despesa foi Macapá com R\$ 5 bilhões, representando apenas aproximadamente 0,45% dos gastos totais aplicados nas capitais.

Quanto aos gastos referentes à Assistência Social, a capital São Paulo apresentou maior média com gastos de R\$ 65,84 per capita e Maceió com a menor média, sendo de R\$ 19,43 per capita.

Em relação a Previdência Social se destacaram São Paulo e Rio de Janeiro com respectivamente R\$ 62,45 bilhões e R\$ 35,85 bilhões e as capitais menos representativas foram Boa Vista e Palmas com 0,07% e 0,08% do total geral, respectivamente.

Quanto às despesas com Saúde a capital com despesa mais elevada foi São Paulo no valor de R\$ 78 bilhões, a segunda maior despesa foi da capital Rio de Janeiro com valor de R\$ 38 bilhões e a capital Rio Branco apresentou a menor despesa geral, sendo de R\$ 1 bilhão.

Portanto, ressalta-se que as maiores despesas constam em capitais consideradas grandes metrópoles, além disso são capitais com maior número populacional e que são consideradas cidades centrais do país quanto ao fluxo de pessoas, serviços e mercadorias.

O foco deste trabalho é apresentar os dados referentes às despesas com Seguridade Social nas capitais do Brasil, não buscando necessariamente justificar os motivos intrínsecos que levam a este gasto e nem destrinchar onde são alocados estes valores, porém abre-se possibilidades para um estudo futuro referente a esta questão.

REFERÊNCIAS

[1] BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 25/04/2018

[2] CARMO, MichellyEstáquia do; GUIZARDI, Francine Lube. Artigo: **O conceito de vulnerabilidade e seus sentidos para as políticas públicas de saúde e assistência social**. Caderno de Saúde Pública. Brasília, 2018.

[3] SOUZA, Celina. Artigo: **Políticas Públicas: Uma revisão da literatura**. Sociologias, Porto Alegre, ano 8, nº 16, Jul/Dez de 2006, pág. 20-45.

- [4] MEAD, L. M. (1995). **Public Policy: Vision, Potential, Limits**. PolicyCurrents, Fevereiro: 1-4.
- [5] LYNN, L. E. (1980) **Designing Public Policy: A Case book on the Role of Policy Analysis**. Santa Monica, Calif.: Goodyear.
- [6] PETERS, B. G. (1986). **American Public Policy**. Chatham, N.J.: Chatham House.
- [7] DYE, Thomas D. (1984) **Understanding Public Policy**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- [8] LOWI, Theodore. Four systems of policy, politics and choice. **Public Administration Review**, v. 22, jul./aug. 1972.
- [9] CASTRO, Maria Helena Guimarães. **Políticas Públicas: conceitos e conexões com a realidade brasileira**. São Paulo, SP: Cortez, 2008.
- [10] OLIVEIRA, Adão Francisco de; NASCIMENTO. **Cidades Sustentáveis: políticas públicas para o desenvolvimento**. Goiânia, GO: Ed. da UCG, 2006.
- [11] DELGADO, Guilherme; JACCOUD, Luciana; NOGUEIRA, Roberto Passos. **Seguridade Social: Redefinindo o Alcance da Cidadania**. Políticas Sociais: Acompanhamento e análise. v.1., Junho de 2000. Brasília: Ipea, 2000.
- [12] Confederação Nacional de Municípios- CNM (Org.). **Seguridade e Previdência Social: O Município Perante a Previdência Social**. 8. ed. Brasília: CNM, 2008. 136 p.
- [13] **O QUE você precisa saber sobre a Previdência Social**. Rio de Janeiro : Ed. Senac Nacional, 2004. 40 p. Publicado em parceria com a Secretaria Executiva do Programa de Educação Previdenciária do Ministério da Previdência Social. Disponível em: http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/previdencia_social.pdf>Acesso em: 25/04/2018
- [14] JÚNIOR, Osmar Gomes Alencar; SALVADOR, Evilásio da Silva. **Finanças, fundo público e financiamento da Seguridade Social no Brasil**. Revista Katalysis, Florianópolis, v. 18, n. 2, p.239-248, maio de 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/katalysis/article/view/37602/31327> Acesso em: 25/04/2018 B1
- [15] Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (Org.). **Direito à seguridade social**. Brasília: Coordenação Geral de Educação em Sdh/pr, Direitos Humanos, Secretaria Nacional de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos, 2013. 70 p. Disponível em: <http://www.sdh.gov.br/assuntos/bibliotecavirtual/promocao-e-defesa/publicacoes-2013/pdfs/direito-a-seguridade-social>>Acesso em: 25/04/2018
- [16] **Política Nacional de Assistência Social PNAS/ 2004**. Brasília, Novembro 2005. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome - Secretaria Nacional de Assistência Social. Disponível em: http://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/assistencia_social/Normativas/PNAS2004.pdf>Acesso em: 25/04/2018

[17]CARVALHO, Graziela F. de. **A Assistência Social no Brasil: da caridade ao direito**. Pontífica Universidade Católica do Rio de Janeiro 2008. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/11992/11992.PDF>> Acesso em: 25/04/2018

[18]PIRES, Maria Izabel Scheidt. **Política Nacional de Assistência Social, Suas e Legislações pertinentes**, (s/d) Disponível em: http://www.desenvolvimentosocial.pr.gov.br/arquivos/File/Capacitacao/material_apoio/mariaizabel_suas.pdf> Acesso em: 25/04/2018

[19]ZANETTI, Tânia Maria. **A efetivação dos direitos sociais através das políticas públicas**. 23 novembro de 2011. Egov.Ufsc. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/efetiva%C3%A7%C3%A3o-dos-direitos-sociais-atrav%C3%A9s-das-políticas-p%C3%ABlicas>> Acesso em: 25/04/2018

[20] SIMON, Leticia Coelho. **Desafio: concretização do direito à saúde pública no Brasil**. Conass para atender a gestão do SUS. 1ª edição, Brasília, 2015.

[21] Gil, Antônio Carlos, 1946. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 4. ed. - São Paulo :Atlas, 2002.

[22] LASWELL, H.D. (1936/1958). **Politics: Who Gets What, When, How**. Cleveland, Meridian Books.

[23] VIANNA, Solon Magalhães. **A seguridade social, o sistema único de saúde e a partilha dos recursos**. Saúde e Sociedade, [s.l.], v. 1, n. 1, p.43-58, 1992. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-12901992000100006>. A2

[24] GUIA DA PREVIDÊNCIA SOCIAL. Disponível em: <<https://www.inss.gov.br/wp-content/uploads/2017/02/Guia-da-Previd%C3%Aancia-Social.pdf>>. Acesso em 25/04/2018.

**ANÁLISE DAS VISTORIAS DE LIBERAÇÃO DE EDIFICAÇÕES DE USO COLETIVO NA ÁREA DE ATUAÇÃO DA 4ª CIA DE PREVENÇÃO E VISTORIA DO 7º BBM:
UM ESTUDO SOBRE AS IRREGULARIDADES VERIFICADAS EM VISTORIAS NO ANO DE 2017**

ARAÚJO, Luiz Paulo Barbosa³³
COURA, Karla Veloso³⁴

RESUMO:

Este artigo tem como objetivo analisar as vistorias de liberação de edificações realizadas pelo Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais na área de atuação da 4ª Companhia de Prevenção e Vistoria do 7º BBM. O estudo buscou analisar os Boletins de ocorrências de vistorias de liberação realizadas pelo Corpo de Bombeiros com vistas à obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB). Trata-se de um estudo de caso e utilizou também de pesquisa documental, descritiva e bibliográfica. O método empregado nesta pesquisa foi a análise de documentos, que no presente estudo abordou os Relatórios de Vistorias confeccionados através de Boletim de Ocorrência. Por meio de uma abordagem quantitativa e qualitativa, foram contabilizados todos os relatórios referentes às vistorias de liberação e emissão de AVCB do ano de 2017 da 4ª Cia de Prevenção e Vistoria do Sétimo Batalhão de Bombeiros Militar. O referencial teórico aborda a articulação do Sétimo Batalhão de Bombeiros Militar, a área de atuação e competência da Quarta Companhia de Prevenção e Vistoria e os procedimentos para o licenciamento das edificações e obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros. O objeto de análise foram os relatórios de vistorias (Boletins de Ocorrência) onde foram extraídos percentuais de vistorias aprovadas e não aprovadas, tipos de ocupação e a relação com o resultado da vistoria, itens de irregularidades do projeto e execução dos meios preventivos. Os resultados permitiram observar a recorrência de itens de irregularidades de projeto e/ou execução no período; contextualizar os resultados das vistorias ao tipo de projeto e ocupação e levantar o percentual de aprovação/reprovação no período. Esses dados obtidos possibilitam a implementação de medidas mitigadoras de recorrência de irregularidades e otimização no serviço de vistoria.

Palavras-chave: Corpo de Bombeiros. Vistoria. Irregularidades.

1. INTRODUÇÃO

O Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais (CBMMG) faz parte do contexto da segurança pública estadual previsto na Constituição do Estado de Minas Gerais [1], sendo composto por militares que atuam em áreas como salvamento, socorro, combate a incêndios, prevenção à combate a incêndio, entre outras. Neste rol de atividades, destaca-se o Serviço de Segurança Contra Incêndio e Pânico do CBMMG, responsável, conforme artigo 2º da Lei Estadual 14.130/2001 [2], pelas ações de:

- I - análise e aprovação do sistema de prevenção e combate a incêndio e pânico;
- II - planejamento, coordenação e execução das atividades de vistoria de prevenção a incêndio e pânico nos locais de que trata esta lei;
- III - estabelecimento de normas técnicas relativas à segurança das pessoas e seus bens contra incêndio ou qualquer tipo de catástrofe;
- IV - aplicação de sanções administrativas nos casos previstos em lei.

A Lei Estadual 14.130/2001 [2] trouxe ao território mineiro a regulamentação relativa à prevenção e o combate a incêndio e pânico em edificação ou espaço destinado ao uso coletivo. O Decreto Estadual 44.746/2008 [3] regulamentou a referida lei e delegou ao Corpo de Bombeiros Militar em seu artigo 4º, a competência para expedição de Instruções Técnicas relativas à prevenção e combate a incêndio e pânico no Estado de Minas Gerais.

As edificações ou espaços destinados ao uso coletivo devem, conforme legislação, possuir o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB). Tal alvará atesta que o local reúne as condições de segurança contra incêndio e pânico, previstas na legislação.

Para a emissão do Auto de Vistoria do CBMMG é necessária, entre outras coisas, a realização de vistoria para fins de emissão de AVCB pelo CBMMG. Nesta vistoria, solicitada pelo responsável pela edificação, é averiguada pelo Corpo de Bombeiro a implementação de medidas de segurança contra e incêndio e pânico previstas no projeto da respectiva edificação, e ainda, se estas medidas são adequadas à

³³Acadêmico de Pós-Graduação em Gestão Pública da UNIMONTES.

³⁴Professora da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES.

situação constatada no local (MINAS GERAIS, 2017) [4].

Após vistoria para fins de emissão de AVCB, é emitido um relatório em forma de Boletim de Ocorrência em que resulta em aprovação ou notificação da edificação vistoriada. Quando as edificações são aprovadas recebem o AVCB e já aquelas notificadas são informadas os itens de irregularidades verificados para a devida correção e/ou adequação.

Sob a perspectiva de identificação e mitigação de recorrência de itens de irregularidades verificados nas vistorias para fins de emissão de AVCB no âmbito da 4ª Companhia de Prevenção de Vistoria (4ª Cia PV) do Sétimo Batalhão de Bombeiros Militar (7º BBM) que este estudo se justifica. Neste sentido, este artigo tem como objetivo identificar itens de irregularidades recorrentes em vistoria no ano de 2017 e propor medidas para mitigá-los.

Diante desse contexto, e como forma de alcançar os resultados, este estudo está estruturado em quatro partes: a primeira aborda a fundamentação teórica sobre a prevenção e combate à incêndio e pânico; posteriormente tem-se a metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho; na terceira seção são apresentados e analisados os resultados; e por fim são apresentadas a discussão e conclusões do estudo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção será dividida em três subseções que abordará: O Sétimo Batalhão de Bombeiros, a Quarta Companhia de Prevenção e Vistoria e os procedimentos para licenciamento.

2.1 O SÉTIMO BATALHÃO DE BOMBEIROS MILITAR

O Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais é dividido operacionalmente, conforme MINAS GERAIS (2017) [5], em batalhões, companhias e pelotões que atendem todo o território mineiro. O Sétimo Batalhão de Bombeiros Militar – 7º BBM, sediado em Montes Claros, é responsável pelo território norte, como podemos verificar na Figura 1.

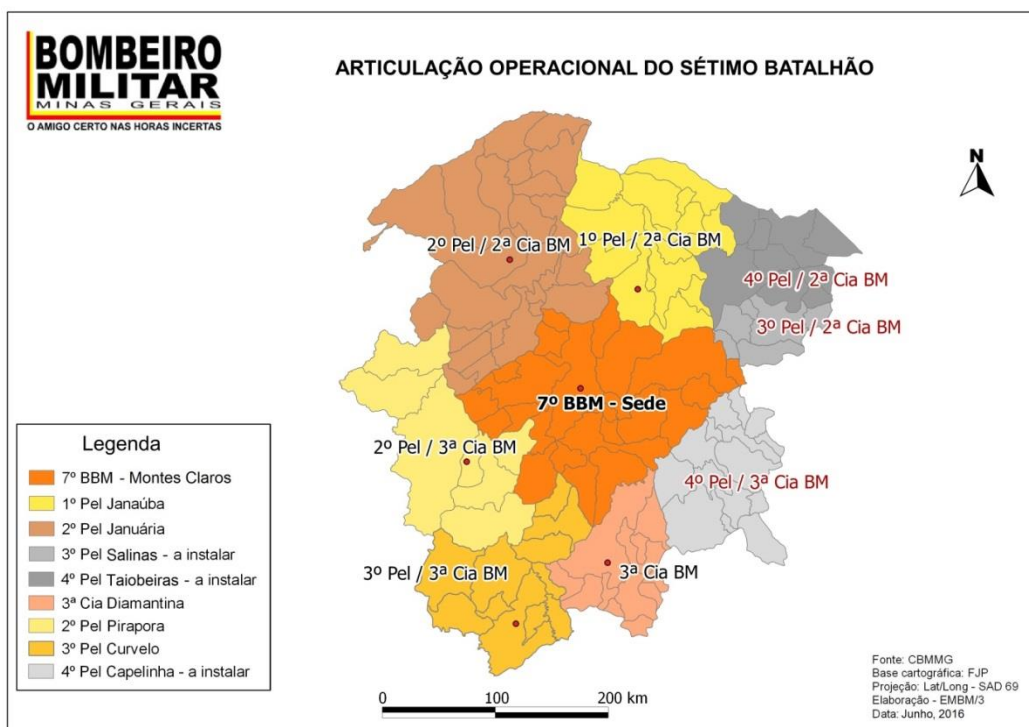


FIGURA 1 – Área de Articulação do 7º BBM.

Fonte: Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais, 2017.

O 7º BBM é responsável operacionalmente, conforme Resolução 763/2017 [5], por 123 municípios, possuindo atualmente frações nas cidades de Diamantina, Curvelo, Pirapora, Januária e Janaúba.

2.2. QUARTA COMPANHIA DE PREVENÇÃO E VISTORIA – 4ª CIA PV

Na articulação operacional do 7º Batalhão está presente a 4ª Cia de Prevenção e Vistoria – 4ª Cia PV. A companhia está instalada em Montes Claros e conforme Resolução BM 763 de 28 de Dezembro de

2017 [5], é responsável pela tramitação de projetos de combate a incêndio e pânico em 27 municípios, sendo eles: Bocaiúva, Botumirim, Capitão Enéas, Claro dos Poções, Coração de Jesus, Cristália, Engenheiro Navarro, Francisco Dumont, Francisco Sá, Glaucilândia, Grão Mogol, Guaraciama, Itacambira, Josenópolis, Juramento, Mirabela, Montes Claros, Olhos-d'água, Patis, São João da Lagoa, São João do Pacuí, Fruta de Leite, Novorizonte, Padre Carvalho, Rubelita, Salinas, e Santa Cruz de Salinas.

A 4ª Cia PV é organizada em seções de protocolo, análise e vistoria que de maneira conjunta tramitam os projetos de prevenção contra incêndio e pânico concedendo o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros àquelas edificações ou áreas de risco que atendem a legislação contra incêndio e pânico de Minas Gerais.

2.3 PROCEDIMENTOS PARA LICENCIAMENTO

A legislação que trata da prevenção e combate à incêndio no Estado é composta basicamente pela Lei 14.130/2001 [2] e Decreto 44.746/2008 [3]. Estas legislações são complementadas por Instruções Técnicas do Corpo de Bombeiros (IT), Circulares e portarias.

Conforme a Instrução Técnica 01 – 8ª Edição (IT-01)[4], o licenciamento junto ao CBMMG é o procedimento para obter o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB), que se dará mediante a apresentação do Processo de Segurança Contra Incêndio e Pânico (PSCIP).

Segundo a IT-01, a apresentação do PSCIP será obrigatória por ocasião da:

- a) regularização de edificação e ou área de risco construída ou a construir;
- b) ampliação de área construída;
- c) mudança da ocupação ou uso;
- d) modificação das medidas de segurança contra incêndio e pânico;
- e) modificação de PSCIP aprovado;
- f) realização de evento temporário;
- g) abertura de empresa, quando necessário.

Ainda segundo a Instrução Técnica 01, a obtenção do AVCB para edificação permanente está condicionada à apresentação do Projeto Técnico (PT) ou Projeto Técnico Simplificado (PTS).

O Projeto Técnico será apresentado para análise, conforme IT-01 quando possuir pelo menos 01 (uma) das seguintes características, independente do grau de risco da edificação e área de risco:

- a) área total acima de 750 m²;
- b) edificação com altura superior a 12 metros;
- c) local de reunião de público (Grupo F) com população acima de 100 (cem) pessoas;
- d) quando houver projeção de sistema hidráulico de combate a incêndio (hidrantes, chuveiros automáticos, nebulizadores, CO₂, etc.);
- e) onde seja apresentada isenção de medidas mediante comprovação de separação entre edificações ou áreas de riscos.

O Projeto Técnico Simplificado será apresentado para vistoria quando não se enquadrar nos requisitos para PT ou não se enquadrar nas edificações dispensadas de licenciamento.

De maneira simplificada, o PT do PTS pode ser diferenciado pela forma no processo de licenciamento e tramitação. O PT passará pelo processo de análise do projeto apresentado por um engenheiro ou arquiteto antes da vistoria no local da edificação. Já o PTS será vistoriado sem prévia análise (MINAS GERAIS, 2017) [4].

A vistoria de liberação será realizada com o propósito de verificação da instalação dos meios preventivos na edificação, confrontando o projeto protocolado ao previsto na legislação mineira de prevenção contra incêndio e pânico.

Neste tipo de vistoria, a equipe de vistoriadores, composta por militares do Corpo de Bombeiros, irá verificar, na edificação, a execução das medidas de segurança contra incêndio e pânico e a pertinência destas medidas em relação às características da edificação.

Conforme tabela de medidas de segurança contra incêndio e pânico presente na IT-01, as medidas que devem estar presentes em qualquer tipo de edificação são: saídas de emergência; iluminação de emergência; sinalização de emergência; extintores. Outras medidas como hidrantes, controle de fumaça e compartimentação horizontal e vertical são exemplos de medidas de projetos mais complexos.

3. METODOLOGIA

O estudo de caso aplicado nesta pesquisa foi realizado por meio da pesquisadocumental, descritiva e bibliográfica. Segundo Gil (2010) [6] a pesquisa descritiva visa descrever, interpretar e explicar os dados obtidos através de levantamentos. Já Lakatose Marconi (1991) [7] apresenta o caráter do estudo descritivo, como aquele que tem como interesse descrever as características de certo fenômeno ou de um fato.

Por meio de uma abordagem quantitativa apurou-se o montante de vistorias que apresentam

irregularidades, analisando de maneira individual e qualitativa os itens de irregularidades verificados em vistorias da 4ª Companhia de Prevenção e Vistoria do 7º Batalhão de Bombeiros.

O método empregado nesta pesquisa foi a análise de documentos, que no presente estudo abordou os Relatórios de Vistorias confeccionados através de Boletim de Ocorrência do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais. Os Boletins de Ocorrências contabilizados referem-se às vistorias de liberação e emissão de AVCB do ano de 2017 da 4ª Cia de Prevenção e Vistoria do Sétimo Batalhão de Bombeiros Militar.

Em relação à pesquisa quantitativa, Lakatose Marconi (2007) [8], diz que a análise quantitativa se efetua com toda informação numérica resultante da investigação, que se apresentará como um conjunto de quadros, tabelas e medidas. Neste sentido, verificou-se que dos 628 registros (Boletim de Ocorrência) verificados no período, 221 vistorias não foram aprovadas por apresentarem itens de irregularidades verificados em seu projeto ou na execução do sistema preventivo de combate a incêndio da edificação ou área de risco.

Analisando os dados destes relatórios de vistorias não aprovadas obtem-se de maneira individualizada a caracterização das irregularidades e sua recorrência dentro do montante verificado. Os itens de irregularidades recorrentes foram contabilizados e separados basicamente em irregularidades de projeto e irregularidade de execução.

Para melhor esclarecimento sobre o entendimento da rotina e confecção do fluxograma do processo de análise, vistoria e emissão do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros, foi realizada entrevista com o Sr. Fábio Gonçalves Spínola, Capitão do Bombeiro e Comandante da 4ª Cia de Prevenção e Vistoria. Com o auxílio da observação participante, complementou-se o entendimento da rotina e fluxograma do processo de obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A finalidade dessa seção é apresentar de forma descritiva os resultados da análise de seiscentas e vinte e oito vistorias de liberação/emissão de AVCB realizadas pela 4ª Companhia de Prevenção e Vistoria no ano de 2017.

De acordo com a entrevista realizada com o comandante da 4ª Companhia de Prevenção e Vistoria, o Sr. Capitão Fábio Gonçalves Spínola e através da observação participante, foi confeccionado o fluxograma visualizado na Figura 2. Através deste fluxograma é possível entender, de maneira simplificada, a rotina de tramitação para obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros.

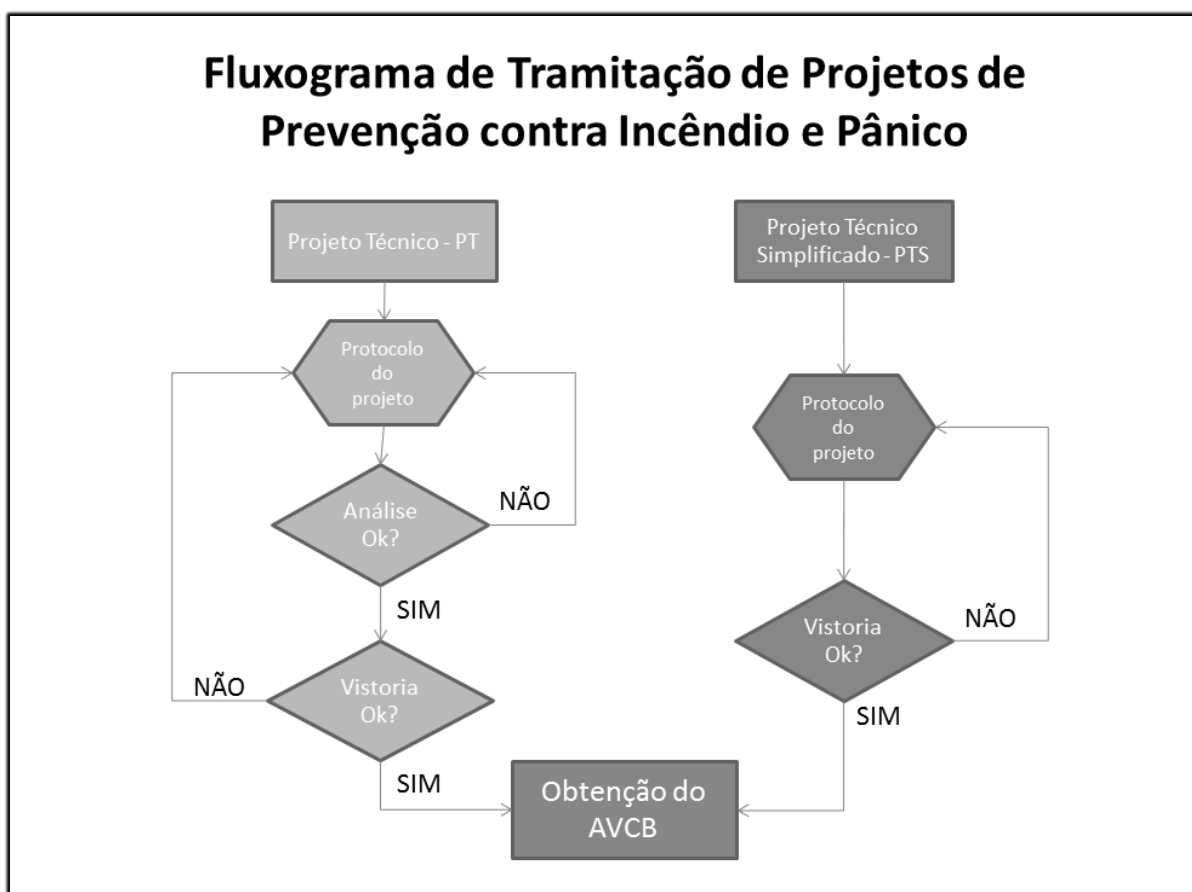


FIGURA 2 – Fluxograma de Tramitação de Projetos.
Fonte: elaborado pelos autores, 2018.

As vistorias contabilizadas neste estudo são aquelas realizadas com a finalidade de liberação e emissão do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros, ou seja, são vistorias solicitadas pelo responsável pela edificação no intuito de homologação do projeto e da execução dos meios preventivos do local.

Nesta pesquisa foram analisados os boletins de ocorrências de cada uma das 628 vistorias realizadas no ano de 2017 pela 4ª Companhia de Prevenção e Vistoria, extraindo desses, a ocupação da edificação, o tipo de projeto (PT ou PTS), se aprovado ou reprovado em vistoria e em caso de reprovação, os itens de irregularidades verificados.

Tabela 1 – Vistorias e tipos de projeto

		Aprovação/Reprovação	%
Vistorias Aprovadas	407		65
Vistorias Reprovadas	221		35
		Tipo de Projeto	%
PT vistoriados	177		28
PTS vistoriados	451		72

Fonte: elaborado pelos autores, 2018.

Conforme se vê na Tabela 1, 65% das vistorias realizadas no período resultaram em aprovação e consequentemente na emissão do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros. As outras 221 vistorias em que houveram reprovações representam 35% do total de vistorias realizadas no período.

Segundo o decreto 44.746/2008[3] o termo “ocupação” refere-se à classificação do uso da edificação. Neste contexto, as edificações e áreas de risco são classificadas, quanto à ocupação, de acordo com a tabela do Anexo do decreto 44.746/2008.

A tabela de classificação das edificações e áreas de risco quanto à ocupação divide as ocupações em residencial, serviço de hospedagem, comercial, serviço profissional, educacional, local de reunião de público, serviço automotivo, serviço de saúde/institucional, indústria, depósito, explosivos e especial. Dentro dessas ocupações, o decreto estadual ainda prevê divisões em uma mesma ocupação.

A tabela 2 relaciona a ocupação das edificações com a sua participação percentual em relação ao total de vistorias aprovadas e reprovadas do ano 2017.

Tabela 2 – Aprovação / Reprovação por ocupação

Ocupação	Aprovação (407)		Reprovação (221)	
	n	%	N	%
Comercial	62	15%	29	13%
Depósito	7	2%	9	4%
Educacional	19	5%	20	9%
Garagem	3	1%	1	0%
Hospedagem	5	1%	7	3%
Igreja	5	1%	4	2%
Industrial	20	5%	14	6%
Serviço de manutenção	20	5%	1	0%
Posto de combustível	11	3%	4	2%
Residencial	20	5%	18	8%
Restaurante	10	2%	5	2%
Reunião de público	6	1%	6	3%
Revenda de GLP	94	23%	14	6%
Salão de eventos	16	4%	6	3%
Saúde	46	11%	16	7%
Serviço profissional	24	6%	20	9%
Misto	39	10%	47	21%
Total	407	100%	221	100%

Fonte: elaborado pelos autores, 2018.

Percebe-se na tabela 2, que cerca de um quarto das edificações aprovadas em vistorias são de edificações que se destinam ao comércio de Gás Liquefeito de Petróleo (gás de cozinha). Quanto às reprovações percebe-se que as edificações comerciais representam 13% das reprovações por tipo de ocupação.

Ainda na tabela 2, verifica-se a ocupação classificada como mista. Uma edificação mista é a edificação que abriga mais de uma ocupação (MINAS GERAIS, 2008) [3]. Esse tipo de ocupação representa 21% das edificações reprovadas e 10% das edificações aprovadas em 2017.

O Decreto 44.746/2008 em seu artigo 25 prevê as seguintes medidas de proteção contra incêndio e pânico:

As medidas de segurança contra incêndio e pânico nas edificações e áreas de risco são as constantes abaixo:

- I – acesso de viatura até a edificação;
- II – separação entre edificações – isolamento de risco;
- III – segurança estrutural contra incêndio;
- IV – compartimentação horizontal;
- V – compartimentação vertical;
- VI – controle de materiais de acabamento e de revestimento;
- VII – saídas de emergência;
- VIII – hidrante público;
- IX – controle de fumaça;
- X – brigada de incêndio;
- XI – iluminação de emergência;
- XII – sistema de detecção de incêndio;
- XIII – sistema de alarme de incêndio;
- XIV – sinalização de emergência;
- XV – sistema de proteção por extintores de incêndio;
- XVI – sistema de hidrantes e mangotinhos;
- XVII – sistema de chuveiros automáticos;
- XVIII – sistema de resfriamento;
- XIX – sistema de proteção por espuma;
- XX – sistema fixo de gases; e
- XXI – plano de intervenção contra incêndio e pânico.

O decreto prevê de maneira geral as medidas de segurança contra incêndio e pânico e as Instruções Técnicas do Corpo de Bombeiros apresentam essas medidas de maneira minuciosa e detalhada. A título de exemplo, a Instrução Técnica 08 do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais aborda especificamente as Saídas de Emergência. Neste contexto, o item “ piso antiderrapante” verificado nos relatórios de vistoria, representa uma exigência da Instrução Técnica 08 para as escadas e rotas de fugas.

A Tabela 3 apresenta as principais irregularidades verificadas nos relatórios de vistorias de liberação do ano 2017. Essas irregularidades representam de maneira pontual a aplicação das medidas de proteção previstas no Decreto Estadual 44.746/2008.

Tabela 3 – Itens de Irregularidades verificados em vistoria

Item irregular	Recorrência	
	N	%
Edificação não condiz com o projeto	37	11%
Erro no guarda corpo	15	4%
Corrimão irregular	22	6%
Erros no PSCIP	39	11%
Fechadura manual do portão	10	3%
Sentido de abertura de portas	28	8%
Extintor obstruído	6	2%
Alimentação elétrica bomba de incêndio	8	2%
Isolamento de risco	7	2%
Largura rota de fuga	14	4%
Tinta fotoluminescente	8	2%
Piso antiderrapante	6	2%
Sinalização em desacordo	26	7%
Sinalização de porta de vidro	4	1%
Pé direito de escada	5	1%
Rota de fuga em desacordo	5	1%
Sistema de iluminação incorreto	24	7%
Fixação de extintores	5	1%
Distanciamento de risco GLP	5	1%
Sinalização de extintor em pilar	8	2%
Extintor insuficiente	7	2%
Abrigo de extintor	3	1%
Apenas uma saída de emergência	3	1%
Diversos	54	15%
Total	349	100%

Fonte: elaborado pelos autores, 2018.

Os itens de irregularidades presentes na tabela 03 em um total de 349 recorrências representam os principais itens de irregularidades verificados no ano de 2017 pela Quarta Companhia de Prevenção e Vistoria. Os locais vistoriados que foram reprovados por falhas no projeto ou na execução dos meios preventivos possuem em sua maioria uma combinação de irregularidades.

Destacam entre os itens apurados na pesquisa a “Edificação não condiz com o projeto” e “erros no PSCIP”. Estes dois itens somados representam 22% dos erros verificados em vistoria. Erros como este se enquadram em erros de projeto, cuja responsabilidade recai sobre os Responsáveis Técnicos (Engenheiros ou Arquitetos).

Os demais itens verificados na Tabela 3 enquadram-se em erros de execução do projeto, ou seja, são erros de instalação, construção e aplicação dos meios preventivos na edificação. Destaca-se entre os erros de execução, o item “sentido de abertura das portas”.

As portas das rotas de saída e aquelas das salas com capacidade acima de 50 pessoas, em comunicação com os acessos e descargas devem abrir no sentido do trânsito de saída (MINAS GERAIS, 2017) [9]. A figura 2 representa o esquema gráfico da abertura das portas no sentido de saída.

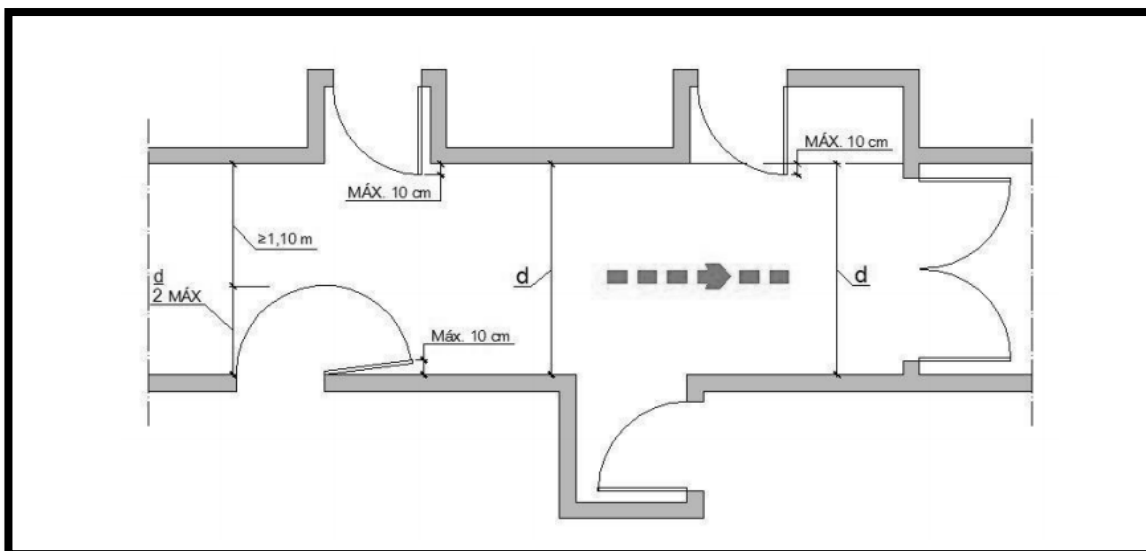


FIGURA 2 – Abertura das portas no sentido do trânsito de saída.

Fonte: Instrução Técnica 08, 2017.

Apesar de representar apenas 3% dos erros verificados em vistorias, o item “Fechadura manual do portão” refere-se às fechaduras instaladas na rota de fuga em que são necessárias chaves ou acionamentos elétricos para poderem abrir pelo lado interno da edificação, o que contraria o seguinte item da Instrução Técnica 08 [9]:

5.5.4.10 A colocação de fechaduras nas portas do pavimento de descarga, onde houver necessidade de se garantir segurança aos usuários da edificação contra invasão de intrusos, é permitida, a critério do responsável técnico, desde que seja possível a abertura pelo lado interno, sem necessidade de chave, admitindo-se que a abertura pelo lado externo seja feita apenas por meio de chave, dispensando-se maçanetas, etc.

A exigência acima mencionada garante a saída segura em caso de emergência, sem a necessidade de chaves ou acionamentos eletrônicos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa científica possibilitou a identificação dos principais itens de irregularidades verificados em vistorias de liberação no ano de 2017 no âmbito da 4ª Cia de Prevenção e Vistoria. Além da identificação da recorrência de itens de irregularidades a pesquisa permitiu o conhecimento do balanço de aprovação/reprovação em vistorias realizadas e também a relação desses resultados com a ocupação da edificação.

No que tange à identificação dos itens de irregularidades recorrentes, vislumbra-se a necessidade de implementação de instruções direcionadas aos Responsáveis Técnicos com vistas à mitigação e otimização do processo de obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros. Essas instruções poderiam ocorrer em forma de pôster afixado junto ao protocolo da 4ª Companhia de Prevenção e Vistoria com direcionamentos e explicações resumidas para diminuir a recorrência dos erros identificados.

A cultura prevencionista em relação ao incêndio e ao pânico é algo gradual que vem sendo enraizada em nossa sociedade. Infelizmente, tragédias como o incêndio na Boate Kiss no ano de 2013, servem de alavancas para uma maior conscientização dos responsáveis pelas edificações construídas em nosso Estado. De outra forma, o alvará do Corpo de Bombeiros constitui requisito para liberação de empreendimentos junto à entidades como Vigilância Sanitária, seguros empresariais, certificação de empresas, liberação de financiamentos governamentais entre outros.

A pesquisa possibilitou uma gama muito grande de dados que podem ser explorados para aperfeiçoar o Serviço de Segurança Contra Incêndio e Pânico do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais. Os dados alcançados nesta pesquisa podem ser utilizados não apenas na mitigação de recorrência de erros de projeto e execução, mas também no fomento à boas práticas prevencionistas e aplicação consciente de meios preventivos que possam evitar e minimizar o risco às pessoas que frequentam e utilizam edificações e espaços de uso coletivo.

Referências

- [1] MINAS GERAIS. **CONSTITUIÇÃO DO ESTADO DE MINAS GERAIS**. Belo Horizonte. Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2017. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/export/sites/default/consulte/legislacao/Downloads/pdfs/ConstituicaoEstadual.pdf>.
- [2] MINAS GERAIS. Lein° 14.130, de 19 de Dezembro de 2001. **Dispõe sobre a prevenção contra incêndio e pânico no Estado e dá outras providências**. Disponível em: < <http://www.bombeiros.mg.gov.br/images/documentos/lei-14130.pdf>>. Acesso em: 15 maio. 2018.
- [3] MINAS GERAIS. Decreton° 44.746, de 29 de fevereiro de 2008. **Regulamenta a Lei nº 14.130, de 19 de dezembro de 2001, que dispõe sobre a prevenção contra incêndio e pânico no Estado e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.bombeiros.mg.gov.br/images/stories/dat/decretos/dec_44746_atualizado_19-06-2017-4.pdf>. Acesso em: 15 maio. 2018.
- [4] MINAS GERAIS, Corpo de Bombeiros Militar. **Instrução Técnica N. 01 -Procedimentos Administrativos**. Diretoria de Atividades Técnicas, Belo Horizonte,8. ed., 2017.
- [5] MINAS GERAIS, Corpo de Bombeiros Militar. **RESOLUÇÃO nº 763, DE 28 DEZEMBRO DE 2017**. Aprova o novo Plano de Articulação do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais. Comando Geral, Belo Horizonte, 2. ed., 2015.
- [6] GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- [7] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.
- [8] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria Andrade. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- [9] MINAS GERAIS, Corpo de Bombeiros Militar. **Instrução Técnica N. 08, - Saídas De Emergência em Edificações**. Diretoria de Atividades Técnicas, Belo Horizonte, 2. ed. 2017.

ANÁLISE DOS ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO DO GRUPO JBS APÓS A OPERAÇÃO LAVA JATO

ALKMIM, Maria Fernanda Santos³⁵
GONÇALVES, Nathália Oliva³⁶
SILVA, Any Karoliny³⁷
SILVA, Roberto César Faria e³⁸
SANTOS JÚNIOR, Ismael Mendes³⁹

RESUMO: Este artigo apresenta a análise do endividamento do Grupo JBS após a Operação Lava Jato. Para isso foi aferido os índices de endividamento dois anos antes, dois anos após e no ano durante o ocorrido. Os procedimentos metodológicos utilizados foram caracterizados como um estudo descritivo, sendo analisados, registrados e interpretados os resultados do Balanço Patrimonial e do Demonstrativo do Resultado do Exercício do Grupo JBS a partir de dados quantitativos, baseados em números e cálculos matemáticos. Utilizou-se também a pesquisa bibliográfica, posto que a retirada de informações se deu através de livros e sites e, a pesquisa documental uma vez que foi realizada a coleta de dados por meio dos documentos do Grupo JBS. Verificou-se que o endividamento do grupo aumentou no ano em que ocorreu a Operação Lava Jato em relação aos dois anos anteriores e foi inferior em relação aos dois anos seguintes. Após a análise dos documentos concluiu-se que a Operação Lava Jato não teve tanta influência no endividamento do Grupo JBS, dado que os resultados dos índices já estavam sofrendo alterações.

Palavras-chave: JBS, Endividamento, Lava Jato.

³⁵ Acadêmica do curso de administração UNIMONTES. E-mail: fesantosf8@gmail.com

³⁶ Acadêmica do curso de administração UNIMONTES. E-mail: mfernandafreitas@outlook.com

³⁷ Acadêmico do curso de administração UNIMONTES. E-mail: renan.lopezfernandes@hotmail.com

³⁸ Professor da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. E-mail: robertocesarsilva@hotmail.com

³⁹ Professor do curso de Administração Faculdades Santo Agostinho. E-mail:

**ANÁLISE DOS ÍNDICES DE LIQUIDEZ DA EMPRESA SAMARCO
DOS ANOS 2014 E 2016 - ANTECEDENTE E POSTERIOR AO ROMPIMENTO
DA BARRAGEM DE FUNDÃO**

FERNANDES, Renan de Jesus Lopes⁴⁰

SANTOS, Fernanda Fernandes⁴¹

SILVEIRA, Maria Fernanda de Freitas⁴²

SILVA, Roberto César Faria e⁴³

SANTOS JÚNIOR, Ismael Mendes dos⁴⁴

RESUMO: O rompimento da barragem de Fundão, de propriedade da empresa Samarco, foi um dos maiores acidentes ecológicos brasileiros, e gerou muitos gastos para a empresa. Este presente artigo tem como objetivo analisar os índices de liquidez da empresa Samarco dos anos de 2014 e 2016, ou seja, o ano antecedente e posterior ao acidente, buscou analisar a liquidez dos anos citados anteriormente e comparar os resultados entre eles. A metodologia utilizada foi realizada uma análise descritiva, com abordagem quantitativa, utilizando pesquisa bibliográfica e documental. Os documentos analisados foram os balanços patrimoniais da Samarco no período estudado, estes balanços foram coletados no site da mesma. Para a realização dos cálculos e da montagem da tabela e dos gráficos foi utilizado o software Microsoft Excel. Os resultados permitiram observar que a liquidez da empresa já não era satisfatória no ano de 2014, ano anterior ao acidente, com a maioria dos índices abaixo de um, sendo eles ILG (Índice de Liquidez Geral) = 1,28; ILC (Índice de Liquidez Corrente) = 0,93; ILS (Índice de Liquidez Seca) = 0,81 e o ILI (Índice de Liquidez Imediata) = 0,56; depois do acidente, no ano de 2016, tiveram índices nos valores de ILG = 0,74; ILC = 0,03; ILS = 0,01 e o ILI = 0; podemos observar que houve uma queda de 0,54 no ILG, 0,90 no ILC, 0,80 no ILS e de 0,56 no ILI. Conclui-se que o rompimento da barragem de Fundão foi um acontecimento relevante para a situação financeira da empresa pois influenciou nos seus índices de liquidez, que sofreram uma queda no ano subsequente ao acontecimento.

Palavras-chave: Liquidez. Samarco. Acidente.

⁴⁰ Acadêmico do curso de administração UNIMONTES. E-mail: renan.lopezfernandes@hotmail.com

⁴¹ Acadêmica do curso de administração UNIMONTES. E-mail: fesantosf8@gmail.com

⁴² Acadêmica do curso de administração UNIMONTES. E-mail: mfernandafreitas@outlook.com

⁴³ Professor da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. E-mail: robertocesarsilva@hotmail.com

⁴⁴ Professor do curso de Administração Faculdades Santo Agostinho. E-mail: Ismael.mendes@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Fundada em 1977, a Samarco é uma empresa de capital fechado que atua no segmento de mineração. Seu principal produto são as pelotas de minério de ferro comercializadas para a indústria siderúrgica de países das Américas, do Oriente Médio, da Ásia e Europa.

Com 40 anos de história no setor mineral brasileiro, a empresa possui duas unidades operacionais: Germano, em Mariana e Ouro Preto (MG), onde era realizada a extração e o beneficiamento de minério de ferro em três concentradores, e Ubu, em Anchieta (ES), onde estão quatro usinas de pelotização. As unidades são interligadas por três minerodutos de 400 quilômetros de extensão, que atravessam 25 municípios dos dois estados.

Em 5 de novembro de 2015, ocorreu o rompimento abrupto da estrutura de contenção de rejeitos na barragem de Fundão, na unidade de Germano, em Mariana (MG), operada pela Samarco. Pertencente ao conjunto de barragens da Empresa, que inclui as estruturas de Germano (barragem de rejeitos) e de Santarém (barragem de água) e o empilhamento drenado da Cava de Germano, a barragem de Fundão mantinha um volume de rejeitos de aproximadamente 55 milhões de metros cúbicos, dentro do limite permitido e licenciado pelo órgão ambiental competente – Superintendência Regional de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (Supram) –, de até 111 milhões de metros cúbicos. Este era o volume licenciado quando fosse atingida a cota de 920 metros, conforme dados do Estudo de Impacto Ambiental (EIA). (Sobre a Samarco. **A Samarco**. Jun, 2018)

Em extensão e volume depositado, Fundão era a segunda maior barragem da Empresa, atrás, apenas, da barragem de Germano. Assim como a sociedade, a Samarco buscou compreender o que levou a um rompimento sem precedentes como este.

Partindo desse contexto, o presente estudo serviu para analisar as variações ocorridas nos índices de liquidez da empresa no ano posterior e anterior ao acidente. Para tal finalidade, o presente artigo teve como objetivo geral analisar os índices de liquidez da empresa Samarco nos anos de 2014 e 2016. Para atingir esse objetivo, o estudo teve como objetivos específicos analisar a liquidez da empresa um ano antes ao acidente (2014), analisar o mesmo índice um ano após o acidente e fazer um comparativo de seus resultados nos respectivos anos citados anteriormente.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Demonstração de resultados

De acordo com Gitman (2010), a demonstração de resultado é um resumo dos resultados operacionais da empresa durante um determinado período. O mesmo afirma que:

As mais comuns abrangem um período de um ano encerrado numa data específica, normalmente 31 de dezembro de cada ano. Muitas grandes empresas, contudo, operam num ciclo financeiro de 12 meses, chamado de ano fiscal, que se encerra em alguma outra data. Além disso, é comum elaborar demonstrações de resultados mensais para uso da administração e obrigatório fornecer aos acionistas de companhias abertas demonstrações de resultados trimestrais (GITMAN, 2010, p. 41).

Nesse contexto, Ross; Westerfield; Jaffe (2010) afirmam que a demonstração de resultado mede o desempenho durante um período específico.

2.2 Balanço patrimonial

De acordo com Gitman (2010, p. 43), “o balanço patrimonial é uma descrição resumida da posição financeira da empresa em uma certa data”. O mesmo autor ainda afirma que essa demonstração equilibra os ativos da empresa (aquilo que ela possui) contra seu financiamento, que pode ser capital de terceiros (dívidas) ou capital próprio (fornecido pelos proprietários e também conhecido como patrimônio líquido).

Em contrapartida, Ross; Westerfield; Jaffe (2010, p. 39) ressaltam que o balanço patrimonial:

É um instantâneo feito pelo contador do valor contábil da empresa numa data específica, como se a empresa permanecesse estática por um momento. O balanço possui dois lados: no lado esquerdo temos os ativos, e no lado direito temos os passivos e o patrimônio dos acionistas. O balanço diz o que a empresa possui e como é financiada (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2010, p. 39).

2.3 Análise de demonstrações financeiras

Para Assaf Neto (2010, p.101 e 102):

A análise das demonstrações financeiras visa fundamentalmente ao estudo do desempenho econômico-financeiro de uma empresa em determinado período

passado, para diagnosticar, em consequência, sua posição atual e produzir resultados que sirvam de base para a previsão de tendências futuras. Na realidade, o que se pretende avaliar são os reflexos que as decisões tomadas por uma empresa determinam sobre sua liquidez, estrutura patrimonial rentabilidade (ASSAF NETO, 2010, p.101 e 102).

2.4 Índices financeiros

A análise de índices, segundo Gitman (2010) envolve métodos de cálculo e interpretação de índices financeiros para analisar o desempenho da empresa. Para fazer essa análise, são de fundamental importância a demonstração do resultado e o balanço patrimonial.

A análise de índices não se refere apenas ao cálculo de um determinado índice. Mais importante do que isso é a interpretação do valor do índice. É necessário que haja uma base de significativa para a comparação, para responder a perguntas como “está alto ou baixo demais?” e “isso é bom ou ruim?” (GITMAN, 2010, p.48).

2.4.1 Indicadores de liquidez

De acordo com Assaf Neto (2010, p.103) “os indicadores de liquidez visam medir a capacidade de pagamento (folga financeira) de uma empresa, ou seja, sua habilidade em cumprir corretamente as obrigações passivas assumidas”.

Por outro lado Silva (2012, p.286) completa:

Os índices de liquidez visam fornecer um indicador da capacidade da empresa de pagar suas dívidas, a partir da comparação entre os direitos realizáveis e as exigibilidades. No geral, a liquidez decorre da capacidade de a empresa ser lucrativa, da administração de seu ciclo financeiro e de suas decisões estratégicas de investimento e financiamento (SILVA, 2012, p.286).

Para analisar os índices de liquidez parte do pressuposto de que se um índice for:

> 1 é considerado positivo, pois demonstra que a empresa tem capital suficiente para pagar suas dívidas e ainda sobra.

= 1 é considerado satisfatório, pois demonstra que a empresa tem capital suficiente para pagar suas dívidas, mas não existem excedentes.

< 1 é considerado insatisfatório, pois demonstra que a empresa não possui capital suficiente para pagar suas dívidas.

2.4.1.1 Índice de liquidez geral

Esse indicador revela a liquidez, tanto de curto como de longo prazo. É utilizada também como uma medida de segurança financeira da empresa a longo prazo, revelando, assim, sua capacidade de saldar todos seus compromissos (ASSAF NETO, 2012b);

Para seu cálculo é utilizada a seguinte fórmula proposta por Gitman (2010):

$$\text{Índice de liquidez geral} = \frac{\text{Ativo total}}{\text{Passivo total}}$$

2.4.1.2 Índice de liquidez corrente

Para Silva (2012, p. 289), “o índice de liquidez corrente (*Current ratio*) indica quanto a empresa possui em dinheiro mais bens e direitos realizáveis no curto prazo (próximo exercício), comparando com suas dívidas a serem pagas no mesmo período”.

Em contrapartida Assaf Neto (2010, p. 103 e 104) ressalta que o índice de liquidez corrente:

Refere-se à relação existente entre o ativo circulante e o passivo circulante, ou seja, de \$ 1,00 aplicado em haveres e direitos circulantes (disponível, valores a receber e estoques, fundamentalmente), a quanto a empresa deve a curto prazo (duplicatas a pagar, dividendos, impostos e contribuições sociais, empréstimos a curto prazo etc.) (ASSAF NETO, 2010, p. 103 e 104).

O mesmo autor ainda completa:

Se a liquidez corrente for superior a 1, tal fato indica a existência de um capital circulante (capital de giro) líquido positivo; se igual a 1, pressupõe sua inexistência, e, finalmente, se inferior a 1, a existência de um capital de giro líquido negativo (ativo circulante menor que passivo circulante)” (ASSAF NETO, 2010, p. 103 e 104).

“De modo geral, quanto maior o índice de liquidez corrente, mais líquida a empresa” (GITMAN, 2010, p. 52). Para seu cálculo é utilizada a seguinte fórmula proposta por Gitman (2010):

$$\text{Índice de liquidez corrente} = \frac{\text{Ativo circulante}}{\text{Passivo circulante}}$$

2.4.1.3 Índice de liquidez seca

Similar ao índice de liquidez corrente, porém exclui do cálculo o estoque, que costuma ser o menos líquido dos ativos circulantes (GITMAN, 2010).

Sabe-se que os estoques, apesar de serem classificados como itens circulantes (curto prazo), não apresentam normalmente liquidez compatível com o grupo patrimonial em que estão incluídos. Sua realização é, na maioria das vezes, mais demorada e difícil que a dos demais elementos que compõem o ativo circulante (ASSAF NETO, 2010, p. 104).

O índice de liquidez seca é calculado pela fórmula apresentada a seguir (GITMAN, 2010):

$$\text{Índice de liquidez seca} = \frac{\text{Ativo circulante} - \text{estoques}}{\text{Passivo circulante}}$$

Para Gitman (2010), quanto maior o índice de liquidez seca, melhor.

2.4.1.4 Índice de liquidez imediata

Esse índice mede a capacidade de pagamento de curtíssimo prazo. De acordo com ASSAF NETO (2012c):

Reflete a porcentagem das dívidas de curto prazo (passivo circulante) que pode ser saldada imediatamente pela empresa, por suas disponibilidades de caixa. Evidentemente, quanto maior se apresentar esse índice, maiores serão os recursos disponíveis mantidos pela empresa.

Para seu cálculo é utilizada a seguinte fórmula:

$$\text{Índice de liquidez imediata} = \frac{\text{Disponível}}{\text{Passivo Circulante}}$$

3 METODOLOGIA

Referente ao objetivo, a pesquisa caracterizou-se como descritiva que, de acordo com Gil :

Têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. (GIL, 2008, p. 28).

Para o autor algumas pesquisas descritivas transcendem a mera identificação da existência de interações entre as variáveis, pretendendo determinar a natureza de tal relação. Neste caso nos deparamos com uma pesquisa descritiva que se aproxima da explicativa. Do mesmo modo, existem pesquisas que, embora definidas como descritivas partindo dos seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias.

Quanto à natureza, foi utilizada a pesquisa quantitativa, que segundo Malhotra (2005, p. 114) essa pesquisa procura quantificar os dados. O mesmo ainda afirma que:

Ela busca uma evidencia conclusiva, que é baseada em amostras grandes e representativas e de, alguma forma, aplica análise estatística. Contrastando com a pesquisa qualitativa, as descobertas da pesquisa quantitativa podem ser tratadas como conclusivas e utilizadas para recomendar um curso de ação final. (MALHOTRA, 2005, p. 114).

Quanto aos procedimentos técnicos, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e documental. De acordo com Gil:

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Parte dos estudos exploratórios podem ser definidos como pesquisas bibliográficas, assim como certo número de pesquisas desenvolvidas a partir da técnica de análise de conteúdo. (GIL, 2008, p. 50)

Ainda de acordo com ele:

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A única diferença entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa. (GIL, 2008, p. 51)

A unidade de análise do estudo se deu através de uma pesquisa documental, utilizando as demonstrações da empresa que, segundo Marconi e Lakatos (2003, p.174), a fonte de coleta de dados da pesquisa “está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois”.

4 RESULTADOS

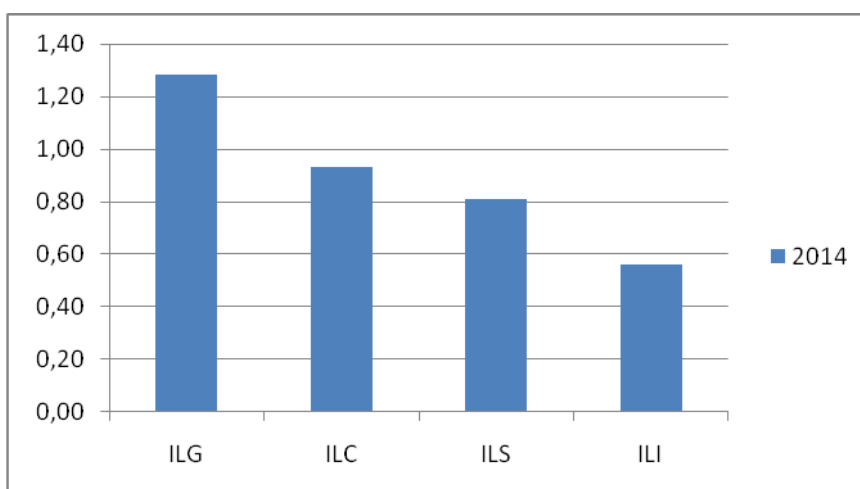
Para realizar a análise de liquidez foram coletados os Balanços Patrimoniais da empresa correspondente, através do seu próprio site, dos anos de 2014 e 2016. A seguir apresentam-se os resultados obtidos através dos índices calculados.

A análise dos índices de liquidez visa fornecer um indicador da capacidade da empresa de pagar suas dívidas. Para realização de tal análise, foram calculados quatro índices: índice de liquidez geral, índice de liquidez corrente, índice de liquidez seca e o índice de liquidez imediata.

4.1 Análise de liquidez 2014

De acordo com o primeiro gráfico, a empresa Samarco apresentava apenas um bom índice de liquidez geral no ano de 2014, sendo ele 1,28 e os demais índices, com resultados menores que um, sendo eles: índice de liquidez corrente 0,93; índice de liquidez seca 0,81 e o índice de liquidez imediata 0,56, ou seja, insatisfatórios, demonstrando que a sua capacidade de pagar dívidas não eram boas.

GRÁFICO 1 – Índices de liquidez de 2014

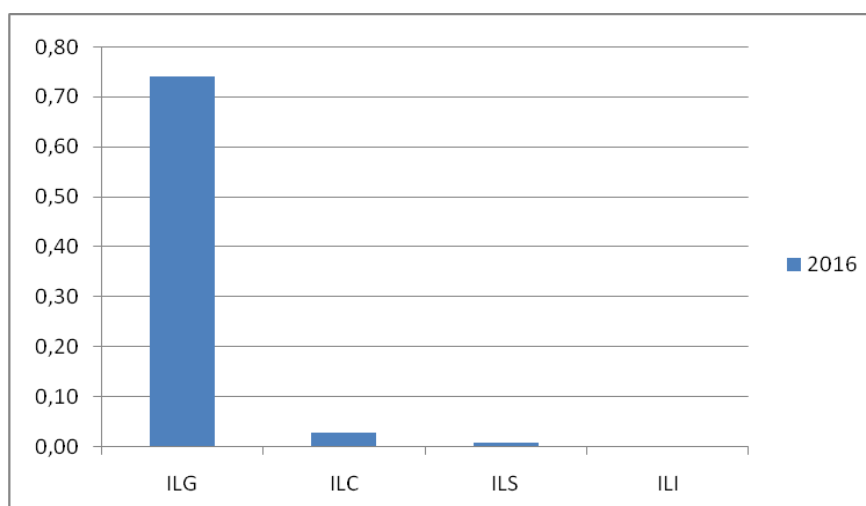


Fonte: Dados de pesquisa própria, 2018

4.2 Análise de liquidez 2016

Quanto aos índices de liquidez do ano de 2016, após o acidente, mostrados no segundo gráfico, nota-se que a empresa não obteve um bom resultado em nenhum dos índices, todos apresentam os resultados menores que um, sendo eles: índice de liquidez geral 0,74; índice de liquidez corrente 0,03; índice de liquidez seca 0,01 e o índice de liquidez imediata 0,00, ou seja, se mantendo insatisfatórios e demonstrando que sua capacidade de pagar suas dívidas pioraram depois do acidente.

GRÁFICO 2 – Índices de liquidez de 2016



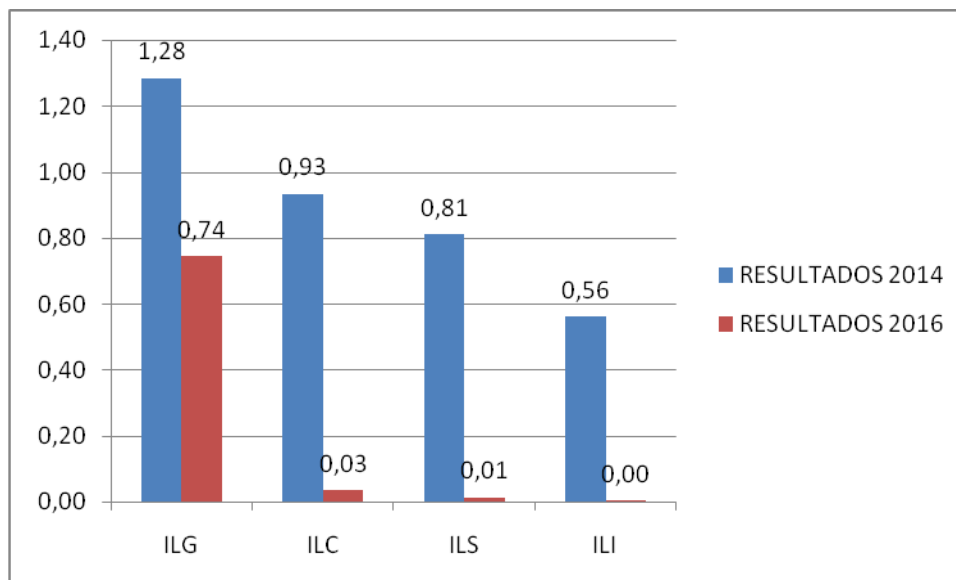
Fonte: Dados de pesquisa própria, 2018

4.3 Análise Comparativa

De acordo com o terceiro gráfico, a empresa Samarco apresentou um único resultado positivo dentre os índices de liquidez analisados dos anos de 2014 e 2016, ou seja, em geral, seus índices de liquidez eram insatisfatórios. Após o acidente na barragem de Fundão houve uma redução de, aproximadamente, 42,19% no índice de liquidez geral; 96,77% no índice de liquidez corrente; 98,77% no índice de liquidez seca e de 100% no índice de liquidez imediata, em relação ao ano anterior, ou seja, houve uma piora em seus resultados, como mostrado no gráfico 3. Através dos dados analisados dos balanços patrimoniais da empresa podemos perceber que um dos motivos que ocasionou a redução dos índices foi o fato do aumento nos valores do passivo total (PA) e do passivo

circulante(PC) no ano de 2016, ou seja, após o acidente, ocasionados por dívidas relacionadas ao mesmo. Outro motivo que também pode ter influenciado tal redução, em específico o índice de liquidez seca, foi a queda no valor do estoque.

GRÁFICO 3 – Índices de liquidez comparados



Fonte: Dados de pesquisa própria, 2018

TABELA 1 – Resultado dos cálculos

RESULTADOS		
ÍNDICES	2014	2016
ILG	1,28	0,74
ILC	0,93	0,03
ILS	0,81	0,01
ILI	0,56	0,00

Fonte: Dados de pesquisa própria, 2018.

5 CONCLUSÃO

Este artigo teve como finalidade analisar as variações que ocorreram nos índices de liquidez da empresa Samarco, nos anos de 2014 e 2016, ano antecedente e posterior ao acidente na barragem de Fundão em 2015.

A presente análise foi feita por meio dos índices de liquidez: geral, corrente, seca e imediata, os quais mostraram o impacto do acidente nas suas demonstrações financeiras gerando a variação na capacidade de pagamento de dívidas da empresa referentes aos anos citados.

Através deste estudo, foi possível constatar que os índices de liquidez antes do acidente da barragem de Fundão, no ano de 2014, já não eram satisfatórios, com exceção do índice de liquidez geral e após o incidente, no ano de 2016 os índices de liquidez sofreram uma redução, piorando assim a situação da empresa, uma vez em que seus índices se encontram menores que 1.

Este estudo pretendia analisar os impactos do acidente de 2015 na Barragem de Fundão em um período maior de tempo, porém não foram encontrados dados para a realização da análise. O presente artigo pode ser utilizado para futuros e novos estudos referentes a liquidez da empresa Samarco.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Bruno Gonçalves de; ROCHA, Thiago Rodrigues; SILVA, Roberto César Faria e. **Análise da liquidez, atividade e rentabilidade da empresa BRF nos anos de 2011 e 2012.**

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

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à pesquisa de marketing.** São Paulo: Pearson, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo : Atlas, 2003.

SAMARCO. Sobre a Samarco. **A Samarco**. Disponível em: <
<https://www.samarco.com/a-samarco/> > Acesso em: 20 de jun de 2018.

SANTOS, Gláucia Teixeira; FRANCISCO, José Roberto de Souza. **Indicadores de liquidez versus modelo dinâmico:** aplicação no período pré e pós-crise no segmento bancos. 2015. Disponível em : <
<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/31022349.pdf> > Acesso em: 21 de jun de 2018.

ANÁLISE DOS ÍNDICES FINANCEIROS DE RENTABILIDADE DA COMPANHIA VALE DO RIO DOCE DIANTE O DECESSO DO PREÇO DO MINÉRIO DE FERRO NO PERÍODO DE 2010 A 2017

SANTOS, André Silva Oliveira¹
SIQUEIRA, Thiago Ribeiro²
VELOSO, Rodrigo Teixeira Guimarães³
SILVA, Roberto César⁴
MENDES, Ismael⁵

RESUMO: A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar os índices de rentabilidade da Companhia Vale do Rio Doce durante e após o decesso do preço do minério de ferro frente à desaceleração do crescimento do Produto Interno Bruto – PIB – da China, no período de 2010 a 2017, buscou analisar como os fatores externos afetaram a companhia, consequentemente salientando a oscilação dos índices financeiros de rentabilidade e com quais medidas a Companhia conseguiu conservar-se no mercado. A fundamentação teórica evidência uma contextualização da desaceleração do crescimento do PIB da China, junto a queda do preço do minério de ferro e a importância das análises dos índices financeiros. Para que fosse possível o presente trabalho foi-se executado uma pesquisa descritiva, tomando-se uma abordagem quantitativa. A unidade de análise foi-se de caráter bibliográfica, analisando artigos referentes a Vale, China, minério de ferro e índices financeiros, através da plataforma Periódicos Capes do Ministério da Educação – MEC – juntamente ao site oficial da empresa para obtenção de documentos afim de coletar dados contábeis, ressaltando que as análises dos documentos contábeis são anuais findos em dezembro. Para que fosse possível a tabulação dos dados contábeis utilizou-se o software Microsoft- Excel. Por intermédio dos resultados adquiridos observou-se que no período entre 2010 a 2015 o PIB da China esteve em uma constante desaceleração no seu crescimento, a vista que à China nesta última década está no posto de maior importadora de minério de ferro do mundo, principal produto da Vale. Observa-se conjuntamente que os índices de rentabilidade calculados no período entre 2010 a 2015, encontram-se em oscilações. De modo tendo prejuízo nos anos de 2013 e 2015, com ênfase neste último que houve significativo prejuízo, com destaque aos índices de Margem Líquida – ML – e o Retorno Sobre o Patrimônio Líquido – ROE –, com os respectivos resultados; -58,93% e -32,99%. Todavia, nos dois próximos anos tendeu a uma ascensão, nos quais em 2016 o ML e ROE atingiram respectivamente; 14,05% e 9,94% e em 2017, com 16,28% e 11,93% como os resultados do ML e ROE na mesma ordem. No período de 2015 a Vale careceu de liquidar ativos em cerca de US\$ 3,526 bilhões. Conclui-se que ao desacelerar o PIB da China houve a queda contínua do preço do minério de ferro, até atingir grandes prejuízos em 2015. Contudo, mostra que a rentabilidade da Vale vem ascensão a partir dos anos de 2016 e 2017.

¹Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: andresilvagalo2@gmail.com

²Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: thiagoribeirosiqueira@gmail.com

³Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: roteixeira03@gmail.com

⁴Professor do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: robertocesarsilva@hotmail.com

⁵Professor do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: Ismael.mendes@gmail.com

1. Introdução

A priori a mineração se tornou ao decorrer de toda a história do Brasil um dos grandes pilares de sustentação da economia brasileira visto que, ela é uma das principais responsáveis pela produção e distribuição da matéria prima.

O minério de ferro é um dos elementos mais exportados dentre vários outros minérios pelo mundo. Devido à grande quantidade desse minério de ferro de boa qualidade presente na crosta terrestre brasileira, esse minério se tornou um dos mais importantes para a economia nacional. Em 2016, a maioria dos minérios produzidos no Brasil eram de classe metálica, e dentre esses metais oito destacam-se: alumínio, cobre, estanho, ferro, manganês, nióbio, níquel e ouro. A grande exportação do minério de ferro acarretou em um cenário que o Brasil se tornou economicamente dependente dos países para os quais o minério é levado. Dentre eles, a China se destaca pelo fato de ser o maior exportador de minério de ferro do Brasil, sobressaindo-se principalmente na exportação de bens primários (ANM, 2017).

A desaceleração do crescimento do Produto Interno Bruto - PIB - da China no período de 2010 a 2017 foi causada em razão da China tentar voltar sua economia para o mercado interno, o que ocasionou em uma diminuição em seus exportadores, dessa forma, a China teve que desvalorizar sua moeda (iuan). Essas circunstâncias afetaram diretamente a economia brasileira e as exportações do minério de ferro, o que ocasionou um grande impacto na segunda maior exportadora de minério de ferro do mundo (ANM, 2017), a Vale Do Rio Doce, que já foi uma empresa estatal, entretanto foi privatizada em 1977.

O presente artigo vai buscar analisar os índices de rentabilidade da Vale do Rio Doce durante e após o decesso do preço do minério de ferro frente à desaceleração do crescimento do Produto Interno Bruto – PIB – da China, no período de 2010 a 2017. Os índices financeiros são úteis para auxiliar na tomada de decisões gerenciais visando analisar e acompanhar o desempenho da empresa. Dentre eles estão os índices de: Liquidez, endividamento, rentabilidade e atividade (Gitman, 2004).

2. Metodologia

Para que fosse possível o presente trabalho foi-se executado uma pesquisa descritiva, que segundo (SILVA, 2005, p. 51) [10].

Visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de Levantamento.

A pesquisa tomando-se uma abordagem quantitativa, onde (SILVA, 2005, p. 20) [10].

Considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.)

A unidade de análise foi-se de caráter bibliográfica, analisando artigos referentes a Vale, China, minério de ferro e índices financeiros, através da plataforma Periódicos Capes do Ministério da Educação – MEC. De modo que segundo (SILVA, 2005, p. 21)[10] é caracterizada como pesquisa bibliográfica quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet.

Além do mais, a pesquisa teve caráter documental, uma vez que buscou juntamente ao site oficial da empresa Vale do Rio Doce para obtenção dos demonstrativos contábeis dos anos de 2010 a 2017, ressaltando que as análises dos documentos contábeis são anuais findos em dezembro. Para que fosse possível a tabulação dos dados contábeis utilizou-se o software Microsoft- Excel. Após tabulados os dados foram eles calculados e elaborados gráficos para posterior análise.

3. Referencial Teórico

3.1. Minério de Ferro

Entre os elementos mais abundantes da crosta terrestre está o ferro, com uma proporção de 4,2% da constituição (ANM, 2001) [1]. Sendo ele, o metal mais produzido no mundo, devido a sua importância na economia e no desenvolvimento da sociedade em âmbito de todas as suas complexidades. De modo que o ferro é encontrado em diversos conjuntos minerários, entre eles os mais importantes são: hematita (Fe_2O_3), magnetita (Fe_3O_4), goethita (FeO/OH) e siderita (FeCO_3). Todo ferro produzido no mundo de uma grande importância para a indústria, consistindo em cerca 99% da produção destinada a fabricação do aço e do ferro fundido (ANM, 2009) [2].

O Brasil é um dos maiores produtores de ferro do mundo, de acordo com o (U.S. GEOLOGICAL SURVEY, 2017) [11] o Brasil figurou-se como segundo maior produtor em 2016, atrás apenas da Austrália e frente a China. De modo que as principais produtoras do país são: Companhia Vale do Rio Doce, Minerações Brasileiras Reunidas, Samarco e a companhia Siderúrgica Nacional.

A Vale do Rio Doce é a maior empresa brasileira do ramo, sendo uma grande fornecedora de metais para os países asiáticos. A empresa tem uma composição acionária de 34,10% da VALESPAR, 33,80% da ADRS, 4,80% da BNDESPAR e outros acionários detêm 27,3%. Também passando a ser a maior empresa produtora de minério de ferro em nível mundial, com a incorporação da Mineração de Trindade-SAMITRI, Ferteco Mineração, Mineração Socoimex. Além disso, a companhia Vale do Rio Doce obtém 50% das ações da Samarco e 100 da Minerações Brasileiras Reunidas (ANM, 2001) [1].

3.2. Demonstrações financeiras

De acordo com (HOJI, 2014) [7], a análise de balanços é considerada uma arte, pois deriva de uma interpretação subjetiva de cada analista e supõe resultados diferentes a partir das mesmas informações ali obtidas pelas demonstrações. A análise de balanços é importante para a avaliação de diversas contas contábeis e assim identificar as tendências que elas podem demonstrar sob uma tomada de decisão da gestão, pois cada decisão pode influenciar nas informações contidas nas demonstrações da organização. A análise é feita a partir das demonstrações financeiras da empresa, para (ASSAF NETO, 2001) [3] visa relatar as causas que determinaram a evolução ou devolução da organização a partir da interpretação das contas contábeis, ou assim sendo obter informações sobre a posição passada, presente e futura (projetada) pela organização.

A análise dos demonstrativos financeiros nos remete à situação da empresa, saúde econômica, patrimonial ou financeira, e assim comparar com organizações do mesmo ramo, chamada de análise de corte transversal, envolvendo a comparação de várias empresas do mesmo ramo e assim avaliar se o desempenho se encontra satisfatório em relação a outra, suas principais concorrentes (GITMAN, 2004) [6]. Uma das formas de análise de balanços é através de índices financeiros que para (GITMAN, 2004, p. 42) [6] “envolve métodos de cálculo e interpretação visando analisar e acompanhar o desempenho da empresa. Sendo que os elementos básicos para análise são a demonstração de resultado do exercício e o balanço patrimonial”. Os índices são calculados e cada um apresenta uma particularidade em relação ao seu resultado que deve ser interpretado e dependendo do tipo de índice, menores são considerados bons ou ruins de acordo com seu parâmetro.

Para (ASSAF NETO, 2001, p. 55) [3] “os indicadores financeiros procuram relacionar elementos afins das demonstrações contábeis de forma a melhorar a extração de conclusões sobre a situação da empresa” e ainda para (HOJI, 2014) [7] esta técnica “consiste em relacionar contas e grupos de contas para extrair conclusões sobre tendências e situação econômico-financeira da empresa”. Dentre a análise das demonstrações financeiras, utilizaremos os índices de rentabilidade que para (ASSAF NETO, 2001) [3] “é uma avaliação econômica do desempenho da empresa, dimensionando o retorno sobre investimentos realizados e a lucratividade apresentada pelas vendas”.

3.3. Demonstração de Resultado de Tamanho Comum

Uma ferramenta conhecida de avaliação de rentabilidade em relação a vendas, para (GITMAN, 2004, p. 52) [6], é a demonstração de resultado de tamanho comum, “é muito útil na comparação de desempenho de rentabilidade em períodos diferentes” é incluído os índices de rentabilidade a margem de lucro bruto (MB), a margem de lucro operacional (MOP) e a margem de lucro líquido (ML). A MB “mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que resta após o pagamento do custo dos produtos vendidos” (Gitman, 2004, p. 52) [6], ela é entendida como quanto mais alto o resultado tende a ser melhor e assim demonstra a rentabilidade bruta após as deduções dos custos, a redução dos custos prevalece a subir a margem bruta. Calcula-se dividindo o lucro bruto da empresa da receita de vendas, (GITMAN, 2004) [6]:

$$\text{Margem de lucro bruto} = \frac{\text{Receita de vendas} - \text{Custo dos produtos vendidos}}{\frac{\text{Receita de vendas}}{\text{Lucro bruto}}} = \frac{\text{Lucro bruto}}{\text{Receita de vendas}}$$

A MOP “mede a proporção de cada unidade monetária de receita de vendas que permanece após a dedução de todos os custos e despesas, não incluindo juros, impostos e dividendos de ações preferenciais” (GITMAN, 2004, p. 53) [6], também é viável que o resultado da MOP seja mais elevado, pois demonstrará o lucro que a empresa obteve após as deduções das despesas operacionais. Calcula-se dividindo o resultado operacional da empresa da receita de vendas, (GITMAN, 2004) [6]:

$$\text{Margem de lucro operacional} = \frac{\text{Resultado operacional}}{\text{Receita de vendas}}$$

Por fim a ML, “representa a proporção de cada unidade monetária de receita de vendas restantes após a dedução de todos os custos e despesas, incluindo juros, impostos e dividendos de ações preferenciais” (GITMAN, 2004, p. 53) [6] viável que o resultado seja alto, pois este índice demonstra o lucro líquido dos custos, despesas e impostos da empresa, ou seja, o lucro real que a empresa obteve após todas as deduções da receita bruta de vendas. Calcula-se dividindo o lucro disponível aos acionistas ordinários da receita de vendas, (GITMAN, 2004) [6]:

$$\text{Margem de lucro líquido} = \frac{\text{Lucro disponível aos acionistas ordinários}}{\text{Receita de vendas}}$$

3.4. Análise de Séries Temporais

A análise de séries temporais permite avaliar os progressos alcançado pela empresa e ainda assim perceber o surgimento de tendências de um período para outro que é importante para observar problemas em determinados pontos que podem prejudicar a empresa (GITMAN, 2004) [6]. Esse método é utilizado para exibir o desempenho da empresa e avalia-lo se está seguindo um padrão, se está constante, cada oscilação, seja para pior ou para melhor e será detectada por este método para então descobrir o problema que está havendo nesta empresa e então tomar medidas que sejam cabíveis para resolvê-los. As análises de índices podem dar uma orientação sobre determinados pontos da empresa que não estejam em condições adequadas, mas não fornece evidências de problemas reais que estejam acontecendo na empresa (GITMAN, 2004) [6], vários fatores que ela não tem controle sobre podem influenciar para que estes resultados fossem encontrados, como motivos externos à organização.

3.5. Retorno do Ativo e do Capital Próprio

Além dos índices da demonstração de resultado de tamanho comum, o Retorno do Ativo Total (ROA) e o Retorno do Capital Próprio (ROE) são índices de rentabilidade que são também utilizados para demonstrar o retorno do investimento e quanto estão rendendo sobre os capitais investidos (HOJI, 2014) [7], seja voltado o retorno voltado para a própria organização (ROA), ou o retorno voltado para os sócios (ROE).

O Retorno do Ativo Total é usado para demonstrar a eficácia da administração da empresa pela gestão, sendo que mede o valor do retorno voltado aos investimentos feitos na empresa, chamado também de retorno de investimento (GITMAN, 2004)[6], o melhor resultado provável para este índice é que seja mais elevado, pois assim o retorno dos investimentos feitos na organização está voltando de forma alta e positiva. Calcula-se dividindo o lucro disponível para os acionistas ordinários do ativo total da empresa, (GITMAN, 2004)[6]:

$$\text{Retorno do ativo total} = \frac{\text{Lucro disponível para os acionistas ordinários}}{\text{Ativo total}}$$

Do mesmo modo, segue o Retorno do Capital Próprio, sendo que neste caso o retorno é voltado para os acionistas da empresa, no qual quanto maior será melhor, pois assim também demonstrará que os investimentos estão voltando em valores positivos, calcula-se dividindo o lucro disponível para os acionistas ordinários do patrimônio dos acionistas ordinários, (Gitman, 2004)[6]:

$$\text{Retorno do capital próprio} = \frac{\text{Lucro disponível para os acionsitas ordinários}}{\text{Patrimônio dos acionistas ordinários}}$$

4. Resultados e Discussão

4.1. Preço do Minério de Ferro

O preço do minério de ferro apresentou oscilações ao longo do período entre 2010 e 2017 como observado no gráfico 1, frente os constantes movimentos do mercado. Mas se manteve em uma tendência decrescente desde 2011.



Gráfico 1 - Índice de preço de minério de ferro

Fonte: Site Oficial da Vale (Oscilação do preço do Minério de Ferro) [8]

O Produto Interno Bruto da China (PIB) figurou-se uma desaceleração no seu crescimento no período entre 2010 e 2017. Apresentando junto com a desvalorização do preço do minério de ferro, que é o principal produto da Companhia Vale do Rio Doce.



Gráfico 2 - Crescimento do PIB da China

Fonte: Site da Trending Economics (Crescimento do PIB da China) [4]

A China foi ao longo dessa década a principal consumidora de minério de ferro do mundo. Devido a seu acelerado crescimento iniciado em 2010, onde apresentou um pico recorde, ultrapassando os 12% de

crescimento. Contudo, após 2011 houve uma enorme queda no gráfico 2, reduzindo consideravelmente os investimentos das aquecidas indústrias e construção civil. Consequentemente impactou na demanda de minério de ferro, como é possível identificar uma tendência mutua entre as duas variáveis no gráfico 3.

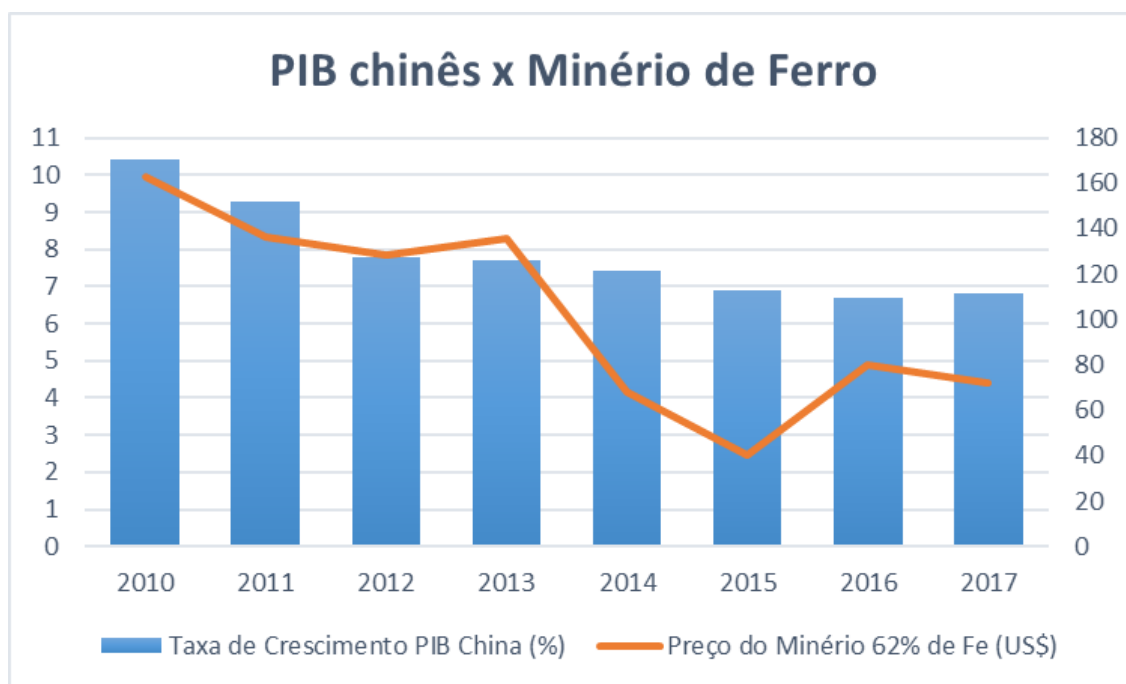


Gráfico 3 - Relação entre o Crescimento do PIB Chinês e o Preço do Minério de ferro

Fonte: (adaptado) Site oficial da Vale (Demonstrativos Contábeis da Vale) [5] e Index Mundi (Produto Interno Bruto (PIB) - Taxa de Crescimento Real da China) [9]

4.2. Rentabilidade da Vale do Rio Doce

CÁLCULO DOS ÍNDICES FINANCEIROS								
PERÍODO ENTRE 2010 E 2017								
ÍNDICE	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
MB	38,03%	35,39%	19,57%	34,91%	48,26%	45,40%	59,19%	59,44%
MOP	32,08%	25,32%	-32,88%	23,84%	31,87%	19,64%	50,24%	48,65%
ML	16,28%	14,05%	-58,93%	0,27%	-0,25%	10,29%	37,21%	36,55%
ROA	5,39%	4,12%	-13,31%	0,07%	-0,09%	3,52%	15,78%	14,17%
ROE	11,93%	9,94%	-32,99%	0,15%	-0,17%	6,14%	25,74%	26,15%

Tabela 1- Índices de Rentabilidade da Vale do Rio Doce entre 2010 e 2017

Fonte: Autoria própria a partir dos cálculos dos dados contábeis da Vale (Demonstrativos Contábeis da Vale)

Observa-se que no ano de 2010, quando havia uma alta demanda de minério de ferro pela china, junto da sua elevada valorização no preço, os índices financeiros de rentabilidade se encontravam elevados, ainda quando se comparando no último ano de 2017. O retorno sobre o capital próprio – ROE – em 2010 se deparava em 26,15% e no ano de 2017, 11,93%. De modo, tendo um faturamento para os acionistas no ano de origem da pesquisa mais do que dobrado quando se comparado com o último ano analisado.

Observa-se conjuntamente que os índices de rentabilidade calculados no período entre 2010 a 2015, encontram-se em oscilações. De modo tendo prejuízo nos anos de 2013 e 2015, com ênfase neste último que houve significativo prejuízo, com destaque aos índices de Margem Operacional – MOP-, na Margem Líquida – ML –,no Retorno sobre o Ativo - ROA - e no Retorno Sobre o Patrimônio Líquido – ROE –, com os respectivos resultados; -32,88, -58,93%, -13,31 e -32,99%.

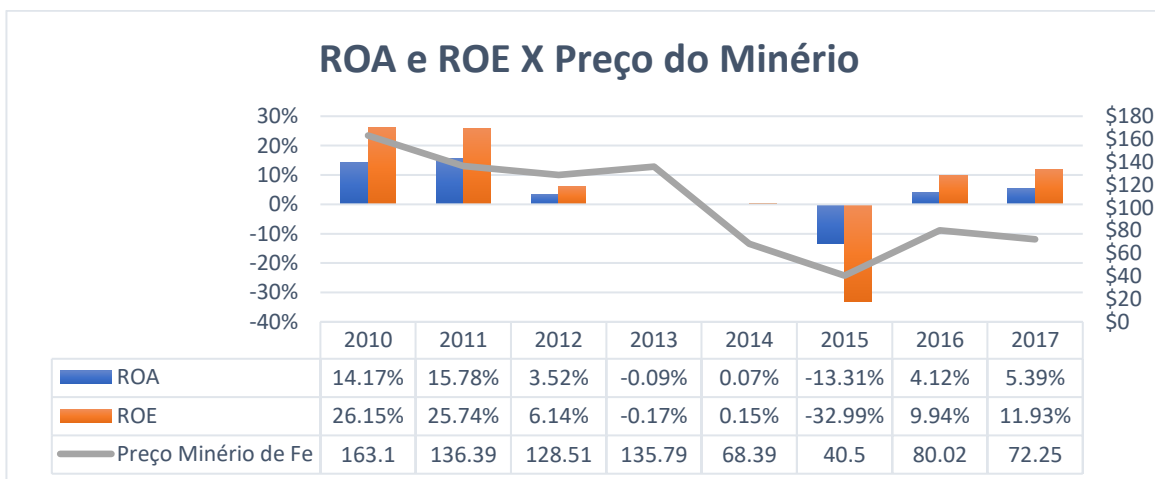


Gráfico 4 - Relação entre a Retorno sobre o Ativo (ROA), Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE) e o Preço do Minério de Ferro

Fonte: Autoria própria a partir dos cálculos dos dados contábeis da Vale (Demonstrativos Contábeis da Vale)

No gráfico 4, é possível constatar que a rentabilidade da Vale está intimamente ancorada à cotação do preço do minério de ferro, seu principal produto. Todavia, nos dois próximos anos tendeu a uma ascensão, nos quais em 2016 o ML e ROE atingiram respectivamente; 14,05% e 9,94% e em 2017, com 16,28% e 11,93% como os resultados do ML e ROE na mesma ordem. No período de 2015 a Vale careceu de liquidar ativos em cerca de US\$ 3,526 bilhões para que fosse possível melhorar os índices de rentabilidade.

5. Considerações Finais

Diante dos resultados e discussões podemos concluir que com a desaceleração do PIB da China acarretou em perdas significativas para as exportações do minério de ferro no Brasil e consequentemente afetando a Vale do Rio Doce. Analisando índices de rentabilidade apresentados podemos concluir que estavam altos desde 2010 e vinham reduzindo devido à queda da cotação do minério de ferro, no entanto de acordo os cálculos demonstram que a empresa vem se recuperando desde 2016, apresentando já no ano subsequente ao ano que houve resultado negativo, um resultado positivo e também que vem crescendo como mostra em 2017, apesar de ainda em 2010, quando havia condições favoráveis, os números encontrados serem mais que o dobro do período mais recente. Com este crescimento desde 2016, saindo de resultados negativos a empresa consta com uma situação considerável, diante das várias condições que a afetaram levando-a para saldos negativos, já mostra sinais de recuperação e crescimento retornando valores satisfatórios de margens em relação às suas receitas de vendas e também em relação aos seus retornos voltados para o ativo e para o capital próprio.

Estimulamos estudos futuros que aprofundem nos motivos que acarretaram para as influências sofridas por empresas que atuam neste ramo não descartando a análise das medidas que a organização toma para então sobreviver nestes cenários, visto a grande importância e a grande arrecadação do Brasil neste quesito pelo fato de ter em seu território uma das maiores empresas de minério do mundo.

6. Referências

- [1] ANM. **Balanço Mineral Brasileiro**. Agência Nacional de Mineração. Brasília, p. 27. 2001.
- [2] ANM. **Economia Mineral do Brasil**. Agência Nacional de Mineração. Brasília, p. 764. 2009.
- [3] ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- [4] CRESCIMENTO do PIB da China. **Site da Trading Economics**. Disponível em: <<https://pt.tradingeconomics.com/china/gdp-growth-annual>>. Acesso em: 15 Junho 2018.
- [5] DEMONSTRATIVOS Contábeis da Vale. **Site Oficial da Vale**. Disponível em: <. Acesso em: 15 Junho 2018.
- [6] GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 10ª. ed. São Paulo: Pearson, 2004.
- [7] HOJI, M. **Administração Financeira e orçamentária: Matemática Financeira Aplicada, Estratégias Financeiras e Orçamento Empresarial**. 11ª. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- [8] OSCILAÇÃO do preço do Minério de Ferro. **Site oficial da Vale**. Disponível em: <<http://www.vale.com/brasil/PT/business/mining/iron-ore-pellets/Paginas/Iron-Ore-Indices.aspx>>. Acesso em: 15 Junho 2018.
- [9] PRODUTO Interno Bruto (PIB) - Taxa de Crescimento Real da China. **Site da Index Mundi**. Disponível em: <<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=66&c=ch&l=pt>>. Acesso em: 15 Junho 2018.
- [10] SILVA, E. L. D. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4ª. ed. Florianópolis: UFSC, 2005. 138 p.
- [11] U.S. GEOLOGICAL SURVEY. **Mineral Commodity Summaries 2016**. U.S. Geological Survey, Virginia, p. 202. 2017.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS DA BICICLETAS MONARK S.A.

CORRÊA, Lucas de Souza¹

NUNES, Rafael França¹

SILVA, Roberto César Faria e²

RESUMO

A Monark tornou-se uma das maiores fabricantes de bicicletas no país, no entanto, com o passar do tempo, novos concorrentes entraram no mercado, resultando em uma divisão da clientela. Desta forma, o presente artigo busca analisar o desempenho financeiro da empresa durante os anos de 2012 e 2013. Para alcançar o objetivo proposto, foram calculados os índices de liquidez, rentabilidade e endividamento da mesma, sendo posteriormente analisados em seus respectivos anos. Para tal finalidade, foram realizadas pesquisas documentais, análises bibliográficas e exploratórias de caráter quantitativo das demonstrações de resultado do exercício e dos balanços patrimoniais. A partir da análise dos dados foi possível concluir que houve um relativo crescimento dos índices e, conseqüentemente, uma melhora na saúde financeira da empresa.

Palavras-chave: Liquidez. Rentabilidade. Endividamento.

1. INTRODUÇÃO

De acordo com o site da Monark (2015), a empresa foi fundada em abril de 1948 com a denominação de Monark Indústria e Comércio Ltda, atuando inicialmente como importadora e montadora, e posteriormente passou a ser fabricante de bicicletas.

Alterou a razão social para Bicicletas Monark S/A, em 1962, produzindo bicicletas de plástico e alumínio. A linha de produção da empresa inclui Alumínio,

¹BMX, Esportiva Masculina, Esportiva Feminina e Transporte.

Segundo o mesmo site, nos anos 80, a empresa chegou a vender 2 milhões de bicicletas por ano e chegou a empregar 10 mil pessoas. Um dos grandes sucessos da empresa foi a Monareta Gemini, que pelo seu diferente e moderno design foi um estouro de vendas entre os jovens, e começou a incomodar a concorrência.

¹ Acadêmicos do 3º Período Administração Unimontes - Campus Montes Claros

² Professor do curso de Administração Unimontes

O final do século XX termina com a Caloi e a Monark dominando 95% do mercado de bicicletas nacional, entretanto, com o passar dos anos a Caloi cresce e desponta como líder do setor, havendo também uma queda da Monark que chegou a fechar duas fábricas. Nos últimos anos, a Monark vem crescendo novamente, e retomando seu lugar no mercado como concorrente.

Dessa forma, este artigo teve como objetivo analisar a situação financeira da empresa nos anos de 2012/2013, além de analisar os índices de liquidez, rentabilidade e endividamento. Para que essas informações fossem obtidas, as análises foram realizadas com base no Balanço Patrimonial e na Demonstração de Resultado do Exercício da organização mensurada.

Em suma, a análise financeira funciona como “técnica de busca que tem por objetivo identificar as principais áreas responsáveis pela condição financeira da empresa” (GITMAN; 2010, p.62).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Índices de Liquidez

Segundo Assaf Neto (2006; p.189), os índices de liquidez são extraídos através do Balanço Patrimonial e tem o objetivo de avaliar a situação financeira da empresa, sendo assim tem como objetivo evidenciar a solidez da empresa. A empresa que tem índices de liquidez favoráveis apresenta boas condições para cumprir suas obrigações.

De acordo com o mesmo autor, os índices de liquidez normalmente empregados são: Liquidez Geral, Liquidez Corrente, Liquidez Seca e Liquidez Imediata. Todos eles relacionam bens e direitos com obrigações da firma, por intermédio de uma simples operação de divisão. Embora não seja a melhor definição, costuma-se dizer que os índices de liquidez medem “o quanto a empresa tem para cada unidade monetária que ela deve”.

Partindo desse pressuposto, um aspecto importante que deve ser considerado é que a empresa precisa "repor" os ativos circulantes que converter em dinheiro, para não interromper sua atividade operacional. Nessas condições, os ativos circulantes passam a ter características permanentes. Portanto, os índices de liquidez são válidos para os casos em que a empresa é "liquidada".

2.1.1 Índice de Liquidez Geral

Assaf Neto (2006; p.191) diz que o cálculo desse índice é feito através da divisão da soma dos ativos circulantes (AC) e realizável à longo prazo (RLP) dividido pela soma dos passivos circulantes (PA) e exigível à longo prazo (ELP). Tem como objetivo indicar a liquidez da empresa tanto a longo ou curto prazo.

O autor segue dizendo que o crescimento exorbitante das contas a receber, principalmente quando são ocasionadas por aumento de inadimplentes ou estoque volumoso, devido a algumas falhas que podem ocorrer, não devem ser relevados no cálculo desse índice.

A fórmula para cálculo deste índice é dada por:

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Real. L. P.}}{\text{Passivo Circ.} + \text{Passivo exig. L. P.}}$$

Índice de Liquidez Corrente

Para Gitman (2010; p.51), a liquidez corrente é um dos índices mais citados e utilizados, pois ela indica quanto existe de ativo circulante para cada dívida à curto prazo, ou seja, a liquidez corrente mede a capacidade da empresa de pagar suas obrigações de curto prazo.

Quanto maior for a liquidez corrente, maior será a capacidade da empresa em pagar suas contas e em financiar suas necessidades de capital de giro.

O índice de liquidez corrente é calculado da seguinte forma:

$$\text{Índice de liquidez corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

Índice de Liquidez Imediata

O cálculo desse índice revela em porcentagem as dívidas da empresa à curto prazo (circulante) que possuem condições de serem quitadas rapidamente. Esse

quociente normalmente é pequeno, devido as empresas não terem interesse em manter recursos em caixa, normalmente ativo de rentabilidade reduzida (ASSAF NETO; 2006, p.190).

Assaf Neto ainda cita que o Índice de Liquidez Imediata (ILM) elimina também a necessidade do esforço de “cobrança” para honrar as obrigações. Com o desenvolvimento do mercado de crédito, esse índice passou a ter pouca relevância na maior parte das empresas. Atualmente não é aconselhável manter disponibilidades elevadas.

A fórmula para se calcular este índice é dada por:

$$\text{Liquidez Imediata} = \frac{\text{Disponível}}{\text{Passivo Circulante}}$$

Capital Circulante Líquido

Silva refere ao capital circulante líquido como “ a diferença entre o ativo (AC) e o passivo circulante (PC)” (SILVA; 2012 p. 285) de forma que é um importante passo para o conhecimento da empresa em termos de capacidade de pagamento.

O Capital Circulante Líquido é visto como o excedente dos recursos permanentes (longo prazo), podem ser próprios ou também de terceiros, alocados dentro da empresa, relacionando-se ao montante também aplicado à longo prazo.

O Capital Circulante Líquido (CCL), é calculado com a seguinte fórmula:

$$\text{Ativo Circulante} - \text{Passivo Circulante}$$

Índice de Liquidez Seca

Conforme Gitman (2010, p.52), a liquidez seca de certa forma se assemelha com a liquidez corrente, no entanto no cálculo da liquidez seca não se inclui o estoque, tendo em vista que esta será menos líquida.

O autor segue dizendo que o índice demonstra a porcentagem das dívidas de curto prazo, que estão em condições de serem salgadas, a partir da utilização dos itens monetários que possuem uma maior liquidez do ativo circulante. A liquidez seca determina principalmente a capacidade da empresa de efetuar pagamentos à curto prazo, utilizando das contas do disponível e valores a receber.

A fórmula utilizada para efetuar o cálculo desse índice é:

$$\frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Estoque} - \text{Despesas Antecipadas}}{\text{Passivo Circulante}}$$

Índices de Rentabilidade

De acordo com Gitman (2010, p.58), “os índices de rentabilidade permitem aos analistas avaliar os lucros da empresa em relação a um dado nível de vendas, um dado nível de ativos ou o investimento dos proprietários”. Geralmente os índices de rentabilidade são calculados sobre as receitas líquidas.

Margem de lucro bruto

Conforme Gitman (2010, p.58), “a margem de lucro bruto mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que permanece após a empresa deduzir o valor dos bens vendidos”. Quanto maior a margem de lucro bruto, melhor, ou seja, menor o custo das mercadorias vendidas.

A margem bruta é calculada da seguinte forma:

$$\text{Margem Bruta} = \frac{\text{Lucro Bruto}}{\text{Receita de Vendas}}$$

Margem de lucro líquido

Dentre as margens a serem calculadas e analisadas, a margem de lucro líquido é considerada a mais importante, pois possibilita o retorno sobre seus investimentos.

Para Assaf Neto, “esse lucro líquido, ou prejuízo, resulta da diminuição do lucro após o Imposto de Renda e outras participações [...]” (ASSAF NETO; 2010, p. 97), ou seja, é medido o percentual de cada unidade monetária de venda que restou, após a dedução de todas as despesas da instituição.

A margem líquida é calculada da seguinte forma:

$$\text{Margem Líquida} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita de Vendas}}$$

Retorno sobre o ativo total (ROA)

Gitman (2010, p.60), diz que o retorno sobre o ativo total mede como a administração geral da empresa está gerindo seus lucros a partir dos ativos disponíveis. O retorno sobre o ativo de uma empresa deve ser o mais elevado possível.

O retorno sobre o ativo total é calculado da seguinte forma:

$$\text{Retorno sobre o ativo total} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}}$$

Retorno sobre o capital próprio (ROE)

“O retorno sobre o capital próprio mede o retorno obtido sobre o investimento dos acionistas ordinários da empresa. De modo geral, quanto mais alto esse retorno, melhor para os proprietários”, diz Gitman (2010, p.60).

O retorno sobre o capital próprio é calculado da seguinte forma:

$$\text{Retorno sobre o capital próprio} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}}$$

Endividamento

Segundo Assaf Neto (2006, p.165), este índice revela o nível de endividamento da empresa. A análise desse indicador por diversos exercícios mostra a política de obtenção de recursos da empresa. Isto é, se a empresa vem financiando o seu Ativo com Recursos Próprios ou de Terceiros e em que proporção.

Por meio desses indicadores e seus cálculos que descobrimos a quantidade de dívidas da empresa.

Na análise de endividamento, necessitamos encontrar as características do seguinte indicador:

a) empresas que recorrem a dívidas como um complemento dos capitais próprios para realizar aplicações produtivas no seu ativo (ampliação, expansão, modernização, etc.). Este endividamento é sadio, mesmo sendo um tanto elevado, pois as aplicações produtivas deverão gerar recursos para saldar o compromisso assumido;

b) empresas que recorrem a dívidas para pagar outras dívidas que estão vencendo. Por não gerarem recursos para saldar os seus compromissos, elas recorrem a empréstimos sucessivos. Permanecendo este círculo vicioso, a empresa será uma séria candidata à insolvência; conseqüentemente, à falência.

Fazer a análise da composição do endividamento também tem seu grau de importância, pois podem ser: Endividamento à curto prazo, normalmente seu uso é para financiar o ativo circulante; Existe também o endividamento a longo prazo, normalmente utilizado para o ativo permanente.

Através do estudo detalhado desses índices que apreciamos a situação real financeira do endividamento do empreendimento.

Endividamento Geral

Esse índice mede o quanto a empresa está endividada perante os seus credores, quanto maior este índice significa que maior será a utilização do capital de terceiros. Segundo Gitman (1997, p. 117) esse índice “(...) mede a proporção dos ativos totais da empresa financiada pelos credores”. Complementando, Téles (2003) traz que “este índice indica o percentual de Capital de Terceiros em relação ao Patrimônio Líquido, retratando a dependência da empresa em relação aos recursos externos”.

$$\text{Índices de endividamento geral} = \frac{\text{Capital de terceiros}}{\text{Ativo total} \times 100}$$

$$\text{Endividamento Geral} = \frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Exigível à Longo Prazo} \times 100}{\text{Ativo Total ou Passivo Total}}$$

Composição de Endividamento

De acordo com Assaf Neto (2006, p.165), o cálculo desse índice demonstra a participação à curto prazo em relação à exigibilidade total. Dívidas à curto prazo seriam aquelas que ocorrem dentro do exercício subsequente diferentemente das dívidas a longo prazo que demoram um pouco mais e assim acabam propiciando para a empresa uma folga maior.

Segundo Téles,

“a interpretação do índice de CE é no sentido de que “quanto maior, pior”, mantidos constantes os demais fatores. A razão é que quanto mais dívidas para pagar à curto prazo, maior será a pressão para a empresa gerar recursos para honrar seus compromissos” (TÉLES; 2003).

$$\text{Composição de Endividamento} = \frac{\text{Passivo Circulante} \times 100}{\text{P. C} + \text{Passivo Exigível à longo prazo}}$$

Imobilização do Patrimônio Líquido

Estes índices são também lembrados como índices de Imobilização do Capital Próprio, e demonstram o quanto do Patrimônio Líquido foi investido no grupo do Ativo Permanente e nos subgrupos Imobilizado e Investimentos. Demonstrando dessa forma, a maior ou menor dependência de recursos de terceiros para manutenção dos negócios (ASSAF NETO; 2006, p.166).

O autor ainda afirma que deve-se perceber que um alto grau de imobilização pode comprometer a liquidez da empresa, diante disso, é interessante que a mesma mantenha um Patrimônio Líquido suficiente para cobrir o Permanente, e que sobre para financiar o seu

Ativo Circulante, ou seja, quanto menor este índice melhor para a empresa.

$$\text{Imobilização do Patrimônio Líquido} = \frac{\text{Ativo Permanente} \times 100}{\text{Patrimônio Líquido}}$$

3. METODOLOGIA

O artigo apresentado, se caracteriza dentro do contexto de uma pesquisa exploratória. Pesquisas exploratórias se desenvolvem com o objetivo de proporcionar uma visão abrangente, aproximando-se do fator determinante, tem por finalidade explicitar, transformar e desenvolver conceitos a partir das hipóteses que poderão ser alcançadas.

A natureza utilizada para o desenvolvimento da pesquisa foi a quantitativa que se mostra mais adequada para analisar grandes organizações, segundo Malhotra (2005, p. 114) essa pesquisa procura quantificar os dados. Ele ainda afirma que:

Ela busca uma evidência conclusiva, que é baseada em amostras grandes e representativas e de, alguma forma, aplica análise estatística. Contrastando com a pesquisa qualitativa, as descobertas da pesquisa quantitativa podem ser tratadas como conclusivas e utilizadas para recomendar um curso de ação final. (MALHOTRA, 2005, p. 114).

Feita a partir de um estudo de caso que nos permite um conhecimento mais detalhado, que por sua vez permite uma análise mais profunda.

Para Lakatos, “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los” (LAKATOS; 2003, p. 186).

Fez-se a análise documental, que segundo Lakatos (2003), representa a fonte de dados, um documento, que é criado quando ocorre o fato, no caso do artigo apresentado, foi o Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultados dos anos de 2012 e 2013. Através dele, obtivemos os dados que foram utilizados para os cálculos e análise financeira da referida organização.

Feito também o uso da pesquisa bibliográfica “buscando informações relevantes ao tema em textos que abordam o assunto”, em materiais já prontos que no caso seriam textos

em livros e artigos, que foram de suma importância para realização da pesquisa. Autores com Gitman e Assaf Neto foram muito explorados ao longo da elaboração do artigo.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

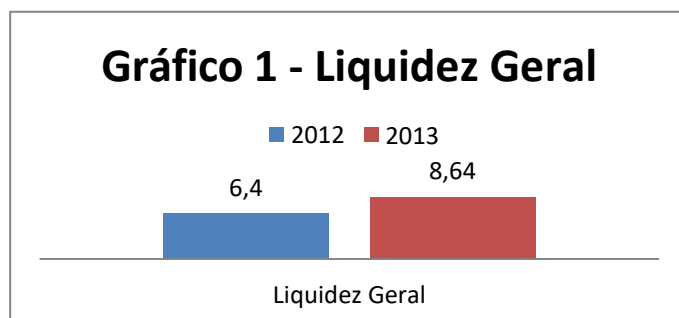
Para a realização das análises propostas por esse artigo, foram coletados os dados perante aos Balanços Patrimoniais e Demonstração de Resultados referentes aos anos de 2012 e 20013. Partindo da análise citada a cima foram calculados os índices Liquidez, Rentabilidade e Endividamento, os resultados obtidos são apresentados abaixo.

Análise de Liquidez

A análise dos índices de liquidez procura evidenciar o indicador de capacidade da empresa de arcar com suas dividas. Para se alcançar o objetivo proposto por tal índice foram analisados os índices de liquidez geral, seca, imediata, corrente e o capital de giro. As informações para cálculos destes índices são retiradas do Balanço Patrimonial, e Demonstração Contábil.

Liquidez geral

De acordo com o que fica evidenciado pelo Gráfico 1, que no ano de 2012 o índice de liquidez geral era de 6,40 já em 2013, este foi de 8,64, ou seja, houve crescimento mesmo que pequeno o que demonstra certa melhora.

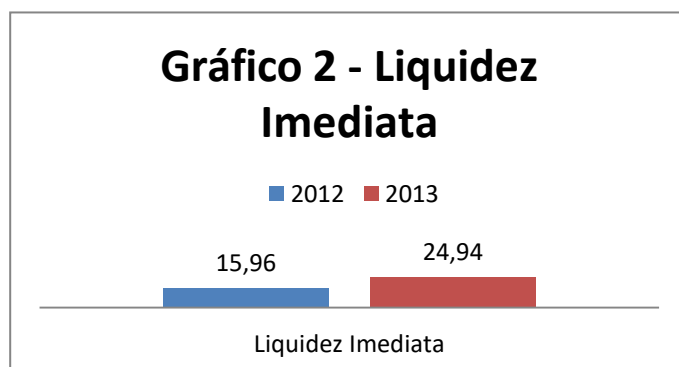


Fonte - Dados da pesquisa

Liquidez Imediata

Analisando o índice de liquidez imediata pode se notar que houve crescimento no ano de 2012 para 2013 visto que este em 2012 era de 15,96, já em 2013 o mesmo passou a ser de

24,94. Partindo do ponto que quanto maior melhor pode se concluir que houve avanço, porem é preciso ter certa atenção com esse índice visto que um alto índice pode demonstrar ociosidade dentro da empresa. A análise fica evidenciada no Gráfico 2 a seguir.

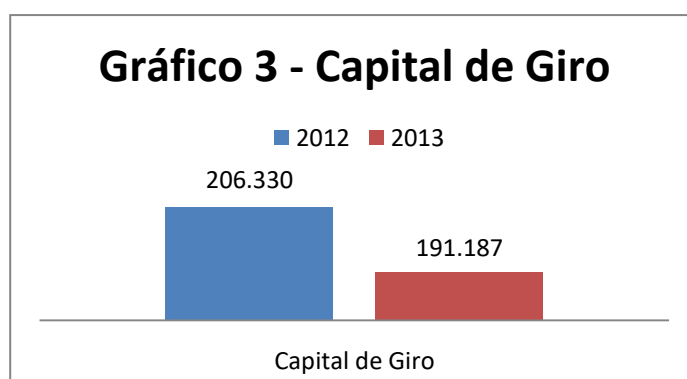


Fonte - Dados da pesquisa

Capital de Giro

Assim como fica ilustrado no Gráfico 3, o Capital de Giro da empresa no ano de 2012, este era de 206.330 já em 2013 o mesmo foi de 191.187, ou seja, houve uma diminuição. Porem não significa que houve uma piora tendo em vista que a empresa pode ter usado uma estratégia diferente de um ano para o outro.

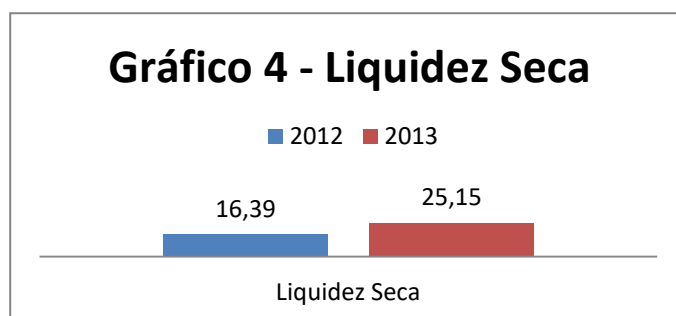
Fonte - Dados da pesquisa



Liquidez Seca

No que diz respeito à liquidez seca da Monark nos anos de 2012 e 2013, pode ser considerada positiva, pois em ambos os anos a empresa dispunha de capital suficiente para quitar suas dívidas sem utilizar os estoques. É válido ressaltar que no exercício findo em

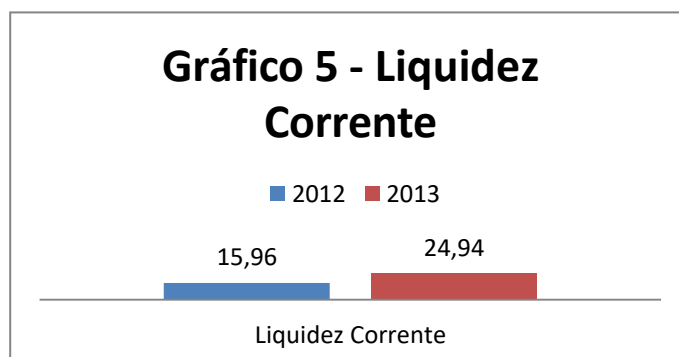
2013, houve uma melhora de 65,16% em relação ao ano anterior.



Fonte - Dados da pesquisa

Liquidez Corrente

Como explicitado no Gráfico 5, a liquidez corrente nos dois anos foi positiva, no entanto, houve uma melhora de 65,01% se comparada ao ano anterior. Isto mostra uma boa condição da empresa no que se refere a pagamento de dívidas à curto prazo.



Fonte - Dados da pesquisa

Análise de rentabilidade

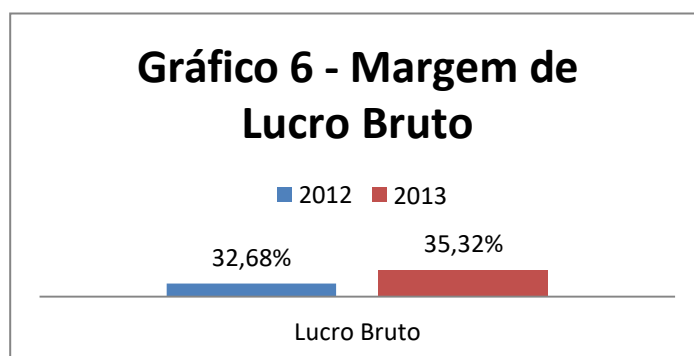
Através da análise dos indicadores de rentabilidade, objetiva-se mensurar o retorno do capital investido e identificar os fatores da rentabilidade obtida pelos investidores. Esta análise diz respeito aos processos produtivos, ou seja, a atividade operacional da empresa.

Os índices de rentabilidade medem o quanto uma empresa está sendo lucrativa ou não, através dos capitais investidos, o quanto renderam investimentos e, qual o resultado econômico da empresa. Quanto maior for a rentabilidade da empresa, melhor.

Para esta análise foram calculadas as margens de lucro bruto e líquido, também o retorno sobre o ativo total (ROA) e o retorno sobre o capital próprio (ROE).

Margem de lucro bruto

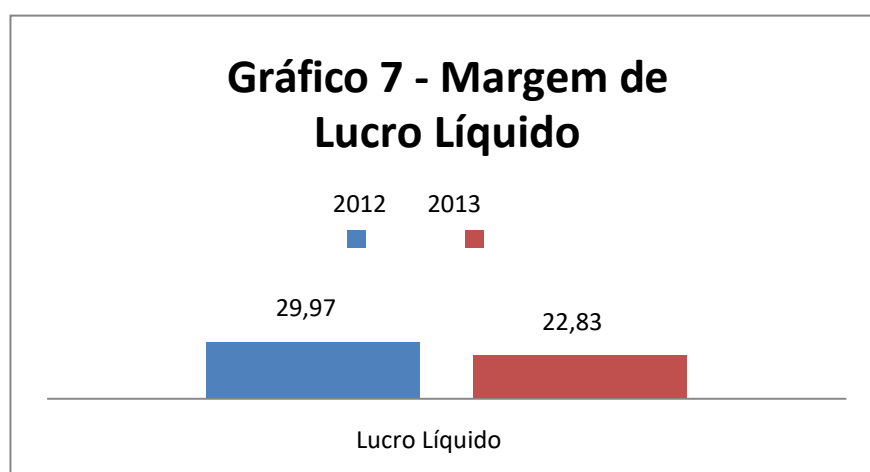
O Gráfico a seguir mostra que a margem de lucro bruto teve um crescimento de aproximadamente 3% em relação ao ano anterior. Esse crescimento aconteceu, principalmente, devido ao fato do custo dos produtos vendidos ter diminuído em 6,81% em relação a 2012, juntamente com a receita, que diminuiu 2,61%.



Fonte - Dados da pesquisa

Margem de lucro líquido

A margem de lucro líquido teve uma redução de aproximadamente 7% em relação ao ano anterior (2012). O Gráfico 7 evidencia a redução que ocorreu de um ano para o outro.

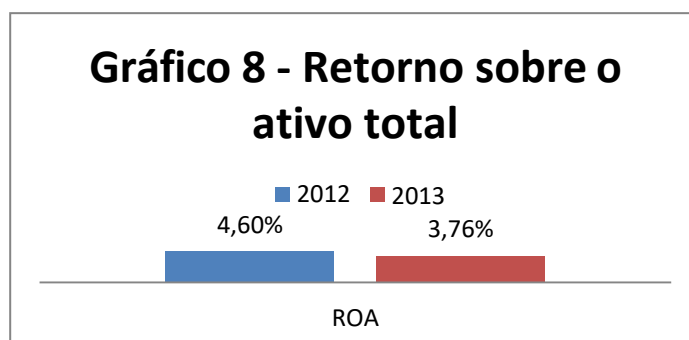


Fonte - Dados da pesquisa

Retorno sobre o ativo total (ROA)

Conforme demonstrado no Gráfico a seguir, o retorno sobre o ativo total (ROA),

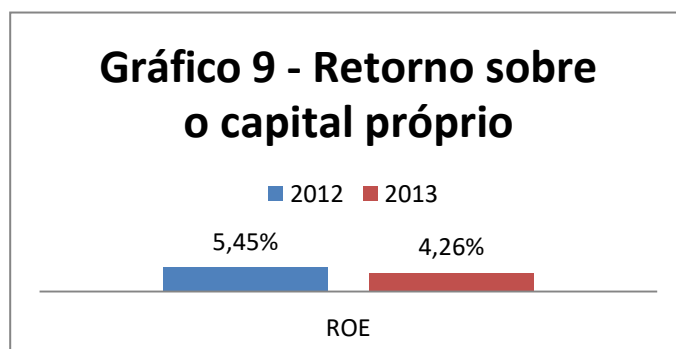
sofreu uma redução de aproximadamente 1%, pois em 2012 seu retorno era de 4,60% e em 2013 houve uma queda para 3,76%.



Fonte - Dados da pesquisa

Retorno sobre o capital próprio (ROE)

O retorno sobre o capital próprio (ROE) também obteve uma redução de aproximadamente 1%, sendo que em 2012 seu retorno era de 5,45% e em 2013 de 4,26%.



Fonte - Dados da pesquisa

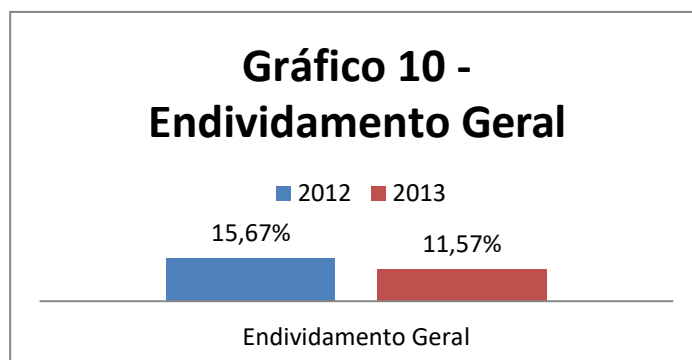
Análise de Endividamento

Este índice calcula o nível de endividamento da empresa. Fazendo a análise desse indicador por diversos cálculos mostra a política de obtenção de recursos da empresa. Para efetuar tal demonstração, foram calculados os índices de: Endividamento Geral, Composição do Endividamento e Imobilização do Patrimônio Líquido.

Endividamento Geral

De acordo com o Gráfico 10, a empresa Monark S/A teve um endividamento geral considerado baixo tanto no ano de 2012 quanto em 2013. Outro fator que merece destaque é

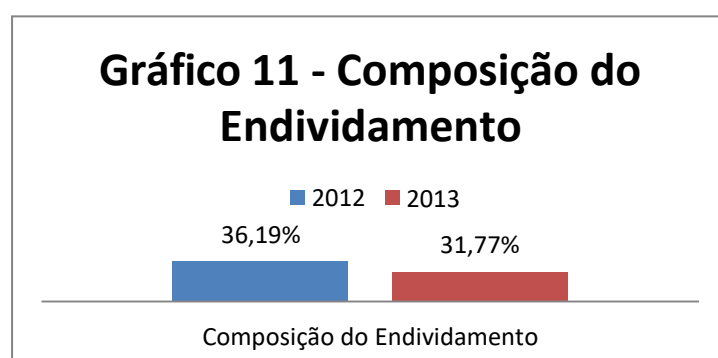
que o Endividamento geral dela diminui em 4,07% do ano de 2012 para o de 2013.



Fonte - Dados da pesquisa

Composição do Endividamento

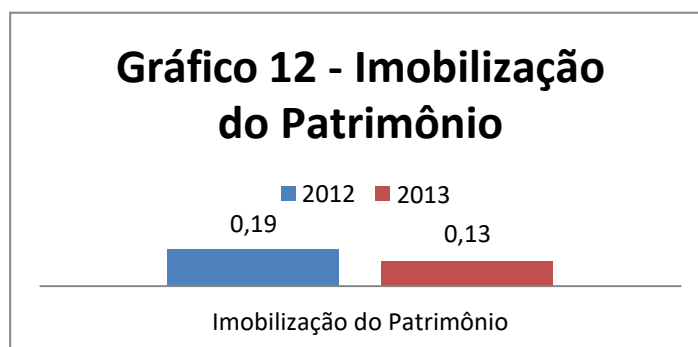
Analisando a Composição de Endividamento da empresa pode-se notar que ela tem dívidas à curto prazo para pagar, porém nada alarmante e fazendo uma análise percebe-se que ela tem condições de honrar tais. Vale ressaltar que a Composição de Endividamento teve um decréscimo do ano de 2012 para 2013 de 4,42%, que pode ser considerado animador. Conforme ilustra o Gráfico 11:



Fonte - Dados da pesquisa

Imobilização do Patrimônio

Assim como o Gráfico 12 ilustra, através da análise da Imobilização do Patrimônio líquido pode-se perceber que a empresa tem uma baixa margem do capital imobilizado, o que é bem interessante para a empresa. Além do que no de 2012 esse valor era de 0,19% passando para 0,13% em 2013 o que demonstra uma evolução nesse aspecto.



Fonte - Dados da pesquisa

5. Considerações finais

O artigo foi elaborado com o intuito de analisar os índices de liquidez, rentabilidade e endividamento da empresa Monark S/A, nos anos de 2012 e 2013.

A análise dos índices de liquidez foi feita a partir dos índices de: Liquidez Geral, Liquidez Imediata, Capital de Giro, Liquidez Seca e Liquidez Corrente.

Verificou-se através dos mesmos que a empresa possui uma condição suficiente de arcar com suas despesas, no ano de 2013 a liquidez geral e imediata cresceram em relação ao ano de 2012. Já o capital de giro em 2013 foi menor do que em 2012, mais isto pode significar diferentes estratégias da empresa, os índices de Liquidez Seca e Liquidez Corrente se mostraram positivos o que demonstra uma solidez da empresa nos anos de 2012 e 2013, importante ressaltar que houve uma evolução do ano de 2013 em relação a 2012.

Quanto a análise de rentabilidade, observou-se que em 2013 o lucro bruto foi maior do que em 2012 o que se deve principalmente a diminuição do custo do produto vendido. Porém a margem de lucro líquido teve uma diminuição de aproximadamente 7% o que pode ser preocupante e pode ter sido causada pelo aumento do valor do serviço, houve também uma diminuição tanto no índice de retorno sobre o ativo quanto no índice de retorno sobre o capital próprio, e apesar dessas quedas a empresa se mantém estável em relação a sua rentabilidade.

Em relação aos índices de endividamento pode-se inferir que o desempenho da empresa mensurada, é positivo visto que os índices de endividamento geral, composição do endividamento e imobilização do patrimônio são satisfatórios por estarem sobre controle, vale ressaltar também que do ano de 2012 para o ano de 2013 houve uma melhora o que demonstra claramente a melhora da empresa em relação ao endividamento.

A partir da análise dos índices calculados da empresa Monark S/A, pôde-se concluir de modo geral que a empresa se encontra em uma situação estável e que demonstrou certo

crescimento, mesmo diante de alguns entraves apresentados. Sugere-se para trabalhos futuros, estudos sobre o fluxo de caixa para que assim se possa compreender melhor os procedimentos da organização e uma visão mais abrangente da pesquisa.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços**. 8ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

LAKATOS, Eva Maria.; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5º Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Pearson, 2005.

MONARK S.A. A empresa. **Nossa História**. Disponível em:
<http://www.monark.com.br/monark/> Acesso em: 20 set 2015.

SILVA, José Pereira. **Análise Financeira das Empresas**. 11ª Ed. São Paulo: Atlas, 2012

TELLES, Tania Eliete Alves Oliveira. Disponível em:
http://www.fucape.br/_public/producao_cientifica/2/ARTIGO%20TANIA%20TELLES.pdf. Acesso em: 10 out 2015.

ANÁLISE ECONÔMICA FINANCEIRA: LIQUIDEZ, ENDIVIDAMENTO E RENTABILIDADE DA EMPRESA NOVO NORDISK NOS ANOS DE 2015 E 2016.

ROCHA, Verônica Alquimim Costa ⁴⁵

SANTOS, Luís Cláudio Siqueira ⁴⁶

SILVA, Roberto César Faria e ⁴⁷

SANTOS JÚNIOR, Ismael Mendes ⁴⁸

RESUMO: A empresa Novo Nordisk é uma instituição Multinacional que vem se expandindo cada vez mais, com sede na Dinamarca ela também se instalou no Brasil evidenciando sua grande importância e solidificação no mercado. Nesse contexto, o estudo teve como objetivo geral realizar uma análise econômico-financeira da empresa nos anos de 2015 e 2016. Para alcançá-lo, a pesquisa teve como objetivos específicos averiguar a liquidez da organização, o endividamento e sua rentabilidade nesses períodos. A metodologia utilizada neste estudo foi uma análise exploratória, cuja abordagem se classifica como quantitativa. Para realização da pesquisa, optou-se pelo método de estudo de caso e cuja unidade de análise foi a empresa Novo Nordisk, a coleta de dados foi realizada através de uma pesquisa documental onde buscou analisar as principais demonstrações financeiras da empresa, sendo elas a Demonstração de Resultado de Exercício e Balanço Patrimonial. Os principais resultados encontrados em relação aos índices econômicos financeiros são: Os índices de liquidez estão bons, o endividamento diminuiu e a rentabilidade veio aumentando nos anos estudados. Conclui-se então que a situação econômico-financeira da Novo Nordisk está muito boa, demonstrando ser uma empresa boa para investir.

Palavras-chave: Liquidez. Endividamento. Rentabilidade.

ABSTRACT: The company Novo Nordisk is a multinational institution that is expanding more and more, with headquarters in Denmark it also settled in Brazil evidencing its great importance and solidification in the market. In this context, the main objective of the study was to carry out an economic-financial analysis of the company in the years 2015 and 2016. To achieve this, the research had the specific objectives of ascertaining the organization's liquidity, its indebtedness and its profitability in those periods. The methodology used in this study was an exploratory analysis, whose approach is classified as quantitative. In order to carry out the research, we chose the case study method and whose unit of analysis was the company Novo Nordisk, the data collection was done through a documentary research where it sought to analyze the main financial statements of the company, being they the Demonstration of Balance Sheet and Balance Sheet. The main results found in relation to the financial economic indices are: Liquidity ratios are good, debt has declined and profitability has increased in the years studied. It is concluded that the economic and financial situation of Novo Nordisk is very good, proving to be a good company to invest.

Keywords: Liquidity. Indebtedness. Profitability.

⁴⁵ Acadêmica do curso de administração Faculdades Santo Agostinho. E-mail: alquimimveronica@gmail.com

⁴⁶ Acadêmico do curso de administração Faculdades Santo Agostinho. E-mail: luisclaudiosiqueira0007@hotmail.com

⁴⁷ Professor da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. E-mail: robertocesarsilva@hotmail.com

⁴⁸ Professor do curso de Administração Faculdades Santo Agostinho. E-mail: ismaelm@fasa.edu.br

1 INTRODUÇÃO

A empresa Novo Nordisk é uma instituição Multinacional que vem se expandindo cada vez mais, com sede na Dinamarca ela também se instalou no Brasil evidenciando sua grande importância e solidificação no mercado.

Tudo teve início com duas pequenas empresas dinamarquesas, a Nordisk Insulinlaboratorium e a Novo Terapeutisk Laboratorium, fundadas em 1923 e 1925, respectivamente. Ambas iniciaram a fabricação de um medicamento recém-descoberto por pesquisadores de origem canadense: a insulina.

A Novo Nordisk surgiu da união da Novo com a Nordisk, ambas tinham como foco o desenvolvimento de produtos direcionadas à pessoas com diabetes. A fusão surgiu em 1989, como eram concorrentes acirradas tornaram-se as melhores do seu ramo, atualmente a instituição é líder mundial ao se tratar de cuidados com a diabetes, problemas com coagulação, distúrbios de obesidade e crescimento.

A partir deste fato, se faz importante a presente pesquisa para averiguar as alterações que sucederam nos índices financeiros da empresa. Nesse contexto, a pesquisa foi desenvolvida acerca do tema Análise econômica financeira: Liquidez, Endividamento e Rentabilidade da empresa Novo Nordisk nos anos de 2015 e 2016, cujo problema a ser respondido foi: qual a análise econômica financeira da empresa nos anos 2015 e 2016? O estudo então teve como objetivo geral realizar uma análise econômica financeira da empresa nos anos de 2015 e 2016, para alcançá-lo teve como objetivos específicos: averiguar a liquidez da organização, o endividamento e sua rentabilidade nesses períodos.

2 ÍNDICADORES DE LIQUIDEZ

Segundo Alexandre Assaf Neto (2006), os indicadores de liquidez visam medir a capacidade de pagamento (folga financeira) de uma empresa, ou seja, sua habilidade em cumprir corretamente as obrigações passivas assumidas. Partiremos assim para uma análise dos períodos de 2015 e 2016 da empresa Novo Nordisk.

2.1 Índice de Liquidez Geral

Segundo Assaf (2010) o índice de liquidez geral é um índice financeiro que evidencia a saúde financeira a longo prazo da instituição. Há uma grande importância na verificação desse índice para analisar a folga financeira que pode ser prejudicada caso os prazos dos ativos e passivos forem muito divergentes.

$$\frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Não Circulante}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

2.2 Capital de Giro Líquido

Segundo Sanvicente (2011) esta é uma relação que prover um valor monetário absoluto que corresponde à mesma ideia subjacente ao índice de liquidez corrente. Em resumo, o autor afirma que a proporção de ativos transformáveis em dinheiro da organização para cumprir com os compromissos em curto prazo.

$$\text{CGL} = \text{Ativo circulante} - \text{Passivo circulante}$$

2.3 Índice de liquidez corrente

Segundo Alexandre Assaf Neto (2006) a liquidez corrente: “refere-se à relação existente entre o ativo circulante e o passivo circulante, ou seja, de R\$ 1,00 aplicado em haveres e direitos circulantes, a quanto a empresa deve a curto prazo”.

$$\frac{\text{Ativo circulante}}{\text{Passivo circulante}}$$

2.4 Índice de liquidez seca

Semelhante ao índice de liquidez corrente, exceto por excluir do cálculo o estoque, o qual costuma ser o menos líquido dos ativos circulantes (curto prazo).

A liquidez geralmente baixa do estoque resulta de dois fatores principais: (1) Muitos tipos de estoque não podem ser facilmente vendidos porque são itens semiacabados, itens de propósito especial e assemelhados e (2) o estoque costuma ser vendido a prazo, o que significa que se torna uma conta a receber antes de se converter em caixa. (Lawrence J. Gitman, 2010 ,p.52)

Ativo Circulante – Estoques
Passivo Circulante

2.5 Índice de liquidez imediata

Trata-se do índice menos importante, é obtido através da relação entre o disponível e o passivo circulante.

Reflete a porcentagem das dívidas de curto prazo (passivo circulante) que pode ser saldada imediatamente pela empresa, por suas disponibilidades de caixa. Evidentemente, quanto maior se apresentar esse índice, maior serão os recursos disponíveis mantidos pela empresa. (Assaf Neto, Alexandre p.114)

$$\frac{\text{dsponivel}}{\text{passivo circulante}}$$

3 ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO

Gitman (2010) afirma que o endividamento de uma empresa indica a quantidade de dinheiro utilizado por terceiro para gerar lucros. Quanto maior for este índice, maior será o risco de que a empresa se veja encurralada, sem poder honrar com esses pagamentos contratuais. Em resumo, quanto mais dívidas uma empresa utiliza em relação ao seu ativo total, maior também será a sua alavancagem financeira.

3.1 Índice de Endividamento Geral

Segundo (GITMAN, 2010) o índice de endividamento geral, mensura a proporção do ativo total financiada pelos credores da empresa, ou seja, quanto maior este índice for maior será o montante de capital de terceiros utilizados para gerar lucros.

$$\frac{\text{passivo total}}{\text{ativo total}} \times 100\%$$

3.2 Composição do endividamento

Este índice aponta quanto do passivo total (dívida total) da empresa deverá ser saldado em curto prazo, ou seja, as obrigações de curto prazo confrontadas com as obrigações totais, “quanto maior, pior”.

$$\frac{\text{Passivo circulante}}{\text{Passivo total}} \times 100\%$$

4 ÍNDICES DE RENTABILIDADE

Segundo Gitman (2010) este índice combinado com muitas outras existentes permite avaliar os lucros da instituição em relação a certo nível de vendas, um dado nível de investimentos ou ativos dos proprietários. Caso não houvesse lucro, uma organização não iria magnetizar capital externo.

4.1 Margem de Lucro Líquido

Gitman (2010) afirma que a margem de lucro líquido mensura a porcentagem por unidade monetária das vendas remanescentes depois da dedução de todos os demais custos e despesas, excluindo os juros, imposto de renda e dividendos. Quanto maior a margem de lucro líquido, melhor para a empresa.

$$\frac{\text{Lucro disponível para os acionistas ordinários}}{\text{Receita de vendas}}$$

4.2 Margem de Lucro Bruto

Segundo Gitman (2010) “A margem de lucro Bruto mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que permanece após a empresa deduzir o valor dos bens vendidos. Quanto maior a margem de lucro bruto, melhor, isto é, menor o custo das mercadorias vendidas”.

$$\frac{\text{Receita de vendas} - \text{Custo das mercadorias vendidas}}{\text{Receita de vendas}} = \frac{\text{Lucro bruto}}{\text{Receita de vendas}}$$

4.3 Margem de Lucro Operacional

A margem de lucro operacional mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas remanescente após a dedução de todos os custos e despesas exceto juros, imposto de renda e dividendo de ações preferenciais.

$$\frac{\text{Lucro operacional}}{\text{Receita de vendas}}$$

4.4 Retorno sobre o Ativo Total

Segundo Gitman (2010) “Muitas vezes chamado de retorno sobre o investimento, mede a eficácia geral da administração na geração de lucros a partir dos ativos disponíveis. Quanto mais elevado o retorno sobre o ativo total de uma empresa, melhor”.

$$\frac{\text{Lucro disponível para os acionistas ordinários}}{\text{Ativo total}}$$

4.5 Retorno sobre o Capital Próprio

Gitman (2010) afirma que o retorno sobre o capital próprio (ROE) mede o retorno obtido sobre os investimentos dos acionistas ordinários da empresa. De modo geral, quanto mais alto esse retorno, melhor para os proprietários.

$$\frac{\text{lucro disponível para os acionistas ordinário}}{\text{Patrimônio Líquido dos acionistas ordinários}}$$

5 METODOLOGIA

A pesquisa se caracterizou como descritivo visto que Danhke (1989) citado por Perovano (2016) afirma que nesse tipo de pesquisa o pesquisador não somente faz a definição das características de cada variável, mas também na hipótese. Dessa forma, não efetua o cruzamento das variáveis delimitando apenas ao relato descritivo das características.

O estudo se caracterizou como natureza quantitativa, que de acordo com Malhotra (2005, p. 114) esse estudo busca quantificar dados. O autor ainda afirma:

Ela busca uma evidencia conclusiva, que é baseada em amostras grandes e representativas e de, alguma forma, aplica análise estatística. Contrastando com a pesquisa qualitativa, as descobertas da pesquisa quantitativa podem ser tratadas como conclusivas e utilizadas para recomendar um curso de ação final. (MALHOTRA, 2005, p. 114).

Para elaboração da pesquisa foi feito um estudo de caso. Gil (2008) afirma que este é caracterizado pelo aprofundamento do estudo de um ou poucos objetos, este tipo de estudo é exaustivo, mas permite um conhecimento mais amplo e com mais gama de detalhes, tarefa de difícil realização mediante outros tipos de delineamentos considerados.

Além disso, a pesquisa utilizou-se da pesquisa bibliográfica através do material selecionado, fundamentado através de fontes primárias e secundárias com o intuito de compreender a teoria e então utiliza-la na prática. Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 183) essa pesquisa:

Abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferencias seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 183).

A unidade de análise utilizada foi o próprio site da empresa e através da pesquisa documental utilizou-se as Demonstrações de Resultado de Exercício dos anos 2015 e 2016. De acordo com Marconi e Lakatos (2003, p.174), a fonte de coleta “está restrita a documentos, escrita ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois”.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

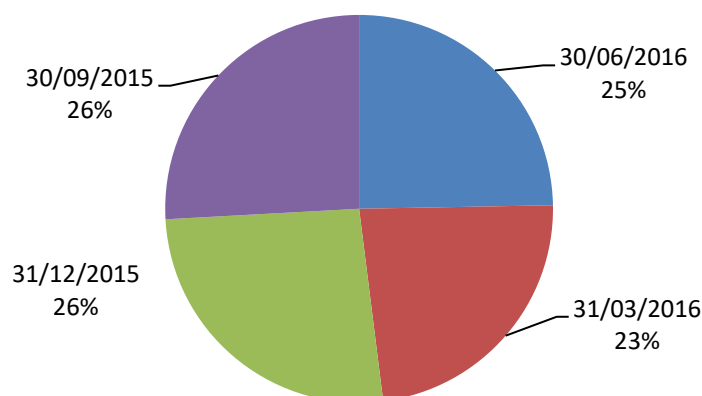


Gráfico 1 – Índice de Liquidez Geral.
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

De acordo com o **Gráfico 1**, a empresa se encontra em bom estado, pois consegue arcar com suas obrigações, ou seja, consegue saldar suas dívidas de longo prazo. Para cada R\$1,00, ela possui respectivamente R\$ 1,93, R\$ 1,82, R\$ 2,04, R\$ 2,02, indicando que há uma folga financeira. Porém de 2015 a 2016 houve uma queda significativa, continuando assim a empresa pode entrar em situação de Déficit e não conseguir arcar com suas obrigações.

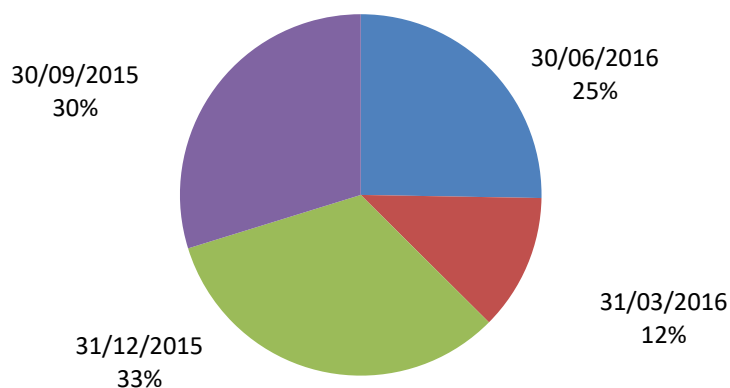


Gráfico 2 - Capital de Giro Líquido.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

É possível perceber a partir do **Gráfico 2** que o capital de giro é positivo, ou seja, as aplicações permanentes não são maiores do que fontes permanentes, significando que a empresa não financia parte de seu ativo não circulante com fundos de curto prazo.

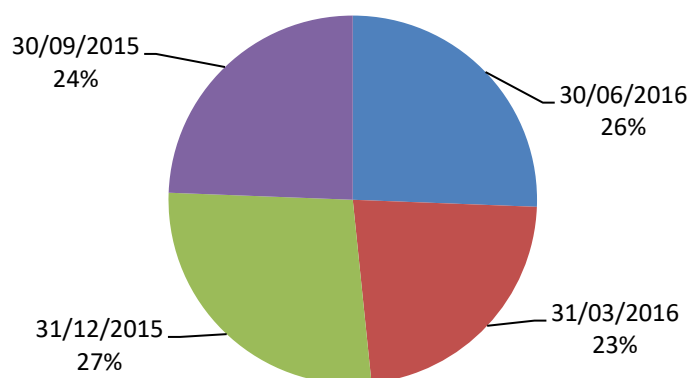


Gráfico 3- Índice de Liquidez Corrente.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

A empresa dispõe de R\$ 1,33, R\$1,34, R\$1,12 e R\$1,26 de bens e direitos de curto prazo (Ativo Circulante), demonstrando no **Gráfico 3** que a empresa consegue arcar com suas obrigações, pagar suas dívidas de curto prazo. Todos os resultados foram > 1 o que demonstra sua folga para uma possível liquidação das obrigações ou investimento na empresa.

■ 30/06/2016 ■ 31/03/2016 ■ 31/12/2015 ■ 30/09/2015

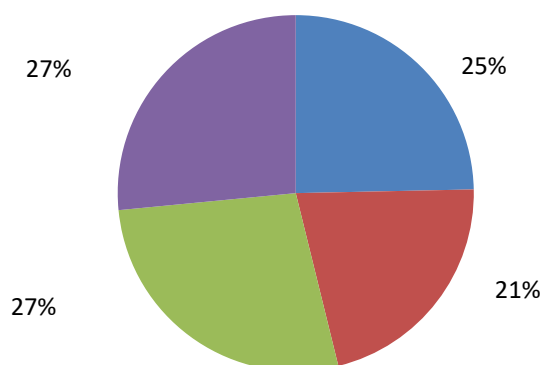


Gráfico 4 – Índice de Liquidez Seca.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

A partir do Índice de Liquidez Seca de acordo com o **Gráfico 4**, observamos que de 31/12/2015 para 31/03/2016 houve uma queda significativa. Os resultados indicam que para cada R\$1,00 a empresa possui respectivamente R\$1,00 / R\$1,03 / R\$0,81 / R\$0,93. O que não significa que a empresa esteja em uma situação financeira complicada, porém, é necessário

tomar algumas atitudes para que o aperto na liquidez não chegue a dificultar sua capacidade de pagamento, acarretando assim sua possível falência.

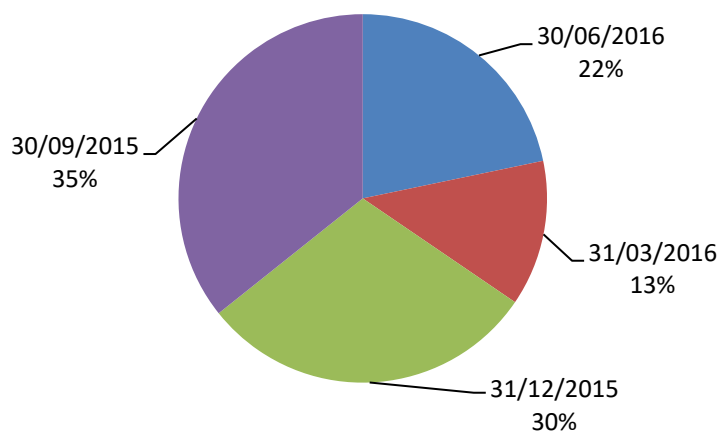


Gráfico 5 – Índice de Liquidez Imediata
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O **Gráfico 5** evidencia que a situação de curto prazo da empresa não se encontra em bom estado. O volume de disponibilidade da empresa não é suficiente para cobrir as obrigações em curto prazo, exceto em 31/12/2015, não podendo liquidar seus compromissos imediatamente nos demais períodos.

Com este índice observamos também que houve uma queda no ano de 2015 para 2016. No entanto este índice não é muito significativo, pois não está levando em conta os direitos a receber da empresa, é necessária mencionar também que as obrigações possuem data de vencimentos diferentes o que não indica que a NOVO NORDISK esteja passando por problemas financeiros, mas que se continuar em declínio não conseguirá pagar suas obrigações a logo do prazo.

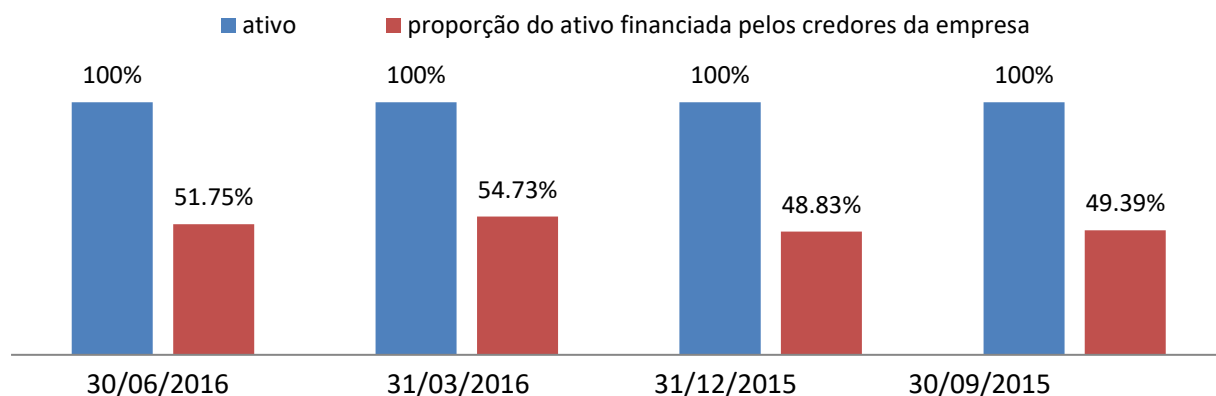


Gráfico 6 – Índice de Endividamento Geral.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O **Gráfico 6** indica que a empresa financia respectivamente: 51,75% , 54,73% , 48,83% e 49,39% dos ativos com capital alheio (capital de terceiros) .

Quanto maior for à associação entre Capital alheio/PL, menor a autonomia de decisões financeiras da empresa ou maior será a dependência desses terceiros. Da visão de obtenção de lucros, pode ser benéfico para a empresa trabalhar com esses capitais, se a remuneração cumprida a esses capitais for inferior ao lucro adquirido com a sua aplicação nos negócios.

Tabela 1
Composição do Endividamento

	31/03/2016	31/12/2015	30/09/2015
Dívidas de Longo Prazo	8,90%	9%	8%
Dívidas de Curto Prazo	91,10%	91%	92%

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

É possível perceber a partir da **Tabela 1** que de 100% que corresponde a toda dívida da empresa, 91 %, 91,10%, 91,17%, 91,53% corresponde ao percentual das dívidas totais sobre o capital de terceiro no curto prazo. Desse modo, para cada R\$ 100,00 de dívida que a empresa tem R\$ 91, R\$91, 10, R\$ 91,17, R\$91,53 vence em Curto Prazo.

Na margem de Lucro Líquido os resultados apontam que para cada R\$ 100,00 reais que a empresa ganha (vendidos), ela lucra respectivamente: R\$ 36,30, R\$34,74, R\$28,59 e R\$31,28. Em contra partida a Margem de Lucro Bruto indica que a porcentagem de lucro que a empresa ganha com cada venda é respectivamente: 85,26%, 84,44%, 84,04% e 85,64%, ou seja, a empresa Novo Nordsik teve um ótimo desempenho, pois, o custo para colocá-los a venda, foi muito menor do que seu lucro, que foi em volta de 15% .

Em se tratando da Margem de Lucro Operacional a empresa de cada R\$ 100 de receita que a empresa obteve R\$ 45,89, R\$ 43,92, R\$ 35,71 e 37,83% representa o lucro das operações, antes do IR, isto é, do imposto de renda e do provento dos financiadores. A Novo Nordisk pode aumentar esta margem melhorando o retorno de ativo ou fazendo com que suas vendas girem mais.

De acordo com os resultados o Retorno sobre o ativo total da empresa o “ganho” através do investimento pela “quantia gasta” com o mesmo foi de: 11,29%, 11,47% , 8,99% e 9,38%. O retorno sobre o seu Capital Próprio mostra que os acionistas tiveram um retorno de respectivamente: 21,8%, 20,97%, 18,24% e 19,91% sobre seu investimento na empresa.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise da empresa, pode-se concluir que no índice de Liquidez Geral a instituição teve uma queda nas datas 31/12/2015 a 31/03/ 2016, mas aumentando esse índice em 30/06/2016 em 2%. Deve-se atentar a queda do seu percentual uma vez que mede se a empresa consegue arcar com suas obrigações.

Através do Índice de Liquidez Corrente foi possível perceber que houve um aumento nas datas de 30/09/2015 a 31/12/2015 em um percentual de 3% , entretanto em 30/06/2016 teve uma queda no de 1% e logo em seguida de mais 3% em 31/03/2016.

No Índice de Liquidez Seca a empresa se mantém com mesmo patamar de igualdade no seu percentual em 30/09/2015 a 31/12/2015, entretanto em 31/03/2016 teve uma queda de 6% aumentando em 30/06/2016 esse índice em 4%.

Em se tratando do Índice de Liquidez Imediata, este indicou que a situação de curto prazo da empresa não é boa, os percentuais diminuíram drasticamente. De 30/09/2015 a 31/12/2015 decresceu em 5% e logo em seguida em 31/03/2016 em mais 17%, a boa notícia é que em 30/06/2016 aumentou em 9%.

No Índice de Endividamento Geral a empresa teve um aumento de 5,9% de 2015 a 2016 e 2,98% de 30/06/2016 a 31/03/2016 de financiamento de terceiros. A composição do Endividamento indica que a empresa possui uma média de 91,37 das suas dívidas em curto prazo.

A partir da coleta dos dados pode-se inferir que que a empresa Novo Nordisk teve uma queda nos percentuais em relação ao ano de 2016 em todos os índices, mas não ameaça a atividade da empresa. A maior parte das dividas da instituição são de curto prazo, entretanto ela obtém mais lucro do que custo para colocar seus produtos à venda.

8 REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRF S.A. A empresa. **Nossa História**. Disponível em: < <http://www.brf-global.com/brasil/sobre-brf/?gclid=COzqrKOhLMICFXBp7AodPDgAtg> >. Acesso em: 24 nov 2014.

ÍNDICES FINANCEIROS. Disponível em: <<https://professorrobertocesar.com.br>> Acesso em : 5 de Junho de 2017.

Finanças corporativas e valor/ Alexandre Assaf Neto. – 2, ed. 2. Reimpressão- São Paulo: Atlas, 2006.

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

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo : Atlas, 2003.

NOVO NORDISK. A empresa. **Nossa História**. Disponível em:< <http://www.novonordisk.com.br/>>. Acesso em: 20 de Fevereiro de 2017.

Princípios de administração financeira / Lawrence J. Gitman; tradução Allan Vidigal Hastings; revisão técnica Jean Jacques Salim. – 12. ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

Perovano, Dalton Gean. **Manual de metodologia da pesquisa científica**/ Dalton Gean Perovano. Curitiba:InterSaberes,2016.Bibliografia ISBN 978-85-5872-001-3

SANVICENTE, Antonio Zorato. Administração Financeira. 3. ed. São Paulo : Atlas (São Paulo), 2000. 283 p. (658, 15/s238al (2ex.) (plan. 00548)

Elaborado em 20 de Fevereiro de 2017 e concluído em 20 de Junho de 2017.

ANÁLISE FINANCEIRA DOS ÍNDICES DE LIQUIDEZ; RENTABILIDADE E ENDIVIDAMENTO ENTRE OS ANOS 2016 e 2017 RIACHUELO

CRUZ Ana Flávia Lopes da ⁴⁹
SANTOS JÚNIOR, Ismael Mendes⁵⁰
SILVA, Roberto César Faria e⁵¹
SOARES, Vitor Lucas Carvalho de Jesus¹
SOUZA, Mariana Barros de¹

RESUMO: Este estudo tem por objetivo de analisar as demonstrações financeiras da empresa Riachuelo, entre os períodos de 2016 e 2017, especificamente comparar os indicadores de liquidez, endividamento e rentabilidade. Foi abordado como problema de pesquisa a pergunta norteadora: Qual a situação financeira da empresa considerando os indicadores de liquidez, endividamento e rentabilidade no período avaliado? A metodologia empregada neste trabalho se constitui de um estudo de caso, com pesquisa de caráter exploratória e abordagem quantitativa sendo realizada pesquisa bibliográfica com coleta de dados documental com base em suas demonstrações financeiras de 31 dezembro de 2016 e 2017. Os resultados destes, demonstraram que a empresa apresenta índice de liquidez e índices de rentabilidade estáveis, porém índice de endividamento preocupantes, fator que se não revisto, pode afetar o ciclo de atividade da organização. Contudo pode-se concluir que a empresa Riachuelo apresenta uma situação satisfatória em seus demonstrativos financeiros .

Palavras-chave: Liquidez. Rentabilidade. Endividamento. Riachuelo

⁴⁹ Acadêmicos do 3º Período do Curso de Administração — Campus Montes Claros

⁵⁰ Professor do curso de Administração Faculdades Santo Agostinho.

⁵¹ Professor do curso de Administração Unimontes.

ANÁLISE FINANCEIRA DOS ÍNDICES DE LIQUIDEZ; RENTABILIDADE E ENDIVIDAMENTO NOS ANOS 2016 e 2017 RIACHUELO

CRUZ Ana Flávia Lopes da⁵²
SANTOS JÚNIOR, Ismael Mendes dos⁵³
SILVA, Roberto César Faria e⁵⁴
SOARES, Vitor Lucas Carvalho de Jesus¹
SOUZA, Mariana Barros de¹

RESUMO

Objetivo: Este estudo tem por objetivo analisar as demonstrações financeiras da empresa Riachuelo, entre os períodos de 2016 e 2017, especificamente comparar os indicadores de liquidez, endividamento e rentabilidade. Foi abordado como problema de pesquisa a pergunta norteadora: Qual a situação financeira da empresa considerando os indicadores de liquidez, endividamento e rentabilidade no período avaliado? A metodologia empregada neste trabalho se constitui de um estudo de caso, com pesquisa de caráter descritivo e abordagem quantitativa sendo realizada pesquisa bibliográfica com coleta de dados documental com base em suas demonstrações financeiras de 31 dezembro de 2016 e 2017. Os resultados destes, demonstraram que a empresa apresenta índice de liquidez e índices de rentabilidade estáveis, porém índice de endividamento preocupantes, fator que se não revisto, pode afetar o ciclo de atividade da organização. Contudo pode-se concluir que a empresa Riachuelo apresenta uma situação satisfatória em seus demonstrativos financeiros.

Palavras-chave: Liquidez. Rentabilidade. Endividamento. Riachuelo

1 INTRODUÇÃO

O mercado de operações financeiras é dinâmico, o que demanda das organizações constante adaptações. Conhecer os índices financeiros permite que os gestores tomem decisões quanto às finanças da organização na tentativa de torná-la competitiva e lucrativa. Também é importante que se faça uma análise profunda de todos os índices e os correlacione, pois, um

⁵² Acadêmicos do 3º Período do Curso de Administração — Campus Montes Claros

⁵³ Professor do curso de Administração Faculdades Santo Agostinho.

⁵⁴ Professor do curso de Administração Unimontes.

índice positivo não necessariamente indica que a empresa está num momento de solidez e crescimento.

No presente artigo será apresentada análise dos indicadores financeiros da GUARARAPES CONFECÇÕES S.A (Lojas Riachuelo), com base nos indicadores das demonstrações financeiras dos exercícios dos anos 2016/2017.

A RIACHUELO foi fundada em 1947 como uma rede composta por pequenas lojas de rua com até 200m², que vendiam predominantemente tecidos a preços baixos e acessíveis. A história começaria a mudar no ano de 1979, quando a rede de varejo foi comprada pelo Grupo Guararapes, fundado em 1956, na cidade de Recife, pelos irmãos Nevaldo e Newton Rocha, que iniciou um processo de reestruturação e mudança estratégica, com o objetivo de vender roupas prontas para o varejo em vez de apenas tecidos. Desde o início, o objetivo do Grupo Guararapes era comercializar, através das lojas RIACHUELO, produtos de alta qualidade a preços. Quatro anos depois, a empresa implantou uma pequena confecção em Recife (PE) e adquiriu vários pontos de venda, em um momento em que o mercado de roupas no Nordeste começava a se desenvolver. Foi classificada como a vigésima maior empresa varejista do país em 2012, pelo ranking do Ibevar, sendo que é a terceira maior rede de lojas de departamento do Brasil, atrás somente da holandesa C&A, e da rede gaúcha, Lojas Renner.

De acordo com dados fornecidos pelo site da Riachuelo, em 2013 a empresa empregou cerca de 22.000 empregados e foi eleita a marca de moda mais valiosa do Brasil, avaliada em US\$ 690 milhões, ocupando o 33º lugar da lista das 100 marcas mais valiosas do país, sempre buscando satisfazer e agregar valor a seus clientes.

Dessa forma, o presente artigo teve como objetivo analisar a situação financeira das Lojas Riachuelo nos anos de 2016/2017, além de analisar os índices de liquidez, rentabilidade, endividamento e atividade da entidade citada, no período consignado. Para a obtenção de tais informações a partir de sua entrada no comércio eletrônico, tal análise foi feita com base no Balanço Patrimonial, bem como da Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) da instituição mensurada.

Portanto, “pode-se dizer que a análise financeira de uma instituição consiste num exame minucioso dos dados financeiros disponíveis sobre a empresa, bem como das condições endógenas e exógenas que afetam financeiramente a mesma referida” (SILVA; 2012, p.6).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ANÁLISE FINANCEIRA

A análise financeira é feita através de índices ou valores relativos. Ao se optar por índices, analisa-se através de métodos de cálculos e interpretação (GITMAN, 2011). Segundo o autor, por meio dos índices financeiros é possível analisar e monitorar o funcionamento e o desempenho da empresa. Para aplicá-los é preciso analisar a Demonstração de Resultado de Exercício e Balanço Patrimonial da empresa. Além do cálculo dos índices, a análise financeira também se refere a interpretação do valor do índice, é necessário haver uma base para comparar e identificar se o valor está alto ou baixo.

A análise financeira pode ser categorizada de três formas, sendo elas a análise em corte transversal, análise em série temporal e análise combinada. A análise em corte transversal compara os índices de empresas diferentes em um mesmo ponto de tempo. Nesta análise pode-se citar o *benchmarking* onde se analisam índices de empresas do mesmo setor. Já a análise em série temporal é mais utilizada para verificar a evolução de uma empresa ao longo de determinado tempo, portanto essa comparação é feita do resultado atual com o desempenho passado, pois, analisa os períodos temporais. Por outro lado, a análise combinada combina as análises em corte transversal e em série temporal, oferecendo mais riqueza em informações e uma visão conjunta (GITMAN, 2011).

2.2 ÍNDICES FINANCEIROS

Os índices financeiros relacionam determinadas informações financeiras de uma empresa com finalidade de análise, investigação e comparação para evitar possíveis problemas (ROSS; WESTERFIELD; JORDAN, 2008).

Os indicadores financeiros fornecem relações quantitativas entre contas ou grupos de contas das demonstrações contábeis para fornecer informações que não podem ser visualizadas de forma direta nessas demonstrações (SILVA, 2008).

De acordo com esses dois conceitos, pode-se constatar que os indicadores financeiros fornecem subsídios para tornar claros os problemas econômico-financeiros de uma organização, analisá-los e possivelmente evita-los ou repará-los. Os índices econômico-financeiros podem ser categorizados em classes homogêneas por conveniência ou finalidade (ASSAF NETO, 2010).

Neste estudo para análise de resultados, foram utilizados os índices de liquidez, o qual mede a capacidade da empresa de saldar suas obrigações de curto prazo à medida que vencem; Os índices de endividamento que mede o montante do capital de terceiros em relação a outros valores significativos do balanço patrimonial; E os índices de rentabilidade permite avaliar os

lucros da empresa em relação a um dado nível de vendas, um dado nível de ativos ou investimento dos proprietários. (GITMAN, 2010)

2.2.1 ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Segundo (Gitman, 2011) é argumentado haver dois índices de liquidez fundamentais, sendo eles índice de liquidez corrente e índice de liquidez seca. Os indicadores de liquidez medem a capacidade de saldar as dívidas e podem fornecer sinais de declínio financeiro e insolvências iminentes.

2.2.1.1 Índice de Liquidez Corrente

Afim de que se apure a capacidade de a empresa honrar com seus compromissos financeiros de curto prazo, Gitman (2011), propõe o índice liquidez corrente que mostra quanto a empresa possui no Ativo Circulante para cada R\$ 1,00 de Passivo Circulante. Quanto maior for esse índice, melhor será para a empresa, expressa ainda a relação percentual dos ativos de curto prazo sobre os passivos de curto prazo, conforme a fórmula:

$$\text{Índice de Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

2.2.1.2 Índice de Liquidez Seca

De acordo com (Gitman, 2011) o índice de liquidez seca é semelhante ao índice de liquidez corrente, porém excluindo o saldo do estoque dos cálculos. O resultado deste índice será invariavelmente menor ao de liquidez corrente, sendo cauteloso com relação ao estoque para a liquidação de obrigações. Usa-se a seguinte fórmula:

$$\text{Índice de Liquidez Seca} = \frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques}}{\text{Passivo Circulante}}$$

2.2.1.3 Índice de Liquidez Imediata

Além dos índices acima, Assaf Neto (2010) mostra mais dois índices de liquidez. O índice de liquidez geral e o de liquidez imediata o índice de liquidez imediata mede a capacidade saldar as dívidas de curto prazo apenas com o capital imediato que a empresa possui. Segue a fórmula para cálculo:

$$\text{Índice de Liquidez Imediata} = \frac{\text{Disponível}}{\text{Passivo Circulante}}$$

2.2.1.4 Índice de Liquidez Geral

Para Assaf Neto (2010) o índice de liquidez geral retrata o quanto a empresa deve em longo prazo. É determinado somando tudo que a empresa tem, dividido pelo que ela deve. Sua fórmula expressa:

$$\text{Índice de Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

2.2.2 ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO

Os índices de endividamento indicam o volume de recursos de terceiros utilizados pela empresa (GITMAN, 2011). Através destes índices pode-se verificar o percentual devido em relação aos ativos disponíveis, tanto para o curto quanto para o longo prazo.

2.2.2.1 Endividamento Geral

O índice de endividamento geral ou global, mostra o quanto do ativo da empresa é financiado por terceiros, portanto, quanto mais elevado for o índice de endividamento geral, maior será a quantidade de capital de terceiros usados para gerar lucros (GITMAN, 2011). Pode se calcular o endividamento geral pela seguinte fórmula:

$$\text{Índice de Endividamento Geral} = \frac{\text{Passivo Total}}{\text{Ativo Total}} \times 100$$

2.2.2.2 Composição do Endividamento

Segundo Silva(2008), o índice de composição do endividamento indica quanto das dívidas deverão ser pagas em curto prazo e quanto maior for esse índice, pior será para empresa, pois, a organização sofrerá uma pressão ainda maior para honrar seus compromissos. O índice pode ser calculado pela seguinte fórmula:

$$\text{Composição do Endividamento} = \frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Ativo Circulante}}$$

2.2.3 ÍNDICES DE RENTABILIDADE

Os índices de rentabilidade possibilitam avaliar o lucro de uma empresa em relação ao seu nível de vendas. Caso uma empresa não possuísse lucro, ela não atrairia capital externo. Por isso Proprietários, administradores e credores ficam atentos a expansão dos lucros (GITMAN, 2011).

As empresas buscam lucro em suas atividades. Essa é a única forma de mantê-las em funcionamento.

2.2.3.1 Retorno sobre o Ativo (ROA)

Segundo Gitman (2010) O retorno sobre o ativo, mede a eficácia geral da administração na geração de lucros a partir dos ativos disponíveis. Quanto mais elevado o retorno sobre o ativo total de uma empresa, melhor. Segue a fórmula abaixo:

$$\text{Retorno sobre o ativo} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo}} \times 100$$

2.2.3.2 Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE)

De acordo com Ross, Westerfield e Jordan (2008) esse retorno sobre o patrimônio líquido é uma medida de como os acionistas se saíram durante o ano. Este indicador mostra qual é a margem líquida da empresa em relação ao seu patrimônio líquido, ou seja, qual é o lucro para os acionistas da empresa. Quanto maior for o quociente melhor para os acionistas. Assim, pode-se avaliar cada um dos componentes verificando-se qual deles não está permitindo maior lucratividade. Essa fórmula permite auxílio para uma análise mais complexa sobre as margens de lucro, utilização de bens e qualidade de ativos financiados pelo montante do capital próprio. Segue-se fórmula abaixo:

$$\text{Retorno sobre o Patrimônio Líquido} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}} \times 100$$

2.2.3.2 Margem bruta

A margem bruta mostra qual é a rentabilidade bruta das operações da empresa, considerando como dedução das vendas líquidas apenas os impostos faturados, as depreciações e os custos dos produtos. Quanto maior a margem de lucro bruto, menor o custo das mercadorias vendidas, portanto, melhor para a empresa (GITMAN, 2011).

Sua fórmula expressa:

$$\text{Margem de Lucro Bruto} = \frac{\text{Lucro Bruto}}{\text{Receita de vendas}}$$

2.2.3.3 Margem Operacional

Os lucros operacionais medem os lucros das operações e indicam o percentual de cada unidade monetária remanescente após deduzidos os custos e despesas com exceção dos juros,

imposto de renda e dividendos de ações preferenciais (GITMAN, 2011). Usa-se a seguinte fórmula:

$$\text{Margem Operacional} = \frac{\text{Lucro Operacional}}{\text{Vendas Líquidas}}$$

3 METODOLOGIA

A pesquisa é de caráter exploratório, quanto aos seus objetivos. O objetivo de uma pesquisa exploratória é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido, pouco explorado. Ao final de uma pesquisa exploratória, você conhecerá mais sobre aquele assunto, e estará apto a construir hipóteses. Como qualquer exploração, a pesquisa exploratória depende da intuição do explorador (neste caso, da intuição do pesquisador). Por ser um tipo de pesquisa muito específica, quase sempre ela assume a forma de um estudo de caso (GIL, 2008).

Com relação aos métodos utilizados adotou-se o estudo de natureza quantitativa. Tal tipo de pesquisa tem por objetivo quantificar os dados e generalizar os resultados da amostra. Considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.). Resultados precisam ser replicados (MINAYO, 2007; LAKATOS *et al*, 1986).

É de suma importância que em toda pesquisa haja levantamento de dados. A documentação indireta é a fase da pesquisa que recolhe as informações prévias sobre o campo de estudo. Esse material coletado é necessário tanto para servir de ponto de partida, quanto para evitar possíveis duplicações e esforços desnecessários. O levantamento de dados é o primeiro passo da pesquisa científica. O levantamento de dados pode ser feito por meio de pesquisa documental ou pesquisa bibliográfica (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Sobre este tipo de pesquisa, Gil (2009) afirma que os objetos de estudo são documentos que podem ser classificados em dados primários e dados secundários, sendo dados primários os documentos criados pelo próprio autor e os secundários criados por terceiros. Também é composta por materiais que podem sofrer alterações (GIL, 2009).

O levantamento de dados foi feito com base em documentos (Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado do Exercício) da empresa. Portanto caracteriza-se por ser uma pesquisa documental com base em fontes secundárias. Os dados obtidos foram tratados e solucionados em planilhas do Excel, por meios de gráficos para análise de resultados.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

Nesta sessão serão apresentados os resultados dos cálculos dos índices analisados neste estudo, devidamente acompanhados de comentários pertinentes a estes resultados. A análise se restringe às informações contidas nas declarações financeiras e à teoria apurada, que compõe o presente trabalho.

4.1 INDICES DE LIQUIDEZ

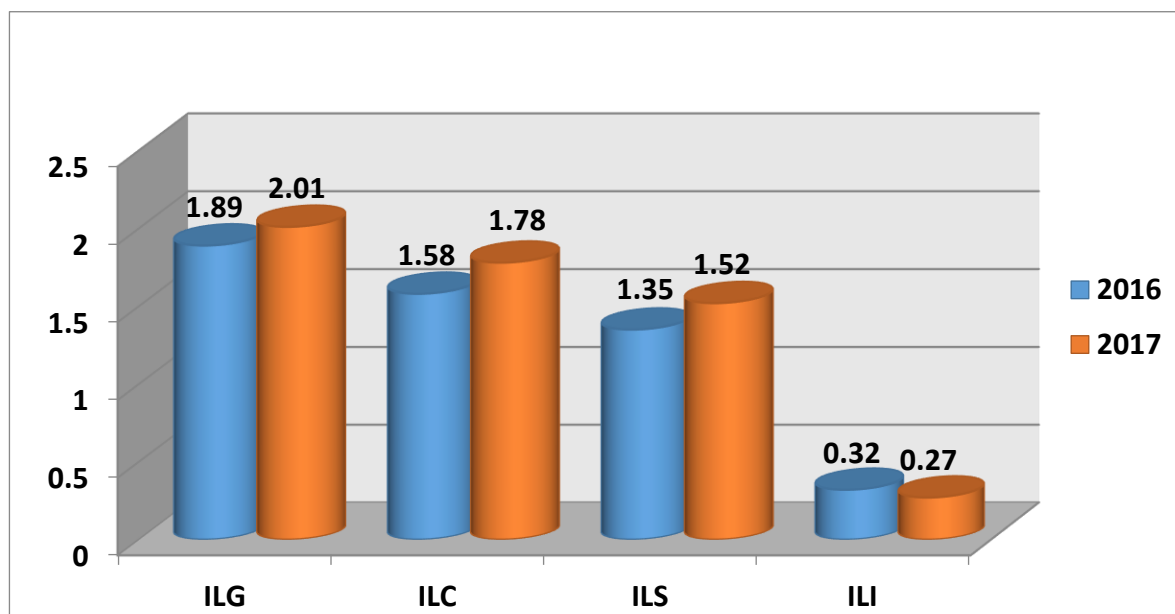
A liquidez global aumentou 6,34% em comparação com o ano de 2016 mostrando capacidade de honrar com os compromissos a curto e longo prazo, ou seja, para cada R\$ 1,00 de terceiros ela possui R\$ 2,01 para saldar as dívidas.

A liquidez corrente indica quanto a empresa possui no AC para cada 1,00 do PC, o índice aumentou em 12,65% de um ano para o outro, e possui R\$1,78 no ativo circulante para cada R\$1,00 do PC. Quanto maior o índice maior a capacidade de saldar as dívidas a curto prazo.

O índice de liquidez seca indica quanto a empresa possui no AC-EST para cada R\$1,00 de PC. Em 2016 a empresa possuía R\$1,35 para cada R\$1,0 do PC, ou seja, sua situação era solvente, mostrava capacidade de pagar suas obrigações. No entanto a situação do índice em 2017 demonstrou melhora significativa de 12,59% ao que já apresentava, possuindo R\$1,52 para cada R\$1,00 do PC.

O índice de liquidez imediata indica quanto a empresa possui em disponibilidades para cada R\$1,00 do PC. O índice não era positivo e registrou de 15,63% diminuição em 2017, demonstrando insolvência a curto prazo. Segue abaixo o gráfico com os resultados dos índices:

Gráfico nº 1 – Índices de Liquidez



Fonte: Elaborado pelos autores

4.2 INDICES DE ENDIVIDAMENTO

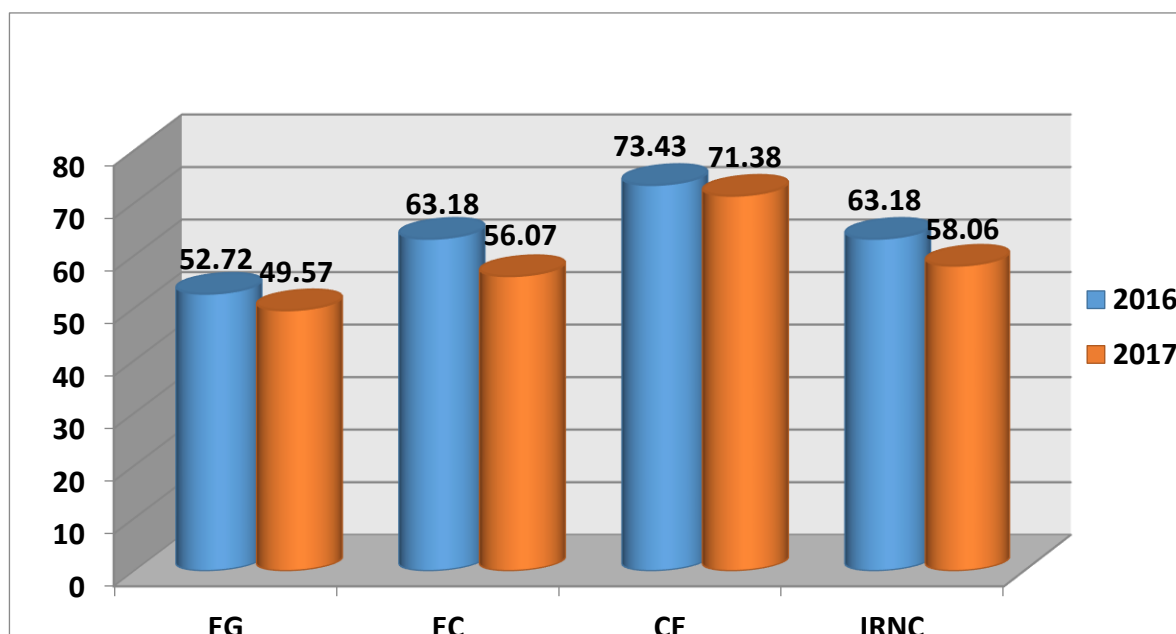
O Endividamento geral mede a proporção dos ativos totais da empresa financiada por credores. E demonstrou resultado satisfatório, indicando que de um ano para o outro a empresa diminuiu 5,98% de seus ativos totais em financiamentos por terceiros.

O endividamento a curto prazo indica a participação de terceiros no ativo da empresa. O índice demonstra diminuição de 11,25% em 2017 em relação a 2016, o que é satisfatório para a empresa pois diminuiu sua dívida de curto prazo com terceiros.

O índice de composição do endividamento tem o objetivo de demonstrar a política adotada para captação de recursos de terceiros. Pode identificar através desse índice se a empresa concentra seu endividamento a curto ou longo prazo. Neste estudo, foi possível perceber que o índice indicou que a dívida sobre o capital de terceiros diminuiu em 5,39% de um ano para o outro.

O índice de recursos não correntes indica que de um para o outro o percentual que a empresa aplicou no ativo permanente caiu em 8%, demonstrando resultado satisfatório. O gráfico 2 representa os índices de endividamento:

Gráfico nº 2 – Índices de Endividamento



Fonte: Elaborado pelos autores

4.3 INDICES DE RENTABILIDADE

A margem bruta indica a porcentagem de cada R\$ 1,0 de venda que restou após o pagamento do CMV. O índice apresentou aumento em 5,56 % de 2016 para 2017, decorrente do aumento de rentabilidade da mercadoria vendida.

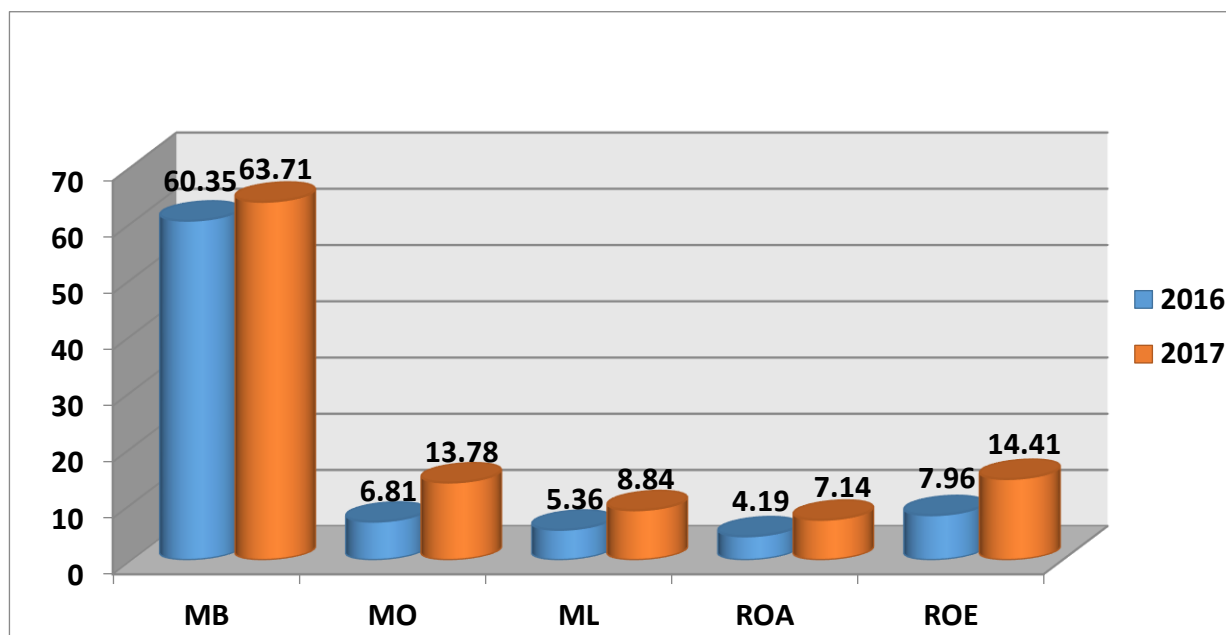
A margem operacional teve aumento dos juros. Os índices indicam aumento nas despesas operacionais, o que significa que aumentaram em 102,35 % os gastos da empresa para funcionar.

A margem líquida que representa a porcentagem de cada real de vendas que sobra após a cobertura de todos os custos e despesas, inclusive juros, imposto de renda e dividendos preferências, cresceu em 57,01%, demonstrando resultado satisfatório para a empresa.

O retorno sobre o ativo, mede a eficácia geral da administração na geração de lucros a partir dos ativos disponíveis. O índice aumentou 70,40% o que melhorou na geração de lucro.

O retorno sobre o retorno sobre o capital próprio representa uma taxa do investimento dos acionistas na empresa. O índice melhorou consideravelmente, demonstrando que cresceu a margem de lucro dos acionistas em 81,03%. O gráfico 3 representa os índices de rentabilidade:

Conforme o gráfico nº 3: Rentabilidade



Fonte: Elaborado pelos autores

5 CONCLUSÃO

A empresa GUARARAPES CONFECÇÕES S.A (RIACHUELO), em seus demonstrativos financeiros apresenta uma situação satisfatória. Seus índices de rentabilidade mostraram-se positivos em sua maioria, os índices de liquidez apresentam números positivos e os de endividamento apresentam porcentagens menores em comparação de um ano ao outro.

É possível observar que as Lojas Riachuelo obteve aumento em seus indicadores de liquidez e rentabilidade, no entanto, apesar de apresentar capacidade para cumprir com satisfação suas obrigações, possui altos índices de endividamento, mesmo que sejam menores de um ano ao outro. De acordo com as demonstrações e notas explicativas da Empresa pode-se analisar que houve aumento da participação de sócios não controladores, fato que resulta em maior distribuição dos lucros, mas pode permitir maior flexibilidade e agilidade na tomada de decisões estratégicas no futuro.

Em se tratando dos índices de liquidez, observa-se que houve aumento, indicando que a situação é estável e permite à companhia que honre suas obrigações. Entretanto, seu Índice de Liquidez Imediata, apresenta-se insolvente. Diante de tal situação, é necessário buscar meios de diminuir a inadimplência, perdas de valores com estoque, diminuir com os gastos operacionais, negociar prazos maiores para saldar dívidas com bancos e fornecedores.

Os indicadores de endividamento altas elevações em seus índices, no entanto estão menores de um ano ao outro, o que demonstra que a empresa está se preocupando com capital

de seu ativo, resultando em melhores índices. Portanto, é importante uma constante atenção com os estoques e balanceamento das dívidas também ao longo prazo.

Dados os índices analisados, percebe-se que uma atenção maior deve ser dada para o custo de mercadorias vendidas, para que haja uma menor porcentagem em relação as vendas. A rotação de estoque precisa ser menor, assim utilizando de mecanismos para reforçar suas vendas e buscar diminuição se suas despesas no curto prazo. Por fim, a análise demonstra o cenário atual da empresa como satisfatório, assim sendo indica que o gestor está buscando alternativas para manter os bons índices.

REFERÊNCIAS

ASSAF Neto, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2.Ed. São Paulo. Editora Atlas S.A., 2008 e 2009.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010 e 2011.

MARCONI, Marina de A; AKATOS, Eva. M. **Técnicas de pesquisa**. 7.Ed. São Paulo. Editora Atlas S.A., 2011.

SILVA, José Pereira da. **Análise financeira das empresas**/José Pereira da Silva. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ROSS, Sthephen A; WESTERFIELD, Randolph W.; JORDAN, Bradford D. **Administração Financeira**. 8 ed. São Paulo: McGraw-hill, 2008

RIACHUELO. Disponível em: <http://www.riachuelo.com.br> Acesso em 06/06/2018

ATENDIMENTO DE OCORRÊNCIAS DO CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DE MINAS GERAIS NO MUNICÍPIO DE MONTES CLAROS/MG: UMA ANÁLISE A PARTIR DO PRINCÍPIO DE PARETO.

DIAS JÚNIOR, Dilson Veloso⁵⁵
SILVA, JuneMarize Castro⁵⁶

RESUMO: O Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais, inserido no atual contexto de transformações da administração pública, deve-se utilizar das ferramentas de gestão da qualidade para auxiliar na identificação e análise das necessidades prioritárias na qual é demandado pela sociedade, a fim de melhorar a qualidade na prestação de serviços públicos que é responsável. O presente artigo tem como objetivo geral identificar, a partir do princípio de Pareto, quais são as naturezas de ocorrências mais importantes atendidas pelo Corpo de Bombeiros em Montes Claros/MG. A metodologia de trabalho utilizada foi a descritiva quali-quantitativa, através da verificação documental da legislação vigente, bem como dos dados estatísticos do biênio 2016-17 divulgados pela Corporação. No intuito de após a identificação das naturezas de ocorrência mais relevantes, subsidiar alterações no Programa Anual de Treinamento (PrAT) para que o treinamento continuado dos bombeiros militares seja mais compatível com as reais demandas enfrentadas. A partir da análise dos dados, se constatou que no biênio foram atendidas 261 naturezas distintas de ocorrência, totalizando 18.243 atendimentos, sendo que somente 52 dessas naturezas, cerca de 20%, representaram um total de 15.178 atendimentos, o equivalente a aproximadamente 83% da demanda total. A confirmação do princípio 80/20 na amostra apontou quais são as naturezas de maior importância e que devem ser o foco de trabalho dos bombeiros em Montes Claros.

PALAVRAS CHAVE: Corpo de Bombeiros, Ferramentas de gestão, Princípio de Pareto, Princípio 80/20, Natureza de Ocorrências.

ABSTRACT:The Minas Gerais Military Fire Department, institution inserted on current context of changes in public administration, must use the tools of quality management to assist in identifying and analyzing the priority needs which are required by society, in order to improve the quality in public provision of service that is responsible. The present article seeks identify, from the Pareto principle, which are the most important natures of occurrences helped by Montes Claros/MG's Fire Department. The theoretic foundation showed the organizational structure of the Fire Department, as the classification of the occurrences nature and how those are combined, also introduce the Pareto Principle and the continuous treatment as a tool of the quality management to identify the institutional priorities and demands's resolutions. The work methodology used was the quantitative-descriptive, through the verification of the current legislation documentary, and the statistical data of the biennium 2016-17 occurrences assisted in Montes Claros/MG, with the intention of after the identification of the most relevant occurrences, subsidize alterations in the Annual Training Program (PrAT), so that the continuous training of the military firemen can be more compatible with the real faced demands. Based on analysis of data, we could verify as the research result the assistance in 261 distinct natures of occurrences, totaling in 18.243 assistances, being that only 52 of these natures, around 20% represented a total of 15.178 assistance, the equivalent to approximately 83% of the general demand. It is concluded that theoretical prepositions from the Pareto Principle were valid to the sample, it showed which the natures of the most import was and that they must be the priority focus of the Montes Claros Firemen's work.

KEY WORDS: Military Fire Department, Tools of quality management, Pareto principle, Principle 80/20, Natures of occurrences.

INTRODUÇÃO

No Brasil a administração pública tem passado por transformações, buscando melhorar seus indicadores e processos, onde a qualidade dos serviços prestados não são objetivos apenas das empresas privadas. Segundo

⁵⁵ Acadêmico da pós-graduação em Gestão Pública da UNIMONTES. E-mail: dilson_veloso@hotmail.com

⁵⁶ Professora da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES. E-mail: june.silva@unimontes.br

Lourenço e Ferreira [1], essas mudanças são também oriundas da observação de cidadãos cada vez mais insatisfeitos com os serviços públicos oferecidos, somado a uma maior conscientização dos usuários dos serviços públicos.

Nesse novo contexto em que estão inseridas as instituições públicas, o uso de ferramentas de gestão da qualidade aliado ao treinamento contínuo dos agentes envolvidos nos processos, apresentam-se como instrumentos capazes de auxiliar os gestores públicos a mensurar e analisar prioridades e soluções para os problemas e dificuldades existentes nos diversos processos de trabalho.

O presente trabalho se propôs a analisar qualitativamente e quantitativamente as ocorrências operacionais atendidas pela Sede do Sétimo Batalhão de Bombeiros Militar (7º BBM) nos anos de 2016 e 2017, através das estatísticas fornecidas pelo Centro Integrado de Defesa Social (CINDS/BM2), com objetivo geral de identificar as naturezas de ocorrência mais relevantes atendidas pelo Corpo de Bombeiros Militar em Montes Claros, segundo o princípio 80/20 de Pareto. Tem como objetivos específicos traçar o panorama da representatividade de cada grupo de natureza de ocorrências atendidas em Montes Claros; identificar as naturezas mais relevantes e necessidade de priorização das demandas mais relevantes no treinamento anual dos militares do 7º BBM. Justifica-se este estudo pela necessidade que o 7º BBM tem em conhecer detalhadamente sua demanda na atividade fim, que é o atendimento direto a população, conhecer tais demandas de atendimento possibilita identificar áreas de prioridades, o que pode otimizar resultados com menos esforços de trabalho e/ou gastos. Para tal foi utilizada a metodologia de pesquisa descritiva quantitativa, através da análise documental da legislação que rege as atribuições do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais (CBMMG) e do banco de dados estatísticos divulgados nos anuários da Corporação.

METODOLOGIA

O presente trabalho se configura como uma pesquisa bibliográfica com caráter descritivo e abordagem quali-quantitativa. Para Lakatos[2], a pesquisa bibliográfica é necessária para fornecer embasamento teórico aos dados levantados e é ponto de origem de todo trabalho científico.

Lakatos[2] apresenta o caráter do estudo descritivo, como aquele que tem como interesse descrever as características de certo fenômeno ou de um fato. Dessa forma, a pesquisa descritiva pode ser um levantamento das características conhecidas, componentes fato/fenômeno/problemas que, neste caso, foram analisados os dados estatísticos de atendimento da Sede do 7º BBM do Corpo de Bombeiros Militar de Minas nos anos de 2016 e 2017, a partir dos anuários estatísticos da Corporação publicados nos referidos anos e da legislação, sendo os dados divididos por naturezas de atendimento e tabelados para descrever cada natureza atendida em quantidade e frequência no biênio.

A abordagem utilizada foi a quali-quantitativa, através da realização de levantamento de dados dos anuários de 2016-17, esses foram posteriormente tabelados quantitativamente em planilhas e em sequência analisados qualitativamente. Segundo Sabino [3], a análise quantitativa se efetua “com toda informação numérica resultante da investigação”, que se “apresentará como um conjunto de quadros, tabelas e medidas”. Para Bauer e Gaskell[3], esse tipo de pesquisa “lida com números, usa modelos estatísticos para explicar os dados e é considerada pesquisa *hard*”. Marconi e Lakatos[3] diz que a amostragem na abordagem quantitativa, reduz as amostras, sintetiza as informações e as tabula para as análises devidas. A amostra desse trabalho foi o atendimento realizado pela Sede do 7º BBM no biênio 2016-17.

CORPO DE BOMBEIROS MILITAR: ATUAÇÃO E ESTRUTURA

A constituição estadual de Minas Gerais conforme seu Art. 142 [4], atribui às competências que devem ser prestadas pelas forças públicas no âmbito do Estado, a Polícia Militar e o Corpo de Bombeiros Militar, onde:

Art. 142 – A Polícia Militar e o Corpo de Bombeiros Militar, forças públicas estaduais, são órgãos permanentes, organizados com base na hierarquia e na disciplina militares e comandados, preferencialmente, por oficial da ativa do último posto, competindo:

II – ao Corpo de Bombeiros Militar, a coordenação e a execução de ações de defesa civil, a prevenção e combate a incêndio, perícias de incêndio, busca e salvamento e estabelecimento de normas relativas à segurança das pessoas e de seus bens contra incêndio ou qualquer tipo de catástrofe;

Com mais de 106 anos de existência o Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais sofreu uma mudança de rumo, após a obtenção de sua autonomia administrativa, ocorrida em junho de 1999, sendo construída uma nova estrutura administrativa, a fim de garantir que os recursos materiais, equipamentos e viaturas, chegassem à operacionalidade. A estrutura organizacional do CBMMG sofreu diversas mudanças após esse período e atualmente tem a Resolução 763, de 28 de Dezembro de 2017 [5], como legislação definidora de sua estrutura. As Unidades de Execução Operacional são responsáveis pelo atendimento das ocorrências típicas de bombeiros e são quem tem o maior contato com a sociedade, visto que todo o setor fim da Corporação está vinculado a uma das 90 (noventa) Unidades de Execução Operacional existentes em todo o território mineiro [6].

O município de Montes Claros, alvo dessa pesquisa, está localizado no norte do Estado de Minas Gerais e segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [7], tem população estimada de 402 mil habitantes. A Resolução 763/17 [4], estabelece que o 1ª Cia Op. do 7º BBM é a Unidade de Execução Operacional responsável pelo atendimento das ocorrências de bombeiro em Montes Claros e parte da região, que compreende um total de mais 26 municípios, a saber: Bocaiúva, Botumirim, Capitão Enéas, Claro dos Poções, Coração de Jesus, Cristália, Engenheiro Navarro, Francisco Dumont, Francisco Sá, Glaucilândia, Grão Mogol, Guaraciama, Itacambira, Josenópolis, Juramento, Mirabela, Olhos-d'água, Patis, São João da Lagoa, São João do Pacuí, Fruta de Leite, Novorizonte, Padre Carvalho, Rubelita, Salinas e Santa Cruz de Salinas.

O Plano de Comando [6] aponta que até o ano de 2016 o CBMMG contava com 63 (sessenta e três) municípios com algum nível de aquartelamento de Bombeiros e ainda segundo informações do Anuário Estatístico do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais [8], foram atendidas somente no ano de 2017 o total de 341.691 ocorrências por todas as Unidades de Bombeiros do Estado, onde a Primeira Companhia Operacional (1ª Cia Op.) do 7º BBM entre as 90 (noventa) Unidades listadas foi a 4ª (quarta) Unidade que mais atendeu ocorrências em todo o Estado, totalizando 9.665 (nove mil e seiscentos e sessenta e cinco) atendimentos, sendo superada apenas por Unidades localizadas em Contagem com 10.086 (dez mil e oitenta e seis) atendimentos, Uberlândia com 11.315 (onze mil e trezentos e quinze) atendimentos e Belo Horizonte com 13.265 (treze mil e duzentos e sessenta e cinco) atendimentos. A partir desses dados apresentados, pode-se identificar a relevância estatística que a 1ª Cia Op. do 7º BBM tem em relação a todas as outras Unidades de atendimento do CBMMG.

NATUREZA DAS OCORRÊNCIAS, SUA CLASSIFICAÇÃO E CODIFICAÇÃO

Conforme já citado, no inciso II do art. 142 da constituição estadual de Minas Gerais [4], o campo de atuação do CBMMG é amplo e generalizado, sendo atribuição da Corporação atuar em qualquer tipo de catástrofe ou demanda que possa trazer risco à segurança das pessoas e seus bens. Com o objetivo de estabelecer a padronização da metodologia de trabalho e classificar todas as demandas de acionamento dos órgãos de segurança pública do Estado, incluindo o CBMMG e a Polícia Militar, foi então desenvolvida a Diretriz Integrada de Ações e Operações do Sistema de Defesa Social (DIAO). A DIAO padroniza e descreve os termos de uso comum aos órgãos de defesa social de Minas Gerais, bem como deve ser a atuação dos militares no atendimento das ocorrências a que forem acionados [9].

Os atendimentos do CBMMG são denominados oficialmente como “ocorrências de bombeiro” e tem a seguinte definição técnica:

É todo fato que, de qualquer forma, afete ou possa afetar a ordem pública, exigindo a intervenção Policial e/ou de Bombeiros Militar, de ofício, por solicitação de qualquer pessoa, ou em cumprimento a requisição de autoridade competente para este ato, por meio de ações e/ou operações, compreendendo ocorrências típicas e atípicas.[9]

As ocorrências típicas de bombeiros são classificadas por natureza de ocorrência que retratam as características típicas centrais do evento atendido. Na DIAO, as naturezas para tipificação de ocorrências são separadas em 03 (três) grandes categorias, onde estão inseridos os grupos que, em sequência, são formados por classes, subclasses, código da natureza, ao qual é atribuída uma descrição da natureza e finalmente as naturezas. A codificação segue o padrão de números romanos para categorias, letras maiúsculas do alfabeto latino para grupos e algarismos arábicos para classe, subclasse e natureza [10]. A cada código completo, atribui-se uma descrição da natureza. A figura 01 exemplifica a codificação utilizada.

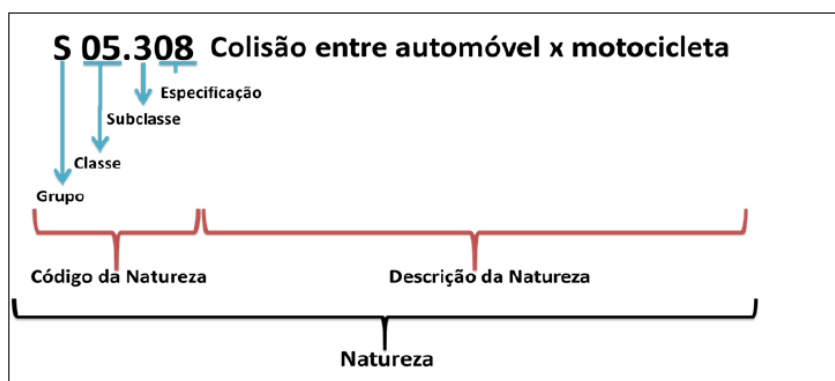


Figura 01: Esquema de codificação e descrição da natureza da ocorrência.

Fonte: Instrução Técnica Operacional n. 25

Segundo a Instrução Técnica Operacional n. 25[10], o CBMMG utiliza as naturezas inseridas nas categorias II e III, sendo “Ocorrências típicas de Bombeiro Militar” e “Ações e Operações decorrentes do Sistema de Defesa Social (SIDS)”, respectivamente. O próximo nível de codificação para classificação das naturezas são os grupos, que possuem representação por letras maiúsculas do alfabeto latino, por se tratarem dos grandes agrupamentos de naturezas por suas características primárias, os grupos serão o foco de análise desse estudo. A DIAO possui 25 (vinte e cinco) grupos, dos quais 11 (onze) são utilizados pelo CBMMG e podem ser vistos no Quadro 01.

CATEGORIA II - OCORRÊNCIAS TÍPICAS DE BOMBEIROS MILITAR	
O	REFERENTE À EXPLOSÃO E INCÊNDIO
P	REFERENTE À PREVENÇÃO E VISTORIA
R	REFERENTE ÀS ATIVIDADES DE DEFESA CIVIL
S	REFERENTE À BUSCA E SALVAMENTO
V	REFERENTE À ATENDIMENTO PRÉ-HOSPITALAR (APH)
CATEGORIA III - AÇÕES E OPERAÇÕES DECORRENTES DO SIDS	
A	AÇÕES DE DEFESA SOCIAL
Q	REFERENTE A DEMONSTRAÇÕES, PALESTRAS E TREINAMENTOS
W	ROTINAS ADMINISTRATIVAS
Y	OPERAÇÕES DE DEFESA SOCIAL
X	COORDENAÇÃO E CONTROLE OPERACIONAL E ADMINISTRATIVO
U	COMUNICAÇÕES, DENÚNCIAS, RECLAMAÇÕES E SOLICITAÇÕES DIVERSAS

Quadro 01: Grupos da DIAO utilizados pelo CBMMG.

Fonte: Instrução Técnica Operacional n. 25

As classes apresentam maior detalhamento de informações e são representadas pelos dois primeiros dígitos de algarismos arábicos do código, e nelas estão as naturezas que dentro do mesmo grupo apresentam uma similaridade na causa ou característica do fato[10]. Algumas classes serão abordadas nesse trabalho para esclarecer certas naturezas que apresentam maior relevância estatística em repetição de atendimento no espaço amostral analisado, por tanto demandando maior atenção de estudo.

TREINAMENTO CONTINUADO NO CBMMG

O treinamento na atualidade é entendido como peça fundamental no processo de desenvolvimento organizacional e, nesse olhar, torna-se importante pensar que, em um mundo capitalista, o indivíduo constitui-se como um dos maiores valores das instituições, mesmo com tantas inovações [11]. Segundo Volpe [12], o treinamento é um processo de curto e médio prazo, na qual as pessoas podem galgar posições e habilidades em função de objetivos determinados anteriormente pela empresa, com propósito de elevar a qualidade e produtividade.

O conceito de treinamento de acordo com Hinrichs[13], “pode ser definido como quaisquer procedimentos, de iniciativa organizacional, cujo objetivo é ampliar a aprendizagem entre os membros da organização”. Oliveira[14] discorrendo sobre esse tema expõe que deve haver uma preocupação contínua com a capacitação por parte das organizações, de maneira a possibilitar aos seus recursos humanos o perene desenvolvimento e aprimoramento de suas atribuições dentro da empresa. Oliveira[14] ressalta ainda a importância do treinamento como ferramenta de qualidade:

Não se pode deixar de citar a importância do treinamento em todas as esferas da empresa, principalmente com relação à média gerencia e à mão-de-obra direta, para o bom desempenho dos sistemas de gestão da qualidade. A atualização e reciclagem ganham cada vez mais importância em função da velocidade com que as inovações tecnológicas são lançadas no mercado e vão sendo disseminadas, apoiadas pelo crescimento da tecnologia da informação, por toda a empresa. O treinamento envolve modificações no comportamento dos trabalhadores de diversas ordens por meio da transmissão de informações, desenvolvimento de habilidades e de conceitos e modificação de atitudes. (Oliveira, 2004, pg. 18)

O CBMMG como órgão prestador de serviços públicos encontra-se incluído nesse cenário de busca de qualidade e aperfeiçoamento de seu recurso humano. A Resolução 680, de 01 de setembro de 2016, estabeleceu normativamente a busca de aprimoramento do ensino no CBMMG, bem como a necessidade de se adequar à dinâmica de treinamentos, face às novas demandas. Estabeleceu a integração do ensino do CBMMG a Lei de Diretrizes e Bases da Educação em seus diferentes níveis e modalidades de educação e nas dimensões do trabalho, da tecnologia e da pesquisa, tendo como uma de suas finalidades precípua a profissionalização continuada e progressiva de seus recursos humanos, objetivando o alcance da excelência na prestação de serviços das missões constitucionais da Corporação.

Desde 02 de julho 2007, com a publicação da Resolução 255, foi adotado no CBMMG o Treinamento Profissional (TP) nos moldes vigentes. O TP tem como objetivos assegurar a correta execução das operações, padronização de procedimentos e metodologias, entre outros. O planejamento e execução do TP se dá nas Unidades de Execução Operacional, em Montes Claros no 7º BBM especificamente, através do Programa Anual de Treinamento (PrAT) que estabelece conceitos, objetivos e a forma de execução dos treinamentos de todos os militares da Unidade. O TP é anual, obrigatório e avaliativo, a fim de mensurar a condição técnica profissional dos bombeiros militares, cabendo sanções administrativas e financeiras aos profissionais mal avaliados ao final de cada ciclo.

Embora o planejamento e execução dos treinamentos sejam de incumbência das Unidades de Execução de todo o Estado, a Resolução 255 estabelece diretrizes que devem nortear a confecção do PrAT, de forma que bombeiros de Unidades distintas tenham treinamentos semelhantes, não sendo levado em consideração as especificidades ou nuances de cada localidade. O período de treinamento é previamente estabelecido entre os meses de fevereiro a novembro, com frequência de pelo menos 02 (duas) vezes por semana, abrangendo todos os bombeiros da Unidade. Conforme citado, as disciplinas e temas são previamente estabelecidos e devem ser seguidos por toda a Corporação no decorrer do ano vigente, vide Quadro 02.

ASSUNTO	CARGA HORÁRIA
Combate a Incêndio	12 h/a
Mergulho Aut. e Salvamento Aquático	12 h/a
Atendimento Pré-hospitalar	12 h/a
Salvamento Terrestre	08 h/a
Salvamento em Alturas	16 h/a
Prevenção contra incêndios	20 h/a
Armamento e Tiro	04 h/a
Legislação Institucional	14 h/a

Quadro 02: Grade Curricular para o treinamento Técnico.

Fonte: Instrução Técnica Operacional n. 25

PRINCÍPIO DE PARETO

Segundo Cavalcante [15], a administração pública encontra-se em um contexto de buscar mais técnicas e ferramentas para melhorar a sua gestão e promover a eficiência com queda nos custos, sendo possível observar a utilização de técnicas da gestão da qualidade, sendo o Princípio de Pareto uma das ferramentas utilizadas para identificação e dimensionamento de atividades e processos. Para Oliveira [14] a gestão exige o corte ou a simplificação de processos, quando esses não agregam valor aos produtos. Onde diversas atividades nas empresas podem estar mal dimensionadas, devendo, muitas vezes, serem eliminadas ou alteradas.

Segundo Freire e Das Neves [16], Vilfredo Pareto publicou no ano de 1897 o livro “*Cours d'économie politique*”, demonstrando que a maior parte da riqueza e renda da Inglaterra daquele período, estava concentrada nas mãos de um grupo pequeno de pessoas. Tal descoberta revelou um desequilíbrio padronizado entre os indivíduos e a renda que detinham. Esse trabalho originou o conhecido princípio 80/20, que propõe que quaisquer relações de causa e efeito tendem a seguir uma proporção de desequilíbrio, onde 20% das causas corresponderiam a 80% dos resultados.

O Princípio de Pareto é base para os Diagramas de Pareto desenvolvidos por Joseph Juran, sendo considerada uma importante ferramenta de controle da qualidade. J. Juran aplicou o Princípio de Pareto na esfera organizacional, voltado para sua vertente de pesquisa direcionada ao controle de qualidade, sustentando que 20% das causas originam 80% dos problemas. O Princípio de Pareto pode ser resumido como um pequeno número de causas sendo responsável pela preponderância dos problemas [16]. Esse conceito é reforçado por Peinado [17] que trás: “O diagrama de Pareto serve para separar os poucos problemas vitais dos muitos problemas triviais”.

Haughey [16] exemplifica que o princípio 80/20 pode ser utilizado em praticamente todas as coisas, citando que 80% das reclamações normalmente surgem por 20% dos produtos ou serviços da organização; 20% dos problemas nos sistemas operacionais causam 80% dos erros; 80% do faturamento de uma empresa são oriundos de apenas 20% de seus produtos ou serviços;

O Princípio de Pareto pode ser utilizado para identificação de prioridades e determinação de pontos centrais de atuação da organização. Vasques e Dos Santos [18], corroboram a utilização dessa ferramenta para tais fins, afirmando que:

Através do princípio de Pareto demonstrado utilizando os custos e causas, pode-se assim nortear as empresas. Decidir o que é prioritário, o que é mais representativo para a natureza do negócio, avaliar o que é relevante, contextualizar as falhas e identificar as ações que atuam nos 20% de esforço que proporcionam 80% do resultado. (Vazquez e Dos Santos, 2010, pg. 10).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste item, será apresentada a análise de dados obtidos por meio de pesquisa dos registros de atendimento realizados pela Sede do 7º BBM divulgados nos anuários da Corporação, referentes aos anos de 2016 e 2017.

Somente no ano de 2017, foram registradas 9.665 ocorrências pela Sede do 7º BBM, que fica localizada no município de Montes Claros. Esses registros sofreram um aumento de 12,68% em relação ao ano anterior, que totalizou 8.578 ocorrências, conforme se pode observar na Tabela 01. A elevação dos registros ocorreu em 07 (sete) dos 10 (dez) grupos de natureza analisados, com maior incidência absoluta nos grupos P, O e S, que tiveram aumento de 670, 212 e 187 atendimentos respectivamente. Os grupos Q e W, referentes a trabalhos com palestras e rotinas administrativas apresentaram redução e diminuíram seus registros em 42 e 12 atendimentos, respectivamente.

Grupo	Descrição	2016	2017	Diferença (2017-2016)	Diferença (%)	Total Biênio
A	Ações de Defesa Social	209	244	35	16,75%	453
O	Referente à Explosão e Incêndio	338	550	212	62,72%	888
P	Referente à Prevenção e Vistoria	2.910	3.580	670	23,02%	6.490
Q	Referente à Demonstrações, Palestras e Treinamentos	230	188	- 42	- 18,26%	418
R	Referente à Atividades de Defesa Civil	43	78	35	81,39%	121
S	Referente à Busca e Salvamento	1.088	1.275	187	17,19%	2.363
U	Comunicação, Denúncias, Reclamações e Solicitações Diversas	04	06	02	50%	10
V	Referente à Atendimento Pré-Hospitalar	3.188	3.176	- 12	- 0,38%	6.364
W	Rotinas Administrativas	568	543	- 25	- 4,40%	1.111
Y	Operações de Defesa Social	00	25	25	-	25
Total		8.578	9.665	1.087	12,68%	18.243

Tabela 01: Total de registros por grupo de natureza e comparativo entre os anos de 2016 e 2017.

Fonte: Anuários 2016/17.

O Gráfico 01 apresenta a distribuição percentual de registros de atendimento por cada grupo de natureza no biênio. Analisando esses dados verifica-se que os atendimentos de 03 grupos representaram menos de 1% dos registros totais. As naturezas dos grupos “R – Referente às Atividades de Defesa Civil”, “Y – Operações de Defesa Civil” e “U – Comunicações, Denúncias, Reclamações e Solicitações Diversas” obtiveram respectivamente 121, 25 e 10 registros, o equivalente a 0,66%, 0,14% e 0,05% do atendimento total.

O grupo “Q – Demonstrações, Palestras e Treinamentos” obteve 418 registros, representando 2,29% do total, em seguida o grupo “A – Ações de Defesa Social” registrou 452 atendimentos com 2,48% do percentual geral. O grupo “O – Registros Referentes à Explosão e Incêndio” é o sexto grupo com mais natureza atendidas, sendo registrados 888 atendimentos, o que representa 4,87% dos atendimentos. Posteriormente o grupo “W – Rotinas Administrativas” aparece com 1.111 registros, perfazendo 6,09% de todos os atendimentos.

Os três grupos de maior relevância estatística quando somados, representam 83,41% de todos os atendimentos realizados pelo Corpo de Bombeiros de Montes Claros. O grupo “S – Referente à Busca e Salvamento” teve 2.363 registros, ou 12,95% do total de atendimentos. Os grupos “V – Referentes à Atendimento Pré-Hospitalar” e “P – Referentes à Prevenção e Vistoria” registraram 6.364 e 6.490 atendimentos, respectivamente 34,88% e 35,58% de todos os registros do biênio 2016 e 2017.

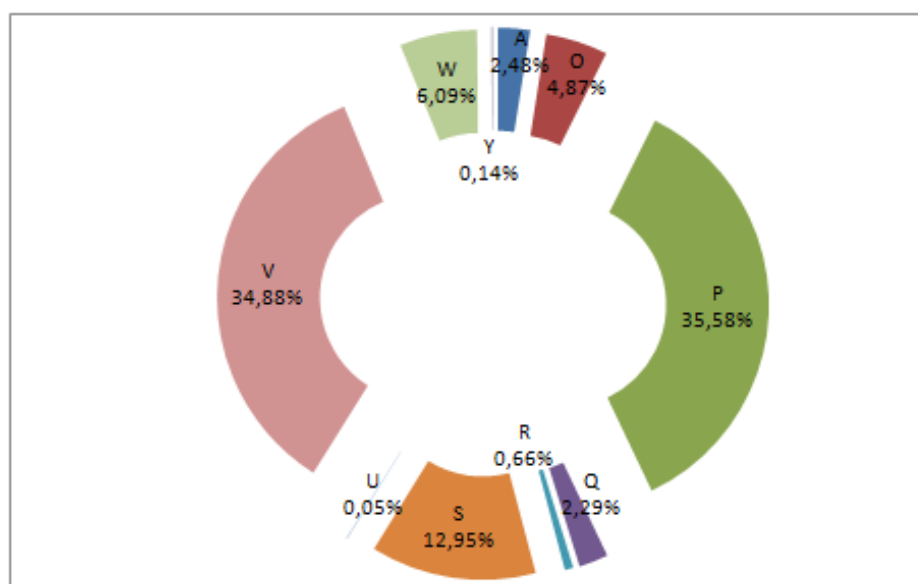


Gráfico 01: Distribuição do Total de Registros por grupos de natureza nos anos de 2016/17.

Fonte: Anuários 2016/17.

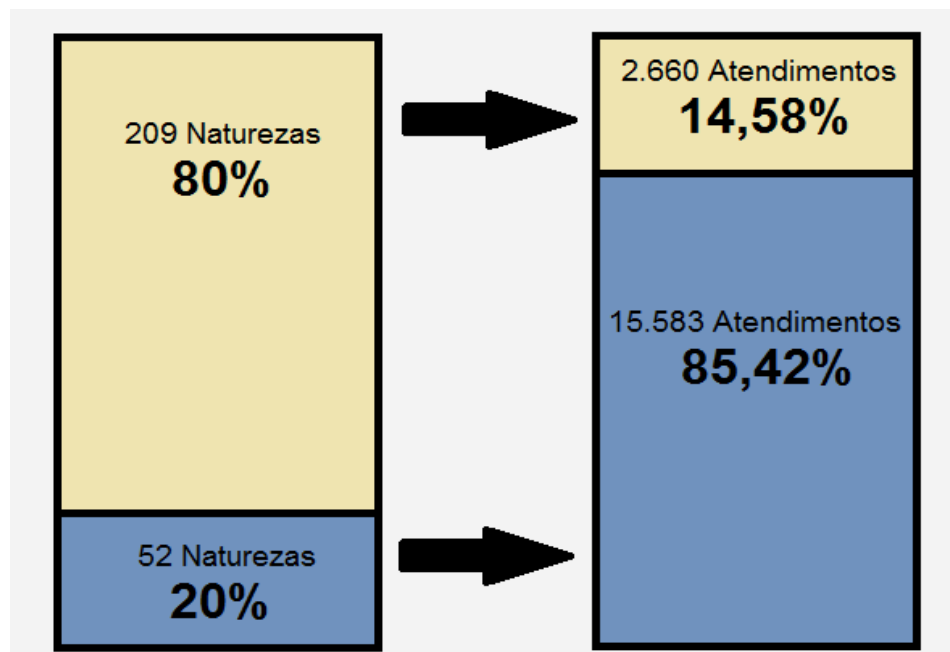
Sob a perspectiva do princípio 80/20 de Pareto e considerando todos os 18.243 atendimentos registrados no biênio 2016/17, identificou-se o registro de 261 naturezas distintas de ocorrência, naturezas essas que são o maior detalhamento das atividades realizadas pelos bombeiros militares em Minas Gerais. Foram identificadas as 52 naturezas de maior repetição, sendo essas 20% das 261 naturezas utilizadas na Sede do 7º BBM, e observado que quando somadas são responsáveis por 15.583 registros, ou 85,42% de todos os atendimentos registrados, conforme a Tabela 02 e o Quadro 03.

Ord.	Código	Natureza	Atendimentos	% Total
1	P02999	Outros Tipos de Vistorias Operacionais Diversas	1.679	9,20
2	P01002	Vistoria de Liberação/Emissão de AVCB	1.249	6,85
3	P01001	Vistoria de Fiscalização	1.174	6,44
4	V02408	Vítima de Colisão Entre Automóvel x Motocicleta	854	4,68
5	V01018	Vítima de Mal Não Definido (Distúrbio)	752	4,12
6	W03000	Solicitante Encontrado - Providência Dispensada	713	3,91
7	S06005	Captura de Insetos	686	3,76
8	P02001	Vistoria de Hidrante	624	3,42
9	V03018	Vítima de Queda da Própria Altura	511	2,80
10	V02502	Vítima de Queda (Motociclista)	482	2,64
11	S06001	Salvamento de Animal em Risco/Perigo	470	2,58
12	A18001	Empenho de ambulância do IPSM	445	2,44
13	V01999	Outros Tipos de APH Clínico	383	2,10
14	P03001	Perigo de Derrapagem	354	1,94
15	P02002	Vistoria de Risco de Queda de Árvore	351	1,92
16	V01003	Vítima de Crise Convulsiva	326	1,79
17	V02402	Vítima de Colisão Entre Motocicletas	256	1,40
18	V03019	Vítima de Queda de Altura	250	1,37
19	V03999	Outros Tipos de APH de Traumas Diversos	227	1,24
20	P03009	Prevenção em Ponto Base/Feriados Prolongados	223	1,22
21	V01023	Vítima de Síncope (Desmaio)	205	1,12
22	S06002	Captura de Animal Silvestre Perigoso/Agressivo	184	1,01
23	V01022	Vítima Parturiente/Emergências Obstétricas	181	0,99
24	P03003	Prevenção Aquática/Operação Veranico	180	0,99
25	V01010	Vítima com Dor Precordial (Peito)	177	0,97
26	W04000	Nada Constatado	177	0,97
27	S06007	Corte/Poda de Árvores com Risco Iminente de Queda	174	0,95
28	O04012	Incêndio em Lote Vago	147	0,81
29	S06008	Corte de Árvore Caída em Via Pública	143	0,78
30	V01007	Vítima com Dispneia (Falta de Ar)	138	0,76
31	Q02009	Palestra de Primeiros Socorros	131	0,72
32	V02102	Vítima de Atropelamento Por Motocicleta	121	0,66
33	P01003	Vistoria em Eventos Temporários	118	0,65
34	O02027	Incêndio em Veículo Automotor	116	0,64
35	V02501	Vítima de Queda (Ciclista)	106	0,58
36	Q03999	Outros Tipos de Treinamento	103	0,56
37	O02001	Incêndio em Residência	100	0,55
38	S06009	Corte/Poda de Árvore Mediante Ordem de Serviço	93	0,51
39	S06006	Extermínio de Insetos	89	0,49
40	V03005	Vítima de Agressão Física Sem Uso de Arma	84	0,46
41	V02406	Vítima de Colisão Entre Motocicleta X Bicicleta	83	0,45
42	P02004	Vistoria em Risco de Desabamento/Desmoronamento	79	0,43
43	V01001	Vítima de Acidente Vascular Cerebral (AVC)	78	0,43
44	W01000	Solicitante Não Encontrado	76	0,42
45	Q02008	Palestra de Combate a Incêndio	69	0,38
46	P03999	Outros Tipos de PCI/PCA	68	0,37
47	S06003	Captura de Cão Perigoso/Agressivo	67	0,37

48	O04008	Incêndio em Área Rural Não Protegida	66	0,36
49	R03003	Enchente/Inundação/Alagamento/Enxurrada	65	0,36
50	O04011	Incêndio em Área Urbana	58	0,32
51	O02033	Incêndio em Amontoado de Lixo	56	0,31
52	O03003	Vazamento de GLP/Gás Natural	42	0,23
Total			15.583	85,42

Tabela 02: Naturezas mais recorrentes nos anos de 2016/17.

Fonte: Anuários Estatísticos do Corpo de Bombeiros 2016 e 2017.



Quadro 03: Representatividade dos atendimentos de ocorrência, a partir do princípio de Pareto.

Fonte: Anuários Estatísticos do Corpo de Bombeiros 2016 e 2017.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A utilização do Princípio 80/20 de Pareto como ferramenta de identificação da relevância dos grupos e naturezas de ocorrência atendidas pela Sede do 7º BBM, mostrou-se adequada para tal fim, podendo se observar sua aplicabilidade nos resultados publicados pela Corporação.

Quanto à relevância estatística de atendimento dos grupos de natureza existentes, os grupos “P – Referentes à Prevenção e Vistoria”, “V – Referentes à Atendimento Pré-Hospitalar” e o “S – Referente à Busca e Salvamento” apresentaram maior relevância nos atendimentos, somando 83,41% de todos os atendimentos realizados no biênio. Embora os grupos P, V e S tenham se mostrado os mais representativos quando analisada a relevância dos conjuntos de naturezas classificadas como semelhantes, caso a análise seja ampliada para todas as naturezas distintas utilizadas no período em questão, verifica-se que existem naturezas com repetição relevante em sete dos dez grupos avaliados.

As 52 naturezas listadas na Tabela 02, são 20% de todas as 261 naturezas listadas no biênio e impactaram em mais de 85% dos atendimentos. Essa informação corrobora o Princípio de Pareto ao confirmar que 20% das demandas proporcionam mais de 80% dos resultados. A partir desses dados, as naturezas presentes na Tabela 02 podem ser identificadas como prioritárias e de maior relevância para a Unidade Operacional, consequentemente.

Conforme observado no Quadro 02, os temas do treinamento anual do 7º BBM são os mesmos de todas as demais Unidades do Corpo de Bombeiros do Estado e não são levados em consideração às especificidades da área de atuação. A partir dos dados levantados e a identificação das naturezas de atendimento prioritárias, há subsídios teóricos e documentais para construção de um novo programa de treinamento direcionado às necessidades específicas de cada Unidade Operacional, confirmando a desatualização do programa vigente.

Este estudo não se encerra aqui, sendo necessária a manutenção da análise dos dados anuais e monitoramento das eventuais mudanças no perfil de atendimento ao longo do tempo, bem como aprofundamento e desenvolvimento do programa de treinamento específico para os Bombeiros Militares em outros trabalhos, visto não ser o foco desse trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] RAMAZOTTI, L.C.; STEFANO, S.R.; MOROZINI, J. F. Satisfação no atendimento e prestação de serviço do pró-cidadão do Município de Londrina. **Administração de empresas em Revista**. Curitiba, v.11, n.12, p.208-226, 2012.
- [2] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.
- [3] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria Andrade. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- [4] MINAS GERAIS. **CONSTITUIÇÃO DO ESTADO DE MINAS GERAIS**. 18. ed. - Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2017. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/export/sites/default/consulte/legislação/Downloads/pdfs/ConstituicaoEstadual.pdf>.
- [5] MINAS GERAIS, Corpo de Bombeiros Militar. **RESOLUÇÃO nº 763, DE 28 DEZEMBRO DE 2017**. Aprova o novo Plano de Articulação do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais. Comando Geral, Belo Horizonte, 2. ed., 2015.
- [6] MINAS GERAIS, Corpo de Bombeiros Militar. **PLANO DE COMANDO 2015/2026**. Comando Geral, Belo Horizonte, 2. ed. Revisão 2017.
- [7] IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. **ESTATÍSTICAS, 2010**. [online] Disponível na internet via: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/montes-claros/panorama>. Arquivo consultado em 01 de abril de 2018.
- [8] MINAS GERAIS, Corpo de Bombeiros Militar. **ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DE MINAS GERAIS 2017**. Comando Geral, Belo Horizonte, 2018.
- [10] MINAS GERAIS, Corpo de Bombeiros Militar. **INSTRUÇÃO TÉCNICA OPERACIONAL n. 25**. Padronização do Registro de Eventos do Corpo de Bombeiros Militar. Comando Geral, Belo Horizonte, 2017.
- [11] CHIAVENATO, Idalberto. **TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS HUMANOS: como incrementar talentos na empresa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- [12] VOLPE, R. A; LORUSSO, C. B. A importância do treinamento para o desenvolvimento do trabalho. www.psicologia.com.pt. 1-8 p.
- [13] ANDRADE, J. E. B; ABBAD, G. S; MOURÃO, L; *et al.* **TREINAMENTO, DESENVOLVIMENTO E EDUCAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES E TRABALHO: fundamentos para gestão de pessoas**. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- [14] OLIVEIRA, Otávio J; *et al.* **Gestão da Qualidade: tópicos avançados**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2004.
- [15] CAVALCANTE, Ronaldo Camara. **Melhoria Contínua dos Processos Organizacionais: Um Estudo de Caso no Setor Público**. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, XIII, 2016, Resende/RJ.
- [16] FREIRE, F. S ; DAS NEVES, B. R. C. **Características do Princípio de Pareto no Setor Bancário Brasileiro**. 2016. Monografia – Universidade de Brasília, Brasília.
- [17] PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre Reis. **Administração da produção. Operações industriais e de serviços**. Curitiba: Unicenp, 2007.
- [18] VAZQUEZ, E. G; DOS SANTOS, V. A. L. **Estudo Estatístico de Patologias na pós-Entrega de Empreendimentos Imobiliários**. In: ENCONTRO NACIONAL DE TECNOLOGIAS DO AMBIENTE CONSTRUÍDO, XIII, 2010, Canela/RS.

**AVALIAÇÃO DE ACESSIBILIDADE GEOGRÁFICA DE UNIDADE DE SAÚDE DA FAMÍLIA
UTILIZANDO INTEGRAÇÃO DE P-MEDIANAS E SISTEMA DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA:
APLICAÇÃO EM MONTES CLAROS/MG, BRASIL**

ABREU, João Victor Maia
Castro e¹ NASCIMENTO, Mateus
André Tavares² RIBEIRO, Igor
Samuel Gomes³ SANTOS NETO,
Narciso Ferreira dos⁴ SILVA,
Lorena Christéfane⁵
SOUZA, Gilberto Prates Jr.⁶

RESUMO: O presente trabalho tem por **objetivo** analisar a acessibilidade das famílias à rede de unidades de saúde da família na cidade de Montes Claros por meio de dados gerados em sistemas de informação geográfica (SIG) e aplicação de modelos matemáticos e computacionais de forma integrada para análise desses dados. A **metodologia** utilizada, consiste em virtualizar o mapa da cidade de estudo, Montes Claros, por meio de uma base de dados geográficos fornecida pela prefeitura de Montes Claros no sistema de informação geográfica (TRANSCAD). A técnica utilizada nesse trabalho foi a p-mediana que consiste em localizar em uma rede de instalações a partir da atribuição de uma matriz simétrica denominada de matriz de custo mínimo que contém a menor distância entre os pontos representantes dessa rede e uma matriz de alocação, o ponto cuja somatória total entre as distâncias dos pontos alocados a ele será a menor possível. Essa virtualização permitiu visualizar de forma gráfica, ruas, pontos residenciais e ainda permitiu inserir valores relacionados a algum componente vetorial para análises estatísticas, o **resultado** foi uma nova distribuição das Unidades de Saúde da Família capaz de reduzir a distância a ser percorrida pela população até a unidade de atendimento de sua micro área. **Conclui-se** que é possível minimizar as distâncias a serem percorridas pelos usuários do serviço das Unidades de Saúde, além de maximizar a área coberta por cada unidade.

¹Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail: joaoictor.castro@tthome.com.br

²Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail: mateus_tavares96@outlook.com

³Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail: igorsamuel36@gmail.com

⁴Prof. DR. da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES:E-mail: narciso_santos1@yahoo.com.br

⁵Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail: lorenachis7@gmail.com

⁶Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES.E-mail: gilberto_prates@outlook.com

CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS NA VARIAÇÃO DE ESTOQUES RELACIONADOS À TROCA DE MEDICAMENTOS NAS DROGARIAS DE BRASÍLIA DE MINAS

ALMEIDA, Ana Paula Paraiso Nobre¹

COURA, Karla Veloso²

MATOS, Cristiane Pereira³

NERY, Hellen Keith Veloso Nunes⁴

VIEIRA, Daniela⁵

RESUMO: Este artigo apresenta uma base teórica referente a conceitos de estoque e trocas de medicamentos, tendo como objetivo principal analisar as causas e consequências na variação de estoques relacionados à troca de medicamentos nas drogarias de Brasília de Minas/MG. Os objetivos específicos foram: identificar os fatores externos contribuintes para a troca de medicamentos; analisar até que ponto a preferência do cliente, bem como as recomendações médicas influenciam os estoques das drogarias; verificar o método utilizado para controle de estoque; definir qual a preferência do consumidor para a troca de medicamentos. A metodologia aplicada consistiu na utilização das pesquisas descritiva e bibliográfica, abordagens do tipo qualitativa e quantitativa. A entrevista foi a técnica utilizada para alcançar os dados necessários para conclusão da proposta central. Foram pesquisadas 12 drogarias, por meio de 11 perguntas, onde foi averiguado que 58% das drogarias realizam trocas de medicamentos entre genérico e referência, o excedente abordou que essas trocas são feitas de referência para o similar. Foi verificado também que 50% dos clientes procuram por medicamento genérico, contudo 98% das drogarias optam por ter todas as classes de medicamentos. Como resultado, o artigo permitiu o conhecimento acerca das causas e consequências na variação de estoque das drogarias da cidade de Brasília de Minas. Constatou-se também a importância de um sistema adequado para o controle de estoque. Esse fato evita a imobilização desnecessária de dinheiro em grandes estoques e contribui na manutenção da saúde financeira das empresas, fazendo-se também necessária a troca de medicamentos de acordo com a preferência do cliente.

PalavrasChave: Estoque. Drogarias. Troca de medicamentos. Brasília de Minas.

1. Introdução

A gestão de estoques é o planejamento do estoque, seu controle e sua retroalimentação, consistindo na determinação dos valores que o estoque terá com o correr do tempo, bem como na determinação das datas de entrada e saída do estoque e dos pontos de pedido (OLIVEIRA e SILVA, 2014).

A troca de medicamentos também chamada de intercambialidade é determinada quando se realiza a escolha de medicamentos entre duas ou mais classes para o mesmo intuito terapêutico. Sendo assim se faz necessário realizar o planejamento de estoque, visto que essa troca de medicamentos interfere diretamente na variação de saída e entrada de medicamentos.

Em pesquisa realizada em 2004 pela Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos, com amostra de 900 consumidores de quatro capitais brasileiras identificou que 30% dos consumidores desconheciam o que era medicamento similar e 78%, medicamento de referência. A maioria dos consumidores (88%) opta pelo preço mais baixo e 76% deles respeita a prescrição. Somente 19% mencionaram o genérico como primeira opção para compra, e 12% escolhe segundo a opinião do balconista ou farmacêutico.

Sendo assim, este estudo é relevante para o setor administrativo das drogarias, pois apresenta-se como oportuno visando apresentar como a intercambialidade de medicamentos interfere diretamente na variação de estoques.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho contempla a análise das causas e consequências nas variações de estoque relacionadas à troca de medicamentos, em consequência aos fatores e critérios que levam o consumidor a aceitar a intercambialidade. Tendo como objetivos específicos: identificar os fatores externos contribuintes para a troca de medicamentos; analisar até que ponto a preferência do cliente, bem como as recomendações médicas influenciam os estoques das drogarias; verificar o método utilizado para controle de estoque; definir qual a preferência do consumidor para a troca de medicamentos.

O artigo é dividido em quatro seções: a primeira apresenta o embasamento teórico referente aos estoques e aos conceitos farmacêuticos além do histórico da cidade pesquisada; a segunda esclarece sobre a metodologia utilizada; a terceira expressa a análise dos resultados; e a quarta expõe as conclusões da pesquisa e as propostas relacionadas ao tema.

2. Referencial Teórico

Nesta seção serão descritos os tópicos referentes à: Estoque (Conceito, Tipos de estoque, Controle de estoque); Conceitos farmacêuticos (Drogarias, Dispensação de medicamentos, Tipos de medicamentos, Intercambialidade entre medicamentos); Histórico de Brasília de Minas.

2.1. Estoque

2.1.1. Conceito

Estoque é qualquer tipo de recurso que está armazenado para ser utilizado de acordo com a demanda. De acordo com Moreira (2008) entende-se por estoque quaisquer quantidades de bens físicos que sejam conservados, de forma improdutiva.

Estoque é definido aqui como “acumulação armazenada de recursos materiais em um sistema de transformação”. Slack, Johnston, Chambers (2002) fala também que geralmente, o termo refere-se somente a recursos transformados. Já Martins e Alt (2009), afirmam que estoque é o acúmulo armazenado de recursos materiais em um sistema de produção e/ou operações.

Ching (1999) aborda que o estoque é toda matéria-prima, embalagem, peças e outros tipos de mercadorias, produto acabado, semi-acabado dentre outras.

Para Moreira (2011, p. 447), “entende-se por estoque quaisquer quantidades de bens físicos que sejam conservados, de forma improdutiva, por algum intervalo de tempo”.

Muitos acham que não é necessária a existência do estoque e não entendem por que existe, segundo Slack *et al.* (2009) não importa o que é armazenado como estoque, ou onde é posicionado na operação, ele existirá porque existe uma diferença de ritmo (ou de taxa) entre fornecimento e demanda.

Slack *et al.* (2009) cita algumas desvantagens com associação a preservação dos estoques: estoque congela dinheiro na forma de capital de giro que fica indisponíveis para outros usos; acarreta custos de armazenamentos; pode danificar-se ou deteriorizar-se.; entre outros.

2.1.2 TiposdeEstoque

As várias razões para o desequilíbrio entre as taxas de fornecimento e de demanda em diferentes pontos de qualquer operação levam a diferentes tipos de estoque (SLACK *et al.* 2009).

De acordo com Arnold (1999) observa que existem muitas maneiras de classificar estoques. Uma classificação frequentemente utilizada se relaciona ao fluxo de materiais que entra em uma organização, passa por ela e dela sai.

Os estoques englobam itens dos mais variados, possivelmente classificando esses itens em grupos, sendo capaz o estoque total de uma empresa ser integrado em um desses tipos. Sendo eles:

Matérias-primas; peças e outros itens comprados de terceiros; peças e outros itens fabricados internamente; material em processo (produtos semi-acabados ou montagens parciais); produtos acabados (MOREIRA, 2008).

2.1.3 Controle de Estoque

Para Araújo (2007), o controle de estoque é todo procedimento realizado para registrar, fiscalizar e gerir a entrada ou saída de mercadorias de qualquer espaço seja ele destinado à comercialização, armazenamento para almoxarifado ou ainda para a utilização na fabricação dos produtos (matéria prima).

Ter o controle de estoque dentro de uma empresa é de suma importância para obter o gerenciamento correto de entrada e saída de cada produto de forma que não ocorram perdas desnecessárias. Por isso algumas optam por sistemas para ter esse controle (DIAS, 2010).

Para Neves (2000) o Estoque Mínimo é a quantidade mínima que uma mercadoria poderá ficar em estoque de acordo com o seu giro e tempo de reposição, servindo de alerta para o controlador do estoque quanto à necessidade de ser adquirido novo lote de mercadorias para que não falte.

Um sistema de controle de estoques é fundamentalmente um conjunto de regras e procedimentos que permite responder a algumas perguntas e tomar algumas decisões sobre os estoques (MOREIRA, 2008).

Normalmente as empresas mantêm uma quantidade grande de itens estocados, e para administrar todos esses itens com a mesma cautela pode ser bastante pesado. Por isso fizeram o controle de estoque ABC. O controle de estoque ABC permite que os gerentes de estoque concentrem seus esforços em controlar os itens mais significativos do estoque (Slack *et al.* 2009). É aplicável em qualquer caso de classificação de itens, de quaisquer naturezas e sob qualquer critério (MOREIRA, 2008). Ainda segundo o autor, a classificação ABC permite controlar os itens estocados utilizando o critério de investimento em cada item (MOREIRA, 2008).

Martins e Campos Alt (2009), afirmam que a análise ABC é um método para classificar itens, eventos ou atividades de acordo com a sua importância relativa. Complementando apontam que serve para selecionar, filtrar, tocar a nossa atenção e controle num número reduzido de fatores, causas ou itens.

2.2 Conceitos Farmacêuticos

2.2.1 Drogarias

As drogarias são vistas como estabelecimentos que comercializam medicamentos industrializados, além de realizar a distribuição de outros itens como suplementos alimentares, materiais médico-hospitalares, cosméticos e produtos de conveniência.

A Lei 5.991, de 17 de dezembro de 1973 estabelece que as drogarias são estabelecimento de dispensação e comércio de drogas, medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos em suas embalagens originais.

Segundo Oshiro e Castro (2002), são locais bastante procurados pela população para a resolução de problemas de saúde e desempenham importante papel em relação à saúde da população. Por se apresentarem de forma mais acessível e pelo número superior de estabelecimentos quando comparados às unidades primárias de saúde, elas podem ser consideradas um posto avançado de saúde.

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, órgão este que normatiza o funcionamento correto dos estabelecimentos em saúde, estabelece através da resolução 44 de 17 de agosto de 2009 os critérios e condições mínimas para o cumprimento das Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e da prestação de serviços farmacêuticos em farmácias e drogarias. O não cumprimento das disposições contidas nesta regulação constitui infração sanitária nos termos da lei 6.437, de 20 de agosto de 1977.

2.2.2 Dispensação de Medicamentos

A Portaria GM/MS nº 3.916/1998 que define a Política Nacional de Medicamentos descreve dispensação como: “É o ato profissional farmacêutico de proporcionar um ou mais medicamentos a um paciente, geralmente como resposta à apresentação de uma receita elaborada por um profissional autorizado. Neste ato, o farmacêutico informa e orienta o paciente sobre o uso adequado do medicamento. São elementos importantes da orientação, entre outros, a ênfase no cumprimento da dosagem, a influência dos alimentos, a interação com outros medicamentos, o reconhecimento de reações adversas potenciais e as condições de conservação dos produtos” (BRASIL, 1998).

A dispensação ideal deve aliar o caráter técnico do procedimento de entrega que garanta o recebimento de um medicamento ou dispositivo dentro dos padrões de qualidade, segurança e orientações que promovam o uso adequado e apropriado dos medicamentos (ANGONESI E RENNÓ, 2011).

2.2.3 Tipos de Medicamentos

O inciso II do artigo 4º da lei 5.99. de 1973, define medicamentos como produto farmacêutico, tecnicamente obtido ou elaborado, com finalidades profiláticas, curativas, paliativas ou para fins de diagnóstico.

De acordo com a lei federal 6.360, de 1976, podemos definir os medicamentos disponibilizados na farmácia, em genéricos, similares e de referência.

A Lei Federal nº 9.787, de 10 de fevereiro de 1999 conceitua o medicamento genérico como: “XXI – Medicamento Genérico – medicamento similar a um produto de referência ou inovador, que se pretende ser com este intercambiável, geralmente produzido após a expiração ou renúncia da proteção patetaria ou de outros direitos de exclusividade, comprovada a sua eficácia, segurança e qualidade, e designado pela DCB (Denominação Comum Brasileira) ou, na sua ausência, pela DCI (Denominação Comum Internacional);” (BRASIL, 1999).

O medicamento Referência de acordo com a lei 6.360 de 1976 é um produto inovador registrado no órgão federal de vigilância sanitária e comercializado no país. Sua eficácia, segurança e qualidade foram comprovadas cientificamente junto ao órgão federal competente por ocasião do registro.

Já o medicamento similar é descrito como aquele que contém o mesmo princípio ativo, apresenta a mesma concentração, forma farmacêutica, via de administração, posologia e indicação terapêutica do medicamento de referência, podendo diferir nas características relativas ao tamanho e forma do produto, prazo de validade, embalagem, rotulagem, excipiente e veículos, devendo sempre ser identificado por nome comercial ou marca (Lei 6.360, de 1976).

2.2.4 Intercambialidade entre Medicamentos

O processo de intercambialidade de medicamentos pode ser entendido como o ato de dispensação onde ocorre a substituição de um medicamento por outro que foi prescrito com mesma fórmula farmacêutica, mesmo princípio ativo, e que contenha a mesma dosagem.

A intercambialidade inclui a escolha de um medicamento entre dois ou mais para os mesmos fins terapêuticos ou profiláticos. Medicamentos com ação farmacodinâmica similar são frequentemente agrupados na mesma classe terapêutica, cuja designação é útil ao aprendizado de terapêutica clínica. Medicamentos da mesma classe terapêutica não necessariamente garantem a mesma eficácia e segurança, mas diversos casos mostram cientificamente que sim (RUMEL, NISHIOKA e SANTOS, 2006).

Pode-se realizar a intercambialidade entre os medicamentos genéricos com os medicamentos de Referência. Esse intercâmbio, no entanto, ocorre apenas entre estas duas categorias de medicamentos, não participando a categoria de medicamentos similares, que só podem ser dispensados se forem prescritos (BRASIL /CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1999).

No caso de o profissional prescriptor decidir pela não intercambialidade de sua prescrição, esta manifestação deverá ser efetuada por item prescrito, de forma clara, legível e inequívoca, devendo ser feita de próprio punho, não sendo permitidas quaisquer formas de impressão, colagem de etiquetas, carimbos ou outras formas automáticas para esta manifestação (CAF SUS, 2013).

3. Segmento Farmacêutico de Brasília de Minas

De acordo com o censo realizado pelo IBGE em 2010, a população de Brasília de Minas, cidade brasileira do estado de Minas Gerais, é de 31213 habitantes, com estimativa de 32732 para 2017.

Segundo a Câmara de Dirigentes Lojistas (2017), Brasília de Minas possui quinze unidades de farmácias localizadas na cidade e mais duas em áreas adjacentes, sendo uma instalada em Luislândia, cidade localizada a 22,3 Km do município, e outra instalada em Fernão Dias, pertencente ao município de Brasília de Minas e localizada a aproximadamente 21Km.

4. Metodologia

O trabalho em questão vem analisar a variação dos estoques em relação à troca de medicamentos em farmácias no município de Brasília de Minas, cidade essa que é situada no norte de Minas Gerais. Para tanto utilizou-se das pesquisas descritiva, bibliográfica, com abordagem qualitativa e quantitativa para fundamentar este estudo, com o propósito de alcançar os dados necessários para o mesmo foi utilizada o método da entrevista.

A pesquisa descritiva foi escolhida para compor o estudo porque está voltada para aspectos que ajudam a descobrir e observar os fenômenos, procurando entendê-los da melhor forma possível (RUDIO, 2011). Segundo Rudio (2011,) a pesquisa descritiva almeja o conhecimento da natureza, da composição e dos procedimentos que o compõem ou nele se concretizam. Para obter resultados adequados, a pesquisa precisa ser preparada corretamente, ou seja, submetida às requisições do processo.

De acordo com Gil (2010) a pesquisa descritiva tem outro ponto relevante, ela visa expor as associações existentes entre mutáveis e, esta, foi usada nesta pesquisa para basear a relação entre o volume de estoques das farmácias de Brasília de Minas e redondezas e as permutas existentes quanto aos medicamentos comercializados pelas mesmas.

Esta, como já foi dito, é uma pesquisa de fundo bibliográfico que segundo Medeiros (2012, p. 38) é um tipo de pesquisa que se constitui em um método formal para alcance de conhecimento sobre o fato, demanda tratamento científico e pensamento reflexivo. Não se sintetiza na procura da verdade; serve para proporcionar a resposta de todas as indagações levantadas no início de uma pesquisa.

Gil (2010, p. 50) acrescenta que ela é “desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos (...) permite ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”, o que representa com clareza as fontes utilizadas na formação deste trabalho.

O método de pesquisa utilizado para fundamentar este trabalho foi o da pesquisa quantitativa, ele foi escolhido porque representa da melhor forma possível a mensuração das relações existentes entre as variáveis deste artigo, e por ser um delineamento mais voltado para prever e encontrar explicações e associações do que descrevê-los (ROESCH, 2012).

Segundo Malhotra (2005) a pesquisa qualitativa possibilita uma melhor abrangência e visão da problematização. Proporciona a exploração de conceitos preconcebidos sobre o resultante da averiguação. Além da definição do problema e desenvolvimento de um enfoque, a pesquisa qualitativa também é adequada para se enfrentar uma situação de improbabilidade, como quando os efeitos indiscutíveis diferem do esperado.

Os entrevistados nessa pesquisa foram os responsáveis das drogarias pesquisadas, eles foram os escolhidos porque são estratégicos á empresas teriam uma noção maior do acontece dentro da empresa. A entrevista foi

composta por onze perguntas que versam sobre assuntos como: troca de medicamentos, variação e controle de estoque.

A partir dos dados coletados por meio da entrevista semiestruturado foi possível a tabulação dos dados e posteriormente a construção da análise a seguir.

5. Análise e Discussão dos Resultados

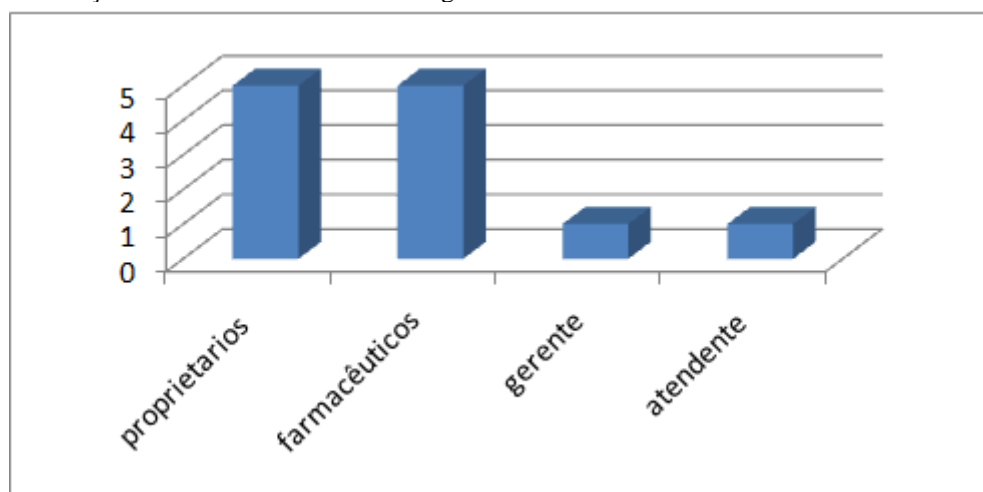
Com base na coleta de dados realizada nas Drogarias do Município de Brasília de Minas, através da entrevista aos gestores desses estabelecimentos, foi possível elencar esclarecimentos acerca das causas e consequências da variação de estoques relacionados à troca de medicamentos.

Em um universo de dezoito farmácias foram entrevistadas doze, sendo que duas delas possuíam filial na mesma cidade e três se recusaram a responder. Foram feitas onze perguntas e um pequeno formulário para ter acesso aos dados do entrevistado e das Drogarias.

A entrevista foi direcionada com o propósito de esclarecer como a troca de medicamentos afeta diretamente no estoque das Drogarias participantes da pesquisa, pois de acordo com Moreira (2011) a função básica do controle de estoque é quando e quanto adquirir de cada mercadoria, visto que o controle de estoques é “um conjunto de regras e procedimentos que permite responder algumas decisões sobre os estoques”.

A entrevista foi realizada com a pessoa de referência do estabelecimento uma vez que, 40% dos entrevistados são proprietários das drogarias, 40% são farmacêuticos, 10% gerentes e 10% atendentes. A seguir é demonstrado o Gráfico 1 relativo a essa proporção:

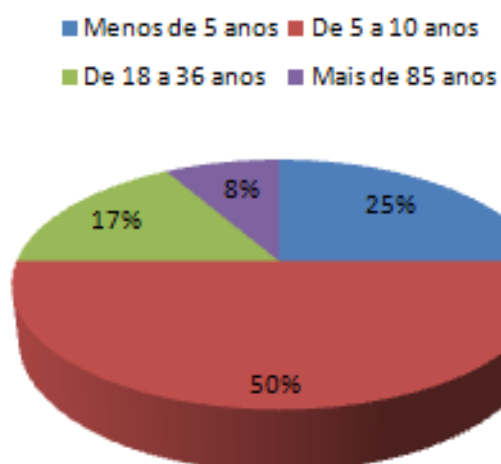
GRÁFICO 1- Relação dos Entrevistados com a Drogaria



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Foram realizadas entrevistas com doze drogarias sendo que 3 possuem menos de cinco anos no mercado, 6 têm de 5 a 10 anos, 2 possuem de 18 a 36 anos e 1 possui mais de 85 anos de mercado, conforme mostra o gráfico a seguir:

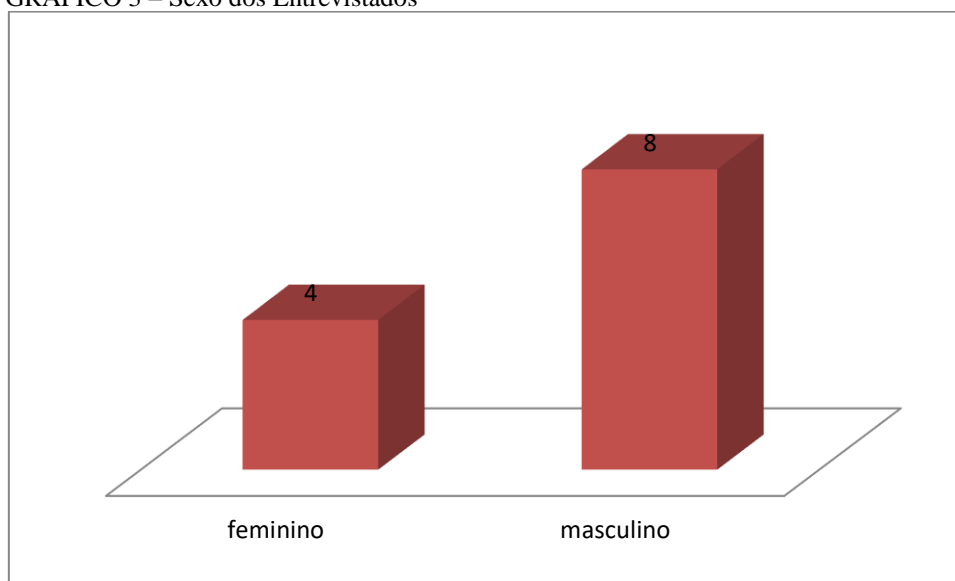
GRÁFICO 2- Tempo de atuação das Drogarias na cidade



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

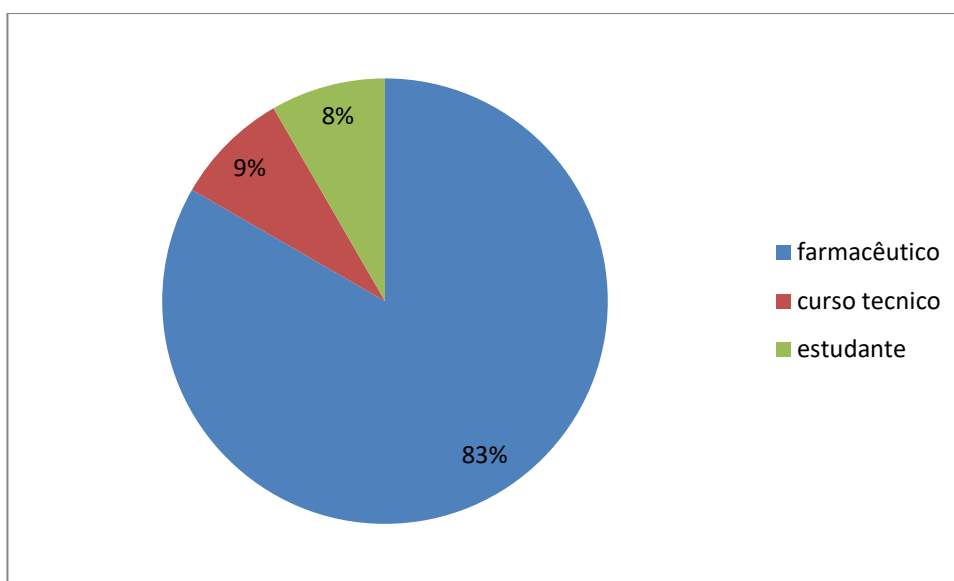
Os Gráficos 3 e 4 demonstram que dos entrevistados 33% são do sexo feminino e 67% do sexo masculino, onde 83% são farmacêuticos, 9% tem curso técnico e 8% são estudantes.

GRÁFICO 3 – Sexo dos Entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

GRÁFICO 4- Formação dos Entrevistados

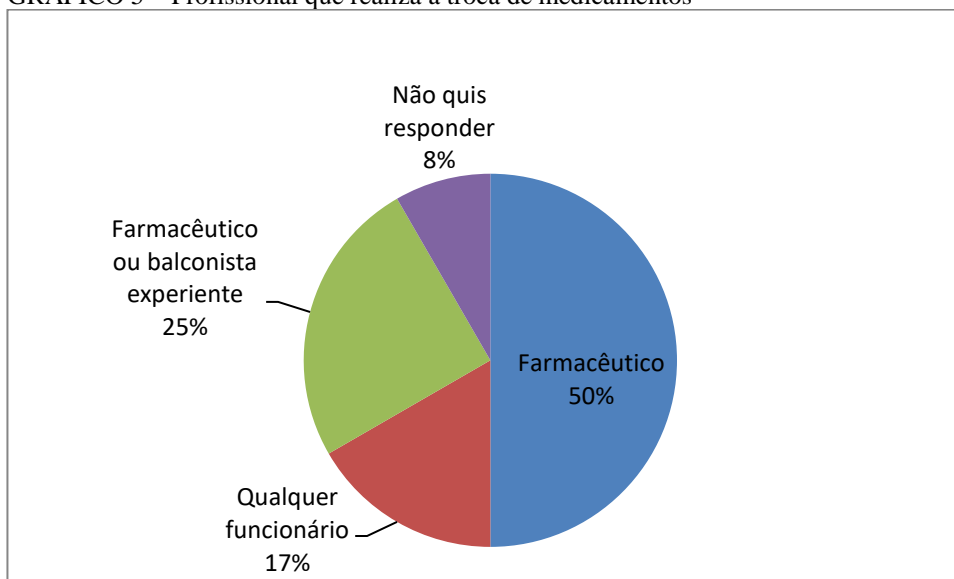


Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em relação aos principais fatores externos que contribuíram para a variação de estoque, a maioria dos entrevistados enfatizou que o clima foi a causa predominante, sendo que os outros se referiram a mudança de médico na cidade e epidemias.

A troca de medicamentos pode ser realizada entre os de referência e genéricos, na grande maioria das drogarias essa troca é feita pelos farmacêuticos onde é mostrado no Gráfico 5.

GRÁFICO 5 – Profissional que realiza a troca de medicamentos



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com a pesquisa, 58% das Drogarias realizam trocas de medicamentos entre referência e genérico, e o restante abordou que essas trocas são feitas de referência para o similar.

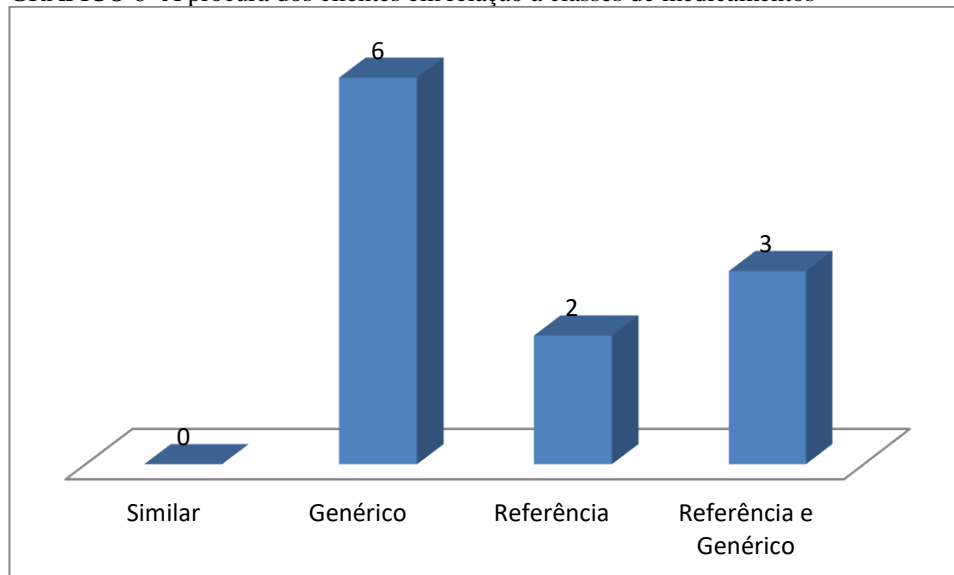
Segundo Rumelet *al.* (2006, p.926) “para o consumidor, preço é a principal razão para a intercambialidade”. Diante disso 100% dos entrevistados confirmaram que o preço é a principal razão da troca de medicamentos e 99% falou que não houve nenhum transtorno devido a essa troca, a drogaria que relatou que houve o transtorno se recusou a informar qual foi.

De acordo com os entrevistados, as prescrições médicas influenciam diretamente no estoque devido cada médico ter sua preferência laboratorial e a existência de leis que asseguram que o medicamento não seja trocado por outro na prescrição médica.

Conforme o Art.280 da Lei nº 2848, de 7 de dezembro de 1940, “fornecer substância medicinal em desacordo com receita médica”, tem por consequência pena - detenção de um a três anos, ou multa.

A pesquisa mostrou ainda que sob a percepção do entrevistado a maioria dos clientes busca o medicamento genérico, contudo, 98% das Drogarias optam por ter todas as classes de medicamentos, assim atingindo toda a população, os outros 2% mantem mais o similar e genérico, pelo fato de ser mais barato.

GRÁFICO 6- A procura dos clientes em relação a classes de medicamentos



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

As Drogarias possuem um sistema computadorizado para controlar o estoque dos seus medicamentos, assim facilitando na hora de repor e fazer a retirada daquele medicamento vencido, o que corrobora com as ideias de Dias (2010). Segundo Silver *et al* (1998) o objetivo fundamental de um sistema de controle de reabastecimento de um estoque é dizer quando um pedido deve ser feito e qual o tamanho desse pedido.

As empresas cada vez mais utilizam o sistema de controle de estoque, pois com isso facilita o manuseio com suas mercadorias, tendo noção do que falta e do que sobra, podendo investir mais em seu estoque. De acordo com Dias (2010, p. 15) “Quanto maior o investimento em estoque, tanto maior será o comprometimento e a responsabilidade de cada departamento”.

Em relação ao reabastecimento do estoque, 83% das drogarias responderam que reabastecem antes que acabem e apenas 17% só pedem por encomenda, o que contraria as ideias de Martins e Campos Alt (2009, p.262) “Os estoques de segurança diminuem os riscos de não atendimento das solicitações dos clientes externos ou internos” e sendo unanime, 100% responderam que existem vários tipos de medicamentos raros que não são estocados.

6. Considerações Finais

Para se ter um correto controle de estoque, as drogarias não podem imobilizar dinheiro em grandes quantidades, pois pode acarretar sérios problemas financeiros. Além disso, é importante estabelecer a variedade, principalmente dos medicamentos, visto que são muitas as marcas e apresentações dos itens de referência, similares e genéricos. Um mesmo item pode apresentar-se em vários laboratórios.

Vale ressaltar que a sazonalidade dos medicamentos, levando em consideração as estações do ano, também é um fator importante para reforçar o estoque de determinados medicamentos específicos para cada época, posto que na atualidade existam outras condições até mais importantes quando refere à estação e/ou época do ano.

Em relação aos objetivos propostos, o primeiro identifica os fatores externos contribuintes para a troca de medicamentos, atingido satisfatoriamente, pois foram identificadas na entrevista todas as causas externas que interfere diretamente no estoque.

O segundo objetivo foi analisar até que ponto a preferência do cliente, bem como as recomendações medicas influenciam nos estoques das drogarias, atendendo de forma suficiente ao qual foi proposto, pois apresenta claramente que a prescrição médica é autoridade no processo de escolha da classe medicamentosa, sendo respaldada por Lei. Com isso impossibilita as drogarias a realizarem a troca de medicamentos quando apresentada a restrição na prescrição médica relatando que não seja realizada troca do medicamento por influência ou solicitação. Esse procedimento afeta diretamente o estoque, pois inibe o estabelecimento a realizar o processo de intercambialidade.

Com a finalidade de responder o penúltimo objetivo desse estudo: verificar o método utilizado para controle de estoque obteve como resposta que todas as drogarias utilizam sistema computadorizado, atingindo parcialmente o objetivo proposto, pois nenhum dos estabelecimentos entrevistados forneceu maiores detalhes sobre o controle de estoque realizado pelo sistema, assim como o programa utilizado.

O quarto e último objetivo específico aqui estudado define qual a preferência do consumidor em relação à troca de medicamentos, tendo alcançado o objetivo proposto, pois todos os estabelecimentos pesquisados realizam a troca de medicamentos sendo o genérico a opção de preferência.

Ainda pode ser destacado que as Drogarias de Brasília de Minas/MG tem uma grande demanda em medicamentos genéricos pelo seu preço oferecido, dando suporte aos seus clientes na realização das trocas de medicamentos que são realizadas entre várias classes, que também é de muita procura, considerando sempre a preferência e necessidade do consumidor.

O estudo também ressalta a importância da gestão de estoque, pois diante da competitividade crescente, o conhecimento acerca do mesmo é de grande necessidade para evitar problemas como falta de produtos, gastos desnecessários, além de perdas por ausência de demanda. Sendo assim, a implementação das novas sugestões para o gerenciamento de estoque e o conhecimento a fundo sobre o público alvo contribui imensamente para a melhoria do serviço prestado e para o sucesso da organização.

Portanto, conclui-se que este trabalho foi importante para compreensão e aprofundamento do tema escolhido, pois possibilitou maior conhecimento sobre o impacto que a troca de medicamentos tem em relação ao planejamento de estoques em estabelecimentos farmacêutico.

Referências

- ANGONESI Daniela; RENNÓ Marcela Unes Pereira. **Dispensação Farmacêutica: proposta de um modelo para a prática**. Faculdade de Ciências Biológicas e da Saúde, Centro Universitário Newton Paiva, 2011. Disponível em www.scielo.br. Acessado em 10/12/2017.
- ANVISA. **Agência Nacional de Vigilância Sanitária**. Disponível em www.portal.anvisa.gov.br. Acessado em 09/12/2017.
- ARAÚJO, S. A.; LIBRANTZ, A. F. H.; JEN, L. C.; ALVES, W. A. L. **Algoritmos Genéticos na Estimação de Parâmetros em Gestão de Estoque**. In: **X Simpósio de Pesquisa Operacional e Logística da Marinha**, 2007, Rio de Janeiro. Anais do X Simpósio de Pesquisa Operacional e Logística da Marinha. Rio de Janeiro, 2007.
- ARNOLD, J. R. T. **Administração de Materiais**. São Paulo: Atlas, 1999. Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos. Pró-genéricos. Disponível em <http://www.progenericos.org.br/jornal/coletiva.pdf>. Acessado em 16/01/2018.
- CHING, H. Y. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada**. São Paulo: Atlas, 2001.
- CIDADES, I. B. G. E. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2014. Disponível em [www://cidades.ibge.gov.br/](http://www/cidades.ibge.gov.br/). Acessado em 17/01/2018.
- Comissão de Assistência farmacêutica no serviço público – CAF SUS. **Dispensação de Medicamentos**. Disponível em www.crf-pr.org.br. Acessado em 09/12/2017.
- Conselho Regional de Farmácia do estado de Goiás, **manual de diretrizes drogarias farmácias**, 1º edição, GOIANIA, Goiás 2011. Disponível em www.crfgo.org.br. Acessado em 09/12/2017.
- DIAS, Marcos Aurélio P. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. São Paulo: Atlas, 2010.
- FURTADO, Maria Sueli Viana; DUARTE, Simone Viana. **Trabalho de conclusão de curso (TCC) em Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Saraiva, 2014.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- MALHOTRA, Narash k.; ROCHA, Ismael; LAUDISIO, Cecília Maria; ALTHEMAN, Édman; BORGES, Mariano Fabio, **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- MARTINS, P. G.; CAMPOS ALT, P. R. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- MORAES, Luciana Calil Samora. **Irregularidades sanitárias nas drogarias de Goiânia e aplicação com avaliação de uma ação educativa**. Programa de pós graduação em ensino na saúde da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2014. Disponível em www.repositorio.bc.ufg.br. Acessado em 10/12/2017.
- MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da Produção e Operações**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- NEVES, S. **Contabilidade avançada e análise das demonstrações financeiras**. 9ª ed. São Paulo: Frase, 2000.
- NORMAN; Frazier, Greg. **Administração da produção e operações**. São Paulo.
- OSHIRO, M.L.; CASTRO, L.L.C. **Avaliação dos efeitos de uma intervenção educativa para promoção do uso da Terapia de Reidratação Oral (TRO) em trabalhadores de farmácias**. *Cad. Saúde Pública*, v.18, n.1, p.287-297, 2002.
- ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 39. ed. Rio Janeiro: Vozes, 2011.
- RUMEL, Davi; NISHIOKA, Sérgio de Andrade; SANTOS, Adélia Aparecida Marçal dos. **Intercambialidade de medicamentos: abordagem clínica e o ponto de vista do consumidor**. *Rev. Saúde Pública*, vol.40, n.5, São Paulo/SP, Oct. 2006. Disponível em www.scielo.br. Acessado em 15/12/2017.
- SLACK, Nigel; JOHNSTON, Robert; CHAMBERS, Stuart. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

COMUNICAÇÃO INTERNA: EM UMA EMPRESA DO RAMO DE TELEMARKETING NA CIDADE DE MONTES CLAROS

GONÇALVES, Ana Cecília Santos ⁵⁷;
QUEIROZ, Julia Silva Rodrigues de ⁵⁸;
RODRIGUES, Geysse Anne Oliveira ⁵⁹;
SOARES, Simarly Maria ⁶⁰;

RESUMO: O processo de comunicação no ambiente de trabalho é fundamental para a integração entre colaboradores, conhecimento sobre função, sobre os objetivos da empresa e auxilia, principalmente, evitar conflitos e insatisfações. As estratégias de comunicação ou canais de comunicação segundo Robbins (2014)[1] são os meios pelos quais se executa o tráfego de mensagens desde o emissor até o destinatário com as funções de controle, motivação, expressão emocional e informação. Os principais canais de comunicação são as redes formais de pequenos grupos, as redes de rumores, o e-mail, as mensagens instantâneas, as redes intranet e extranet e a vídeo conferência. Dessa forma, tem-se como objetivo geral analisar o processo de comunicação no ambiente interno da empresa Quality Coach. Quanto aos objetivos específicos, buscou-se identificar os meios utilizados para divulgação das informações entre os setores, e verificar os tipos de ruídos que podem ocasionar falhas no processo de comunicação e as possíveis consequências. A metodologia é caracterizada pelo estudo de caso na empresa de *Call Center* Quality Coach Qualidade e Gestão, sendo pesquisa descritiva e de campo. O questionário foi o instrumento de coleta de dados utilizado. Dos 100 funcionários dos 3 setores avaliados (BackOffice, Monitoria e Treinamento na empresa) foram retornados 50 questionários devidamente respondidos e utilizados para análise. Os resultados indicaram que as informações na Quality Coach nem sempre são transmitidas de forma eficiente e com clareza. De acordo com os pesquisados (54%) as informações são obtidas através dos colegas de trabalho e os meios mais utilizados para a divulgação das informações foram emails (46%) e a comunicação verbal (28%). 84% dos pesquisados ainda relataram que a comunicação interna influencia nos resultados do trabalho. Foi possível identificar através da pesquisa, que a falha na comunicação pode trazer grandes prejuízos para a organização, como retrabalho e invalidação das vendas realizadas. Concluiu-se, portanto, sobre a necessidade de uma política de comunicação interna na empresa para que sejam utilizados recursos oficiais da organização como, reuniões em que a informação é transmitida a todos de forma padronizada, quadros informativos, e e-mails para evitar distorções na comunicação.

Palavras-chave: Comunicação interna, canais de comunicação, ruídos.

1 INTRODUÇÃO

As empresas possuem papel fundamental dentro das sociedades, construindo e ditando modelos de conduta, refletindo valores e posicionamentos revelados e garantidos por ela. Com isso, o cotidiano mostra a consequência de sofrimento e angústia pela divergência de aspirações (Aktouf, 2004)[2]. Portanto, a comunicação é base para a construção de um sentido do trabalho (Morin, 2001)[3], fazendo dela um instrumento que colabore para a redução do sofrimento interno.

Mattekart (2000)[4] afirma que os sistemas de comunicação contribuem para que a empresa torna-se competitiva, devido ao fato de que suas atividades são realizadas por pessoas e

⁵⁷ Acadêmica 8º período do curso de Administração – UNIMONTES. Email: anaceciliaasangon@gmail.com

⁵⁸ Acadêmica 8º período do curso de Administração – UNIMONTES. Email: rodriguesadm23@gmail.com

⁵⁹ Acadêmica 8º período do curso de Administração – UNIMONTES. Email: geysseanne.adm@gmail.com

⁶⁰ Professora Mestre do Departamento de Ciências da Administração – UNIMONTES. Email: simarly@gmail.com

que a política de comunicação adotada pela organização irá influenciar no desenvolvimento dos mesmos; em outras palavras atuarão de acordo com as informações que recebem, podendo, ou não, provocar conflitos.

Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar o processo de comunicação no ambiente interno da empresa Quality Coach. Quanto aos objetivos específicos, buscou-se identificar os meios utilizados para divulgação das informações entre os setores, bem como verificar se esses meios são eficazes para a comunicação entre colaboradores de diferentes setores, e por fim verificar os tipos de ruídos que podem ocasionar falhas no processo de comunicação e as possíveis consequências.

O presente artigo está organizado em três seções, além dessa introdução. Inicialmente no referencial são apresentados os conceitos que fornecem a fundamentação teórica. Posteriormente, apresenta os métodos utilizados para tabulação dos dados que serviram de base para a próxima seção na qual foram analisados os resultados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Comunicação

Ao conceito de Scanlan (1979, p. 372)[5], a comunicação pode ser definida simplesmente como o processo de se passar informações e entendimentos de uma pessoa para outra. Segundo Pimenta (2006)[6], a comunicação, para os homens, é tão importante quanto o sistema nervoso para o corpo. Sem a comunicação, todas as relações que se estabelecem entre as pessoas e os diversos grupos humanos seriam impossíveis, sejam relações comerciais, de trabalho ou afetivas.

As estratégias de comunicação ou canais de comunicação segundo Robbins (2014)[1] são os meios pelos quais se executa o tráfego de mensagens desde o emissor até o destinatário com as funções de controle, motivação, expressão emocional e informação. Os principais canais de comunicação são as redes formais de pequenos grupos, as redes de rumores, o e-mail, as mensagens instantâneas, as redes intranet e extranet e a vídeo conferência.

De acordo com Kunsch (2003, p. 149,150)[7], a comunicação organizacional, empresarial e corporativa, são terminologias utilizadas com a mesma definição no Brasil para explicar a comunicação trabalhada nas organizações em geral, e como esse sistema se formou há algumas décadas e se estabilizou na atual esfera global.

Segundo Medeiros e Hernandez (2004, p.227)[8] a comunicação interna permite à organização ter consciência de si mesma, adaptar-se ao ambiente. Kunsch (2002, p.159)[7],

afirma que a importância dessa comunicação “reside sobretudo nas possibilidades que ela oferece de estímulo ao diálogo e à troca de informações entre a gestão executiva e a base operacional, na busca pela qualidade”.

Alguns aspectos devem ser considerados para que a comunicação interna alcance seus objetivos. Eles estão relacionados com políticas, estratégias, qualidade, conteúdo e linguagem. Kunsch (2002, p.161)[7] aponta para o seguinte:

“A eficácia da comunicação nas organizações passa pela valorização das pessoas como indivíduos e cidadãos. Os gestores da comunicação devem desenvolver uma atitude positiva em relação à comunicação, valorizar a cultura organizacional e o papel da comunicação nos processos de gestão participativa. Devem se planejar conscientemente para a comunicação e desenvolver confiança entre emissores e receptores”.

Na maioria das organizações a comunicação tende a se tornar cada vez mais informal assim como descreve Matos (2004, p.110)[9] :

“Quando as vias formais de comunicação da empresa não atendem à demanda por informações do seu público interno, surge a versão extraoficial do ‘ouvir dizer’, também chamada ‘rádio corredor’, forma de comunicação em que a mensagem em original sofre alto grau de distorção, chegando muitas vezes a assumir sentido contrário da sua primeira versão”.

Segundo Torquato (2004, p.54)[10] a missão da comunicação interna é contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos. Dessa forma, ela é definida em consonância com a realidade do público interno de uma organização. E, de acordo com Matos (2004, p.136)[9], a comunicação é fator de motivação e satisfação dos colaboradores, uma vez que por meio dela é possível motivar os recursos humanos, conhecer suas opiniões, sentimentos e aspirações.

2.2 Ruídos na Comunicação

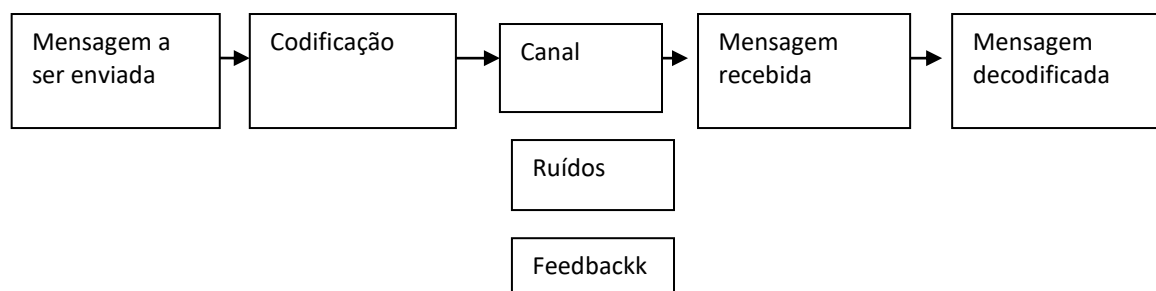
O processo de comunicação nunca é perfeito. No decorrer de suas etapas sempre ocorrem perturbações que prejudicam o processo, no qual são denominados ruídos. De acordo com Carvalho (1995, p. 82)[11], o ruído é identificado na comunicação humana como o conjunto de barreiras, obstáculos, acréscimos, erros e distorções que prejudicam a compreensão da mensagem em seu fluxo: emissor x receptor e vice-versa. Isto significa que nem sempre aquilo que o emissor deseja informar é precisamente aquilo que o receptor decifra e compreende.

Vale ressaltar que “vários estímulos do ambiente podem inibir os processos de comunicação, distraindo os consumidores, influenciando seu estado de espírito ou gerando ‘ruído’ na transmissão da mensagem.” (Mowen e Minor, 2005, p. 167)[12]. Segundo Gil (1994,

p.34)[13], entende-se por ruído qualquer fonte de erro, distúrbio ou deformação da fidelidade na comunicação de uma mensagem, seja ela sonora, visual, escrita.

Para que a comunicação seja clara e objetiva, é necessário que se inclua a transferência e a compreensão do significado da mensagem transmitida. Robbins (2005)[14], na Figura 1, detalha o processo de comunicação no sentido de melhorar a transparência e a compreensão da mensagem.

Figura 1: Processos de comunicação



Fonte: adaptado de Robbins (2010, p. 327)[15]

Explicando a figura anterior, a fonte inicia a mensagem pela codificação de um pensamento, a mensagem é o produto físico codificado pelo emissor, o canal é a mídia por onde a mensagem viaja. O receptor é o sujeito a quem a mensagem se dirige. Antes que a mensagem seja recebida, seus símbolos passam pelo canal que é o meio por onde a mensagem viaja.

Em conformidade com a possibilidade de a comunicação sofrer distorções em função de seus níveis hierárquicos, Hall (1984, p.97)[16] afirma que as “posições mais elevadas da estrutura organizacional podem incorrer do erro de receber as informações dos níveis mais baixos somente através dos níveis intermediários, em virtude do distanciamento existente no organograma”. O autor atenta exatamente para o perigo deste afastamento, “pois haverá sempre o risco de a informação chegar atrasada, distorcida, incompleta ou mal interpretada”.

3 METODOLOGIA.

A metodologia é caracterizada pelo estudo de caso na empresa de Call Center Quality Coach Qualidade e Gestão. Segundo Yin (2001)[17] o estudo de caso é um tipo de estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens específicas de coletas e análise de dados. Gil (1991)[18] já caracteriza o estudo de caso como um profundo e exaustivo

estudo de maneira a permitir o conhecimento amplo e detalhado de determinado objeto de estudo.

Em relação a pesquisa ela é descritiva e de campo que segundo Cervo (2002)[19] é aquela onde se faz uma observação, registra, analisa e correlaciona os fatos sem modificar. “Procura descobrir, com maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e suas características”.

O questionário foi o instrumento de coleta de dados utilizado que para Barros e Lehfeld (1986)[20] é o instrumento mais utilizado para o levantamento de informações. Não é determinado o número exato da quantidade de perguntas para ser aplicado, mas o conselho é que não deve ser muitas questões para não se tornar exaustivo para quem esta respondendo. Ainda segundo o autor, o modelo de questionário pode apresentar perguntas abertas ou fechadas, ou ainda pode combinar dos dois tipos.

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa se caracterizou como de natureza quantitativa, ou seja, tudo que pode ser mensurado em números, classificado e analisado. De acordo com Richardson (1989)[21], este método caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas.

Os dados obtidos foram tabulados e analisados através do software estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Science). Também foi realizada uma análise de frequência visando obter o número de vezes em que uma determinada variável assume um valor. Dos 100 funcionários dos 3 setores avaliados (BackOffice, Monitoria e Treinamento na empresa) foram retornados 50 questionários devidamente respondidos e utilizados para análise. Para Barros e Lehfeld (1986)[20], a amostragem é uma parte da população, uma vez que nem sempre é possível obter informações de todos os indivíduos que compõem o universo ou população que será estudado.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Os resultados indicaram que as informações na Quality Coach nem sempre são transmitidas de forma eficiente e com clareza. De acordo com os pesquisados (54%) as informações são obtidas através dos colegas de trabalho e os meios mais utilizados para a divulgação das informações foram emails (46%) e a comunicação verbal (28%).

Os resultados analisados mostraram que 39 dos 50 questionários aplicados, foram respondidos por funcionários do sexo feminino, o que representa 78% dos questionários e 11 foram respondidos por funcionários do sexo masculino representando 22% do total.

Tabela 1. Sexo e faixa etária dos funcionários

		SEXO			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	MASCULINO	11	22,0	22,0	22,0
	FEMININO	39	78,0	78,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		IDADE			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	18 A 29 ANOS	44	88,0	88,0	88,0
	30 A 39 ANOS	5	10,0	10,0	98,0
	40 A 49 ANOS	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Quanto à faixa etária, verificou-se que 44 pessoas possuem idade entre 18 a 29 anos; 5 possuem entre 30 a 39 anos e apenas 1 possui entre 39 a 49 anos. Conforme detalhado na Tabela 1.

Quanto ao nível de escolaridade foi possível perceber que 44% possuem ensino superior em andamento, e 26% possuem apenas ensino médio completo como mostra a tabela 2.

Tabela 2. Escolaridade e Setor de trabalho

ESCOLARIDADE

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Ensino Médio completo	13	26,0	26,0	26,0
	Ensino Técnico Profissionalizante Completo	1	2,0	2,0	28,0
	Ensino Superior completo	14	28,0	28,0	56,0
	Ensino Superior incompleto	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

SETOR DE TRABALHO

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Backoffice	24	48,0	49,0	49,0
	Monitoria	21	42,0	42,9	91,8
	Treinamento	4	8,0	8,2	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Ausente	Sistema	1	2,0		
	Total	50	100,0		

Os funcionários estão divididos em três setores, e o que possui o maior percentual de funcionários é o *BackOffice* com 48% seguido da monitoria com 42% e o setor de treinamento com 8%.

A predominância quanto ao tempo de serviço dos funcionários em questão foram: 44 pessoas estão há 1 ano nesse posto de trabalho; 4 pessoas estão há 2 anos; 1 pessoa está há 3 anos e houve. Foi possível identificar que a maior parte dos funcionários participantes da pesquisa, possuem o mesmo tempo de serviço (1 ano), o que representa 88% do total, conforme é descrito na tabela 3.

Tabela 3: Tempo de serviço e comunicação nos setores.

TEMPO DE SERVIÇO

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1 ano	44	88,0	89,8	89,8
	2 anos	4	8,0	8,2	98,0
	3 anos	1	2,0	2,0	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Ausente	Sistema	1	2,0		
Total		50	100,0		

COMO VOCÊ CONSIDERA A COMUNICAÇÃO DO SEU SETOR?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Muito Boa	11	22,0	22,0	22,0
	Boa	28	56,0	56,0	78,0
	Regular	9	18,0	18,0	96,0
	Ruim	2	4,0	4,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Conforme os dados identificados, a maioria dos funcionários responderam que a comunicação no setor onde trabalham é considerada boa, sendo que 56% das pessoas fizeram essa afirmação. 22% consideram a comunicação muito boa; entretanto, 18% consideram regular e 4% consideram ruim.

Foram sugeridas algumas possíveis atividades a serem implementadas na Quality Coach que poderiam contribuir na comunicação da empresa. 50% das pessoas sugerem que sejam realizadas reuniões frequentes, 16% sugerem que exista uma caixa de sugestões; 8% sugerem que sejam feitos murais; e 18% pessoas não deram nenhuma sugestão (Tabela 4).

Tabela 4: Tipos de atividades de comunicação e frequência de informações repassadas.**QUAIS OS TIPOS DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO PODERIAM SER IMPLEMENTADAS NA QUALITY COACH?**

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Caixa de sugestões	8	16,0	19,5	19,5
	Eventos	3	6,0	7,3	26,8
	Reuniões frequentes	25	50,0	61,0	87,8
	Murais	4	8,0	9,8	97,6
	Outro	1	2,0	2,4	100,0
	Total	41	82,0	100,0	
Ausente	Sistema	9	18,0		
Total		50	100,0		

COM QUE FREQUENCIA VOCÊ RECEBE TODAS AS INFORMAÇÕES NECESSARIAS PARA REALIZAR SEU TRABALHO?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	22	44,0	44,0	44,0
	frequentemente	18	36,0	36,0	80,0
	às vezes	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Foram sugeridas algumas possíveis atividades a serem implementadas na Quality Coach que poderiam contribuir na comunicação da empresa. 50% das pessoas sugerem que sejam realizadas reuniões frequentes, 16% sugerem que exista uma caixa de sugestões; 8% sugerem que sejam feitos murais; e 18% das pessoas não deram nenhuma sugestão (Tabela 4).

Quando questionados em relação à transmissão de informações necessárias aos colegas, 54% dos funcionários responderam que sempre repassam essas informações; 32% responderam que repassam frequentemente e 14% responderam que repassam as informações às vezes, conforme descrito na tabela 5.

Em relação à eficiência e clareza dessas informações, 24% pessoas afirmam que a transmissão das informações são sempre claras e eficientes; 42% afirmam que a clareza e eficiência são frequentes na transmissão; 32% pessoas considera que somente às vezes ocorre essa transmissão com clareza e 2% das pessoas consideram que as informações nunca são passadas eficientemente.

Quanto à comunicação entre os setores da empresa, 26% dos funcionários consideram que a comunicação é sempre boa; 28% consideram que frequentemente ela é boa; 42% consideram que somente às vezes a comunicação é boa e 4% funcionários consideram que a comunicação nunca é boa.

Tabela 5: Frequência e eficiência no processo de transmissão de informações e comunicação entre os departamentos.

VOCÊ TRANSMITE TODAS AS INFORMAÇÕES NECESSARIAS AOS SEUS COLEGAS DE DEPARTAMENTO?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido sempre	27	54,0	54,0	54,0
frequentemente	16	32,0	32,0	86,0
às vezes	7	14,0	14,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

AS INFORMAÇÕES DENTRO DA ORGANIZAÇÃO SÃO TRANSMITIDAS DE FORMA EFICIENTE E COM CLAREZA?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido sempre	12	24,0	24,0	24,0
frequentemente	21	42,0	42,0	66,0
às vezes	16	32,0	32,0	98,0
nunca	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

EXISTE UMA BOA COMUNICAÇÃO ENTRE OS DEPARTAMENTOS/SETORES DA ORGANIZAÇÃO?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido sempre	13	26,0	26,0	26,0
frequentemente	14	28,0	28,0	54,0
às vezes	21	42,0	42,0	96,0
nunca	2	4,0	4,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

No que se refere à comunicação entre os colegas do mesmo setor, 60% dos funcionários que responderam o questionário consideram que a comunicação é muito boa; 30% consideram que a comunicação é boa e 10% considera que a comunicação é regular.

No caso da comunicação entre supervisores e funcionários, os números mudam, pois 62% do total considera que a comunicação é boa; 24% acreditam que a comunicação é muito boa e 14% consideram ser regular.

Devido às falhas na comunicação, 4% pessoas responderam que sempre tem prejuízos na realização de suas tarefas; 8% responderam que tem algum prejuízo com frequência, entretanto 36% tiveram prejuízo somente as vezes e 52% responderam que nunca tiveram prejuízos como mostra a tabela 6.

Tabela 6: Comunicação entre colegas, entre a liderança e os funcionários e prejuízos nas tarefas por falha na comunicação.

A COMUNICAÇÃO ENTRE OS COLEGAS É:

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Muito boa	10	20,0	20,0	20,0
	Boa	30	60,0	60,0	80,0
	Regular	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A COMUNICAÇÃO ENTRE SUPERIORES E FUNCIONÁRIOS É:

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Muito boa	12	24,0	24,0	24,0
	Boa	31	62,0	62,0	86,0
	Regular	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

VOCÊ JÁ TEVE PREJUÍZOS NA REALIZAÇÃO DE TAREFAS POR FALHA NA COMUNICAÇÃO?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	2	4,0	4,0	4,0
	frequentemente	4	8,0	8,0	12,0
	às vezes	18	36,0	36,0	48,0
	nunca	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dos 50 funcionários participantes, 32% consideram que as vezes sentem algum receio em procurar seu superior, entretanto 68% consideram que nunca tiveram nenhum receio, conforme descrito na tabela 7. Quanto ao tempo de circulação das informações de trabalho, 42% dos funcionários afirmam que as informações chegam a tempo com frequência; 36% responderam que sempre chegam a tempo e 22% responderam que somente às vezes é que as informações chegam a tempo até eles.

Em relação à transmissão de informações aos colegas, 52% das pessoas responderam que sempre realizam essa transmissão de informações; 38% consideram que fazem essa transmissão com frequência e 10% das pessoas consideram que às vezes transmitem as informações (Tabela 7).

Tabela 7: Transmissão de informações**VOCÊ SENTE RECEIO EM PROCURAR SEU SUPERIOR?**

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido às vezes	16	32,0	32,0	32,0
nunca	34	68,0	68,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

AS INFORMAÇÕES IMPORTANTES DE TRABALHO CHEGAM ATÉ VOCÊ A TEMPO?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido sempre	18	36,0	36,0	36,0
frequentemente	21	42,0	42,0	78,0
às vezes	11	22,0	22,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

VOCÊ TRANSMITE AS INFORMAÇÕES NECESSARIAS DE TRABALHO AOS SEUS COLEGAS?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido sempre	26	52,0	52,0	52,0
frequentemente	19	38,0	38,0	90,0
às vezes	5	10,0	10,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Verificou-se que os meios de comunicação mais utilizados dentro da empresa são: internet/e-mail, utilizada por 46% dos funcionários; em seguida é a comunicação verbal, sendo mais utilizada por 28% dos funcionários e 4% utilizam o telefone. Houve ausência de 22% de resposta em relação a essa questão.

Quanto ao recebimento de informações de outros setores, 46% das pessoas afirmam que recebem informações somente às vezes; 26% afirmam que nunca recebem informação de outros setores; 24% considera receber informações com frequência e apenas 4% afirmam que sempre recebem informações de outros setores. (Tabela 8)

Tabela 8: Meios de comunicação utilizados e frequência no recebimento de informações

QUAIS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO VOCÊ MAIS UTILIZA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	telefone	2	4,0	5,1	5,1
	internet/email	23	46,0	59,0	64,1
	comunicação verbal	14	28,0	35,9	100,0
	Total	39	78,0	100,0	
Ausente	Sistema	11	22,0		
Total		50	100,0		

VOCÊ RECEBE INFORMAÇÕES DE OUTROS SETORES?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	2	4,0	4,0	4,0
	frequentemente	12	24,0	24,0	28,0
	às vezes	23	46,0	46,0	74,0
	nunca	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Ao responderem sobre o que cada um entende por comunicação interna, 78% dos funcionários responderam que comunicação interna é a interação entre todos da empresa; 16% responderam que comunicação interna é a interação entre funcionários.

Em relação a comunicação interna da Quality Coach, 44% pessoas consideram que frequentemente ela é feita de forma adequada; 38% afirmam que somente às vezes a comunicação é feita de forma adequada e 18% responderam que sempre ocorre uma comunicação adequada. Quanto a influência que a comunicação exerce sobre os resultados, 84% dos funcionários consideram que a comunicação sempre influencia nos resultados; 8% acreditam que frequentemente pode influenciar e 8% considera que somente às vezes a comunicação influencia sobre os resultados como mostra a tabela 9.

Tabela 9: Importância da comunicação interna**O QUE VOCÊ ENTENDE POR COMUNICAÇÃO INTERNA?**

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Interação entre funcionários	8	16,0	16,0	16,0
	interação entre superiores	1	2,0	2,0	18,0
	interação entre todos da empresa	39	78,0	78,0	96,0
	outro	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A COMUNICAÇÃO INTERNA DA QUALITY COACH É FEITA DE FORMA ADEQUADA?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	9	18,0	18,0	18,0
	frequentemente	22	44,0	44,0	62,0
	às vezes	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

VOCÊ ACHA QUE A COMUNICAÇÃO INTERNA INFLUI SOBRE OS RESULTADOS?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	42	84,0	84,0	84,0
	frequentemente	4	8,0	8,0	92,0
	às vezes	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Os números variam quanto às considerações dos funcionários em relação à integração dos mesmos aos objetivos da empresa. 36% consideram que a comunicação interna sempre integra os funcionários aos objetivos da empresa; 34% consideram que isso ocorre com frequência; 13% consideram que somente às vezes há essa integração e 2% considera que essa integração nunca ocorre.

Ademais, 42% dos funcionários responderam que a empresa sempre se preocupa em informa-los sobre fatos, mudanças e acontecimentos na empresa; 36% considera que isso ocorre com frequência; 16% responderam que ocorre somente às vezes e 6% consideram que nunca há essa preocupação por parte da empresa (Tabela10).

Tabela 10: Eficácia da comunicação interna**A COMUNICAÇÃO INTERNA DA QUALITY COACH INTEGRA OS FUNCIONARIOS AOS OBJETIVOS DA EMPRESA?**

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	18	36,0	36,7	36,7
	frequentemente	17	34,0	34,7	71,4
	às vezes	13	26,0	26,5	98,0
	nunca	1	2,0	2,0	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Ausente	Sistema	1	2,0		
Total		50	100,0		

A EMPRESA SE PREOCUPA EM INFORMAR OS FUNCIONÁRIOS SOBRE FATOS, MUDANÇAS, ACONTECIMENTOS DA EMPRESA?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	21	42,0	42,0	42,0
	frequentemente	18	36,0	36,0	78,0
	às vezes	8	16,0	16,0	94,0
	nunca	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Verificou-se ainda, que 40% dos funcionários participantes da pesquisa consideram que somente às vezes é que se sentem bem informados em relação aos acontecimentos da empresa; 34% considera que frequentemente se sente bem informado; 22% considera que sempre está bem informado e 4% consideram que nunca se sentem bem informados.

Quanto ao acesso às informações da empresa, 32% das pessoas responderam que obtém através da diretoria as informações que deseja saber sobre a empresa; 54% afirmaram que obtém informações com os colegas de trabalho conforme é detalhado na tabela 11.

Tabela 11: Sentimento quanto à comunicação interna e onde estão disponíveis as informações.

VOCÊ SE SENTE BEM INFORMADO A RESPEITO DOS ACONTECIMENTOS DA EMPRESA?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sempre	11	22,0	22,0	22,0
	frequentemente	17	34,0	34,0	56,0
	às vezes	20	40,0	40,0	96,0
	nunca	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ONDE VOCÊ ENCONTRA AS INFORMAÇÕES QUE DESEJA SABER SOBRE A EMPRESA?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	através da diretoria	16	32,0	34,8	34,8
	conversas nos corredores	2	4,0	4,3	39,1
	colegas de trabalho	27	54,0	58,7	97,8
	outro	1	2,0	2,2	100,0
	Total	46	92,0	100,0	
Ausente	Sistema	4	8,0		
Total		50	100,0		

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa, foi possível identificar que a falha na comunicação pode trazer grandes prejuízos para a organização, como retrabalho e invalidação das vendas realizadas. Concluiu-se, portanto, sobre a necessidade de uma política de comunicação interna na empresa para que sejam utilizados recursos oficiais da organização como, reuniões em que a informação é transmitida a todos de forma padronizada, quadros informativos, e e-mails para evitar distorções na comunicação.

Visto que, de acordo com o levantamento dos dados a maioria dos funcionários obtêm as informações importantes através dos colegas de trabalho, sugere-se que a comunicação seja feita principalmente através de meios que obtenham o menor ruído possível como os meios de comunicação oficiais da organização, reuniões em que a informação é transmitida a todos de uma só vez, para garantia que a mensagem seja repassada de forma integral, sem distorções.

Pode-se sugerir também que os gestores invistam na obtenção de um feedback, a fim de que se avalie se a comunicação foi feita de maneira correta observando assim quais foram seus resultados.

REFERÊNCIAS

- [2] AKTOUF, O. (2004). Pós-globalização, administração e realidade econômica: a síndrome do avestruz (ed. rev.). (M. H. C. V. Trylinski, Trad.). São Paulo: Atlas.
- [20] BARROS, Aidil Jesus Paes, LEHFELD, Neide Aparecida de Souza de. Um guia para a inicialização científica. São Paulo: McGraw-Hill, 1986.
- [11] CARVALHO, A. V.; SERAFIM, O.C. G. **Administração de recursos humanos**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1995.
- [19] CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- [18] GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1991.
- [13] GIL, Antônio Carlos. **Administração de recursos humanos: um enfoque profissional**. São Paulo: Atlas, 1994.
- [16] HALL, Richard H. Organizações: estruturas e processos. Tradução, Wilma Ribeiro. 3. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1984.
- [7] KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo Resultados com as Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- [9] MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação sem complicação: como simplificar a prática da comunicação nas empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- [4] MATTEKART, Armand. Histórias das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 2000.
- [8] MEDEIROS, João B.; HERNANDES, Sônia. **Manual da secretária: técnicas de trabalho** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- [3] MORIN, E. (2001). Os sentidos do trabalho [Versão eletrônica], Revista de Administração de Empresas, 41(3), 8-19.
- [12] MOWEN, J. C.; MINOR, M. S. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
- [6] PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial**. 5. ed. Campinas: Alínea, 2006. 174 p.
- [21] RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.
- [15] ROBBINS, Sthephen P. **Comportamento Organizacional**. 11. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005
- [14] ROBBINS, Sthephen P. **Comportamento Organizacional**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- [1] ROBBINS, Sthephen P. **Comportamento Organizacional**. 13. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014
- [10] TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação: organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- [17] YIN, Roberto K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2ª Ed. Porto Alegre. Editora: Bookmam. 2001

CULTURA ORGANIZACIONAL E SUAS IMPLICAÇÕES NA GESTÃO: ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO PROFISSIONAL EM MG.

ALKIMIM, Artemísia Mendes⁶¹

FONSECA, Pablisson Pereira¹

NORONHA, Karla Thais S.¹

SANTOS, Marina Antunes dos¹

SILVA, KaremSuelemSantos¹

ABREU JR, Juventino Ruas de⁶²

Resumo:

Este estudo tem como objetivo geral identificar quais referências internas à organização possibilita de um lado reconhecer como funcionários e gestores a percebem e, de outro, identificar qual seria o anseio de ambos para ela enquanto cultura, visando perceber se há sintonias ou divergências nessas percepções, para discutir possíveis implicações para o seu funcionamento. A unidade de análise foi o Centro de Educação Profissional e Tecnológica da Unimontes – CEPT, sendo observado o seu corpo social compreendidos entre gestores e funcionários. A pesquisa se valeu das técnicas de pesquisa qualitativa com entrevista não estruturada destinada à equipe de gestão e posteriormente, que na fase quantitativa propiciou a elaboração de questionário fechado utilizando a metodologia proposta por Handy (1994), para análise de cultura baseada nos Deuses da Administração: Zeus (cultura de clube); Apolo (cultura de Função); Atena (cultura de Tarefa) e Dionízio (cultura existencial). Os respondentes foram subdivididos entre 03(três) componentes da equipe de gestão e 60 (sessenta) respondentes do grupo de funcionários, sendo esses últimos com mais de seis meses de casa. Os resultados obtidos permitiram perceber que, seja pela visão atual, ou pelo anseio, os respondentes vêm que no CEPT os tipo culturais predominantes são o de Atena (equipe de gestão) e de Apolo (funcionários) e que apesar das distinções entre ambos os tipos culturais, pode haver o convívio pacífico e harmônico entre os grupos destas subculturas. Contudo, cabe a equipe gestora desenvolver sistema adequado de gestão que possibilite esse convívio, consiga propiciar a ambos o alcance das suas expectativas, permitindo o desenvolvimento daquela organização.

Palavras-chave: Cultura organizacional; Deuses da Administração.

⁶¹ Acadêmicos do 6º período de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES

⁶² Professor orientador do Departamento de Ciências da Administração - UNIMONTES

**EQUIPES DE SAÚDE, SEGURANÇA E QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: UM ESTUDO
SOBRE A OCUPAÇÃO DESSÉS PROFISSIONAIS NAS EMPRESAS INDUSTRIAIS DA
MESORREGIÃO NORTE DE MINAS GERAIS**

REIS, Isabela Ladeia David¹
LOPES, Luana Alves²
ARAÚJO, Marília Gabriela Ferreira³
MARIANO, Adriana de Alencar⁴
SINDEAUX, Roney Versiani⁵

RESUMO: O presente estudo tem o propósito de contribuir para a discussão, referente a saúde, segurança e qualidade de vida no trabalho (SST e QVT). Indaga principalmente se as empresas no Norte de Minas Gerais têm ocupado profissionais que compõem as equipes de saúde, segurança e qualidade de vida no trabalho e se essa ocupação diferencia da média das empresas em todo o estado de Minas Gerais. Foram analisados dados na RAIS, sobre a quantidade de estabelecimentos e a quantidade de funcionários, que atuam nos setores de maiores riscos na mesorregião do Norte de Minas. O subsetor que apresentou maior número de estabelecimentos foi o de Alimentos e Bebidas com 24,40% dos estabelecimentos, e o maior número de vínculos ativos a indústria Têxtil, com 20,34% dos estabelecimentos. Já a cidade que se destacou com o maior número de estabelecimentos foi Montes Claros, com 724 estabelecimentos, e 13.546 vínculos ativos. Os resultados obtidos mostram que as equipes de SST nas empresas industriais do Norte de Minas, são compostas na maior parte, exclusivamente por profissionais exigidos por Lei e, em alguns casos, menos que isso. O maior número de profissionais ocupados é o de Técnico em Saúde e Segurança do Trabalho.

¹ Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES, e-mail: beladavid10@gmail.com

² Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES, e-mail:

luanaalveslopes21@gmail.com ³ Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES,

e-mail: mahgabrielaferreira@gmail.com ⁴ Acadêmica do curso de Administração da

UNIMONTES: adrianadealencar.m@gmail.com

⁵ Professor da UNIMONTES, Mestre em Administração e Doutor em Economia pela UFMG, e-mail: roneyvs@yahoo.com.br.

**ESTATÍSTICAS DE ACIDENTES: ANÁLISE COMPARATIVA DE ACIDENTES DE TRABALHO NA
REGIÃO SUDESTE DO BRASIL**

MEDEIROS, Luiza Silva⁶³

SOUZA, Josiane Rocha de⁶⁴

NUNES, Rafael França⁶⁵

QUEIROZ, Júlia Silva Rodrigues de⁶⁶

SOARES, Simarly Maria⁶⁷

RESUMO: O presente estudo teve como objetivo analisar e comparar os acidentes de trabalho nos estados de SP, RJ, MG e ES que compõem a região Sudeste do Brasil. Através da apresentação dos dados estatísticos de acidente de trabalho na região referida, se analisou, comparou e cruzou as informações a fim de obter um resultado apurado. Além disso, se identificou os tipos de acidentes com maior incidência, bem como se comparou os dados da Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) no que se refere a acidentes de trabalho. O estudo teve como característica a pesquisa bibliográfica e documental, com a metodologia baseada em dados secundários obtidos através do relatório trienal do Anuário Estatístico de Acidentes do Trabalho (2016) da Secretaria de Previdência do Ministério da Fazenda. A fundamentação teórica apresentou a importância da higiene e segurança no trabalho nas organizações e a contextualização sobre acidentes de trabalho. Os resultados indicaram que o estado de São Paulo possui proporcionalmente o maior índice de acidentes de trabalho ao considerar cada mil vínculos de trabalho, seguido por Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo. Em todos os quatro estados o número de trabalhadores do sexo masculino que sofreram acidentes de trabalho nos anos de 2014, 2015 e 2016 foi expressivamente superior ao do sexo feminino. Quanto aos tipos de acidentes, houve maior incidência nos típicos do que nos de trajeto em toda a região Sudeste. Inferiu-se também que houve uma queda no número geral de acidentes de trabalho quando comparado o triênio.

⁶³ Acadêmica do curso de Administração - Unimontes. E-mail: luiza.medeiros@gmail.com

⁶⁴ Acadêmica do curso de Administração - Unimontes. E-mail: josiany.josiany.rocha@gmail.com

⁶⁵ Acadêmico do curso de Administração - Unimontes. E-mail: rafaelfrancanunes@hotmail.com

⁶⁶ Acadêmico do curso de Administração - Unimontes. E-mail: rodriguesadm23@gmail.com

⁶⁷ Professora do Departamento de Ciências da Administração da Unimontes. E-mail: simarly@gmail.com

Evolução da participação da mulher no mercado de trabalho formal de Montes Claros-MG nos últimos 32 anos

LIMA, Ana Clara B.;
SOUZA, Rogério M.F.

Resumo: O presente estudo teve por objetivo identificar como se deu a participação da mulher no mercado de trabalho do município de Montes Claros-MG nos últimos 32 anos, buscando trazer contribuições à sociedade e ao mercado de trabalho do município. A metodologia utilizada para a pesquisa foi de tipologia descritiva documental, baseando-se no método de uma pesquisa bibliográfica e na sequência de uma pesquisa no banco de dados eletrônico do Ministério do Trabalho, que contém os dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS dos últimos 32 anos. Os resultados verificados revelaram que as mulheres possuem características e motivações peculiares que envolvem a facilidade de trabalhar com grupos cooperativos e buscar pela ascensão profissional, transcendendo barreiras e lutas históricas. As trabalhadoras de Montes Claros revelaram que tem se evoluído muito em questão de representatividade e que o seu perfil tem se transformado com o passar dos anos, evidenciando as mudanças que ocorreram no mercado de trabalho do município.

Palavras-chaves: Mercado de Trabalho; mulheres; evolução; carreira.

Introdução

A partir da segunda metade do século XX, ocorreram inúmeras transformações no mundo que proporcionaram mudanças significativas de visões, motivações e das estruturas em geral, que fundamentavam o funcionamento do mercado de trabalho. A inserção definitiva da mulher nesse mercado é, possivelmente, a mais importante e que desde então vem evoluindo, enfrentando adversidades e preconceitos. A entrada da mulher neste mercado inicia-se a partir da necessidade de aumentar o ganho financeiro na família, tendo como marco histórico a Revolução Industrial. Ao longo dos anos este processo de mudança se consolida, deixando de ser apenas uma oscilação temporária e tornando o processo de incorporação do contingente feminino um fenômeno social contínuo e persistente (GARCIA & CONFORTO, 2012).

Em países em desenvolvimento, como o Brasil, este fato acontece de maneira ainda mais visível. Percebe-se, entretanto, que ainda é pequena a compreensão acerca de como tal processo vem se passando no Norte de Minas e em especial em Montes Claros. Neste contexto, justificou-se a realização deste trabalho para que se possa conhecer como vem sendo a evolução da participação da mulher no mercado de trabalho formal no município de Montes Claros-MG, identificando suas características e locais de atuação, assim como sua posição dentro das organizações, entre outros fatores.

Neste sentido, o presente trabalho teve como objetivo geral identificar como foi a evolução da participação da mulher no mercado de trabalho formal de Montes Claros-MG nos últimos 32 anos. Para alcançar este fim foram delineados três objetivos específicos, que se descrevem por: Identificar na literatura existente as motivações específicas de gênero nas relações de trabalho e como as características femininas determinam o modo de trabalho das mulheres; analisar as ocupações que vem sendo exercidas pela mulher no mercado profissional de Montes Claros nos últimos 32 anos, principalmente no que envolve a sua participação em cargos de gestão; e identificar as características das mulheres que vem atuando no mercado de trabalho formal de Montes Claros nos últimos 32 anos, no que tange a proporção de sua participação e de suas características como idade, renda, escolaridade e locais de atuação.

As literaturas pesquisadas tratam da evolução, características e relação das mulheres no mercado de trabalho brasileiro e norte mineiro, bem como sobre áreas gerais do assunto, como o próprio trabalho, mercado de trabalho, emprego e renda.

De acordo com Giddens (2005), trabalho pode ser entendido como a realização de tarefas que envolvem o dispêndio de esforço mental e físico, com o objetivo de produzir bens e serviços para satisfazer necessidades humanas. O mercado de trabalho citado por Minarelli (2007) desenvolve-se nas relações de trabalho, que conforme é exposto por Chiavenato (1995), pode ser compreendido como o conjunto das ofertas de trabalho oferecidas pelas empresas, em determinada época e lugar. Por sua vez, o mercado de trabalho brasileiro possui características próprias que advêm de uma série de acontecimentos histórico-estruturais da economia nacional; uma dessas

particularidades é o excesso de mão de obra e outra é a baixa qualificação destes trabalhadores, segundo Oliveira (2015).

Em relação a trabalhadora brasileira, autores como Matos e Boreli (2016), Bruschini et.al.(2010) e Pitanguy e Miranda (2006) descrevem inúmeras conquistas históricas que foram sendo adquiridas para a colocação da mulher no mercado de trabalho. Conforme Baylão e Schettino (2014), a história da mulher brasileira tem tido como base o aumento da sua flexibilidade, unido à diminuição no nível de fecundidade e ao aumento no nível de instrução; assim, as mulheres estão consolidando sua posição no mercado nacional.

Muitas das conquistas resultaram em mulheres que se posicionam hoje em cargos de prestígio e são exemplos de profissionais. Entretanto, alguns tabus e preconceitos relacionado a mão e obra feminina ainda passam por processo de superação. Bruschini et. al. (2011) por exemplo descreve que apesar da aparente conquista no âmbito do conhecimento e vantagens profissionais, as mulheres enfrentam ainda alguns obstáculos ao se posicionarem no mercado de trabalho, como os relacionados a discriminação de gênero, e os relacionados a dificuldade de conciliação de toda a tarefa doméstica à profissão.

Material e Métodos

Foi realizada uma pesquisa de tipologia Descritiva, objetivando a identificação, registro e análise de características e variáveis relacionadas ao estudo das mulheres trabalhadoras. O tipo de Pesquisa Descritiva escolhida foi a Documental que segundo Cervo et.al. (2007, p. 62) investiga documentos com o propósito de descrever tendências, diferenças e outras características. O método de execução baseou-se, em um primeiro momento, na realização de uma pesquisa bibliográfica, com vistas a dar o embasamento teórico necessário para o norteamento das variáveis mais importantes à participação da mulher no mercado de trabalho. Na sequência, para a obtenção das informações necessárias à realização dos objetivos delineados, foi realizada uma pesquisa no banco de dados eletrônico do Ministério do Trabalho que contém os dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS dos últimos 32 anos. Sendo assim, o universo da pesquisa contemplou as informações oficiais sobre os vínculos femininos do mercado formal de trabalho em Montes Claros – MG, do período de 1985 à 2016.

Resultados e discussão

A análise dos dados bibliográficos obtidos trouxe inicialmente constatações acerca do comportamento das mulheres no mercado de trabalho, revelando através dos estudos pesquisados que as suas principais motivações no trabalho estão associadas a cumprir suas atividades profissionais com excelência, de maneira a superarem barreiras históricas e conquistar sua ascensão profissional. Neste sentido, também foi concluído que as principais características percebidas no modo de trabalhar das mulheres estão compreendidas entre sua grande capacidade de trabalhar em equipe e saber utilizar-se adequadamente da persuasão e cooperação, bem como trabalhar com grupos cooperativos, demonstrando facilidade em desenvolver relações interpessoais.

Por outro lado, a análise dos dados do MTE, permitiu que fossem detectados dados acerca da realidade das mulheres no mercado de trabalho de Montes Claros, em uma comparação histórica. Desse modo, verificou-se que o crescimento da mulher no mercado de trabalho de Montes Claros deu de forma muito expressiva nesses últimos 30 anos, passando de uma população de menos de 5 mil trabalhadoras em 1985 para mais de 30 mil em 2016. Além disso elas vem representando percentuais bem próximos aos homens - em 2016, cerca de 44% dos trabalhadores - realidade que se mostrava distante ao início da série. Em relação as ocupações foi constatado que suas principais ocupações têm sido nas áreas de serviços administrativos e de comércio; o crescimento deste último veio ganhando mais destaque nos últimos anos, mas a parcela atuante em serviços ainda se mostra como a mais representativa. Em cargos de gestão, os percentuais femininos ainda são baixos, em torno de 8% de mulheres atuantes como gestoras atualmente; entretanto, é importante ressaltar que o crescimento da parcela de mulheres em cargos gestores foi bastante expressiva, em torno de 166% de 1985 para 2016. Os principais cargos que essas gestoras possuíram durante a série estão entre os de agentes de administração e de chefes intermediários administrativos, de contabilidade e finanças. No que diz respeito ao perfil dessas trabalhadoras, foi entendido que a sua maioria têm estado nas faixas de 25 a 49 anos e que, com o passar dos anos, aquelas que possuem as idades mais avançadas dessa faixa vêm obtendo maior crescimento no mercado de trabalho. A sua remuneração se concentra na faixa de 1 a 2 salários mínimos, seguida pela de 2 a 4 salários mínimos, observando-se que a medida que a faixas de remuneração vão sendo aumentadas, a parcela de trabalhadoras que os representam são diminuídos. A escolaridade dessas mulheres se concentra no nível de ensino médio completo; mas foi interessante notar que as trabalhadoras têm se homogeneizado cada vez mais em relação aos níveis de ensino, com o crescimento dessa faixa de

escolaridade predominante ao passar dos anos. Considerando ainda o porte da empresa em que a maior parte dessas mulheres são empregadas, foi entendido que em relação ao setor Industrial as predominantes são aquelas empresas de médio e grande porte; já no que concerne ao setor de Comércio e Serviços, constatou-se que o maior percentual de mulheres empregadas estão nas grandes e microempresas.

Considerações Finais

Em relação aos resultados obtidos, puderam ser descobertas importantes informações acerca da evolução da mulher no mercado de trabalho. De acordo os resultados descritos acima, supõe-se que as mulheres do mercado de trabalho de Montes Claros vêm evoluindo em tamanho e ocupando mais cargos de gestão. Entretanto, as características que as representam são mais complexas de serem entendidas, tendo em vista que foi percebida mudanças significativas em algumas categorias e estagnação em outras. É compreendido que, com o passar dos anos, as mulheres se adequem aquilo que o mercado de trabalho as exige e isso é refletido diretamente ao perfil das trabalhadoras que compõe esse mercado. Assim, tornou-se muito importante entender como estão se dando essas transformações ou a falta delas. Algumas limitações do estudo compreendem a falta de dados referentes ao mercado informal, entendendo que tal variável também se dá como essencial para uma completa composição do mercado de trabalho, bem como de maiores informações referentes a economia do país, que pudessem ser associadas aos resultados obtidos. Dessa forma, torna-se conveniente ressaltar que novas pesquisas sejam elaboradas no intuito de descobrir os fenômenos relacionados a correlação da evolução das trabalhadoras no mercado de Montes Claros e sua compreensão em relação ao histórico econômico da cidade e do país.

Por fim, pode ser entendido que os resultados alcançados foram relevantes para contribuir no mercado e na sociedade da cidade de Montes Claros-MG, trazendo informações para gestores públicos e empresários, além de pesquisadores que se interessem por este cenário, tornando-se, portanto, um trabalho significativo para o conhecimento científico sobre o tema.

Referências Bibliográficas

- AGUERO, P. H. Vivas. **Avaliação econômica dos recursos naturais**. Tese de doutorado. USP, São Paulo, 1996. Disponível em: <www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12138/tde-09032004-221702/.../LL-2.pdf>. Acesso em 22 jul. 2017.
- BAYLÃO, André Luis da Silva. SCHETTINO, Elisa Mara Oliveira. **A Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho Brasileiro**. XI Simpósio de Excelência e Gestão e Tecnologia, out. 2014. Disponível em: <www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/20320175.pdf>. Acesso em 10 de março de 2017.
- BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego – MTE. Programa de Disseminação das Estatísticas Do Trabalho. Relação Anual de Informações Sociais – RAIS. Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br/aceso-online-as-bases-de-dados>>. Acesso em 10 de janeiro de 2017.
- BRUSCHINI, Cristina. LOMBARDI, Maria Rosa. MERCADO, Cristiano Miglioranza. RICOLDI, Arlene. **Trabalho, Renda e Políticas Sociais: avanços e desafios**. P. 142-177. In: O Progresso das Mulheres no Brasil. 2 ed. Brasília: UNIFEM, Fundação Ford; Cepia, 2011.
- MATOS, Maria Izilda. BORELLI, Andrea. **Trabalho: Espaço Feminino no Mercado Produtivo**. In: Nova História das Mulheres no Brasil. Organizadoras: Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro. 1. Ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016.
- PROBST, Elisiana Renata. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. ICPG - Instituto Catarinense de Pós Graduação. 2003. Disponível em <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em 08 de março de 2017.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa: 2013**. 6. ed. Brasília, DF; DIEESE, 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf>. Acesso em 18 de fevereiro de 2018.

GESTÃO DA CAPACIDADE DE PRODUÇÃO E DOS ESTOQUES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE PALETES DE MONTES CLAROS/MG

COTTA, Thiago Corrêa⁶⁸

COURA, Karla Veloso⁶⁹

MARIANO, Adriana de Alencar⁷⁰

REIS, Isabela Ladeia David⁷¹

RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de estudar a gestão da capacidade de produção e dos estoques de uma empresa de paletes na cidade de Montes Claros/MG. Trata-se de um estudo de caso em que se buscou analisar profunda e intensamente a gestão da capacidade de produção e dos estoques da empresa em questão para, ao final, propor melhorias no modelo de gestão. Inicialmente foram realizadas pesquisas bibliográficas a fim de elucidar as definições teóricas acerca da gestão da capacidade de produção e dos estoques. Foi realizada uma pesquisa descritiva e exploratória na empresa de paletes em Montes Claros/MG, que permitiu descrever como é feita a administração da capacidade de produção e dos estoques na companhia e, a partir daí, entender melhor o problema para o qual deveriam ser propostas as soluções. A pesquisa mostrou que a capacidade deve ser administrada de forma a criar um equilíbrio que seja capaz de gerar lucros e vantagens às empresas, levando-se em conta o seu aspecto dinâmico, que une as ideias de quantidade e tempo. Acerca da gestão de estoques, pode-se perceber que os estoques mínimo e de segurança permitem o planejamento da produção e são responsáveis por manter a capacidade de atender as demandas dos clientes ainda que haja problemas nas etapas produtivas. Utilizando a técnica de análise pela teoria de Pareto, foi possível perceber que 80% do faturamento estava concentrado nas vendas de cinco dos 17 modelos fabricados, mostrando que a gestão da capacidade de produção e dos estoques deve neles concentrar seus esforços. Finalmente, foi possível determinar os estoques mínimo e de segurança para os cinco modelos mais importantes e alocar a força de trabalho de forma a privilegiar tais modelos.

Palavras Chave: Gestão. Capacidade de Produção. Estoques. Paletes.

ABSTRACT

The present article has the objective of studying the management of production capacity and inventories of a pallet company in the city of Montes Claros / MG. This is a case study in which we sought to analyze deeply and intensively the management of the production capacity and the inventory of the company in question, in order to propose improvements in the management model. Initially bibliographical research was carried out in order to elucidate the theoretical definitions about the management of production capacity and inventories. A descriptive and exploratory research was carried out at the pallet company in Montes Claros / MG, which allowed us to describe how the production capacity and inventories are managed in the company and, hence, to better understand the problem for which solutions should be proposed. Research has shown that capacity must be managed in a way that creates a balance that is capable of generating profits and benefits to companies, taking into account their dynamic aspect, which unites ideas of quantity and time. Regarding inventory management, it can be seen that the minimum and security inventory allow production planning and are responsible for maintaining the capacity to meet customer demands even though there are problems in the production stages. Using Pareto's analysis technique, it was possible to see that 80% of sales were concentrated in the sales of five of the 17 manufactured models, showing that the management of production capacity and inventories should concentrate their efforts on them. Finally, it was possible to determine the minimum and safety stocks for the five most important models and allocate the workforce in order to favor such models.

Keywords: Management. Production Capacity. Inventory. Pallets.

1. INTRODUÇÃO

⁶⁸ Acadêmico do curso de Administração da Unimontes, thiagocotta@gmail.com.

⁶⁹ Professora do Departamento de Ciências da Administração da Unimontes, karlaveco@bol.com.br.

⁷⁰ Acadêmica do curso de Administração da Unimontes, adrianadealencar.m@gmail.com.

⁷¹ Acadêmica do curso de Administração Unimontes, beladavid10@gmail.com.

Gerenciar a capacidade de produção é uma das funções fundamentais da Administração da Produção. A relação entre demanda e capacidade deve ser administrada de forma a criar um equilíbrio que seja capaz de gerar lucros e vantagens às empresas; do contrário, a falta de balanceamento desses fatores pode ser desastrosa.

A atividade de programação é uma das mais complexas tarefas no gerenciamento da produção. É preciso lidar com diversos recursos simultaneamente, as pessoas terão diferentes habilidades e as máquinas diferentes capacidades e capacitação. Em um sistema de planejamento e controle puxado, o passo e as especificações de o que é feito são estabelecidos pela estação de trabalho do “consumidor”, que “puxa” o trabalho da estação de trabalho antecedente (fornecedor). O consumidor atua como o único “gatilho” do movimento.

O estoque é um item indispensável para a composição de uma empresa comercial ou industrial. A sua gestão permitir que se tenha controle sobre os produtos, sempre buscando maior lucro e menos problemas para a empresa. O princípio de Pareto (ou análise de Pareto) é uma técnica que permite selecionar prioridades quando se enfrenta um grande número de problemas, o princípio proposto por Pareto estabelece que os itens significativos de um grupo normalmente representam uma pequena proporção do total de itens desse mesmo grupo. Segundo Koch [1], o princípio 80/20 afirma que uma minoria de causas, *inputs* ou esforços normalmente conduz a uma maioria dos resultados, produtos ou recompensas.

Assim, o presente artigo tem o objetivo de estudar a gestão da capacidade de produção e dos estoques de uma empresa de paletes na cidade de Montes Claros/MG. O problema de pesquisa indaga se a empresa estudada está fazendo uma gestão eficiente da sua capacidade de produção e de seus estoques.

A partir do estudo realizado, foi possível informar à empresa sobre quais modelos ela deve se preocupar em realizar um estoque de segurança, mesmo que ela trabalhe no modelo de produção puxada, de forma a reduzir seus custos, visto que uma boa gestão do estoque pode melhorar seus investimentos.

O presente artigo está estruturado em mais quatro seções, além desta introdução. A próxima seção contextualiza as abordagens teóricas que fundamentam o estudo, na segunda apresenta-se a metodologia utilizada para coleta e análise de dados; na terceira apresentam-se os resultados obtidos e a discussão baseada nas abordagens bibliográficas e por fim as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para a construção do referencial teórico e consecução dos objetivos propostos neste trabalho, buscou-se esclarecer os conceitos e definições relativos à Capacidade de Produção e os diferentes níveis em que ela pode ser calculada. Pesquisou-se ainda sobre o método de produção puxada, que é o método utilizado pela empresa em questão, ou seja, tudo é produzido sob encomenda. Foram trazidos, ainda, os conceitos e cálculos relativos a Estoques, Estoques Mínimo e de Segurança, bem como a utilização da teoria econômica de Pareto para gestão dos estoques.

2.1. Capacidade de Produção

Gerenciar a capacidade de produção é uma das funções fundamentais da Administração da Produção. A relação entre demanda e capacidade deve ser administrada de forma a criar um equilíbrio que seja capaz de gerar lucros e vantagens às empresas; do contrário, a falta de balanceamento desses fatores pode ser desastrosa.

Quando se fala em capacidade, em termos gerais e em um aspecto estático, trata-se segundo Peinado e Graeml [2] de uma ideia de volume máximo, quantidade máxima, competência. De acordo com os autores, um exemplo seria: um cinema tem capacidade de 400 lugares. Embora este tipo de medida possa ser útil, e frequentemente utilizado pelos gestores de produção, é necessário também se conhecer a capacidade sob seu aspecto dinâmico. Para isto, deve ser adicionada a dimensão tempo a esta medida. Seguindo o exemplo: Quantos espectadores o cinema é capaz de processar, considerando sessões de duas horas e intervalos de uma hora entre as sessões e um expediente de oito horas? 1200.

Segundo Moreira [3] capacidade é a quantidade máxima de produtos e serviços que podem ser produzidos numa unidade produtiva, num dado intervalo de tempo.

Dessa forma, é importante salientar que o estudo da capacidade e as informações nele obtidas são de grande importância a todos os níveis da organização: estratégico, tático e operacional, conforme Peinado e Graeml [2]. Muitas vezes, percebe-se que a real capacidade de produção não é aproveitada totalmente, por não haver demanda suficiente para consumi-la. E é por isso que o planejamento da capacidade é tão importante em uma empresa. Conforme Slack, Chambers e Johnston [4] (p. 255), “planejamento e controle da capacidade é a tarefa de determinar a capacidade efetiva da operação produtiva, de forma que ela possa responder à demanda. Isso normalmente significa decidir como a operação deve reagir às flutuações na demanda”.

Em uma breve explicação dos tipos de capacidade elucidados em Peinado e Graeml [2], pode-se dizer, primeiro, que a Capacidade Instalada é a capacidade máxima que uma unidade produtora pode produzir se trabalhar ininterruptamente, sem que seja considerada nenhuma perda. Sendo assim, não são consideradas as paradas,

manutenções, faltas de materiais, intervalos, ou quaisquer outros motivos que são comuns em uma unidade produtiva e afetam a quantidade produzida [2].

Outro tipo existente é a Capacidade Disponível e diz respeito à quantidade máxima que pode ser produzida em uma unidade levando em consideração a jornada de trabalho adotada pela empresa. Nesta modalidade, também não são levadas em consideração possíveis perdas. Em outras palavras, é o que se pode produzir durante a jornada disponível [2].

Cita-se também a Capacidade Efetiva que, conforme Peinado e Graeml [2], nesta modalidade, são consideradas as perdas planejadas para o cálculo da capacidade de produção de uma unidade produtora. Perdas planejadas são aquelas que se sabe que vão acontecer: *set-ups*, manutenções preventivas, trocas de turno, por exemplo. A Capacidade Efetiva nunca será superior à capacidade disponível. Isso quer dizer que ela também considera o fator jornada.

Por fim, tem-se a Capacidade Realizada que, nas explicações de Peinado e Graeml [2], vai levar em conta a jornada, as perdas planejadas e também as não planejadas. Assim é a capacidade que realmente ocorreu em determinado período. É a medida de capacidade que traduz de forma mais fidedigna a realidade do dia a dia na unidade produtora.

A partir do cálculo dessas capacidades, será possível elaborar o planejamento da produção, dos seus lotes mínimos, planejamento e administração comerciais, alocação e sequenciamento de cargas, gerenciamento de custos, capital de giro, dentre outros. Pode-se dizer então que a Gestão das Capacidades de Produção não diz respeito somente à Administração da Produção, mas integra todas as áreas funcionais de uma empresa [2].

2.2. Produção Puxada/ Encomenda

A atividade de programação é uma das mais complexas tarefas no gerenciamento da produção. É preciso lidar com diversos recursos simultaneamente, as pessoas terão diferentes habilidades e as máquinas diferentes capacidades e capacitação. Conforme Slack *et al* [4] tal programação pode ser feita de forma empurrada ou puxada. Aqui, falar-se-á da programação puxada. Slack *et al* [4] p. 247) afirmam que:

Em um sistema de planejamento e controle *puxado*, o passo e as especificações de o que é feito são estabelecidos pela estação de trabalho do “consumidor”, que “puxa” o trabalho da estação de trabalho antecedente (fornecedor). O consumidor atua como o único “gatilho” do movimento. Se uma “requisição” não é passada para trás pelo consumidor para o fornecedor, o fornecedor não é autorizado a produzir nada ou mover qualquer material

Assim, pode-se perceber que uma demanda é transmitida para trás ao longo das etapas. À medida que o consumidor aciona o fornecedor, este também acionará os seus próprios fornecedores, gerando uma reação em cadeia. Esses sistemas, como são menos propensos a gerar estoques, se adequam melhor às operações do tipo *just in time*, Slack *et al* [4].

2.3. Estoque de Segurança/Estoque Mínimo

O estoque é um item indispensável para a composição de uma empresa comercial ou industrial. A sua gestão permitir que se tenha controle sobre os produtos, sempre buscando maior lucro e menos problemas para a empresa. Segundo Pascoal [5], o gerenciamento de estoque nada mais é do que fazer um planejamento total de como controlar os materiais dentro de uma organização, trabalhando exatamente em cima do que a empresa necessita para determinadas áreas de estocagem, objetivando manter o equilíbrio entre estoque e consumo.

Segundo Dias [6] o principal objetivo do estoque é a otimização do seu investimento. O valor varia conforme o armazenamento, onde os produtos com giro menor apresentam um custo maior, sendo que as empresas que possuem grandes estoques comprometem seus recursos de giro. A empresa precisa estabelecer certos padrões que sirvam de guias aos controladores, para que eles tenham parâmetros de compra e venda [6].

No estoque mínimo, é determinada a quantidade mínima que existe no estoque. Conforme Dias [6], o estoque mínimo é a quantidade mínima que deve existir em estoque, que se destina a cobrir eventuais atrasos no suprimento, objetivando a garantia do funcionamento ininterrupto e eficiente do processo produtivo, sem o risco de faltas.

Ainda segundo Dias [6], pode-se determinar o estoque mínimo através de:

- a) Fixação de determinada projeção mínima (projeção estimada do consumo).
- b) Cálculos e modelos matemáticos.

O estoque mínimo pode ser representado pela seguinte fórmula, conforme Martins [7]:

$$E_{\text{min}} = ES + PE \times C$$

E_{min} = estoque mínimo
 ES = estoque de reserva ou de segurança
 PE = prazo de entrega
 C = consumo diário

Também conhecido como estoque regulador, o estoque de segurança segundo Slack *et al* [4], tem como propósito compensar as incertezas quanto ao fornecimento e a demanda. O objetivo é proteger a empresa contra o excesso de demanda sobre as quantidades previstas e espera no ciclo produção/operação.

Garcia, Lacerda e Arozo [8] apontam algumas causas que podem ocasionar faltas:

- Oscilações no consumo (considerando também que quanto maior for o tempo de reposição maior será a probabilidade de variações da demanda real em relação à demanda prevista, dentro do tempo de reposição);
- Atraso no tempo de reposição;
- Variação na quantidade, quando o controle de quantidade rejeita um lote, por exemplo;
- Diferenças de inventário.

Segundo Barbosa Júnior [9] o estoque de segurança é facilmente encontrado na seguinte fórmula:

$$ES = m \times \sigma$$

m: número de desvios padrões dado em função do nível de serviço pretendido.

σ : desvio padrão da demanda durante o tempo médio de ressurgimento.

2.4. Utilização do Pareto no Estoque de Segurança

A teoria econômica de Pareto foi, por analogia, introduzida na gestão da qualidade por Juran. Segundo ele, alguns defeitos respondem pelo maior potencial de perda, alguns fornecedores respondem pela maior parte dos processos, alguns serviços respondem pela maior parte da demanda, e assim por diante, segundo Paladini [10].

O princípio de Pareto (ou análise de Pareto) é uma técnica que permite selecionar prioridades quando se enfrenta um grande número de problemas, o princípio proposto por Pareto estabelece que os itens significativos de um grupo normalmente representam uma pequena proporção do total de itens desse mesmo grupo, conforme Maximiano [11].

Segundo Koch [1], o princípio 80/20 afirma que uma minoria de causas, *inputs* ou esforços normalmente conduz a uma maioria dos resultados, produtos ou recompensas. Significa, por exemplo, que 80 por cento daquilo que você realiza em seu trabalho vem de 20 por cento do tempo gasto. Assim, para todas as finalidades práticas, quatro quintos do esforço uma parcela dominante são em grande parte irrelevantes. Isto é o contrário do que normalmente as pessoas esperam [1].

3. METODOLOGIA

O presente artigo tem o objetivo de estudar a gestão da capacidade de produção e dos estoques de uma empresa paletes da cidade de Montes Claros/MG. Trata-se de um estudo de caso, que é o estudo de uma unidade social que se analisa profunda e intensamente. Os fenômenos serão descritos através de uma investigação empírica, onde o pesquisador não tem controle sobre eventos e variáveis “buscando aprender, a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto”, como ensinam Martins e Theóphilo [12] (p. 56).

Quanto ao objetivo, trata-se de uma pesquisa descritiva. Segundo Silva e Menezes [13], esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade, ou seja, descrever como é feita a administração da capacidade de produção e dos estoques da empresa em estudo. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, assumindo, em geral, a forma de levantamento. É também uma pesquisa exploratória que, conforme os ensinamentos de Malhotra [14], é usada em casos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão. O seu objetivo é prover critérios e compreensão. Normalmente, esses estudos são úteis para diagnosticar situações, descobrir ideias ou explorar alternativas [14].

Conforme a classificação de Martins e Theóphilo [12], foi utilizada a pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica é necessária para a condução de qualquer pesquisa científica; ela procura explicar, discutir um assunto, com base em livros, revistas, artigos, enciclopédias, dentre outros. Dessa forma, faz-se um apanhado do que os estudiosos têm a dizer sobre determinado assunto, a fim de relacionar e, por vezes, contrapor suas ideias

[12]. No presente trabalho, buscou-se trazer os conceitos ligados à realidade da pesquisa, como capacidade de produção e gestão de estoques, a fim de que a bibliografia orientasse o processo de análise dos dados obtidos.

A presente pesquisa é quantitativa que, no conceito de Martins e Theóphilo [12], é aquela em que os dados e as evidências podem ser quantificados, mensurados. Sendo assim, tais dados são filtrados, organizados e tabulados para serem submetidos a técnicas e/ou testes estatísticos. É também qualitativa e, segundo Triviños [15], essa abordagem trabalha os dados buscando seu significado, baseando-se na percepção do fenômeno dentro do seu contexto. O uso da descrição qualitativa procura captar não só o fenômeno em sua aparência, como também em suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências.

Quanto às técnicas de pesquisa, foram utilizadas a entrevista, a análise documental e a observação participante. A entrevista foi feita com o gestor da empresa e tem o objetivo de “entender e compreender o significado que entrevistados atribuem a questões e situações, em contextos que não foram estruturados anteriormente, com base nas suposições e conjecturas do pesquisador”, como ensinam Martins e Theóphilo [12] (p. 88). Para a condução da entrevista foi utilizado um roteiro, mas com liberdade de o entrevistador acrescentar novas questões, conforme o seu andamento, o que caracterizou uma entrevista semiestruturada.

A Análise Documental utiliza documentos como fonte de dados, informações e evidências [12]. Esses documentos podem ser dos mais variados tipos. Na presente pesquisa foram utilizados os registros da empresa referentes a demanda média mensal de cada modelo de palete vendido no mês e o preço unitário de cada palete.

A observação participante é uma técnica em que o pesquisador-observador torna-se parte integrante de uma estrutura social e, na relação face a face com os sujeitos da pesquisa, realiza a coleta de informações, dados e evidências, segundo Martins e Theóphilo [12] (p. 87). Essa foi utilizada como complementação à entrevista e à análise documental.

4. DISCUSSÃO E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Os dados e informações obtidas foram coletados através do acesso ao banco de dados da empresa, observação do processo produtivo e entrevista com o gestor.

Ao acessar o histórico de registro da empresa, foi possível coletar informações como a quantidade vendida de cada modelo de palete por mês, seus respectivos valores e periodicidade dos pedidos. Já pela observação o processo produtivo foi possível coletar o tempo médio para se produzir cada um dos modelos fabricados e, ao se entrevistar o gestor, conclui-se que atualmente, para o processo de montagem dos paletes, a empresa dispõe de quatro funcionários.

É válido mencionar que para se produzir qualquer um dos modelos de palete, são necessários dois funcionários, ou seja, a montagem de uma unidade de palete é realizada por dois funcionários ao mesmo tempo (informação fornecida na entrevista)

O estudo da demanda mensal de cada palete serviu de base para o restante da análise e é de suma importância visto que a demanda média dos mesmos foi utilizada para se pensar na capacidade produtiva que a empresa deve apresentar.

Os valores das demandas estão representados na Tabela 1:

Tabela 1 – Demanda por modelo

MODELO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÉDIA
3CF 80X120	200	200	200	200	300	200	217
ASL 81X105	70	50	50	0	30	0	33
ASL A. 105X109	230	150	200	0	170	0	125
DOSK 105X109	50	50	50	0	0	100	42
E 100X120	120	120	85	125	77	65	99
E 110X124	90	80	85	65	80	70	78
M 93X103	235	0	150	241	365	661	275
MF 81X105	50	50	30	6	10	0	24
MF 100X110	200	200	100	200	100	0	133
MF 105X109	105	110	105	54	90	0	77
N 80X120	1500	1450	1100	1100	1400	1500	1342
RB 100X100	300	300	300	250	250	250	275
RCAP 100X100	400	400	420	0	0	220	240
RV 100X100	690	930	910	930	410	380	708
RV 100X115	230	250	250	290	290	150	243
S 100X108	100	100	100	0	100	0	67
VAL 100X120	150	200	150	150	350	100	183
TOTAL	4720	4640	4285	3611	4022	3696	4162

Fonte: dados coletados pelos autores, 2018.

Foram coletados também no banco de dados da empresa os valores monetários de cada um dos modelos vendidos. Essa informação foi utilizada para calcular a porcentagem que cada modelo teve no faturamento total dos meses estudados.

Primeiramente multiplicou-se, para cada mês, o valor unitário de cada modelo por sua respectiva quantidade, achando o faturamento por modelo e, após isso, os valores foram somados de forma a calcular o faturamento mensal. Com o faturamento mensal, foi possível achar a porcentagem que cada modelo representou pela divisão dos mesmos pelo faturamento total e, em seguida, a média desses faturamentos.

Para fins de preservar informações estratégicas da empresa, o valor de cada produto será omitido. Assim, tem-se na Tabela 2 a contribuição no faturamento por modelo de palete:

Tabela 2 - Contribuição no Faturamento por Modelo de Palete

MODELO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÉDIA
3CF 80X120	2,47%	2,40%	2,67%	3,21%	4,52%	3,32%	3,10%
ASL 81X105	1,00%	0,70%	0,77%	0,00%	0,52%	0,00%	0,50%
ASL A. 105X109	3,76%	2,39%	3,54%	0,00%	3,40%	0,00%	2,18%
DOSK 105X109	0,87%	0,85%	0,94%	0,00%	0,00%	2,34%	0,83%
E 100X120	2,54%	2,48%	1,95%	3,45%	1,99%	1,85%	2,38%
E 110X124	3,50%	3,03%	3,58%	3,29%	3,80%	3,66%	3,48%
M 93X103	1,89%	0,00%	1,31%	2,52%	3,59%	7,15%	2,74%
MF 81X105	0,78%	0,76%	0,51%	0,12%	0,19%	0,00%	0,39%
MF 100X110	3,11%	3,03%	1,68%	4,05%	1,90%	0,00%	2,30%
MF 105X109	1,63%	1,67%	1,77%	1,09%	1,71%	0,00%	1,31%
N 80X120	36,54%	34,39%	28,99%	34,87%	41,63%	49,09%	37,58%
RB 100X100	4,35%	4,23%	4,70%	4,71%	4,42%	4,87%	4,55%
RCAP 100X100	10,28%	10,01%	11,68%	0,00%	0,00%	7,60%	6,59%
RV 100X100	17,40%	22,84%	24,83%	30,52%	12,62%	12,87%	20,18%
RV 100X115	4,34%	4,60%	5,11%	7,13%	6,69%	3,81%	5,28%
S 100X108	1,66%	1,62%	1,80%	0,00%	2,03%	0,00%	1,19%
VAL 100X120	3,86%	5,02%	4,18%	5,03%	11,00%	3,46%	5,42%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: dados coletados pelos autores, 2018.

O valor da média foi utilizado para realizar a Análise de Pareto com o intuito de selecionar quais paletes merecem prioridade e maior atenção, uma vez que tal princípio, de forma geral, afirma que 20% de alguma causa é responsável por 80% dos resultados, conforme Koch [1]. Ou seja, 20% dos modelos de paletes vendidos representam 80% do faturamento da empresa.

Desse modo, a análise é evidenciada na Tabela 3.

Tabela 3 - % Acumulada dos Faturamentos

MODELO	% MÉDIA	% MÉDIA ACUMULADA
N 80X120	37,58%	37,58%
RV 100X100	20,18%	57,76%
RCAP 100X100	6,59%	64,36%
VAL 100X120	5,42%	69,78%
RV 100X115	5,28%	75,06%
RB 100X100	4,55%	79,61%

E 110X124	3,48%	83,08%
3CF 80X120	3,10%	86,18%
M 93X103	2,74%	88,92%
E 100X120	2,38%	91,30%
MF 100X110	2,30%	93,59%
ASL A. 105X109	2,18%	95,78%
MF 105X109	1,31%	97,09%
S 100X108	1,19%	98,27%
DOSK 105X109	0,83%	99,11%
ASL 81X105	0,50%	99,61%
MF 81X105	0,39%	100,00%
TOTAL	100,00%	

Fonte: dados coletados pelos autores, 2018.

O objetivo ao se construir a Tabela 3 foi de deixar mais nítido quais os modelos de paleta a empresa deve dedicar maior esforços. E, no caso, são os N 80X120, RV 100X100, RCAP 100X100, VAL 100X120 e RV 100x115, respectivamente, uma vez que esses cinco modelos, mesmo representando 29,41% da quantidade de modelos vendidos, são responsáveis, em média, por 79,61% do faturamento mensal da empresa.

Outra contribuição que esse estudo pode possibilitar ao gestor, além de classificar a importância de cada cliente, é de informar à empresa sobre quais modelos ela deve se preocupar em realizar um estoque de segurança, mesmo que ela trabalhe no modelo de produção puxada, de forma a reduzir seus custos, visto que uma boa gestão do estoque pode otimizar seus investimentos, segundo Dias [6].

Como mencionado, também foram coletados os tempos médios para se produzir uma unidade de cada modelo, tais dados são expostos na Tabela 4:

Tabela 4 – Tempos médios de produção por modelo

MODELO	QUANTIDADE	TEMPO (min)	TEMPO MÉDIO (min)
3CF 80X120	100	220	2,20
ASL 81X105	50	140	2,80
ASL A. 105X109	100	274	2,74
DOSK 105X109	50	167	3,34
E 100X120	100	268	2,68
E 110X124	100	297	2,97
M 93X103	142	360	2,54
MF 81X105	20	45	2,25
MF 100X110	200	390	1,95
MF 105X109	100	310	3,10
N 80X120	445	1095	2,46
RB 100X100	155	625	4,03
RCAP 100X100	100	615	6,15
RV 100X100	100	475	4,75
RV 100X115	100	490	4,90
S 100X108	100	260	2,60
VAL 100X120	100	230	2,30

Fonte: dados coletados pelos autores, 2018.

Essa informação foi utilizada para se calcular o número médio de horas necessárias para produzir a demanda de cada mês e compara-la com a capacidade produtiva da empresa, a fim de auxiliar o gestor a identificar se poderá passar por dificuldade nos prazos, perder pedidos ou se está com capacidade ociosa.

Como mencionado, foi feito o cálculo do número de horas necessárias para se produzir a demanda de cada mês. O cálculo foi realizado multiplicando-se o tempo médio para se produzir uma unidade pela quantidade vendida da mesma e, por fim, a soma do tempo gasto em cada modelo para encontrar o tempo total gasto no mês. Esses tempos que estão apresentados na Tabela 5:

Tabela 5 – Tempo necessário para produzir as quantidades vendidas

MODELO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÉDIA
3CF 80X120	7,33	7,33	7,33	7,33	11,00	7,33	7,94
ASL 81X105	3,27	2,33	2,33	0,00	1,40	0,00	1,56
ASL A. 105X109	10,50	6,85	9,13	0,00	7,76	0,00	5,71
DOSK 105X109	2,78	2,78	2,78	0,00	0,00	5,57	2,32
E 100X120	5,36	5,36	3,80	5,58	3,44	2,90	4,41
E 110X124	4,46	3,96	4,21	3,22	3,96	3,47	3,88
M 93X103	9,93	0,00	6,34	10,18	15,42	27,93	11,63
MF 81X105	1,88	1,88	1,13	0,23	0,38	0,00	0,91
MF 100X110	6,50	6,50	3,25	6,50	3,25	0,00	4,33
MF 105X109	5,43	5,68	5,43	2,79	4,65	0,00	4,00
N 80X120	61,52	59,47	45,11	45,11	57,42	61,52	55,02
RB 100X100	20,16	20,16	20,16	16,80	16,80	16,80	18,48

RCAP 100X100	41,00	41,00	43,05	0,00	0,00	22,55	24,60
RV 100X100	54,63	73,63	72,04	73,63	32,46	30,08	56,08
RV 100X115	18,78	20,42	20,42	23,68	23,68	12,25	19,87
S 100X108	4,33	4,33	4,33	0,00	4,33	0,00	2,89
VAL 100X120	5,75	7,67	5,75	5,75	13,42	3,83	7,03
TOTAL	263,60	269,35	256,59	200,80	199,37	194,23	230,66

Fonte: dados coletados pelos autores, 2018.

Calculado o tempo médio que a empresa necessita para se fabricar sua demanda média, os esforços foram direcionados para o cálculo da capacidade produtiva da mesma uma vez que é necessário buscar uma relação de equilíbrio entre de manda e capacidade produtiva, segundo Peinado e Graeml [2], para que a empresa seja capaz de gerar lucros e desenvolver vantagens.

O cálculo da capacidade foi feita por funcionário, que está apresentado na Tabela 6:

Tabela 6: Capacidade produtiva instalada (em horas)
CAPACIDADE PRODUTIVA POR FUNCIONÁRIO (HR)

HORAS/DIA	8
DIAS/MÊS	20
CAPACIDADE PRODUTIVA INSTALADA	160

Fonte: dados coletados pelos autores, 2018.

Como explicado, para se produzir uma unidade de paleta são necessários dois funcionários. Logo, cada dupla apresenta uma capacidade produtiva de 160 horas/mês e atualmente a empresa dispõe de duas duplas para fabricar os paletes. Com isso, temos uma capacidade total de 320hrs/mês.

A capacidade calculada foi a instalada, que analisa o quanto a empresa pode fabricar desconsiderando qualquer perda, de acordo com Peinado e Graeml [2] e, ao relacioná-la com o número de horas médio que a empresa necessita para fabricar a demanda média mensal, conclui-se que a empresa está com capacidade ociosa. Isso porque a empresa, em média, necessita de 230,66 horas mensais para fabricar a quantidade média demandada e, atualmente, ela dispõe de 320 horas, o que representa uma ociosidade média em torno de 27,92%.

Nota-se que não é possível, pelos valores atuais de demanda e capacidade produtiva, reduzir o número de funcionários para se diminuir a ociosidade. Isso porque caso a empresa reduza de duas para uma dupla a fabricação dos paletes, a sua capacidade produtiva seria de 160hrs/mês, o que não é suficiente para fabricar sua demanda média.

Portanto, seria interessante para a empresa desenvolver uma forma de utilizar essas horas ociosas afim de se aumentar a produtividade e eficiência da empresa.

Uma sugestão dos autores para que isso possa ser realizado, é produzir estoques para os modelos de paletes identificados como de maior peso no faturamento da mesma (N 80X120, RV 100X100, RCAP 100X100, VAL 100X120 e RV 100x115). O valor desse estoque, de forma a se adaptar mais à realidade da empresa e em concordância com o gestor, seria para atender ao valor médio produzido para cada pedido. Esse valor foi obtido ao dividir a demanda média de cada modelo pelo número de vezes que ele é encomendado no mês.

Como demonstrando na Tabela 7:

Tabela 7 – Horas gastas na produção de estoque

MODELO	DEMANDA MÉDIA MENSAL	PEDIDOS /MÊS	QUANTIDADE /PEDIDO	TEMPO MÉDIO/UNIDADE	TEMPO /PEDIDO
N 80X120	1342	8	168	2,46	6,88
RV 100X100	708	4	177	6,15	18,15
RCAP 100X100	240	2	120	4,75	9,50
VAL 100X120	243	2	122	4,90	9,94
RV 100X115	183	4	46	2,30	1,76
				TOTAL	46,22

Fonte: dados coletados pelos autores, 2018.

Caso o tempo ocioso seja utilizado como mencionado, de acordo com os dados coletados, a empresa passaria a precisar, em média, de 276,88 horas mensais ao invés das atuais 230,22. E, assim, reduzindo sua ociosidade de 27,92% para 13,47%.

Mesmo que ainda exista uma ociosidade, esse novo valor não é tão alarmante visto que a capacidade produtiva calculada desconsiderou fatores externos, como fadiga, paradas não planejadas, sendo necessário uma margem entre as horas necessárias e as horas disponíveis.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o desenvolver do trabalho ficou clara a importância do estudo da capacidade produtiva de uma empresa uma vez que a mesma possibilita à organização identificar se está trabalhando com ociosidade ou se está no limite da sua capacidade e, para cada um desses cenários, há medidas diferentes a serem tomadas.

Para o primeiro cenário citado, por exemplo, o gestor deverá procurar maneiras de diminuir essa ociosidade, seja pela aquisição de novos clientes ou redução do quadro de funcionários e, para a segunda hipótese, caso o mercado esteja com uma demanda crescente, o gestor poderá fazer estudo sobre a viabilidade aumentar a capacidade produtiva da empresa.

No caso da empresa estudada, a mesma apresenta uma ociosidade ao redor dos 27,92% e, com as sugestões dadas a partir das análises que levaram em conta aspectos como capacidade produtiva, demanda média, estoque de segurança e a teoria de Pareto, a empresa pode atingir uma ociosidade de 13,47%, o que representa uma redução de 51,75%.

Essa redução será alcançada ao se utilizar o tempo ocioso para produzir os pallets que apresentam maior peso no faturamento da empresa, que apresentam maior saída.

Esse aumento da produtividade irá ocasionar em uma diluição dos custos da empresa, o que, para o ramo em que a mesma atua é de fundamental importância uma vez que a diferenciação dos concorrente se baseia quase que exclusivamente no valor que o produto é colocado no mercado.

Com isso, conclui-se que o estudo da capacidade produtiva para identificar se a empresa deve captar novos clientes ou deve se programar para aumentar a mesma, possibilita a organização se diferenciar dos seus pares no mercado.

Referências

- [1] KOCH, R. **O Princípio 80/20**. Rio de Janeiro: Sexante, 2000.
- [2] PEINADO, J.; GRAEML, A. R. **Administração da Produção (Operações Industriais e de Serviços)**. Curitiba: UnicenP, 2007.
- [3] MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- [4] SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, S. **Administração da produção: edição compacta**. São Paulo: Atlas, 2006.
- [5] PASCOAL, J. A. **Gestão estratégica de recursos materiais: controle de estoque e armazenagem**. João Pessoa, 2008.
- [6] DIAS, M. A. P. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- [8] GARCIA, E. S.; LACERDA, L. S.; AROZO, R. **Gerenciando incertezas no planejamento logístico: o papel do estoque de segurança**. Revista Tecnológica, v. 63, p. 36-42, fev. 2001.
- [9] BARBOSA JUNIOR, C. R. **Aplicação de modelos de gestão de estoques em uma indústria têxtil: acompanhamento e gestão de matérias primas**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.
- [10] PALADINI, E. P.; **Gestão da qualidade: teoria e prática**, 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- [11] MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**, 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- [12] MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica nas Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- [13] SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: LED/UFSC, 2000. 118p.
- [14] MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- [15] TRIVINOS, A. W. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo:Atlas, 1987.

GESTÃO DE LEITOS HOSPITALARES: UMA ANÁLISE DOS TEMPOS MÉDIOS DE PERMANÊNCIA DE PACIENTES NOS PRINCIPAIS HOSPITAIS DE MONTES CLAROS - MG

COTTA, Thiago Corrêa⁷²
 MARIANO, Adriana de Alencar⁷³
 REIS, Isabela Ladeia David⁷⁴
 RIBEIRO, Roberta Nascimento⁷⁵
 VELOSO, Márcio Antonio Alves⁷⁶

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo verificar a eficiência na gestão dos leitos hospitalares dos quatro maiores hospitais da cidade de Montes Claros e que têm a maior parte das suas atividades – entre 77% e 100% - direcionada ao atendimento de pacientes do SUS, a partir da análise dos tempos médios de permanência dos pacientes nas principais clínicas: Cirúrgica, Pediátrica, Médica, Obstétrica, Psiquiátrica e Pneumologia Sanitária. Foi feita também pesquisa bibliográfica elucidando aspectos teóricos acerca do histórico dos hospitais, classificação dos hospitais e das clínicas médicas estudadas, bem como da gestão hospitalar. A gestão dos leitos envolve processos estratégicos, e que, para sua gestão são necessários conhecimentos que vão além das rotinas administrativas, devido as dificuldades encontradas nessa gestão, que podem, inclusive, caracterizar a ineficiência da saúde. A análise desses tempos de permanência permitiu a verificação do quantidade potencial de pacientes que podem ser atendidos por leito em cada clínica dos hospitais. Os dados foram coletados a partir do Sistema de Informações Hospitalares do SUS (SIH/DATASUS) através da ferramenta Tab para Windows (TabWin), referentes à quantidade de pacientes-dia nos leitos de cada clínica bem como o número total de saídas dos leitos de cada clínica, nos anos de 2015, 2016 e 2017 (até setembro). A partir desses dados, foram calculados os tempos médios de permanência e a quantidade potencial de pacientes por leito que podem ser atendidos anualmente. A pesquisa mostrou que, ao longo desses anos, cada hospital apresentou uma maior eficiência em determinada clínica, de forma não homogênea, o que mostra que a gestão dos leitos tem sido eficaz em clínicas específicas, apesar de se tratarem de hospitais gerais.

Palavras Chave: Hospital. Gestão de Leitos. Tempo médio de permanência. Eficiência.

ABSTRACT

The present study aims to verify the efficiency in the management of the hospital beds of the four largest hospitals in the city of Montes Claros and that have the majority of their activities - between 77% and 100% - directed at the care of SUS patients, from of the analysis of the average time of patient stay in the main clinics: Surgical, Pediatric, Medical, Obstetric, Psychiatric and Sanitary Pulmonology. Bibliographic research was also performed, elucidating theoretical aspects about the history of hospitals, classification of hospitals and medical clinics studied, as well as hospital management. The management of the beds involves strategic processes, and that, for their management, knowledge that goes beyond the administrative routines is necessary, due to the difficulties found in this management, which may even characterize the health inefficiency. The analysis of these times of permanence allowed the verification of the potential amount of patients that can be served per bed in each hospital clinic. The data were collected from the Hospital Information System of SUS (SIH / DATASUS) through the Tab tool for Windows (TabWin), referring to the number of patient-days in the beds of each clinic as well as the total number of exits of the beds of each clinic, in the years 2015, 2016 and 2017 (until September). From these data, the mean residence times and the potential number of patients per bed that can be attended annually were calculated. The research showed that, over these years, each hospital showed a greater efficiency in a certain clinic, in an inhomogeneous way, which shows that bed management has been effective in specific clinics, even though they are general hospitals.

Keywords: Hospital. Bed Management. Average Length of Stay. Efficiency.

6. INTRODUÇÃO

⁷² Acadêmico do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

⁷³ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

⁷⁴ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

⁷⁵ Acadêmica do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros

⁷⁶ Professor da Universidade Estadual de Montes Claros, Mestre em Administração pela UFMG.

O hospital, conforme a Organização Panamericana da Saúde [1] deve ser entendido como um estabelecimento com pessoal médico, instalações permanentes e serviços médicos que incluem assistência e cuidados contínuos, com a finalidade de proporcionar diagnóstico e tratamento aos pacientes, com critérios para maximização dos recursos e planejamento na utilização desses recursos.

Atendendo a necessidade de planejamento dos recursos hospitalares se faz necessária a gestão hospitalar, e para sua eficiência e eficácia segundo Drucker [2] são necessários indicadores que estejam estreitamente ligados à produtividade dos hospitais, pois, são considerados mais produtivos, aqueles hospitais que apresentam menor tempo médio de permanência, menor índice de intervalo de substituição e menor taxa de ocupação, conforme Alves [3] e Zucchi e Bittar [4].

Diante do exposto, é válido ressaltar o gerenciamento de leitos que é responsável por abranger desde o desenvolvimento de sistemas de informação de monitoramento e planejamento da ocupação hospitalar à elaboração de processos operacionais de admissão e alta [5]. Dentro do hospital quando não ocorre uma eficiente gestão de leitos podem acontecer problemas gravíssimos, como falta de leito e dificuldades de transferências dos pacientes; uma vez acontecendo a sua gestão eficiente traz benefícios como diminuição de cirurgias canceladas, giros mais rápidos de leitos, o que proporciona atender um número maior de pacientes.

Com isso o objetivo deste estudo é analisar o tempo médio de permanência dos pacientes das principais clínicas existentes nos hospitais localizados na cidade de Montes Claros e comparar com o tempo médio do estado de Minas Gerais, a fim de verificar a redução do potencial de atendimento das clínicas quando o tempo de permanência nos leitos ultrapassa o estabelecido.

O presente artigo está estruturado em mais quatro seções, além desta introdução. A próxima seção contextualiza as abordagens teóricas que fundamentam o estudo, na segunda apresenta-se a metodologia utilizada para coleta e análise de dados; na terceira apresentam-se os resultados obtidos e a discussão baseada nas abordagens bibliográficas e por fim as considerações finais.

7. REFERENCIAL TEÓRICO

7.1. Hospitais: Breve Histórico

A palavra hospital é de origem latina (*hospitalis*) e relativamente recente. Vem de *hospes*, hóspedes, pois antigamente, nas casas de assistência eram recebidos peregrinos, pobres e enfermos [6]. Deste radical, derivam *hospitium*, que deu origem ao termo hospício, palavra consagrada para designar os estabelecimentos ocupados permanentemente por enfermos pobres, incuráveis e insanos; *hospital*, que são as casas reservadas para tratamento temporário de enfermos; e *hotel*, termo de acepção conhecida e universal para designar a hospedagem, abrigo de pessoas não enfermas por tempo determinado.

De acordo com a Divisão Geral de Estatísticas do Departamento de Estudos e Planejamento de Saúde [6], o hospital é um estabelecimento de saúde, dotado de capacidade de internamento, de ambulatório (consulta e urgência) e de meios de diagnóstico e terapêutica. Tem o objetivo de prestar à população assistência médica curativa e de reabilitação, competindo-lhe também colaborar na prevenção da doença, no ensino e na investigação científica.

Conforme o Ministério da Saúde [7], o hospital tem sua origem em época muito anterior à era cristã, ainda que o cristianismo tenha impulsionado e desvendado novos horizontes aos serviços de assistência, sob as mais variadas formas. Na Babilônia, por exemplo, a prática da medicina se iniciou no mercado, este era o hospital daquela época. O Museu Britânico conserva vários textos médicos e paramédicos dos tempos assírio-babilônios, oferecendo documentos sobre a atividade médica na Mesopotâmia, desde três mil anos antes de Cristo. A maioria dessas peças (textos), é oriunda da Biblioteca de Nínive.

Segundo Almeida [8], o primeiro hospital do continente americano foi fundado em Cortez, em 1524, na cidade do México. No Brasil, o hospital mais antigo é a Santa Casa de Santos, fundada por Braz Cubas em 1543.

O ciclo de desenvolvimento deste setor do domínio médico e social, embora considerado como tendo corrido parêntese com o progresso da Medicina e com a própria marcha da civilização, encerra fases áureas e períodos negros; evolução e paradas, e até involuções repetidas, em vários países e em todos os tempos. Motivos políticos e de religiões, e preconceitos antigos, tiveram decisiva influência nesses avanços e recuos na vida do hospital, como instituição, mesmo nos tempos mais modernos [8] (p. 64).

No início do século XX era possível encontrar no Rio de Janeiro basicamente três tipos de acomodações hospitalares: as Casas de Saúde (consideradas de luxo); a hospitalização fornecida pelas Sociedades Benéficas e ordens Terceiras (módica); e aquelas oferecidas pelas Santas Casas de Misericórdia (gratuita). E ainda segundo Almeida, desde essa época, os pacientes atendidos nas Santas Casas de Misericórdia encontravam-se em precárias condições de asseio. São apresentadas também deficiências no que diz respeito à administração

hospitalar, que foi pautada no autodidatismo, sendo um cargo de confiança e não de especialização o de provedor de um hospital.

A partir do século XX é que houve uma verdadeira modernização do ambiente hospitalar. Este tornou-se um espaço de tecnológico, voltado para a pesquisa e busca não só da cura de doenças, mas também de mecanismos para sua prevenção, o que foi possível também através da criação dos hospitais universitários.

Os hospitais universitários (HUs) são conhecidos por contemplarem tripla missão: ensino, pesquisa e assistência. Essa propósito é defendido e reconhecido pelo MEC, um dos órgãos reguladores e mantenedores dos HUs no Brasil e traz a seguinte definição:

Os hospitais universitários são centros de formação de recursos humanos e de desenvolvimento de tecnologias na área de saúde. A efetiva prestação de serviços à população possibilita o aprimoramento constante do atendimento e a elaboração de protocolos técnicos para diversas patologias. Isso garante maiores padrões de eficiência à disposição do Sistema Único de Saúde (SUS). Além disso, os programas de educação continuada oferecem oportunidade de atualização técnica aos profissionais de todo o sistema de saúde [9].

O surgimento dos primeiros hospitais universitários (HU) deu-se após recomendações do relatório Flexner [10]. O relatório propunha algumas recomendações que visavam não somente uma mudança curricular, mas também mudanças estruturais, como a construção de um hospital próprio e a integração da missão pesquisa às missões tradicionais de ensino e assistência. Tal integração passou a ser um requisito para o credenciamento e a avaliação dessas instituições naqueles países [11].

No Brasil, o primeiro hospital-escola próprio que se tem registro foi o Hospital São Vicente de Paulo, na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais. A partir da segunda metade do século XX, dezenas de outros hospitais-escola vinculados às universidades foram fundados por todo o país. Segundo Machado e Kuchenbecker [12], esse segmento hospitalar apesar de representar uma fração reduzida, em termos de atendimento, eles representam uma fração significativa, principalmente no que tange à oferta de serviços de alta complexidade.

É válido ainda ressaltar que a maioria dos hospitais universitários são instituições públicas, mantidos através de fundos públicos e estão integrados no Sistema Único de Saúde (SUS). Eles possuem custos mais elevados do que os hospitais não universitários, porque incorporam ensino, pesquisa e assistência social [13,14], e ainda assim, precisam ser competitivos no mercado.

7.2. Classificação dos Hospitais

Os hospitais podem ser classificados quanto ao tipo de assistência ou quanto a sua finalidade. Segundo o Portal da Educação [15], as instituições podem ser de ordem Geral, quando assiste pacientes de várias especialidades, tanto clínicas quanto cirúrgicas, podendo ser limitados a grupos etários (como os infantis ou geriátricos) ou grupos da comunidade (militar), ou ainda apresentar uma finalidade específica (hospital de ensino); ou de ordem Especializada, quando assiste predominantemente pacientes com alguma patologia (doença) específica, entre eles estão os psiquiátricos, câncer, HIV, de órgãos, entre outros.

Ao considerar as entidades mantedoras ou o tipo de administração do hospital, os hospitais podem ser classificados como: público ou particular. O Portal da Educação [15] define os hospitais públicos como administrado por entidade governamental municipal, estadual ou federal, e o hospital particular é definido como pertencente à pessoa jurídica de direito privado. Quanto ao porte, a instituição pode ser denominada como: Pequeno: tem capacidade menor ou igual a 50 leitos; Médio: possui de 51 a 150 leitos; Grande: oferece de 151 até 500 leitos; e Porte especial ou extra: dispõe de quantidade superior a 500 leitos.

Segundo o Portal da Educação [15], os hospitais também podem ser classificados de acordo com o seu objetivo financeiro:

- **Não lucrativo:** seus gestores não recebem remuneração ou benefícios, não visa ao lucro, mas se houver, reverte-o em projetos, manutenção e desenvolvimento; no caso de extinção, seu patrimônio é doado à outra instituição de mesmo objetivo social;
- **Filantrópico:** entidade particular e não lucrativa, que destina uma percentagem de seus rendimentos para assistência gratuita a pacientes sem recursos ou cobertura de saúde;
- **Benéfico:** associação particular e não lucrativa voltada à assistência de grupos específicos e se mantém de contribuições de associados e de usuários; ou Lucrativo: particular, objetiva lucro, compensa o emprego de seu capital com distribuição de dividendos.

Uma classificação mais recente classifica os hospitais quanto à forma ou período de internação em: Hospital de internação integral, parcial ou de longa permanência. Os hospitais de internação integral são também conhecidos

como hospital de base, o indivíduo é internado, realiza os procedimentos e recuperação sem sair do interior da instituição, até receber alta pelo médico. Já os Hospitais de internação parcial são denominados como hospital dia (HD), em que o paciente recebe assistência no período diurno, com uma facilidade de acesso e saída. Já os Hospitais com internação de longa permanência são aqueles que a média de permanência excede 60 dias, particularmente se refere a hospitais psiquiátricos e de características semelhantes.

7.3. Gestão de Leitos

Os indicadores de produtividade na gestão de leitos são utilizados internacionalmente. Em sua forma mais simples incluem a média de permanência, a taxa de ocupação e o intervalo de substituição.

Esses indicadores são de fundamental importância para gestão de leitos, uma vez que através deles é possível se chegar a uma gestão eficiente de leitos; diminuindo a frequência de cirurgias canceladas, giro mais rápido de leitos, a média de permanência ficará em padrões aceitáveis, considerando cada diagnóstico e a taxa de ocupação dentro das metas estipuladas pela organização. Bittar [16] afirma ser mais produtivo o hospital que apresente menor tempo de média de permanência, maior índice de renovação ou giro de leito e menor intervalo de substituição.

Portanto, são necessárias novas soluções para combater a falta de leitos para atender a pacientes. O fluxo de leitos hospitalares não sendo adequado afeta a taxa de transferência externa dos pacientes nos hospitais, além de poder dificultar a transferência interna [17].

Na rotina dos hospitais pode-se observar que para a ocupação de um novo paciente no leito é necessária a realização de muitas atividades que podem variar de hospital para hospital, entre elas estão: alta médica, alta no sistema, impressão de todos os exames realizados para entrega para o paciente, visto que a rotina é devolver exames realizados durante a internação, orientação de alta pela enfermagem, desocupação de leito, limpeza terminal, desinfecção do leito, aviso em sistema de liberação de leito. Nesse sentido, o gerenciamento de sua utilização tornou-se questão central em organizações de saúde.

No Quadro 1 são apresentadas algumas etapas fundamentais na implantação da gestão de leitos, para que seja feita uma gestão eficiente dos leitos hospitalares.

Quadro 1: Etapas para implantação da gestão de leitos.

Etapas	Comentários
Definir sistemática para implantação da Gestão de Leitos	Criar critérios para desocupação dos leitos das internações eletivas, assim como das internações não programadas (solicitadas pelo Pronto Atendimento ou transferências de outras instituições).
Estabelecer interfaces e Integração com as áreas.	Algumas instituições criam um setor para gerenciamento de leitos, outras atribuem esta tarefa ao setor de internação e admissão.
Gerenciar os tempos de todas as etapas	Antes de definir as metas a serem atingidas, alguns “tempos” devem ser monitorados, tais como: tempo médio de internação, tempo de alta, tempo de liberação do leito para higienização, tempo médio de higienização e composição do leito. Baseado nestes dados o gestor do processo terá um pré-diagnóstico para identificar os focos prioritários de atuação.
Utilizar Sistema/Software	A utilização de um sistema eletrônico pode ser um grande facilitador do processo de gerenciamento de leitos, uma vez que todos os tempos de todas as etapas poderão ser acompanhados de forma simultânea e eficaz.
Definir indicadores	Definir quais indicadores serão utilizados para o acompanhamento das ações e processos estabelecidos é fundamental para identificar seu impacto. Exemplos de indicadores: tempo médio de higienização; tempo médio para internação; tempo médio de alta até liberação do leito; taxa de altas prescritas até 09 ou 10 horas da manhã, entre outros.

Fonte: Adaptado de Falcão, Repto e Gelonesi [18]

A gestão dos leitos envolve processos estratégicos, e que, para sua gestão são necessários conhecimentos que vão além das rotinas administrativas, devido as dificuldades encontradas nessa gestão. A

dificuldade de acesso ao sistema, tempo de espera nas consultas, tempo de espera nos serviços de emergência, falhas estruturais caracterizadas pela falta de leitos, falhas de gestão identificadas por lacunas na previsão de leitos para internação de emergência, falha na análise de sazonalidade, falhas de comunicação entre a equipe multiprofissional na previsão de alta e alta tardia, podem caracterizar a ineficiência da saúde [19]

7.4. Classificação das Clínicas

De acordo com o Portal da Educação [15], a Clínica Médica pode ser classificada como um setor hospitalar onde acontece o atendimento integral do indivíduo com idade superior a 12 anos que se encontra em estado crítico ou semi-crítico, que não são provenientes de tratamento cirúrgico e ainda àqueles que estão hemodinamicamente estáveis, neste setor é prestada assistência integral de enfermagem aos pacientes de média complexidade.

Segundo Hildebrandt [20] a Clínica Psiquiátrica pode ser definida como sendo um espaço estruturado e independente, destinado a receber pessoas com transtornos mentais. Em um hospital geral, ela está localizada na própria instituição ou anexa a esta.

A Clínica de Obstetrícia pode ser definida, de acordo com o Guia do Estudante [21] como:

É o conjunto de técnicas e conhecimentos empregados no cuidado de gestantes, parturientes, recém-nascidos e seus familiares. O objetivo é garantir a normalidade no nascimento das crianças e a qualidade de vida da mulher. Obstetizes atendem às gestantes e, depois, às mães e aos recém-nascidos, durante o período neonatal – os primeiros 28 dias de vida. Atuam em postos e unidades básicas de saúde, hospitais, maternidades, casas de parto e clínicas, tanto do setor privado como do público. Estes profissionais estão habilitados a realizar parto normal com uma equipe médica ou mesmo sozinhos.

Pedro de Alcântara [22] define a Clínica Pediátrica como atividade a assistência ao ser humano até a adolescência, prazo suficientemente longo para a ação dos mais variados agentes morbígenos. Não há, praticamente, agente morbígeno que não aja nesse período de vida, inclusive os degenerativos.

A Clínica Cirúrgica, de acordo com o Ministério da Saúde [23] é o conjunto de elementos destinados às atividades cirúrgicas, bem como à recuperação pós anestésica ou pós operatória imediata.

A Info Escola classifica a Clínica Pneumológica como a especialidade da Medicina que estuda e investiga doenças relacionadas com o mecanismo do aparelho respiratório, e toda sua estrutura, incluindo, pulmões (direito e esquerdo), traquéia e brônquios (direito e esquerdo).

7.5. Eficiência e Eficácia

Segundo Maximiano [24] (p. 115), “eficiência realiza tarefas de maneira inteligente, com o mínimo de esforço e com o melhor aproveitamento possível dos recursos [...] eficácia é o conceito de desempenho que se relaciona com os objetivos e resultados”.

Em serviços de saúde a eficiência é a medida do custo com o qual uma dada melhoria na saúde é alcançada. Se duas estratégias de cuidado são igualmente eficazes e efetivas, a mais eficiente é a de menor custo. Eficiência está interessada na relação entre os custos utilizados (inputs), como custos (na forma de trabalho, capital e equipamentos), e os resultados intermediários (número de indivíduos tratados, tempo de espera, por exemplo) ou ainda nos resultados finais [25,26].

Uma organização pode ser considerada tecnicamente eficiente se ela produzir a quantidade máxima de saídas (outputs) para um nível fixo de entradas (inputs), ou, alternativamente, utiliza o mínimo de recursos para produzir um dado nível de saídas [27].

A eficácia conforme Lobo [28] é considerada como um dos sete principais componentes de controle dos serviços de saúde e esse controle é medido através de “indicadores”, sendo alvo dessa medição os resultados, processos e a estrutura necessária ou utilizada. Para a OMS “indicadores são marcadores da situação da saúde, performance de serviço ou disponibilidade de recursos definidos para permitir a monitorização de objetivos, alvos e performances” [29] (p.91).

8. METODOLOGIA

Os dados coletados para realização dessa pesquisa são referentes ao número de pacientes-dia nos leitos de cada Clínica, em determinado período, bem como o número total de saídas dos leitos de cada clínica médica, no mesmo período.

Pacientes-dia em leitos de clínica é a unidade de medida que representa a assistência prestada a um paciente internado durante um dia no hospital em leitos de uma determinada clínica. O número de pacientes-dia corresponde ao volume de pacientes que estão pernoitando no hospital, em leitos de clínica, em cada dia. O número de pacientes-dia no período analisado será o somatório de pacientes-dia de cada dia desse mesmo período. Saídas totais dos leitos de clínica é o somatório do número de transferências internas e externas, encerramento, alta e óbito, excluindo as permanências.

Foram coletados os dados gerais referente à cidade de Montes Claros e ao estado de Minas Gerais. Também foram coletados dados específicos de quatro hospitais da cidade de Montes Claros, com o fim de analisar comparativamente em relação aos dados gerais de Montes Claros e de Minas Gerais. Todos os dados foram fornecidos pela Secretaria de Saúde do Estado de Minas Gerais (SES-MG), que utilizou como fonte o SIH/DATASUS através do Sistema de Informações TabWin.

A coleta foi estruturada da seguinte forma: no numerador, a permanência total nos leitos de clínica e no denominador, o total de saídas nos leitos de clínica. Para o numerador foram utilizados os seguintes filtros: na linha, Hospital (CNES); na coluna, Leito/Especialidades; no incremento, permanência; nos arquivos, os meses compreendidos no período em análise; nas seleções disponíveis, o hospital de interesse e a especialidade do leito de interesse. Para o denominador, os filtros utilizados foram: na linha, Hospital (CNES); na coluna, Leito/Especialidades; no incremento, frequência; nos arquivos, os meses compreendidos no período em análise; nas seleções disponíveis, o motivo de saída/permanência (selecionando apenas as opções relacionadas às saídas), o hospital de interesse e a especialidade do leito de interesse.

Os Hospitais foram escolhidos para a coleta de dados conforme sua importância e na cidade e na região e a sua capacidade de atendimento, de forma que todos estão classificados entre médio e grande porte. Serão tratados como HA, HB, HC e HD, respectivamente. As clínicas selecionadas foram Cirurgia, Obstetrícia, Clínica, Psiquiatria, Pneumologia Sanitária e Pediatria.

O indicador utilizado para a pesquisa foi o tempo médio de permanência nos leitos de clínica médica, que representa o tempo, em dias, que os pacientes permanecem internados no hospital em leitos de clínica médica.

Após a exportação dos dados mencionados, foi feito o cálculo desse indicador da seguinte forma:

$$\frac{\text{Total de pacientes – dia nos leitos de clínica, no período}}{\text{Total de saída dos leitos de clínica, no mesmo período}}$$

O cálculo realizado para comparar as clínicas de cada hospital com MOC foi:

$$\% = \frac{(\text{Média do Hospital X} - \text{Média de MOC})}{\text{Média de MOC}}$$

Já para comparar MOC com MG, será:

$$\% = \frac{(\text{Média de MOC} - \text{Médias de MG})}{\text{Média de MG}}$$

Para referência, foram utilizados os dados dos anos de 2015, 2016 e 2017 (até setembro), sendo que os dados de 2017 são relativos aos meses de Janeiro a Setembro, conforme disponibilidade do sistema

9. DISCUSSÃO E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O Hospital A (HA) é o mais antigo da cidade, tendo sido fundado em 1871, e o maior Hospital do Norte de Minas. Trata-se de um **hospital filantrópico**, em que 80% dos seus 392 leitos são destinados ao SUS. O Hospital B (HB) foi criado em 1987 e também é uma entidade **filantrópica**, mantida por uma fundação. Esse hospital também tem 80% da sua atenção voltada para o atendimento de pacientes do SUS e possui 214 leitos ativos. O Hospital C (HC) é uma fundação, entidade civil, filantrópica e beneficente, criada em 1995. Possui 117 leitos, dos quais 77% são destinados ao atendimento de pacientes do SUS, com foco maior na Oncologia e Nefrologia. O Hospital D (HD) é o único **hospital público**, dentre os estudados, ou seja, seus atendimentos são 100% destinados aos pacientes do SUS. É classificado como Hospital de Ensino desde 2005 e possui 172 leitos hospitalares.

As Tabelas 1, 2 e 3 apresentam os dados coletados nos anos de 2015, 2016 e 2017, respectivamente. Note-se que, para o ano de 2017, foram considerados os dados até o mês de setembro desse ano, uma vez que à época da coleta, a SES-MG só havia publicado esses dados até o mencionado mês. Os espaços em branco significam a ausência de determinada clínica no hospital à época pesquisada.

Tabela 1 – Tempos médios de permanência em 2015

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	6,002	7,047	6,845	5,039	5,378	4,068
Obstétricos	2,205	2,115	1,857		2,416	2,174
Clínico	8,254	8,518	9,057	6,486	12,447	6,584

Psiquiatria	18,701				18,701	44,395
Pneumologia Sanitária	15,974				15,974	27,639
Pediátricos	10,515	9,946	4,472		11,649	6,513
Total	6,350	6,244	7,583	5,690	6,995	5,580

Fonte: SIH/ DATASUS, 2017

Tabela 2 – Tempos médios de permanência em 2016

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	5,730	6,390	5,339	5,508	4,975	4,150
Obstétricos	2,283	2,084			2,689	2,204
Clínico	8,185	8,228	9,567	6,584	12,281	6,636
Psiquiatria	15,711				15,711	42,381
Pneumologia Sanitária	11,429				11,429	21,585
Pediátricos	9,111	8,558	3,788		10,006	6,584
Total	6,189	5,856	7,184	6,049	6,685	5,611

Fonte: SIH/ DATASUS, 2017

Tabela 3 – Tempos médios de permanência em 2017 (até setembro)

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	5,836	7,036	4,155	4,920	6,653	4,121
Obstétricos	2,312	2,094			2,765	2,221
Clínico	8,772	9,816	10,164	5,883	12,484	6,751
Psiquiatria	15,222				15,222	41,140
Pneumologia Sanitária	15,188				15,188	23,437
Pediátricos	9,886	10,893			8,511	6,750
Total	6,470	6,619	6,870	5,301	7,114	5,549

Fonte: SIH/ DATASUS, 2017

É válido mencionar que, como os dados coletados são referentes ao tempo de permanência médio em cada uma das clínicas, quanto menor o tempo, melhor o desempenho do hospital. São estabelecidas metas de permanência máxima pelo poder público e, a partir do atingimento ou não dessas metas, que serão feitos os repasses financeiros. Esse controle é feito através de uma escala de pontos e é um dos componentes da avaliação do hospital como um todo. Se o tempo médio de permanência for menor que oito dias, a instituição recebe 10 pontos; se o tempo for maior ou igual a oito dias e menor que 11 dias, recebe 8 pontos; sendo maior ou igual a 11 dias e menor que 14 dias, 4 pontos; se maior ou igual a catorze dias, zero ponto.

Assim sendo, para as futuras comparações, os hospitais que apresentarem porcentagem negativa em relação ao outro têm um menor tempo médio de permanência, o que é positivo para o mesmo. Antes de realizar as comparações, já é possível, através da análise das Tabelas 1, 2 e 3, identificar uma discrepância entre os das clínicas de psiquiatria e pneumologia sanitária. Tais clínicas apresentam tempos médios de permanência maiores que as demais devido à complexidade dos pacientes tratados nas mesmas. Tal característica pode influenciar na média do tempo geral dos hospitais que dispõe desses serviços.

Em relação às comparações, as mesmas foram feitas entre as médias de todos os hospitais com as médias de Montes Claros (MOC) e de MOC com Minas Gerais (MG). Apresenta-se a Tabela 4, que contém a análise referente ao ano de 2015:

Tabela 4 – Comparativo 2015

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	6,002	17,41%	14,04%	-16,05%	-10,41%	47,55%
Obstétricos	2,205	-4,10%	-15,78%		9,57%	1,44%
Clínico	8,254	3,19%	9,72%	-21,42%	50,79%	25,37%
Psiquiatria	18,701				0,00%	-57,88%
Pneumologia Sanitária	15,974				0,00%	-42,20%
Pediátricos	10,515	-5,41%	-57,47%		10,79%	61,45%
Total	6,350	-1,67%	19,42%	-10,40%	10,15%	13,81%

Fonte: elaborada pelos autores.

Através da análise da Tabela 4, pode-se concluir que, quanto às clínicas cirúrgicas, os hospitais A e B apresentam tempos superiores aos de MOC em 17,41% e 14,04%, respectivamente. Enquanto os hospitais C e D apresentam tempos inferiores. Ao se comparar MOC com MG, tem-se que o tempo médio de MOC é 47,55% superior.

Em relação às clínicas obstétricas, os hospitais A e B apresentam tempo menor que o de MOC, enquanto o D tem um tempo 9,57% superior. Sendo que MOC está 1,44% a cima de Minas Gerais. O hospital C não foi mencionado por não possuir essa clínica.

Analisando as clínicas de psiquiatria, nota-se que ela se encontra apenas no hospital D, sendo que sua média é igual à de MOC e esta, por sua vez, apresenta tempo 57,88% inferior ao de Minas Gerais.

O mesmo cenário das psiquiátricas, ocorre com as de Pneumologia Sanitária, apenas o hospital D dispõe da mesma e seu tempo é igual ao de MOC, sendo que esse tempo é 42,20% menor que o de MG.

Quanto as clínicas pediátricas, o hospital C não apresenta a mesma. Dentre os restante, apenas o D apresenta tempo superior ao de MOC (10,79%). Sendo que quanto à essa clínica, MOC apresenta um tempo 61,45% superior ao de Minas Gerais.

No cenário geral, os hospitais B e D apresentam tempos superiores ao de MOC em 19,42% e 10,15%, respectivamente, o restante apresenta tempo menor. E na análise geral, MOC está com tempo 13,81% superior ao de Minas Gerais.

Quanto ao ano de 2016, tem-se a Tabela 5:

Tabela 5 – Comparativo 2016

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	5,730	11,51%	-6,83%	-3,88%	-13,17%	38,09%
Obstétricos	2,283	-8,72%			17,81%	3,55%
Clínico	8,185	0,53%	16,89%	-19,56%	50,05%	23,34%
Psiquiatria	15,711				0,00%	-62,93%
Pneumologia Sanitária	11,429				0,00%	-47,05%
Pediátricos	9,111	-6,06%	-58,42%		9,82%	38,38%
Total	6,189	-5,38%	16,08%	-2,25%	8,02%	10,29%

Fonte: elaborada pelos autores.

Nota-se que, no que diz respeito ao hospital A, ele apresenta, em relação à MOC, tempo inferior nas clínicas obstétricas, pediátricas e no tempo geral. Apresentando tempo superior nas clínicas de cirurgia (11,51%) e Clínica (0,53%). Não apresentando clínica de psiquiatria e pneumologia para comparar.

No que concerne ao hospital B, os tempos são melhores nas clínicas cirúrgicas e pediátricas. Sendo maiores no clínico e tempo geral de, respectivamente, 16,89% e 16,08%. No tempo médio total ele se encontra 16,08% pior que MOC e não apresenta a clínica obstétrica, psiquiátrica e de pneumologia para avaliar.

Ao analisar o hospital C, percebe-se que todas as suas clínicas (cirúrgica e Clínica) apresentam um tempo médio de permanência menor ao se comparar com MOC, inclusive o tempo médio geral.

Já ao analisar o D, verifica-se que ele se encontra, em relação à MOC, mais eficiente apenas quanto se trata da clínica cirúrgica, em igualdade na psiquiátrica e de pneumologia, ficando com tempo superior nas de obstetrícia (17,81%), clínica (50,05%) e pediátrica (9,82%), assim como no tempo médio geral, ficando superior à média de Montes Claros em 8,02%.

Comparando MOC com MG, tem-se que Montes Claros apresenta melhor desempenho apenas quanto se trata das clínicas de psiquiatria e pneumologia, apresentando tempo médio superior na cirúrgica (38,09%), obstétrica (3,55%), clínica (23,34%) e pediátrica (38,38%), assim como no tempo médio geral (10,29%).

Quando se trata do ano de 2017, os dados da Tabela 6 foram obtidos:

Tabela 6 – Comparativo 2017

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	5,836	20,56%	-28,81%	-15,71%	14,00%	41,64%
Obstétricos	2,312	-9,40%			19,60%	4,09%
Clínico	8,772	11,91%	15,87%	-32,93%	42,32%	29,93%
Psiquiatria	15,222				0,00%	-63,00%
Pneumologia Sanitária	15,188				0,00%	-35,20%
Pediátricos	9,886	10,19%			-13,90%	46,45%
Total	6,470	2,30%	6,18%	-18,08%	9,95%	16,61%

Fonte: elaborada pelos autores.

Analisando-se o último ano coletado, observa-se que o hospital A apresenta melhor desempenho apenas na clínica de obstetrícia, ficando com tempo médio maior na cirúrgica (20,26%), clínica (11,91%) e pediátrica (10,19%), assim como no tempo médio geral (2,30%). Não tendo as clínicas de psiquiatria e pneumologia para realizar comparações.

Já o B, não possui as clínicas obstétrica, psiquiátrica, de pneumologia e pediátrica para se comparar. Ao se analisar as clínicas que o mesmo dispõe, cirúrgica e clínica, tem-se um tempo melhor apenas quanto à primeira, enquanto à segunda e o tempo médio geral, ambos são superiores à MOC em, respectivamente 15,87% e 6,18%.

O cenário do hospital C é o mesmo que o B no que diz respeito às clínicas que o mesmo dispõe, porém, todos os tempos são melhores que os de MOC.

Analisando o D, percebe-se que ele apresenta resultado melhor apenas na clínica de pediatria e fica em igualdade nas de psiquiatria e pneumologia. Já na cirúrgica, obstétrica, clínica e tempo total, ele se encontra com tempo superior, respectivamente, de 14%, 19,6%, 42,32% e 9,95%.

Já MOC, em comparação com MG, apresentou melhor desempenho apenas nas clínicas de psiquiatria e pneumologia. Ficando com tempos médios superiores na clínica cirúrgica (41,64%), obstétrica (4,09%), clínica (29,93%), pediátrica (46,45%) e também no tempo médio total (16,61%).

Outra importante análise a ser feita é em relação à evolução dos tempos médios gerais de cada hospital, MOC e MG ao longo dos anos estudados com o intuito de se enxergar o desenvolvimento dos mesmos. Tal análise será feita em cima dos dados representados na Tabela 7.

Tabela 7 – Comparativo Geral

ANO	MOC	HA	HB	HC	HD	MG
2015	6,35	6,244	7,583	5,690	6,995	5,580
2016	6,19	5,856	7,184	6,049	6,685	5,611
2017	6,47	6,619	6,870	5,301	7,114	5,549
EVOLUÇÃO	1,85%	5,67%	-10,39%	-7,37%	1,68%	-0,56%

Fonte: elaborada pelos autores.

Pela Tabela 7, nota-se que, de 2015 para 2017, houve um aumento de 1,85% do tempo médio geral de permanência nos hospitais em MOC, sendo um dado negativo para à cidade, visto que os pacientes estão permanecendo mais tempo internados. Além disso, não seguiu a melhoria apresentada em Minas Gerais, visto que a mesma reduziu seu tempo em 0,56%.

Quando se trata da evolução do tempo médio geral de cada hospital ao longo dos anos estudados, fica claro que o hospital B foi o que apresentou o melhor desenvolvimento, reduzindo seu tempo médio em 10,39%, seguido pelo C que conseguiu uma melhora de 7,37%. Já os hospitais A e D, tiveram um aumento do tempo médio em, respectivamente, 5,67% e 1,68%.

Tendo como base que, segundo Maximiano [24], ser eficiente é realizar as tarefas com o menor esforço possível ao mesmo tempo em que se otimiza a utilização dos recursos, conclui-se que, analisando o ano de 2017, o hospital C é o que aparenta melhor utilizar seus recursos visto que apresenta o menor tempo médio de permanência (5,301) e, ao longo dos anos estudados, conseguiu reduzir o mesmo em 7,37%.

Analisando os demais hospitais no ano de 2017, temos que o B não apresenta um tempo tão diferente do A e D. Entretanto, ao contrário dos mesmos, conseguiu reduzir seu tempo em 10,39%, enquanto o A teve um aumento de 5,67% e o D de 1,68%.

Levando em consideração que a eficiência, em serviços de saúde pública, está interessada na relação dos custos existentes (forma de trabalho, equipamentos e etc) para se alcançar os resultados intermediários (número de indivíduos tratados, tempo de espera, etc) ou finais [25,26] o hospital C é o mais eficiente, seguido pelo A, B e D respectivamente.

É válido mencionar que o hospital D é um hospital de ensino. No qual os acadêmicos da Universidade a que ele está vinculado realizam suas atividades e estudos práticos, com foco na investigação. Assim, o maior tempo de permanência pode estar relacionado a este fato e não a uma má utilização dos recursos. Os pacientes permanecem mais tempo internados para fomentar o estudo e a prática dos acadêmicos.

Outra análise importante diz respeito à quantidade de pacientes que podem ser atendidos por leito nas clínicas exploradas no presente trabalho em cada Hospital da Cidade de Montes Claros, conforme os tempos médios de permanência. **Essa quantidade é obtida dividindo-se a quantidade de dias do ano pelo tempo médio de permanência.** A análise foi feita da seguinte forma: o hospital que obteve melhor desempenho foi comparado com os demais hospitais estudados, evidenciando-se a diferença de capacidade entre estes e aquele.

Tabela 8 – Quantidade média de pacientes por leito em 2015

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	60,81	51,80	53,32	72,44	67,70	89,73
Obstétricos	165,53	172,58	196,55		151,02	167,89
Clínico	44,22	42,85	40,30	56,25	29,25	55,44
Psiquiatria	19,52				19,52	8,22
Pneumologia Sanitária	22,85				22,85	13,21
Pediátricos	34,71	36,70	81,62		31,33	56,04

Fonte: elaborada pelos autores.

No ano de 2015, a clínica cirúrgica em Minas Gerais apresentou o maior resultado, tendo a capacidade de atender aproximadamente 90 pacientes/leito. O Hospital que mais se aproximou desse resultado, foi o Hospital C. Comparando-se aos outros hospitais, é possível afirmar que, em virtude dos maiores tempos médios de permanência, o HA apresenta potencial reduzido em cerca de 20 pacientes/leito, o HB, em 19 e o HD, em quase cinco pacientes/leito.

Na Clínica Obstétrica, o melhor resultado foi o do HB com potencial de atendimento de 196 pacientes/leito, aproximadamente. Assim, o HA apresentou uma capacidade de atendimento menor em cerca de 24 pacientes/leito e o HD, em 45. Em se tratando da Clínica, o melhor desempenho, foi do HC, apresentando o HA um potencial menor em 13 pacientes/leito, o HB, 16 pacientes e o HD, 27.

As clínicas de Psiquiatria e Pneumologia Sanitária existem somente no HD e apresentaram resultados melhores que a média de MG, ou seja, foram atendidos mais pacientes por leito que a média estadual.

Em se tratando da clínica Pediátrica, o melhor resultado foi do HB, com capacidade de atendimento de quase 82 pacientes/leito. Dessa forma, o HA pode atender 45 pacientes/leito a menos que o HB e o HD, 50 pacientes/leito a menos.

Tabela 9 – Quantidade média de pacientes por leito em 2016

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	63,70	57,12	68,37	66,27	73,37	87,95
Obstétricos	159,88	175,14			135,74	165,61
Clínico	44,59	44,36	38,15	55,44	29,72	55,00
Psiquiatria	23,23				23,23	8,61
Pneumologia Sanitária	31,94				31,94	16,91
Pediátricos	40,06	42,65	96,36		36,48	55,44

Fonte: Elaborada pelos autores.

No ano de 2016, a clínica cirúrgica em Minas Gerais apresentou o maior resultado, com capacidade de atender aproximadamente 88 pacientes/leito. O Hospital que mais se aproximou desse resultado, foi o Hospital D, com potencial de atendimento de 73,37 pacientes/leito. Comparando-se aos outros hospitais, é possível afirmar que, em virtude dos maiores tempos médios de permanência, o HA é capaz de atender 16 pacientes/leito a menos, o HB, cinco a menos e o HC, sete pacientes/leito a menos que o HD.

Na Clínica Obstétrica, o melhor resultado foi o do HA com possibilidade de atendimento de 175 pacientes/leito aproximadamente. Assim, o HD apresentou potencial menor em cerca de 39 pacientes/leito. Em se tratando da Clínica, o melhor desempenho, foi novamente do HC, apresentando o HA potencial de 11 pacientes/leito a menos, o HB, 17 pacientes/leito a menos e o HD, 26 pacientes/leito a menos.

As clínicas de Psiquiatria e Pneumologia Sanitária existem somente no HD e continuaram apresentando resultados melhores que a média de MG, ou seja, houve capacidade de atendimento de mais pacientes/leito que a média estadual.

Em se tratando da clínica Pediátrica, o melhor resultado foi mais uma vez do HB, podendo atender até 96 pacientes/leito. Dessa forma, o HA apresentou um capacidade menor em 54 pacientes/leito e o HD, em 60 pacientes/leito.

Tabela 10 – Quantidade média de pacientes por leito em 2017

CLÍNICAS	Montes Claros	HA	HB	HC	HD	Minas Gerais
Cirúrgico	62,54	51,88	87,85	74,19	64,87	88,57
Obstétricos	157,87	174,31			132,01	164,34
Clínico	41,61	37,18	35,91	62,58	29,24	54,07
Psiquiatria	23,98				23,98	8,87
Pneumologia Sanitária	24,03				24,03	15,57
Pediátricos	36,92	33,51			42,89	54,07

Fonte: Elaborada pelos autores.

No ano de 2017, a clínica cirúrgica em Minas Gerais apresentou o maior resultado, conseguindo uma capacidade de aproximadamente 88 pacientes/leito. No ano mencionado, o HB conseguiu chegar muito próximo à média estadual, com 87 atendimentos/leito possíveis. Comparando-se aos outros hospitais, é possível afirmar que, em virtude dos maiores tempos médios de permanência, o HA apresentou capacidade menor em 36 pacientes/leito, o HC, menor em 14 e o HD, menor em 23 pacientes/leito.

Na Clínica Obstétrica, o melhor resultado foi o do HA com capacidade de atendimento de 174 pacientes/leito aproximadamente, quantidade maior que a média estadual. Assim, o HD apresentou capacidade de atender 42 pacientes/leito a menos que o HA. Em se tratando da Clínica, o melhor desempenho, foi pelo terceiro ano do HC, possuindo o HA capacidade menor em 18 pacientes/leito, o HB, em 27 pacientes/leitos a menos e o HD, em 33 pacientes/leito a menos.

As clínicas de Psiquiatria e Pneumologia Sanitária existem somente no HD e continuaram apresentando resultados melhores que a média de MG, ou seja, foram atendidos mais pacientes/leito que a média estadual.

Em se tratando da clínica Pediátrica, o melhor resultado foi nesse ano do HD, podendo atender quase 43 pacientes/leito, ficando, no entanto, abaixo da média estadual. Dessa forma, no HA percebeu-se uma capacidade de nove pacientes/leito a menos que no HD.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Gestão de Leitos nos Hospitais mostra-se de suma importância, pois é através dela que serão atingidas a eficiência e a eficácia da organização hospitalar. Enquanto a eficiência diz respeito à realização das atividades de uma organização de forma a minimizar os seus custos, a eficácia propõe que, no hospital, de forma mais simplista, o paciente encontre a solução ou o tratamento eficaz de seu problema de saúde.

Nos hospitais estudados, essa gestão se mostra ainda mais necessária, pois além da essencialidade do serviço, a maior parte de suas atividades (entre 77% e 100%) são direcionadas ao atendimento de pacientes do SUS. Isso quer dizer que gerir bem os giros de pacientes e os seus tempos de permanência nos hospitais significa dar eficiência aos recursos públicos.

Durante a realização do estudo, foi possível perceber que, entre os hospitais que possuem as mesmas clínicas há uma disparidade tanto em relação aos tempos de permanência quanto à quantidade de pacientes atendidos por leito. Em alguns casos, para uma mesma clínica, há uma variação de aproximadamente sete dias no tempo em que os pacientes permanecem no hospital. Isso mostra que, anualmente, muitos pacientes deixam de ser atendidos devido à falta de eficiência na gestão de seus leitos.

Conforme os dados apresentados relativos aos anos de 2015, 2016 e 2017, é possível perceber que o HA procura se destacar no atendimento à Clínica Obstétrica, visto que, a partir de 2016, tem apresentado os melhores resultados para essa especialidade. O número de pacientes atendidos nele e no HD aumentou a partir do ano de 2016 também devido ao encerramento das atividades obstétricas no HB.

O HB, por sua vez, enquanto atendeu a pediatria, possuiu maior eficiência em seus resultados, devido ao maior giro de pacientes. Com o encerramento das atividades pediátricas em 2017, o HD passou a apresentar a melhor eficiência nessa clínica. Já o HC, apresentou maior eficiência nas Clínicas Cirúrgica e Médica no ano de 2015. Porém, nos anos de 2016 e 2017 manteve os seus bons resultados somente no que concerne à Clínica.

É significativo ressaltar que o hospital HD por se tratar de um hospital ensino o tempo de permanência dos pacientes nos leitos é maior pelo fato de demandar tempo para desenvolver pesquisas sobre as diversas patologias, atendendo a missão desses tipos de hospitais que é a pesquisa, ensino e assistência.

Outro ponto a ser levado em consideração é referente ao hospital HA, devido a complexidade dos seus procedimentos na clínica cirúrgica apresenta um tempo maior de permanência em comparação aos outros hospitais.

A pesquisa mostrou que, ao longo desses anos, cada hospital apresentou uma maior eficiência em determinada clínica, de forma não homogênea, o que mostra que a gestão dos leitos tem sido eficaz em clínicas específicas, apesar de se tratarem de hospitais gerais, de médio e grande porte.

A fim de fazer uma análise mais detalhada sobre a gestão de leitos fica sugerido como pesquisa futura: um estudo que abranja a quantidade de leitos disponíveis por clínica em cada hospital da cidade de Montes Claros.

Referências

- [1] ORGANIZACION PANAMERICANA DE LA SALUD. **Glosario de términos hospitalares**. Washington, 1973. (Publicações Científicas, 261).
- [2] DRUCKER, Peter. **Desafios Gerenciais para o Século XXI**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- [3] ALVES, A. **Financiamento e eficiência em dois hospitais provados filantrópicos paulistas**. Tese (Doutorado em Saúde Pública) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de Saúde Pública, São Paulo, 1997
- [4] ZUCCHI, P.; BITTAR, O. J. N. V. **Funcionários por leito: Estudo em alguns hospitais públicos e privados**. Revista de Administração em Saúde, 2002.
- [5] FARIA, Elizabeth de. **Nova abordagem de gerenciamento de leitos associada à agenda cirúrgica**. São Paulo, 2010.
- [7] MINISTÉRIO DA SAÚDE. **História e Evolução dos hospitais**. Rio de Janeiro, 1965. Disponível em http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/cd04_08.pdf. Acesso em 22/11/2017.
- [9] MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Hospitais universitários**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/hospitais-universitarios>. Acesso em: 26/11/2017.
- [10] FLEXNER, Abraham. **Medical education in the United States and Canada**. New York: Carnegie Foundation for The Advancement of Teaching, 1910.
- [11] RODRIGUES, Ricardo Donato. **Hospital universitário no Brasil contemporâneo: dilemas e perspectivas ante o processo de consolidação do SUS**. Tese (Doutorado) – Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 1999.
- [12] MACHADO, Sérgio P.; KUCHENBECKER, Ricardo. **Desafios e perspectivas futuras dos hospitais universitários no Brasil**. *Ciência e Saúde Coletiva*. v.12, n.4, p.871-877. 2007.
- [13] OLIVEIRA, F. B. D. **A crise e a busca de autonomia nas universidades federais brasileiras**. Revista de Administração Pública: Rio de Janeiro, v. 32, n. 3, p. 29-46, maio/jun. 2013.
- [14] PIZZINI, M. J. **The relation between cost-system design, managers' evaluations of the relevance and usefulness of cost data, and financial performance: an empirical study of US hospitals**. *Accounting, Organizations and Society: Oxford*, v. 31, n. 2, p. 179-210, Feb. 2006.
- [15] PORTAL DA EDUCAÇÃO. **Classificação dos Hospitais e Características dos seus Serviços**. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/turismo-e-hotelaria/classificacao-dos-hospitais-e-caracteristicas-de-seus-servicos/15665>. Acesso em 15/12/2017.
- [16] BITTAR, N.V.; OLIMPO, J. **Gestão de processos e certificação para qualidade em saúde**. In: Rev. Assoc. Med. Bras., v.46, n.1, Jan./Mar, 2000.
- [17] WINKELMANN, C.; FLESSA, S.; LEISTEN, R.; KRAMER, A. **Relevance of economic efficiency analysis of decentralized versus centralized reprocessing of patients' beds in a maximum-care hospital**. *Hygiene und Medizin*, v.33(6), 2008, p. 239-245.
- [18] FALCÃO, P; REPETTO, S.; GELONESI, A. P. **O Impacto do Gerenciamento de Leitos Baseado na Metodologia LeanSix Sigma**. *Anais Qualihosp*, 2015. Disponível em: <http://site.qualihosp.com.br/mac/upload/arquivo/QUALIHOSP_2015_COMPLETO_COM_LINK.pdf>. Acesso em 12.02.2018.
- [19] JONES, R. **Emergency admissions and hospital beds British**. *Journal of Healthcare Management*. v.15 (6), 2009, p. 289-296. Disponível em: <www.bjhcem.co.uk>. Acesso em: 02.02.18
- [20] HILDEBRANDT, L.M. et al. **A inserção da Psiquiatria no Hospital Geral**. *R. Gaúcha Enferm.*, Porto Alegre, v. 22, n.1, jan. 2001.
- [21] GUIA DO ESTUDANTE. **Obstetrícia**. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/obstetricia/>. Acesso em: 28/02/2018.
- [22] ALCANTARA, P. **A pediatria**. São Paulo, 1979. Disponível em: <http://www.sbp.com.br/imprensa/detalhe/nid/pediatria-doutrina-e-professor-pedro-de-alcantara/>. Acesso: 28/02/2018.
- [23] MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Conceitos e Definições em saúde**. Brasília, 1977. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/0117conceitos.pdf>.
- [24] MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Teoria Geral da Administração: da Revolução Urbana à Revolução Digital**. São Paulo: Atlas, 2007.
- [25] PALMER, S.; TORGERSON, D. J. (1999). **Definitions of Efficiency**. *British Medical Journal*, v. 319, n. 7191, p. 1136.
- [26] CUNHA, J. A. C. da (2011). **Avaliação de Desempenho e eficiência em organizações de Saúde: um estudo em hospitais filantrópicos**. (Tese de Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- [27] POLITELO, L.; RIGO, V. P.; HEIN, N. (2014). **Eficiência da aplicação de recursos no atendimento do Sistema Único de Saúde (SUS) nas Cidades de Santa Catarina**. *Revista de Gestão em Sistemas de Saúde RGSS*, vol. 3, n. 2, p. 45-60, doi: 10.5585/rgss.v3i2.105.
- [28] LOBO, M. S. C. **Aplicação da análise envoltória de dados (DEA) para apoio às políticas públicas de saúde: o caso dos hospitais de ensino**. 2010. 228f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro/RJ, 2010.
- [29] ALVES, V.L.S. **Gestão da qualidade: ferramentas utilizadas no contexto contemporâneo da saúde**. São Paulo: Martinari, 2009.

JOVENS NO MERCADO DE TRABALHO: COMPARAÇÃO DA MICRORREGIÃO DE GRÃO MOGOL COM O MUNICÍPIO DE MONTES CLAROS NO ANO DE 2016

Ana Cecília Santos Gonçalves
Josiane Rocha
Simone Viana Duarte.

Introdução

A introdução produtiva dos jovens consolida-se como um grande desafio. Trata-se de um público mais vulnerável, que enfrenta maiores dificuldades de inserção no mercado de trabalho e tende a encontrar ocupações mais precárias, situação agravada, em muitos países, pela baixa escolaridade e pela fragilidade da formação educacional de grande parte da população (ALMEIDA e GUIMARÃES, 2013)[1].

A inserção dos jovens brasileiros no mercado de trabalho vem recebendo uma nova atenção em estudos recentes e em propostas de organizações sociais, onde tem em comum a concepção das particularidades dos jovens em relação ao mercado de trabalho, em termos econômicos e ao mundo do trabalho, de forma mais ampla na cultura.

Este trabalho se justifica pela necessidade de analisar e entender como está a atual situação dos jovens no mercado de trabalho formal no município de Grão Mogol e o município de Montes Claros. As cidades foram escolhidas por não terem estudos referentes que analisam os municípios, logo optou-se por realizar o estudo nessas microrregiões pertencentes ao estado de Minas Gerais, Brasil.

O objetivo geral foi analisar o perfil predominante dos jovens no mercado de trabalho na microrregião de Grão Mogol e o município de Montes Claros no ano de 2016. E como específicos, verificar qual é a escolaridade, faixa salarial e o setor de atuação predominante, identificando qual o perfil que predomina nos jovens em sua participação no mercado de trabalho formal em Grão Mogol e Montes Claros.

Material e Métodos

Com o propósito de atingir o objetivo proposto no presente trabalho, foi empregada a pesquisa descritiva, tornando-se a mais adequada para descrever as variáveis: escolaridade, idade, remuneração e o setor de atuação do mercado de jovens em Grão Mogol e Montes Claros. Esse tipo de pesquisa tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Uma de suas especificidades está na aplicação de técnicas padronizadas de coletas de dados, como questionários e a observação sistemática (GIL, 2008)[2].

Esses dados foram obtidos pelo método de análise de dados secundários dos registros da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e o Instituto Brasileiro de geografia e Estatística (IBGE). Como método utilizou-se o estudo de caso. Os dados foram estruturados em tabelas e gráficos. E a porcentagem obtida foi através do total de 424 jovens (homens e mulheres) empregados no mercado formal no município de Grão Mogol no ano de 2016, com idades entre 18 e 29 anos, que foi considerado como 100%. No município de Montes Claros no mesmo período, o total de jovens empregados no mercado formal foi de 28.346 jovens (homens e mulheres) considerados como 100%.

Resultados da discussão

Com o desenvolvimento da pesquisa foi possível averiguar que o número de jovens trabalhadores formais cadastrados na microrregião de Grão Mogol no ano de 2016, representa (62,26%) do sexo masculino e (37,73%) do sexo feminino em um total de 424 jovens trabalhadores formais. Mostrando que a distância entre homens e mulheres é de 24,53%. No município de Montes Claros o sexo masculino representa (55,33%) e o feminino (44,66%) de um total de 28.346 jovens no mercado de trabalho formal. A distância entre os sexos é de 10,67%.

O setor que possui maior atuação em relação ao total de jovens em Grão Mogol é o setor de Serviços (42,45%), em dados brutos essa porcentagem representa 180 jovens trabalhadores. O setor de comércio é o segundo setor que mais emprega os jovens nessa região, cerca de 24,29% de jovens, em dados brutos essa porcentagem representa 103 jovens de um total de 424 jovens. Ao analisar o município de Montes Claros percebeu-se que o setor que mais emprega os jovens nessa região também é o setor de serviços 45,88%, em dados brutos essa porcentagem representa 13.006 jovens. O setor de comércio é o segundo setor que mais emprega, representa 34,35% e em dados brutos 9.737 jovens.

Em relação à escolaridade na microrregião de Grão Mogol percebeu que o percentual de jovens com ensino médio completo é de 47,16%, em seguida mostra que 16,50% têm apenas o fundamental completo. Permite observar ainda, que 8,72% têm o nível superior completo, mostrando que a qualificação dos jovens nessa região é baixa. A porcentagem de analfabetos é baixa, representa um jovem. No município de Montes Claros foi possível notar que o percentual de jovens que possuem o ensino médio completo é de 71,64% em seguida o superior incompleto 6,61% que mostra que os jovens estão cursando o ensino superior. O percentual de jovens com ensino superior completo chega a 10,27%. A porcentagem de jovens analfabetos é baixa e representa 35 jovens.

O estudo também mostrou que a faixa salarial predominante nos jovens empregados na microrregião de Grão Mogol foi 1,01 a 1,50 salários mínimos cerca de 48,11% jovens recebem entre essa faixa. A segunda faixa salarial que predomina é a de 0,51 a 1,00 salários mínimos onde 25,70% dos jovens recebem essa faixa. Em Montes Claros a faixa salarial que predomina entre os jovens também é entre 1,01 a 1,50 salários mínimos, cerca de 53,11% dos jovens recebem entre essa faixa. Em seguida a faixa salarial que se destaca é 1,51 a 2,00 salários mínimos, cerca de 15,73% dos jovens se encaixam nessa faixa.

Considerações finais

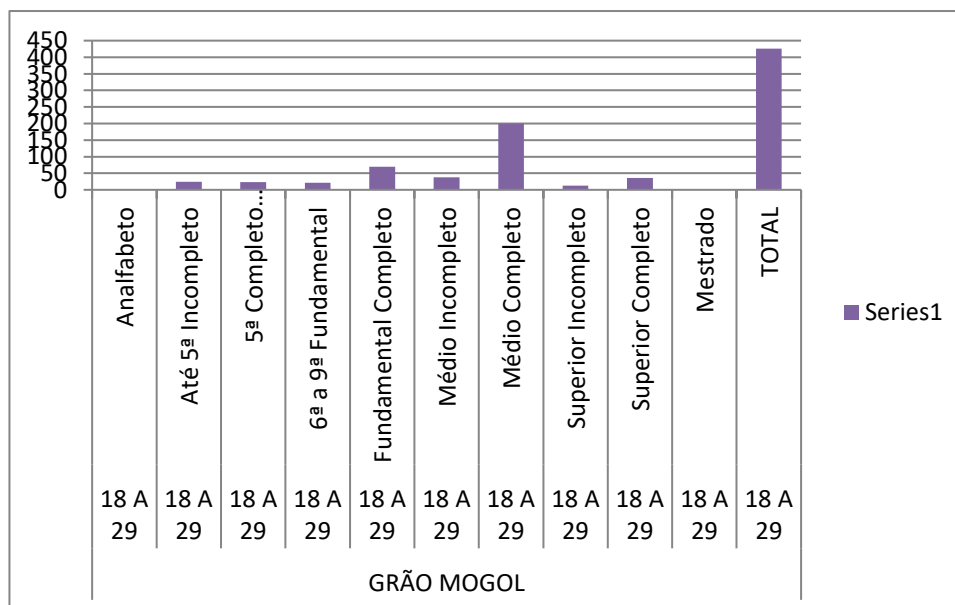
Conclui-se que apesar de ser municípios com características e número populacional sem comparação, o perfil de jovens trabalhadores nas duas regiões no ano de 2016 tem muita semelhança. E as políticas públicas devem atentar para manter essa mão de obra no município, através de incentivos e oportunidades.

Referencias bibliográficas

[1] ALMEIDA, Mariana Eugenio; GUIMARÃES, Alexandre Queiroz – Os jovens e o mercado de trabalho: evolução e desafios da política de emprego no Brasil – disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/temasadm/article/viewFile/6845/4926> acesso em 24/06/2018.

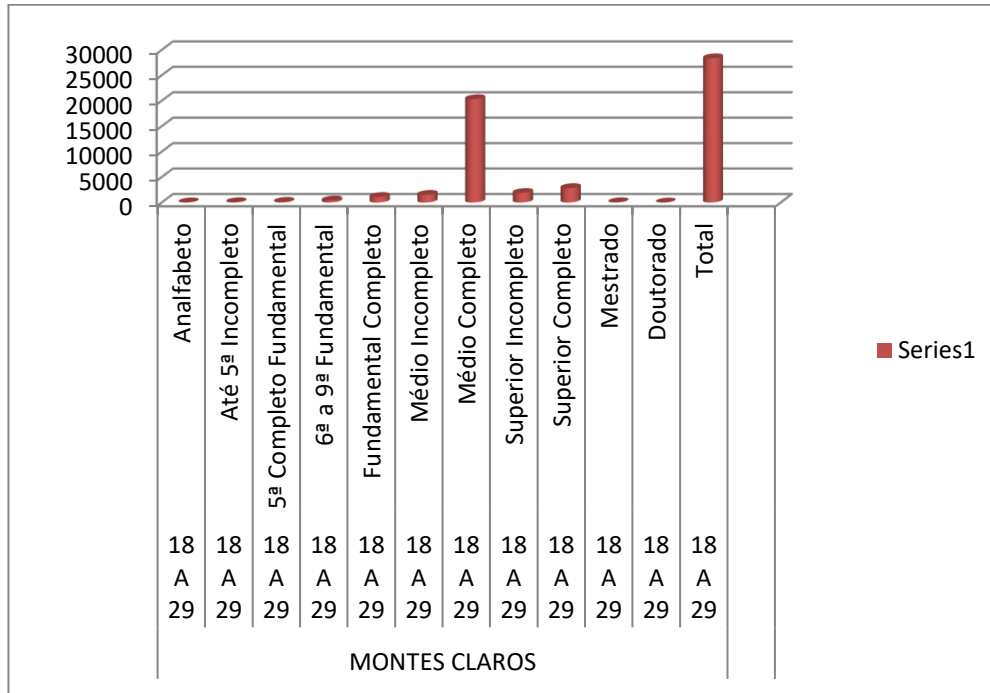
[2] GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6.ed. São Paulo. Atlas. 2008.

Gráfico 1: Participação dos jovens por escolaridade no município de Grão Mogol.



Fonte: RAIS 2017 - Elaborado pelos autores

Gráfico 2: Participação dos jovens por escolaridade no município de Montes Claros.



Fonte: RAIS 2017 - Elaborado pelos autores

MARKETING DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DA MARCA COCA-COLA BRASIL NO REPOSITÓRIO YOUTUBE

AMARAL, Viviane Pereira⁷⁷

FONSECA, Amanda Duarte⁷⁸

IVO, Naiara Vieira Silva⁷⁹

LIMA, Luciane Souza Cardoso⁸⁰

MAIA, Carlos Henrique Santana⁸¹

RIBEIRO, Maicon Douglas Santos⁸²

RESUMO: O presente artigo teve objetivo geral analisar como a marca Coca-Cola Brasil utiliza o marketing digital para comunicar suas campanhas no repositório *YouTube*. Ainda como objetivos específicos caracterizar a comunicação publicitária nos vídeos “Escolhas”, “Sua sede muda, a gente inova”, “Sedes I”, “As mulheres da Coca-Cola Brasil”; sob os critérios tipo e estratégia de comunicação, número de visualizações, estratégia e tipo de comunicação, família de emoções, assunto do vídeo, tempo de duração. Para tal finalidade, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, descritiva e exploratória, com abordagem quali-quantitativa. A unidade de análise foi à empresa Coca-Cola, cujos dados secundários foram coletados no canal oficial no *YouTube* da marca, sendo considerado o número de visualizações das publicidades lançadas entre os anos de 2015 à 2017. Os resultados foram alcançados de maneira satisfatória, isso porque os vídeos analisados apresentam as características, atributos e emoções que direcionam e atraem os consumidores fazendo das campanhas publicitárias online, grandes “cases” do marketing digital.

⁷⁷Estudante de Administração pela Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. Email: vivianeamaral12@gmail.com

⁷⁸ Estudante de Administração pela Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. Email: aman.daste@hotmail.com

⁷⁹ Mestre em Administração pela FEAD/BH. Professora na Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES e Faculdades Santo Agostinho - FASA. Email: naiara.ivo1@gmail.com.br

⁸⁰ Estudante em Administração pela Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. Email: lucianesouzac2@hotmail.com

⁸¹ Estudante em Administração pela Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. Email: hgmateus2@gmail.com

⁸² Estudante em Administração pela Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. Email: maicondouglas2010@gmail.com

INTRODUÇÃO

Cada vez mais o marketing tem se transformado devido ao avanço da tecnologia e do crescimento da internet. Assim sendo, o marketing digital ganha mais espaço, proporcionando uma interação melhor entre as empresas e os consumidores. Isso porque, a internet está cada vez mais presente nas residências brasileiras representando 54% do total. Esse percentual corresponde a 36,7 milhões das casas brasileiras e 107,9 milhões usuários de Internet, apontou a pesquisa TIC Domicílios (2016).

Diante desse cenário de adoção da internet como mídia e comunicação, negligenciar o poder desse recurso pode acarretar prejuízos reais às organizações. Nesse sentido, o presente estudo traz a seguinte questão norteadora “como a marca Coca-Cola Brasil utiliza o marketing digital para se comunicar com os consumidores?”

Este estudo teve como objetivo geral analisar como a marca Coca-Cola utiliza o marketing digital para comunicar com os consumidores. Para atingir esse objetivo, o estudo teve como objetivos específicos (1) como conceituar o repositório YouTube, (2) identificar características da comunicação publicitária nos vídeos “Escolhas”, “Sua sede muda, a gente inova”, “Sedes I”, “As mulheres da Coca-Cola Brasil” escolhidos a partir de ranking de visualizações no canal oficial da marca, no repositório YouTube e (3) mostrar a evolução da mídia tradicional até a digital.

Acredita-se que o marketing digital seja uma ferramenta muito eficiente que se utiliza de estratégias para a propagação de marcas no ambiente online, condição elementar que a destaca em relação às mídias tradicionais. São ações como divulgação de marcas, serviços e produtos que promovem conhecimento, entretenimento com o cliente. Dessa maneira, além de ampliar a fidelização por parte dos clientes, promove o crescimento da marca. Acredita-se que a influência do meio digital é fator preponderante para o crescimento e promoção da marca e seus produtos e serviços, com a exploração adequada, os objetivos corporativos e correspondentes às demandas do mercado.

Analisar a ação do marketing digital em empresas como a Coca-Cola, uma multinacional do segmento de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, revela que a adoção do ambiente virtual para o desenvolvimento das estratégias mercadológicas não é particular às grandes empresas, e sim, para todas elas, independentemente do segmento ou porte.

A Coca Cola foi a invenção de um líquido em meados do ano de 1886 que viria a se tornar a bebida gaseificada mais conhecida do mundo, afirma Standage (2005). Cerca 99,9% da

população mundial a conhece, e, dificilmente alguém nunca comprou. Com distribuição do Tocantins ao Timor Leste, a marca está em primeiro lugar no ranking de bebidas não alcoólicas.

Por mais que nos últimos anos, seja notável a mudança nos hábitos de consumo do brasileiro, uma vez que se interessam por mais conveniência e numa alimentação mais saudável, a marca Coca Cola se reinventa, e o resultado é um crescimento composto de 14% ao ano nos últimos cinco anos para as bebidas prontas para beber: sucos, néctares, refrescos, bebidas à base de soja, chás, mates e água de coco (ABIR, 2017). O entendimento do segmento em que atua, possibilita à marca agilidade e resposta convincente aos interesses do mercado, tudo isso, pautado por uma comunicação persuasiva, especialmente, no ambiente online.

A comunicação publicitária voltada aos meios online possui características (CHURCHILL E PETER, 2012) e atributos (TORRES, 2009), que direcionam e atraem os consumidores por meio de emoções (BATEY, 2010) e valores culturais, transformando as mensagens publicitárias online em significativos cases do marketing digital, verdadeiros ícones de comunicação aplicada com assertividade, representados quantitativamente pelo número de visualizações, dados em menor tempo de veiculação.

Neste estudo, optou-se repositório pelo *YouTube*, considerado uma mídia digital e social. Este canal, literalmente, criou uma nova possibilidade de comunicação entre empresas e consumidores, permitindo a veiculação de vídeos na internet. Favorecendo o fortalecimento das marcas e estreitando o relacionamento com o público alvo, uma vez que o canal permite engajamento do consumidor (TORRES, 2009).

Apresentam-se como objeto de análise, as publicidades da marca Coca Cola, publicadas em 2017 e até fevereiro/2018 no repositório *YouTube*. Para melhorare al (2005) dados secundários definem quaisquer dados que já foram coletados para outros propósitos além do problema levantado. Dessa forma, utilizou-se YouTube para seleção de 4 vídeos para análise dessa pesquisa, sendo Vídeo 1) Coca-Cola Brasil | Escolhas, Vídeo 2) Coca-Cola Brasil | Sua sede muda, a gente inova, Vídeo 3) Coca-Cola Brasil | Sedes 1, vídeo, vídeo 4) As mulheres da Coca-Cola Brasil, sendo os critérios analisados: tipo e estratégia de comunicação, número de visualizações, estratégia e tipo de comunicação, família de emoções, assunto do vídeo, tempo de duração.

Antes de concluir, ressalta-se a importância de pesquisar esse assunto, dado o alcance e impactos sociais e econômicos das inúmeras possibilidades de mídia e comunicação no mundo virtual, especialmente no Brasil, pelo baixo número de pesquisas acadêmicas a esse respeito.

Afinal, desvendar os desafios do marketing digital, em um cenário pautado pela liquidez da modernidade tecnológica, pode gerar bons frutos, econômicos, sociais, culturais, todos eles com impacto direto e indireto às empresas e ao mercado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão apresentadas teorias a respeito do marketing e sua evolução digital, marca e comunicação publicitária a luz de autores como SAMARA E MORSCH (2005), TORRES (2009), BATEY (2010), TELLES (2011), CHURCHILL E PETER (2012), KOTLER (2012) entre outros, na tentativa de respaldo teórico ao presente estudo.

2.1 DO MARKETING TRADICIONAL AO MARKETING DIGITAL

Numa tentativa de resumo histórico, apresentar a evolução do marketing tradicional até o digital se faz importante para contextualizar os conceitos básicos deste estudo. Desde o início do século XXI, o marketing vem se moldando ao mercado, devido principalmente ao crescente avanço da tecnologia e do crescimento da internet. Assim, se torna cada vez mais popular o marketing digital, que possibilita uma interação maior entre as empresas e os clientes.

No entanto, para se analisar o marketing digital deve-se antes entender o marketing tradicional, que teve sua origem com a venda, distribuição e comercialização de produtos (KOTLER, 2003), configurando diferentes contextualizações de mercado.

Para melhor entendimento, vale apresentar o conceito de marketing. Kotler (2003) define que marketing é um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos e valor para os outros. Completa dizendo que o marketing é composto de algumas disciplinas importantes que evoluíram de acordo com o tempo, sendo a primeira é a gestão do produto que caracterizou principalmente as décadas de 50 e 60, a segunda é a gestão de clientes, que teve sua força entre os anos de 1970 e 1980 assim a última disciplina e que está em alta ultimamente é a gestão da marca.

Churchill (2005), acrescenta que marketing é um processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção e distribuição de idéias, produtos e serviços a fim de criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais. Nesse âmbito, vale ressaltar que o uso do marketing é fundamental quando se deseja identificar as necessidades dos consumidores a fim de projetar um produto ou serviço que atenda essa necessidade em questão,

descrito em Gianesi (1994). Assim tende-se a criar uma expectativa sobre o produto ou serviço na mente do cliente, permitindo a empresa atender ou até mesmo superar essas expectativas que havia prospectado anteriormente.

Devido ao avanço da tecnologia as organizações devem adaptar-se ao novo contexto empresarial de marketing, o que torna essa adaptação não apenas como um diferencial, mas uma necessidade de sobrevivência em um mercado competitivo. Vários estudos e pesquisas decorrem da necessidade de encontrar um novo paradigma para o marketing operacional que possa superar os 4P's nessa questão.

Constantinides (2002) e Popovic (2006), dizem que o principal motivo de uma reformulação para com os 4Ps, é que o modelo é orientado para o ambiente interno e está limitação leva à falta de orientação ao cliente e à insuficiente atenção ao relacionamento com os clientes. Schultz (2001) ressalta que, existe a necessidade de um novo paradigma orientado para o ambiente externo que considere a visão do sistema de rede. Ou seja, uma orientação mais clara do cliente, o que tem uma repercussão forte no marketing na Internet, onde a interatividade é considerada um aspecto crucial.

Os atuais profissionais de marketing precisam assegurar a habilidade de sobreviver e prosperar em épocas boas e ruins, investindo na tecnologia mais recente, instruindo e re-instruindo constantemente a equipe em busca de resultados satisfatórios e que agreguem uma mentalidade focada no valor, não somente utilizar das mídias conhecidas pelo marketing tradicional (RAPP, 2011)

Möller (2006) observa como a crítica da "orientação para o ambiente interno" diz respeito aos 4Ps é baseada em um equívoco sobre a relação entre o mix de marketing e o conceito de marketing. Para o Möller, o paradigma de 4Ps é perfeitamente coerente com o conceito de marketing que afirma que "as atividades de marketing devem basear-se na identificação das necessidades e desejos do cliente", o que também implica a seleção da informação explícita a ser obtida dos clientes para poder para atender às suas necessidades, através da segmentação, diferenciação e posicionamento de produtos.

Embora não seja possível ignorar a necessidade de ajustar o mix de marketing às mudanças na sociedade e no mercado produzido pela difusão de tecnologias digitais, uma parte menos numerosa da literatura sobre o tema afirma que o modelo de 4Ps é perfeitamente capaz de se adaptar e continuar a ser o paradigma dominante nesses novos contextos (Aldridge et al., 1997; Peattie, 1997; O'Connor & Galvin, 1997; Bhatt&Emdad, 2001; Allen & Fjermestad, 2001; Möller, 2006).

Dimmick (2000) e Coulter e Sarkis(2005) segmentam as mídias em dois grupos, sendo que para o marketing tradicional está listado a TV aberta e paga, rádio, jornais, revistas e *outdoor*. Já para as novas mídias, ligadas ao marketing digital os *blogs*, *games*, redes sociais, dentre outras. No Brasil a principal mídia utilizada pelos anunciantes ainda é a TV aberta, porém vem perdendo espaço, pois com as rápidas mudanças no ambiente de negócio e alcance da internet, as mídias tradicionais são cada vez menos eficientes, como é estudado por Court, Gordon e Perrey (2005).

As novas capacidades comunicativas fornecidas pelas tecnologias digitais estão mudando radicalmente o marketing em vários setores (PEATTIE,1997), mas a abordagem do mix de marketing é capaz de se adaptar às novas necessidades: produto, com a introdução de co-design com os clientes; preço, com maiores níveis de transparência; lugar, com a criação de novas formas de alcançar os clientes; e promoção, graças às novas capacidades interativas.

Nesse contexto, evolui-se do marketing tradicional ao digital. Segundo Santos (2010), “o marketingdigital propõe um modelo em que o consumidor seja o centro de suas atenções, estudando seu comportamento e colocando-o como princípio”, com este conceito Torres (2009) completa, pois, diz que o marketing digital executa dos conceitos e teorias do marketing envolvendo a comunicação, propaganda e publicidade através da internet.

A respeito das funções e utilização do marketing digital, Moraes (2006), pondera que as empresas aprimorem, por meio do ambiente virtual, o relacionamento com seus clientes, pois a utilização de ferramentas de comunicação digital, como o e-mail marketing, ou então estratégias interativas, como fóruns ou enquetes, proporcionam uma aproximação dos usuários com a empresa e familiarização com os produtos/serviços. É o primeiro passo para a compra.”

Segundo Okada e Souza (2011), o marketing digital utilizado como estratégia de negócio para as empresas pode trazer um meio de aprendizado, inovação e interação entre o mercado consumidor, fornecedores aumentando e melhorando a comunicação.

Foram propostas por Torres (2009), seis estratégias de marketing digital citadas abaixo que auxiliam na criação de um planejamento digital eficiente e eficaz., a primeira estratégia é o e-mail marketing este é um modelo em que se enviam mensagens para diversos destinatários ao mesmo tempo, contendo informações, promoções, propagandas de determinados produtos ou serviços, e como se fosse uma versão online da mala direta. Dentro destas categorias encontram se o e-mail, SMS, MMS, mensagens de voz e etc. (Torres 2009).

Logo após o marketing viral, segundo Vaz (2008, p. 184) o *marketing* viral é como comunicação viral Mostra com a comunicação bem planejada pode fazer com que o próprio

cliente seja o influenciador e distribuidor da marca, fazendo indicações e propagandas da empresa de maneira natural.

Pode-se entender o marketing viral como uma das maneiras mais antigas de se propagar algo, o famoso “boca a boca”, inserido em um novo cenário: A internet juntamente com toda sua tecnologia e interação, com a intenção de passar mensagens empresariais de maneira rápida e eficiente, através de envio de mensagens SMS ou Email, links, vídeos interessantes e que o internauta compartilhe ou transmita para pessoas próximas ou conhecidas. (SNYDER, 2004 apud GRAELM, 2004, p. 164).

A terceira estratégia são as mídias sociais, os autores Safko e Brak (2010, p.3 e p.29), afirmam que as mídias sociais tornam possíveis as interações e fluxos de informações entre todos os usuários que são inexistentes nas outras mídias, já que a mídia social modifica a imagem das pessoas e das empresas, possibilitando a influência sobre os consumidores.

A pesquisa online que também pode ser chamada de pesquisa de marketing também é uma estratégia de Torres (2009) e pode ser definida como a elaboração, coleta, análise e edição de relatórios através de dados e descobertas importantes sobre algum fator ou situação enfrentada pela empresa. (KOTLER, KELLER, 2006).

As principais áreas da internet que afetam o consumidor quando ele está online são as Ferramentas de busca; Sites de e-commerce; Blogosfera; Mídias sociais e Sites dos concorrentes, segundo Torres (2009, p. 217) é necessário que as empresas fiquem atentas a estas áreas e possam propagar da maneira mais correta possível sua marca e seus produtos.

Sobre a quinta estratégia, Torres (2009) apresenta alguns formatos de publicidade online, como o banner de imagem, o banner interativo com o qual é possível a utilização de tecnologias como o Flash e o Java para criação de animação, sonorização e produção de vídeo, o *podcast*, que é uma transmissão de áudio online, o *videocast*, os *widjets*, que são aplicações criadas nos banners através de uma linguagem de programação e o game marketing que são os jogos online que fazem parte de uma peça publicitária.

A última estratégia é o marketing de relacionamento, segundo KOTLER (1998, p. 16), “o marketing de relacionamento é o processo contínuo de identificação e criação de novos valores com clientes individuais e o compartilhamento de seus benefícios durante uma vida de parceria”. (ARAÚJO, 2007). É importante sempre manter uma relação de comunicação junto aos clientes, seja realizando encontros ou eventos, sempre com o intuito de propiciar a personalização no atendimento aos consumidores. No caso de micro e pequenas empresas o dono tem acesso próximo ao cliente possuindo assim condições de controlar o processo de relacionamento.

2.2 A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DAS MARCAS NA INTERNET

A internet ou rede mundial de computadores, surgiu em meados da década de 1960 com o nome de Arpanet, sendo uma rede descentralizada de comunicação e serviço do ministério de defesa dos Estados Unidos da América, sua estrutura física e seus protocolos de comunicação se encontram bastante desenvolvidos e passam a ser aproveitados pela comunidade científica acadêmica no final dos anos 80. (TAKAHASHI, 1995).

Posteriormente, no início da década de 1990 a internet (já alavancando em suas primeiras conexões) incorpora outras características, dando grande evolução a área digital. Sites de pequenos conteúdos, páginas internas e *home-pages* já começaram a ser desenvolvidos para transmitir uma mensagem publicitária aos seus usuários. Com essa rápida alavancagem, em 1991 evoluiu-se para a internet do World Wide Web (www), contando com mais de 1.500 sub-redes e um milhão de usuários em todo mundo.

Entretanto, nos anos seguintes foram banidas as restrições para uso comercial da Internet, e os primeiros formatos de publicidade foram a própria Web tendo maior conteúdo, bem como, maior alcance, onde empresas criavam seus sites divulgando informações úteis a respeito de seus produtos e serviços.

Os primeiros sites que surgiram foram de notícias, depois os de entretenimento, compras e pesquisas, além dos banners e os botões publicitários, que instigava o cliente a ir a página do anunciante caso, o mesmo, tivesse real interesse no produto.

Assim, com o surgimento dessas novas mídias, surgem em consequência as estratégias de comunicação, das quais as empresas aproveitam as novas mídias como novas formas de contato e de persuasão junto ao cliente, buscando assim, oferecer uma classe de experiência que mistura o afetivo e o racional (EVANS, 2009)

Ainda que em outro ambiente, dentre as possibilidades reveladas pelas estratégias de comunicação de marketing, vale destacar o que se apresenta a Tabela 1, em especial porque este estudo tem com um dos propósitos conhecer as estratégias aplicadas no repositório *Youtube*.

Tabela 1 Algumas metas e estratégias da comunicação de marketing.

Meta estratégica	Descrição
Criar consciência	Informar o público sobre produtos, marcas, lojas ou organizações
Formar Imagens	Criar na mente das pessoas avaliações positivas sobre produtos,

Positivas	marcas, lojas ou organizações.
Identificar possíveis clientes	Descobrir nomes, endereços e possíveis necessidades de compradores potenciais
Formar relacionamentos no canal	Aumentar a cooperação entre membros do canal
Reter clientes	Criar valor para os clientes, satisfazer seus desejos e necessidades e conquistar sua lealdade

Fonte: CHURCHILL e PETER (2012, pág. 456)

A partir de informações e das estratégias de comunicação de marketing bem definidas, o mercado publicitário traduz “necessidades” e “desejos” para mundos possíveis e próximos aos consumidores colocando em circulação o produto para o consumo midiático (CASAQUI, 2011, p. 131).

Em relação à propaganda, esta pode ser entendida como qualquer anúncio ou comunicação persuasiva veiculada nos meios de comunicação de massa durante determinado período e num determinado espaço pago ou doado por um indivíduo, uma companhia ou uma organização (CHURCHILL; PETER, 2012). Além disso, a propaganda envolve, sobretudo, as mídias de massa, incluindo também formas eletrônicas e computadorizadas de promoção como comerciais na internet, o qual tem atraído atenção de grandes e pequenas empresas locais e internacionais (BOONE E KURTZ, 2009).

Existem vários tipos de propaganda, conhecer os tipos básicos pode ajudar as empresas a selecionarem os mais adequados aos objetivos de sua comunicação, conforme mostra a Tabela 2.

Tabela 2 Tipos de Propaganda

Termo	Definição
Propaganda de produtos	Propaganda que se concentra em criar demanda para bens, serviços, locais, pessoas ou eventos.
Propaganda de serviços	Propaganda de produtos específica para serviços.
Propaganda de marca	Propaganda de produto específica para marcas
Propaganda institucional	Propaganda que promove o nome, a imagem, o pessoal ou a reputação de uma companhia, organização ou setor de atividades.
Propaganda pioneira ou informativa	Propaganda que tenta desenvolver demanda inicial para uma categoria de produto.
Propaganda persuasiva	Propaganda que tenta desenvolver demanda seletiva para determinadas marcas de produtos.
Propaganda comparativa	Propaganda que compara uma marca com a concorrente ou com formulações anteriores.

Propaganda de proteção	Propaganda institucional que defende determinadas posições, atividades ou causas.
Propaganda corretiva	Propaganda envolvendo uma companhia que veicula novos anúncios corrigindo uma mensagem enganosa ou incorreta anteriormente veiculada.
Propaganda de lembrança	Propaganda que tenta fazer que os consumidores lembrem-se dos produtos e que o tenham em mente.
Propaganda subliminar	Propaganda que tenta influenciar os consumidores pela utilização de mensagens e estímulos abaixo do limiar de reconhecimento.

Fonte: Churchill e Peter, (2012, pág. 482).

Ciente dessas estratégias de comunicação, as marcas assumem um posicionamento pioneiro no sentido de trabalho no ambiente online e se relacionar com o consumidor, que neste momento, se revela como mais exigente, mais ciente do seu poder de compra, mais bem informado e, cada vez menos, fidelizado, dada a volatilidade do meio virtual, defende Torres (2009).

A marca é o distintivo presente nas organizações que em todos os sentidos tem um valor primordial para uma empresa afirma Kotler (2006). Primeiro por ser tratar da identidade organizacional, que serve para representar, diante de todas as outras que concorrem no mesmo mercado. Seguindo assim, a marca os diferencia não só apenas no sentido de um produto/serviço para o outro, mas também, os diferencia baseado na ideia de qualidade, justificando inclusive na maioria dos casos o valor mais agregado do produto.

Portanto, Ribeiro (2003) acredita que a marca tem essa característica de criar, ressaltar e proporcionar uma posição de destaque perante os concorrentes em uma mesma categoria de produtos ou similares e, dessa forma, facilitar e influenciar as escolhas dos consumidores.

A marca comporta-se como um facilitador operacional, eliminando processos de decisão relativamente complexos a cada momento de contato com prospectos e consumidores; como um elemento catalisador, acelerando – de forma positiva – esses processos decisórios; como um efetivo gerador de barreira de entrada para concorrentes existentes ou possíveis; e como forma de intervenção social, transformando atos de consumo em expressões de interação social, acrescenta Sampaio (2002).

Associada às estratégias já mencionadas, a marca tem como combinação um agrupamento de significados, que necessitam ser constantemente renovados, transformados e quando for necessário são trocados. Sem um propósito a marca não existe. Conforme apontado na Quadro 1 relacionando a família de emoções a percepção do consumidor, no qual as marcas fazem parte das experiências vivenciadas pelos clientes (BATEY, 2010).

QUADRO 1 – FAMÍLIA DE EMOÇÕES

Raiva	Aborrecimento, irritabilidade, animosidade, afronta, ressentimento, indignação, ira, hostilidade, fúria, ultraje, ódio e violência;
Tristeza	Falta de alegria, melancolia, autopiedade, lamentações, morbidez, sofrimento, depressão, desespero;
Medo	Apreensão, nervosismo, preocupação, desconfiança, receio, dúvida, temor, ansiedade, consternação, pavor, terror;
Diversão	Contentamento, entretenimento, alívio, orgulho, satisfação, alegria, emoção, euforia, êxtase;
Amor	Aceitação, gentileza, amizade, confiança, afinidade, paixão, devoção, adoração;
Surpresa	Espanto, choque, estupefação, admiração;
Nojo	Desgosto, aversão, desdém, desprezo, aborrecimento;
Vergonha	Culpa, remorso, arrependimento, humilhação, mortificação.

Fonte: Batey, (2010)

O “consumo simbólico da marca é baseado no imaginário de que o consumidor/coprodutor é o protagonista” CASAQUI (2011, p. 148). Portanto, muitas vezes os produtos são consumidos não mais pela sua promessa básica, mas sim, por toda a simbologia que o representa, explorados por uma comunicação publicitária eficiente aos propósitos organizacionais.

O consumidor seduzido pela publicidade não é um enganado, mas um encantado. Em síntese, alguém acolhe uma proposição estetizada. Repito minha fórmula da época: publicidade funciona como cosmético da comunicação (LIPOVESTKY, 2000, p. 9).

A Coca-Cola, por exemplo, se considera menos uma engarrafadora de refrigerantes e mais uma empresa de entretenimento que ativamente molda e patrocina eventos esportivos, shows, filmes e séries de televisão. Essa intensificação de sentimentos permite ao conteúdo de entretenimento – e a mensagem da marca – abrir caminho através da “confusão” e tornar-se memorável aos consumidores. (JENKINS, 2008, p. 105).

Exemplificação que reforça o pensamento de JENKINS (2008), pois defende que nomeio atual é comum marcas se tornarem amadas quando o assunto é a preferência do consumidor por aquele produto específico. Para JENKINS (2008), toda marca deve transmitir seu argumento de venda e conquistar a fidelização do seu consumidor, no intuito de estreitar laços e construir uma relação harmoniosa e satisfatória com seu cliente.

Neste novo cenário, o que se pode pressupor é que o objetivo deva ser fazer o que o consumidor espera da empresa e integrá-lo aos processos. E o consumidor quer ser ouvido, quer participar dos processos da empresa. Afinal, os produtos são feitos para ele, BRETZKE (2000).

Uma vez que o consumidor está na internet cercado de conteúdo, é papel da publicidade encantar o internauta.

Logo, se faz útil as várias linguagens e estratégias de contato com cliente, a publicidade pode potencializar seu resultado por meio do chamado efeito viral, que por definição de TORRES (2009), pode estar relacionado com o efeito da comunicação conhecido popularmente como boca a boca, buzz ou buchicho.

Trata-se da mensagem sendo repercutida de um (ou de vários, justamente o caso da publicidade tem um autor coletivo) para milhares ou milhões de pessoas. Por meio desta viralização uma mensagem publicitária pode atingir muitas pessoas na Internet e propagar a marca e sua mensagem. Assim, os próprios consumidores tornam-se divulgadores da marca quando compartilham um comercial na internet, lembra Torres (2009).

Por outro lado, segundo CASAQUI (2011, p. 144), “a internet tem abrigado iniciativas instigantes para a discussão sobre os limites (ou a ausência deles) entre produção, consumo e estratégia persuasiva”. O consumidor conectado passa a ser também produtor (seja na criação, recriação ou compartilhamento de conteúdo mediáticos). É importante ressaltar que o consumidor nunca teve um papel passivo ao ser impactado por uma peça publicitária, mesmo antes do surgimento da internet.

Por anos o alvo dos estudos do comportamento do consumidor, era o consumidor tradicional. Onde os meios de propagação das marcas estavam em jornais, revistas, propagandas de televisão. Entretanto, atualmente com a internet e redes sociais; esse consumidor tradicional vem sendo rompido pelo novo estilo online de consumo. A inovação, redes sociais, internet são os responsáveis por essa alteração nas formas de consumo. E o novo consumidor está em busca de novas experiências e novos produtos.

Conforme Lohseet al. (2000) esses consumidores são caracterizados como pessoas que estão a um maior tempo conectadas a internet, utilizam a internet para busca de produtos, informações desses produtos e serviços. Diferentemente dos consumidores tradicionais que esperaram o meio de comunicação ser evidenciado; como por exemplo, as propagandas de televisão e panfletos. O novo consumidor possui acesso contínuo a rede; está a todo tempo interagindo com redes sociais, amigos e em busca de informações, condição que requer das empresas mais agilidade, coerência entre discurso e entrega e comunicação responsiva (TORRES, 2009).

3. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do estudo, a pesquisa bibliográfica utilizada baseada nos autores Gil (2010), Malhotra *et al.* (2005). De acordo com Gil (2010) e Martins e Theóphilo (2009) é construída a partir de material já elaborado formado principalmente de livros, artigos científicos, periódicos, revistas, enciclopédias, dicionários, jornais, sites, CDs, anais de congressos com objetivo de explicar e discutir um assunto, tema ou problema.

Caracterizada como pesquisa descritiva – exploratória, o estudo traz um assunto atual e ainda pouco estudado na acadêmica. Malhotra *et al.* (2005), acredita que a pesquisa exploratória tem como principal objetivo proporcionar esclarecimento e compreensão para o problema enfrentado. Junto à pesquisa exploratória, utilizou-se a pesquisa descritiva, sendo proposto realizar o estudo e a análise e interpretação dos vídeos analisados, sem manipulação ou interferência, a pesquisa descritiva é caracterizada por ser um tipo de pesquisa conclusiva, o objetivo dela é descrever funções ou características do mercado, ainda é marcada pelo levantamento de hipóteses específicas, Gil (2009) e Malhotra *et al.* (2005).

Apresenta-se como objeto de análise, as publicidades da marca Coca Cola, publicadas em 2017 e até fevereiro/2018 no repositório YouTube. Para Malhotra *et al.* (2005) dados secundários definem quaisquer dados que já foram coletados para outros propósitos além do problema levantado. Dessa forma, utilizou-se YouTube para seleção de 4 vídeos para análise dessa pesquisa, sendo Vídeo 1) Coca-Cola Brasil | Escolhas, Vídeo 2) Coca-Cola Brasil | Sua sede muda, a gente inova, Vídeo 3) Coca-Cola Brasil | Sedes 1, vídeo, vídeo 4) As mulheres da Coca-Cola Brasil, sendo os critérios analisados: tipo e estratégia de comunicação, número de visualizações, estratégia e tipo de comunicação, família de emoções, assunto do vídeo, tempo de duração.

A abordagem adotada para o problema apresentado pelo trabalho, foi utilizado a pesquisa quantitativa e qualitativa. Quantitativa pois foi realizado o levantamento dos dados sobre as motivações dos grupos, compreensão e interpretação de seus comportamentos, opinião e expectativas sobre os dados analisados. Quantitativa, uma vez que apontou numericamente a frequência e intensidade dos comportamentos dos indivíduos através de uma análise da tabela dos dados, com base nos critérios apresentados. Dessa forma, a pesquisa quantitativa tem por objetivo quantificar os dados e generalizar os resultados das amostras. (MALHOTRA *et al.*, 2005). Sobre a pesquisa qualitativa, compreendida por Malhotra *et al.* (2005) por poder ser aplicada para que se tenha entendimento qualitativa do problema, condição apresentada pelo estudo.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

Selecionou-se no canal oficial da Coca Cola, no repositório YouTube, 4 vídeos para análise dessa pesquisa, sendo Vídeo 1) Coca-Cola Brasil | Escolhas, Vídeo 2) Coca-Cola Brasil Sua sede muda, a gente inova, Vídeo 3) Coca-Cola Brasil | Sedes 1, vídeo, vídeo 4) As mulheres da Coca-Cola Brasil, sendo os critérios analisados: tipo e estratégia de comunicação, número de visualizações, aspectos de comunicação, família de emoções, assunto do vídeo e tempo de duração, conforme apresenta o Quadro 2, a seguir:

Quadro 2: Resumo critérios de análise

Crítérios	Vídeo 1	Vídeo 2	Vídeo 3	Vídeo 4	Autores
Nº de visualizações:	4.358.957 visualizações	5.860.548 visualizações	2.252.210 visualizações	3.921 visualizações.	Canal Oficial Coca Cola Brasil
Descrição/ Assunto	Diversidade, inovação, ampliação do mix de produtos	Inovação, novos produtos e embalagens.	novos produtos, divulgação das marcas e tipos de bebidas.	Participação feminina na Coca-Cola Brasil	Canal Oficial Coca Cola Brasil
Estratégias de Comunicação (Tabela 1)	Formar imagens positivas; criar consciência; formar relacionamento no canal e reter clientes.	Formar imagens positivas; criar consciência e reter clientes.	comunicação integrada, divulgação da marca, produtos que dominam o mercado de bebidas.	Criar valor para os clientes, satisfazer seus desejos e necessidades e conquistar sua lealdade	CHURCHILL; PETER, (2012)
Tipos de propaganda (Tabela 2)	Propaganda de produto, proteção, institucional e de marca	Propaganda de produtos, marca, institucional, pioneira ou informativa e persuasiva	propaganda interativa, informativa, e com facilidade de persuadir o cliente.	Propaganda que promove o nome, a imagem, o pessoal ou a reputação de uma companhia, organização ou setor de atividades.	CHURCHILL; PETER, (2012)
Aspectos de Comunicação no vídeo:	Rápido, passa a mensagem anunciando seus produtos.	Rápido, comunica a inovação de produtos da marca.	Mensagem rápida e dinâmica. Bebidas para cada momento do dia.	Empoderament o das mulheres e participação feminina dentro da empresa.	Canal Oficial Coca Cola Brasil
Família de Emoções (Quadro 1)	Curiosidade	Diversão e Amor	curiosidade, amor pela vida, satisfação e	Aceitação, gentileza, amizade,	Batey (2010)

			diversão	confiança, afinidade.	
Tempo de duração:	2:27 minutos	0:30 segundos	0:30 segundos	2:27 minutos	Canal Oficial Coca Cola Brasil

Fonte: pesquisa dos autores, 2018

Para os publicitários, a marca tem um valor muito crucial, pois, é a partir dela que se determina toda a linguagem essencial que será usada em um determinado trabalho como anúncio ou campanha afirma Kotler (2006). Nesse contexto seu significado deve estar explícito à comunicação publicitária entendida como apoio de diálogo com o consumidor, como podem ser observadas as análises dos vídeos, a seguir.

O vídeo 1, demonstrado na Figura 1 da campanha Escolhas, publicado em 25 de novembro de 2016, está relacionado ao conceito de ‘diversidades nos produtos oferecidos’, que marca o novo momento da campanha “escolhas”, é uma ideia que tem como propósito de mostrar que assim como as pessoas mudam e fazem escolhas diversificadas a cada momento, a marca, acompanha essas escolhas e atende todas elas em todos os momentos.

VIDEO 01 – ESCOLHAS

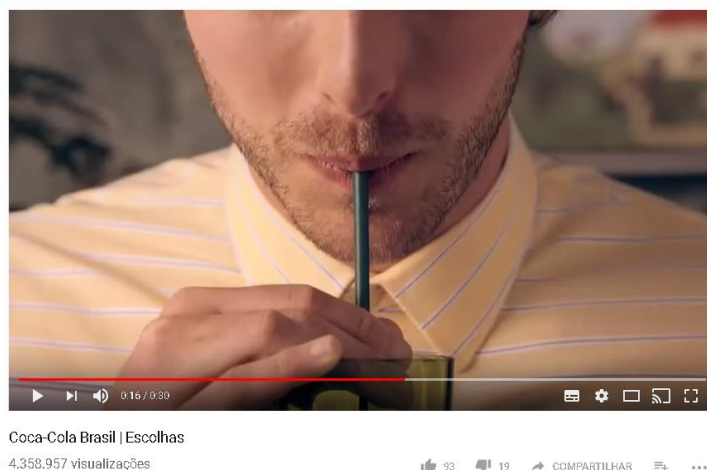


Figura 1. Fonte: Canal Coca-Cola Brasil *Yotube*, (2016)

Acredita-se que o fato de ter obtido, mais de 4 milhões de visualizações foi a utilização de artifícios de comunicação narrativa acompanhada de grande gama de imagens repassadas rapidamente como pensamentos que expressam um momento de liberdade para escolher o que mais lhe faz bem, uma vez que “o consumidor seduzido pela publicidade não é um enganado, mas um encantado. Em síntese, alguém acolhe uma proposição estetizada. Repito minha fórmula da época: publicidade funciona como cosmético da comunicação (LIPOVESTKY, 2000, p. 9).

A propaganda em análise pode ser considerada conforme várias definições tais como de diversificação nos produtos o que agrega a emoção da surpresa para acompanhar as mudanças relacionadas às escolhas dos consumidores, e que mesmo que haja novas escolhas de novos produtos a marca continuará sendo a já consolidada Coca Cola. O vídeo traz um posicionamento institucional da qualidade da marca em atender os clientes e está perto deles a qualquer tempo.

VIDEO 02 – SUA SEDE MUDA A GENTE INOVA



Fonte: Canal Coca Cola Brasil Youtube, (2017)

O vídeo 2, em questão, com título sua sede muda, a gente inova, foi publicado em 01 de dezembro de 2017, relacionado à criação de novas receitas, novas categorias, novas embalagens, onde Coca-Cola Brasil está sempre inovando para atender todas as sedes de seus consumidores.

O vídeo analisado obteve a marca de 5.860.548 visualizações, retratando a mudança de suas bebidas para agradar cada vez mais as pessoas sem abrir mão do sabor e da qualidade, através de novas categorias, embalagens mais inovadoras e receitas com menos açúcar. Já que as pessoas mudam e a Coca está em constante transformação.

As emoções são motivações por natureza, na medida em que despertam certas respostas e padrões comportamentais (BATEY, 2010). O autor expôs um sistema baseado em oito emoções primárias, cada uma ligada a alguma forma de comportamento ou processo corporal (família das emoções). No filme, a atriz apresenta as novidades da empresa enquanto encontra consumidores com os produtos que fazem parte da sua vida. Destacando as mensagens de diversão e amor, interagindo com pessoas que ela gosta. O vídeo destaca a redução de açúcar em mais de 40 produtos nos últimos três anos, a criação de novas categorias e de embalagens, e ainda reforça o compromisso com a inovação.

Esse vídeo possui mais *deslikes* do que *likes*. Demonstrando assim, que a mensagem passada pelo vídeo, não foi muito bem aceita pelo seu público. Alguns comentários são bastante negativos. É possível notar que muitas críticas relacionadas à ideologia de sexo, citando o nome da cantora Pablo Vittar, que atualmente estampa algumas latas do refrigerante. Um dos

comentários diz: “Coca-cola investindo pesado na ideologia de gênero”. Alguns reclamam da redução de açúcares que foram realizados pela marca.

Dito isso, vale pontuar que Churchill e Peter (2005) acreditam que as imagens que as pessoas têm das marcas também as ajudam a tomar decisões de compra, pois procuram marcas para as quais tenham imagens positivas e evitam as com imagens negativas. Portanto, as marcas podem reduzir o tempo e a energia envolvida no processo de compra, além de proporcionar bons sentimentos derivados de associações positivas.

O vídeo 3 mostra alguns dos tipos de bebidas que a marca Coca-Cola possui a patente, em sua maioria conhecidos e sendo de fácil acesso ao consumidor. Tipo de bebida sem teor alcoólico que satisfazem o cliente em vários sentidos, sendo em: sede de sabor, sede de nutrição, sede de refrescância, sede de sentir-se bem e sede do que vem pela natureza, enfatizando que a intenção da marca é estar transmitindo constantemente sua imagem para ser na mente de seus consumidores a número um. O foco principal do vídeo é despertar a curiosidade do consumidor e mostrar que a mesma está em todo lugar, mesmo sendo incorporadas em outras marcas.

VIDEO 03 – SEDES

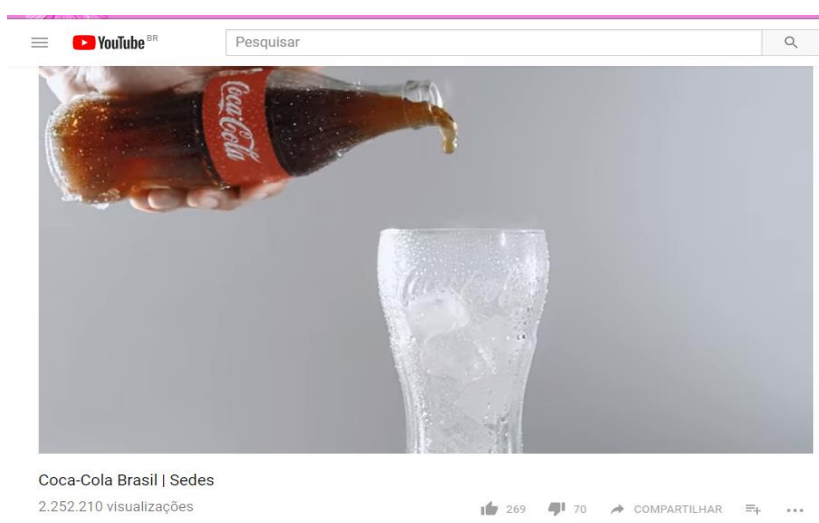


Figura 3. Fonte: Canal Coca Cola Brasil Youtube, (2018)

A identidade da marca é visível em todo o conteúdo mostrado. A estratégia usada é a sua própria maneira de fazer a diferença, que consiste em refrescar o mundo e mostrar que tem produtos para cada momento da vida, a intenção de despertar no seu público alegria e emoção. A comunicação integrada do vídeo é facilmente perceptível ao mostrar vários produtos sendo dominantes da mesma marca, e mesmo assim não conhecido por todos.

VIDEO 04 – AS MULHERES DA COCA COLA BRASIL



Figura 4. Fonte: Canal Coca-Cola Brasil *Youtube*, (2018)

O vídeo 4, considerado promocional utiliza de colaboradoras da empresa falando sobre suas conquistas em suas carreiras e explicando a importância da mulher na Coca-Cola Brasil, mostrando o plano de carreira das mesmas. Além disso, a interlocutora que faz o papel de entrevistadora aborda alguns pontos que são construtos sociais de pré-conceitos estabelecidos pela sociedade como o fato de toda mulher ser mãe e que “mulher causa confusão” quando estão juntas. Há um comitê de diversidade dentro da empresa que mostra a importância que a Coca-Cola Brasil dá para diversidade e igualdade de gênero dentro da empresa. Atualmente, com 3.921 visualizações. Ele traz para seu público uma sensação de acolhimento pela empresa, principalmente para o público feminino.

Em busca de um ambiente de trabalho com equidade entre os gêneros a Coca-Cola Brasil adota princípios de empoderamento da mulher desenvolvidos pela ONU Mulheres Brasil (2017). Esses princípios de empoderamento são práticas empresariais bem-sucedidas que orientam as corporações a adaptar as políticas existentes ou criar novas para trabalhar elementos-chave para a promoção da igualdade entre homens e mulheres no local de trabalho, no mercado, em sua cadeia de valor e na sociedade.

Os princípios do empoderamento da mulher que a empresa adota (1) estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível; (2) tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação; (3) garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa; (4) Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional

para as mulheres; (4) Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing; (5) Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social; (6) Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero.

Acredita-se que o número de visualizações pode representar um crescimento de receptividade dos clientes em relação a empresa Coca Cola Brasil com as profissionais do sexo feminino, correspondendo o número *delikes* e compartilhamento da publicidade *online*. (Quadro 1). Encontra-se em todos os vídeos analisados características comuns quanto ao amor e diversão, bem como a imagem que a propaganda quer passar para os seus consumidores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do conhecido mercado competitivo e cada vez mais segmentado, com desejos específicos dos clientes e entrada dos novos produtos, torna-se acirrada a concorrência entre as empresas, logo as marcas e/ou produtos podem se tornar obsoletos na preferência do consumidor. Diante desses fatores é comum as marcas tentarem manobras para se sobressair frente a seus concorrentes e/ou preservar seu relacionamento com os consumidores. Esse cenário se torna mais desafiador quando se passa no ambiente virtual, onde os ambientes acontecem de maneira instantânea sem considerar distâncias geográficas.

Nesse sentido a presente pesquisa buscou a identificação de estratégias e ações publicitárias através do marketing digital utilizando a ferramenta YouTube como meio de comunicação. Para tanto foram analisados os quatro vídeos mais acessados do canal oficial da marca Coca Cola, com o propósito de evidenciar ações competitivas da marca no que se refere à comunicação.

Dado a análise dos quatro vídeos mais acessados do canal no YouTube, foi identificado a necessidade da marca de se manter no topo através da sua própria exposição e meio de chamar atenção dos seus consumidores. Sua estratégia se dá quando a mensagem junto com seu produto é passada em menor tempo possível. Nos vídeos “sedes I” e “sua sede muda, a gente inova” a intenção da marca foi mostrar que tem uma dominância do mercado e que ela compete entre si no ramo de bebidas não alcoólicas, bem como mostrar ao consumidor que mesmo optando por outra bebida ainda vai estar dentro dos padrões da marca.

Em contrapartida no vídeo “As mulheres da Coca-Cola brasil” mostram que as mulheres têm persuasão e poder e, principalmente, o apoio da marca para chegar no mesmo nível de

igualdade que os homens, além de mostrar suas qualidades e suas conquistas como mulheres independentes. E por fim no vídeo “Escolhas” a marca se mostra líder, porque mesmo o cliente ainda tendo outras escolhas irá sempre preferir a marca Coca-Cola.

Os vídeos têm um número significativo de visualizações que tem em comum atividades de jovens felizes, envolvidos nas suas escolhas que os remete a uma felicidade do dia a dia do público que os visualizam.

Concluindo uma outra análise acerca das pesquisas feitas, o marketing digital utilizado pela marca é superior ao marketing tradicional, porque engloba fatores como: maior visibilidade, resposta imediata, gerando uma reação no público, além de terem autonomia para dar elogios, críticas e sugestões. Já o marketing tradicional, pode ser medido pelo nível de audiência de um comercial na tv ou através da mídia impressa em revistas, jornais ou outdoor, critérios que não foram tão perceptíveis quando se fala em estratégia da marca junto ao consumidor.

Diante do exposto, pode inferir que os objetivos foram alcançados com êxito. Para estudos futuros, sugere-se uma pesquisa mais aprofundada sobre a marca Coca-Cola e suas patentes, bem como, uma análise mais detalhada de todos os seus meios de divulgação na mídia.

REFERÊNCIAS

ABIR, Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas, disponível <<https://abir.org.br/o-setor/bebidas/>> Acessado em 06/12/2017

BATEY, M. **O significado da Marca**: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.

BRETZKE, Miriam. **Marketing de relacionamento e competição em tempo real com CRM**. São Paulo: Atlas, 2000.

CASAQUI, Vander. **Por uma teoria da publicização**: transformações no processo publicitário. Revista Singificação. n.36. 2011, p. 131-151

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, TIC DOMICÍLIO 2016. Disponível em:<http://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2016_coletiva_de_imprensa_2.pdf>. Acesso em 25 de novembro de 2017.

CHEN C-Y. (2006). *The comparison of structure differences between internet marketing and traditional marketing*. International Journal of Management and Enterprise Development, 3 (4): 397–417.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: **Criando valor para os clientes**. Trad. Cecília Camargo Bartalotti e CiddKnipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2005.

COCA COLA: Site Oficial Coca Cola Brasil Disponível em
<<https://www.cocacolabrasil.com.br/>> Acessado em 30/11/2017.

CONSTANTINIDES E. (2002a). *The 4S Web-Marketing Mix model*. Electronic Commerce Research and Applications, 1: 57-76.

CONSTANTINIDES E. (2002b). *From Physical Marketing to Web Marketing: The Web-Marketing Mix*. Attidella 35th Hawaii International Conference on System Sciences.

COULTER, K.; SARKIS, J. *Development of a media selection model using the analytic network process*. International Journal of Advertising, v.24 issue 2, p.193-215, 2005.

COURT, D.C.; GORDON, J.W.; PERREY, J. *Boosting returns on marketing investment*. The McKinsey Quarterly, California, v.2, p.36-47, June 2005.

CRUZ, Cleide Ane Barbosa da; SILVA, Lângesson Lopes da. **Marketing digital: marketing para o novo milênio**. Revista Científica do ITPAC, Araguaína, v.7, n.2, Pub.1, Abril 2014. Disponível em: <<https://www.itpac.br/arquivos/Revista/72/1.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

DIMMICK, J.K. *The gratification niches of personal e-mail and the telephone*. Communication Research, v.27, issue 2, Apr. 2000.

Dominici, Gandolfo. *From Marketing Mix to E-Marketing Mix: A Literature Overview and Classification* (September 19, 2009). International Journal of Business and Management, Vol. 4, No. 9, pp. 17-24, 2009. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=1961974>>

EVANS, Dave. **Marketing de Mídia Social: Uma hora por dia**. Rio de Janeiro. Editora Alta Books. 2009.

FROEMMING, Lurdes Marlene Seide et al. **Comportamento do Consumidor e do Comprador**. Ed. Unijuí, 2009: Editora Unijuí, 2009. – 104 p.

GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração Estratégica de Serviços: Operações para satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 1994.

JENKINS. H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Alephi, 2008

JONES, John Philip. (Org.). **A publicidade na construção de grandes marcas**. São Paulo: Nobel, 2004.

JORNAL ESTADÃO, Coca-Cola eleva investimento para R\$ 3 bilhões no Brasil em 2017, disponível em <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,coca-cola-eleva-investimento-para-r-3-bilhoes-no-brasil-em-2017,10000100353>> Acessado em 06/12/2017.

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P. KELLER, K. L., **Administração de marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **Sedução, publicidade e pós-modernidade**. Famecos, Porto Alegre, v. 1, n. 12, p.7-13, jun. 2000. Semestral. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3062> Acesso em: 03 dez 2017.

LOHSE, Gerald L.; BELLMAN, Steven; JOHNSON, Eric J.; **Consumer Buying Behavior on the Internet**: Findings from Panel Data; Journal of Interactive Marketing; Vol 14, Nr. 1; Winter 2000; pp. 15-29

MÖLLER K. E. (2006). **Comment on: The Marketing Mix Revisited**: Towards the 21st Century Marketing? by E. Constantinides. Journal of Marketing Management, 22 (3): 439-450.

MOWEN, J. C.; MINOR, M. S. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

POPOVIC D. (2006). **Modelling the marketing of high-tech start-ups**. Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, 14 (3): 260-276.

Princípios de Empoderamento das Mulheres da ONU alcança o marco de 150 empresas signatárias no Brasil, 2017. Disponível em: < <http://www.onumulheres.org.br/noticias/principios-de-empoderamento-das-mulheres-da-onu-alcanca-o-marco-de-150-empresas-signatarias-no-brasil/>>. Acesso em: 24 jan. 2017.

RAPP, Stan. **Redefinindo marketing direto interativo na era digital**: como aplicar com sucesso conceitos de marketing iDireto e IBranding em seu plano de marketing. São Paulo: M.Books do Brasil, 2011.

RODRIGUES, Marco Aurelio de Souza; CHIMENTI, Paula; NOGUEIRA, Antonio Roberto Ramos. **O impacto das novas mídias para os anunciantes brasileiros**. São Paulo, v. 47, n. 2, jan/2012.

Sá, Sylvia de. “Coca-Cola detalha sua estratégia digital no Brasil” Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/digital/22548/coca-cola-detalha-sua-estrategia-digital-no-brasil.html>> Acesso em 19 de Novembro de 2017.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCHE, Aurélio. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SAMPAIO, Rafael, Marcas de A a Z – **Como construir e manter marcas de sucesso**. Rio de Janeiro, Editora Campus 2002;

SCHULTZ D. E. (2001). **Marketers**: Bid Farewell to Strategy Based on Old 4Ps. Marketing News, 35 (2): 7.

SOUZA, Daniel de. **O uso das redessociais**: uma nova forma de marketing the use of social networks: a new way of marketing. Revista Borges, ISSN: 2179-4308, vol. 02, n. 01, 2012. Disponível em: <<https://revistaborges.com.br/index.php/borges/article/view/22/40>>

STANDAGE, Tom. **A Coca-Cola e a ascensão dos Estados Unidos**. In: História do mundo em 6 copos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

TAKAHASHI, T. **Internet Brasil**: emergindo da “bat-caverna”. Internet word, Rio de Janeiro: Mantelmedia, v.1. n. 1, p. 24-25, set 1995.

TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais**. Cases, conceitos, dicas e ferramentas. São Paulo. M.Books do Brasil. Ed. Ltda, 2011.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital**: Tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo. Editora Novatec. 2009.

O Campo de Estudo sobre “Estoques”: uma análise bibliométrica em periódicos nacionais

ALMEIDA, Janzen Luiz Paiva¹
COURA, Karla Veloso⁸³
GUIMARÃES, Rosilene Mendes⁸⁴
LEMOS, Ana Flávia Medeiros¹
NOBRE, Thyara Freire¹
RUAS, Miguel Anthony Pereira¹

Resumo

Gerir o estoque da organização é um desafio complexo da Administração, já que adquirir de forma eficiente a quantidade necessária para a empresa é uma grande dificuldade enfrentada nas organizações. Diante dessa importância o presente trabalho tem como objetivo trazer evidências sobre a produção científica nacional que trate de estoque identificando elementos como ano em que o artigo foi publicado, o veículo de publicação, setor da economia, temática central, local de aplicação. A pesquisa foi realizada através de um estudo bibliométrico com 37 artigos selecionados em periódicos com classificação Qualis-Capes de A2, B1 e B2 sem recorte temporal. A análise se dá em duas etapas: a) examina os artigos da amostra; b) os dados contidos nos artigos analisados. Os resultados mostram que a temática controle de estoque foi a mais estudada. Além disso, a verificação da sociometria para os resumos revelou uma aproximação das palavras estoque, empresa, estudo e produto.

Palavras-chave: Estoque, Bibliometria, Produção Científica.

1 Introdução

Com o mercado altamente competitivo nos dias atuais, as empresas visam encontrar gestores que possam lhe dar confiabilidade e segurança em relação ao estoque. A gestão de estoques busca garantir ao administrador que seus estoques estão sendo bem cuidados, e que também seus itens estejam sendo repostos em um tempo hábil, para que não haja a falta de material em seus estoques.

Dentre os vários desafios enfrentados diariamente, certamente o controle do estoque é um dos que exige maior dedicação. Segundo Dias (2010), compreender o estoque de uma corporação é um grande desafio, porém, a dificuldade não está em diminuir a quantidade dos objetos estocados, nem diminuir os custos, mas sim em adquirir a quantidade necessária de mercadorias estocadas para atender as prioridades gerenciais de modo eficaz. Manter um estoque de maneira eficaz e segura é uma grande vantagem para qualquer gestor, pois isso se torna um diferencial para alcançar os objetivos traçados pela empresa.

Ballou (2001) elenca quatro vantagens que a organização obtém através da correta gestão do estoque, sendo: a melhoria dos serviços de atendimento ao consumidor; os estoques

⁸³ Docente do Departamento de Ciências da Administração da Unimontes.

⁸⁴ Acadêmico(a) do Curso de Administração da Unimontes, Campus de Brasília de Minas.

agem como amortecedores entre a demanda e o suprimento; podem proporcionar economia de escala nas compras e; agem como proteção contra aumento de preços e contingência.

Para Borges (2010) o impacto financeiro é um importante motivo a ser considerado, uma vez que se é possível obter maiores rendimentos através do aumento da eficiência e eficácia das operações da organização.

Diante as informações acima citadas pode-se perceber o quanto os estoques são importantes para as empresas. A partir disso, este artigo teve como objetivo trazer evidências sobre a produção científica nacional que trate de estoque identificando elementos como ano em que o artigo foi publicado, o veículo de publicação, setor da economia, temática central, local de aplicação além da verificação da sociometria para os resumos e palavras chaves.

Para atingir os objetivos do trabalho primeiramente serão abordados teoricamente a gestão, o conceito e os tipos de estoques. Em seguida serão apresentados os procedimentos metodológicos seguindo dos resultados apresentados juntamente com a sugestão para estudos futuros e por fim, foram tecidas as considerações finais.

2. Referencial Teórico

Nesta seção serão apresentadas as abordagens teóricas dos seguintes itens: a) Gestão de Estoque que a partir de técnicas matemáticas equilibra dentro da organização e define parâmetros e níveis de abastecimento e acompanhamento de evolução; b) Conceito de Estoque que trás melhores esclarecimentos e dá uma visão clara do que os autores consideram como de fato é estoque; c) Tipos de Estoque para esclarecer ao leitor que existem diversas tipificações.

2.1 Gestão de estoques

A gestão de estoques visa garantir ao administrador que seus estoques estão sendo bem cuidados, e que também seus itens estejam sendo repostos em um tempo hábil, para que não haja a falta de material em seus estoques. Viana (2002, p. 42), completa dizendo que “a atividade gestão visa ao gerenciamento dos estoques por meio de técnicas que permitam manter o equilíbrio com o consumo, definindo parâmetros e níveis de ressuprimento e acompanhando sua evolução”.

É de grande importância saber o fluxo do material, quanto está saindo, entrando, em quanto tempo e quanto ainda resta para que assim possa ser efetuada a compra de um novo material em um tempo hábil de reposição, que não comprometa o processo produtivo da empresa.

Borges (2010) completa dizendo que um dos principais motivos para se ter um bom planejamento e controle de estoques é o considerável impacto financeiro que se é possível alcançar através do aumento da eficácia e eficiência das operações da organização. Martins e Alt, (2002, p.155) afirmam que, “a gestão de estoques constitui uma série de ações que permitem ao administrador verificar se os estoques estão sendo bem utilizados, bem localizados em relação aos setores que deles se utilizam, bem manuseados e bem controlados”.

A gestão de estoques de acordo com Dias (2010), visa elevar o controle de custos e melhorar a qualidade dos produtos guardados na empresa. As teorias sobre o tema normalmente ressaltam a seguinte premissa de que é possível definir uma quantidade ótima de estoque de cada componente e dos produtos da empresa, entretanto, só é possível defini-la a partir da previsão da demanda de consumo do produto.

Dentre os vários desafios enfrentados diariamente, certamente o controle do estoque é daqueles que exige maior dedicação. Viana (2002, p.144), afirma que, “o gerenciamento moderno avalia e dimensiona convenientemente os estoques em bases científicas, substituindo o empirismo por soluções”. O autor diz ainda que desta forma, “[...] os níveis devem ser revistos e atualizados periódica e constantemente para evitar problemas provocados pelo crescimento de consumo ou vendas e alterações dos tempos de reposição”.

Dias (1990) coloca que o estoque é um item que deve ser bem administrado dentro de uma organização e quando não feito adequadamente pode trazer sérios danos às finanças da empresa, pondo em risco a saúde financeira da mesma. As vantagens apresentadas por Ballou(2001) em relação à correta gestão dos estoques são: a) a melhoria dos serviços de atendimento ao consumidor; b) os estoques agem como amortecedores entre a demanda e o suprimento; podem proporcionar economia de escala nas compras e; c) agem como proteção contra aumento de preços e contingência, para tanto é necessário planejamento e expectativa dos resultados da atividade.

2.2 Conceito de estoque

Assaf Neto (2009) conceitua estoques como materiais, mercadorias ou produtos que são fisicamente mantidos disponíveis pela empresa, com expectativa de ingresso no ciclo de produção, de seguir seu curso produtivo normal, ou de serem comercializados. Moreira (2002) completa afirmando que o conceito de estoque é:

quaisquer quantidades de bens físicos que sejam conservados, de forma improdutiva, por algum intervalo de tempo; constituem estoques tanto os produtos acabados que aguardam venda ou despacho, como matérias-primas (MOREIRA 2002, p. 463).

Estoque na visão de Dias (1990) são matérias-primas, produtos acabados e semi-acabados, componentes para montagem, sobressalentes e materiais administrativos, portanto, é todo recurso disponível que a organização pode utilizar, em determinado momento. Slack (2002) acrescenta seu ponto de vista afirmando que estoque também é a acumulação armazenada de recursos materiais em um sistema de transformação.

A definição de estoque segundo Slack *et al* (1999, p.381) "é a acumulação armazenada de recursos materiais em um sistema de transformação. Algumas vezes, estoque também é usado para descrever qualquer recurso armazenado.

De acordo com Silva (2006), estoques são representativos de matérias-primas, produtos semi-acabados, componentes para montagem, sobressalentes, produtos acabados, materiais administrativos e suprimentos variados, Chiavenato (1991) compactua com Silva e acrescenta que o estoque constitui todo o sortimento de materiais que a empresa possui e utiliza no processo de produção ou comercialização dos seus produtos e serviços. Os estoques podem ser entendidos de forma generalizada, são como uma quantidade de itens mantidos em disponibilidade constante e renovados permanentemente para produzir lucros ou serviços.

Ballou (2006) considera estoques como pilhas de matérias-primas, insumos, componentes, produtos em processo e produtos acabados que aparecem em numerosos pontos por todos os canais logísticos e de produção da empresa. Já Martins e Alt(2009), afirmam que estoque é o acúmulo armazenado de recursos materiais em um sistema de produção e/ou operações. Chiavenato (2005) ainda enfatiza que o estoque na maior parte das empresas é um ativo circulante indispensável, para que elas possam produzir e vender com o menor risco de paralisação ou de preocupação. Esse estoque se faz necessário uma vez que o *lead time* dos itens nem sempre é acurado.

“Os estoques representam capital investido, lançado no ativo da empresa para serem bem administrado e vendido, sendo comuns as perdas por expiração da data de validade e até mesmo roubo e fraudes cometidas na empresa através do estoque.” (FIGUEIREDO e FLEURY, 2006, p.38). Já Almeida (2010) faz sua definição de estoque através da seguinte citação:

Os estoques são bens destinados à venda ou fabricação, relacionados com os objetivos ou atividades da empresa. Eles são importantes na apuração do lucro líquido de cada exercício social e na determinação do valor capital circulante líquido do balanço patrimonial. (ALMEIDA 2010, p. 191).

São funções dos estoques, segundo Chiavenato (1991): a) Possibilitar o abastecimento de materiais á empresa, neutralizando os efeitos da demora ou atraso no fornecimento de materiais, sazonalidade no suprimento, riscos e dificuldade no fornecimento; b) permitir economias de escala: através da compra ou produção de lotes econômicos, pela flexibilidade do processo produtivo, pela rapidez e eficiência no atendimento ás necessidades; c) atender regularmente aos usuários quanto às quantidades, prazos e qualidade requeridos; d) assegurar a empresa quanto aos riscos de produção ou comercialização do mercado fornecedor.

2.3 Tipos de estoque

Arnold (1999) afirma que existem muitas maneiras de classificar estoques. Uma classificação frequentemente utilizada se relaciona ao fluxo de materiais que entra em uma organização, passa por ela e dela sai. Os principais tipos de estoques dentro de uma empresa são: a) Matéria - prima: são itens comprados e recebidos que ainda não entram no processo de produção; b) Produtos em processo: matérias – primas que já entraram no processo de produção e estão em operação; c) Produtos acabados: são os produtos que saíram do processo de produção e aguardam para serem vendidos como itens completos.

Os principais tipos de estoques encontrados em uma organização de acordo com Dias (2010), podem ser: matérias-primas, mercadorias em processo, produtos concluídos, peças de manutenção e artefatos auxiliares. O autor demonstra cada tipo de estoque:

- a) Matérias-primas; são materiais substanciais e necessários para a produção do produto acabado, do mesmo modo são considerados materiais associados ao produto finalizado. Para o autor seu estoque depende do momento de reposição, da regularidade do seu uso e das especificações físicas do material.
- b) produtos em processo; são os artefatos utilizados no processo de produção, trata-se normalmente de mercadorias parcialmente acabados que estão em algum estágio da fabricação, neste caso, existe uma ligação direta entre o ciclo do processo produtivo e seu nível médio de estoque.
- c) mercadorias acabadas; consistem em artigos que já foram fabricados e ainda não foram vendidos. Seu nível de estoque acaba sendo determinado pela estimativa de vendas, sem produzir estoques em excesso auxiliando na minimização dos custos.
- d) Materiais auxiliares e de manutenção; são consideradas peças de reposição para manutenção no processo produtivo, em caso de sua escassez ocasiona parada parcial ou

completa do processo produtivo, surgindo custos altos e risco de atraso na entrega das mercadorias.

Segundo Pozo (2010, p.29-30), existem diversos tipos de estoques, que podem ou não ser mantidos em um almoxarifado, que são:

Almoxarifado de matérias-primas: Por matéria-prima entende-se em geral o material básico que irá receber um processo de transformação dentro da fábrica, para posteriormente entrar no estoque de acabados como produto final. Pode ser um laminado de aço, uma chapa, um tarugo fundido, uma madeira, ou resina, pós, uma peça comprada etc. em resumo, são todos os materiais que se agregam ao produto, fazendo parte integrante de seu estado.

Almoxarifado de materiais auxiliares: Compõe-se dos agregados que participam do processo de transformação da matéria-prima dentro da fábrica, tais como: rebolos, lixas, redames, óleos, ferramentas etc. é o material que ajuda e participa na execução e transformação do produto, porém não se agrega a ele, mas é imprescindível no processo de fabricação.

Almoxarifado de manutenção: Esse estoque é onde estão às peças que servem de apoio à manutenção dos equipamentos e edifícios, tais como rolamentos, parafusos, peças, ferramentas etc. normalmente, aqui estão também os materiais de escritório, usados na empresa (papel, canetas etc.)

Almoxarifado intermediário: Também conhecido como peças em processos (WIP – Work In Process), esses estoques podem ou não ser restritos, isto é, possuir espaços delimitados e controlados; por isso, têm um fator altamente influente no custo do produto. Compõem esses almoxarifados as peças que estão em processo de fabricação, ou em subconjuntos, que são armazenadas para compor o produto final. O volume desse estoque é normalmente resultante de planejamento do estoque de matéria-prima e do planejamento da produção.

Almoxarifado de acabados: Este é o estoque dos produtos prontos e embalados que serão enviados aos clientes. O resultado do volume desse estoque é função da credibilidade de atendimento da empresa e do planejamento dos estoques de matéria-prima e em processos. Percebemos que, à medida que os estoques de entrada e em processo aumentam, esse estoque também aumenta. Seu bom planejamento e seu controle também são de suma importância, visto que todo material parado em estoque está onerando o custo do produto, além, de mostrar forte sujeição à obsolescência.

2 Metodologia

Tendo em vista alcançar o objetivo da pesquisa, foi realizado um levantamento bibliométrico durante o segundo semestre de 2017 e primeiro do ano de 2018 sobre Estoque em periódicos na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo com classificação A2, B1 e B2, (dada pelo sistema Qualis da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Qualis 2013-2016), conforme Quadro 1. Para uma melhor compreensão foram analisados todos os artigos nacionais encontrados que obtinham em seus títulos e resumos as seguintes palavras: estoque ou estoques, chegando então em um montante de 65 artigos. Para obtenção de um condensado de artigos que tratassem de estoques, fez-se então a leitura dos mesmos e após a não identificando de qualquer relação com o tema foram descartados 29, resultando então 36 estudos a serem analisados.

QUADRO I

LISTA DE PERIÓDICOS INCLUÍDOS NA REVISÃO	
BAR. BRAZILIAN ADMINISTRATION REVIEW	REGE. REVISTA DE GESTÃO USP
BBR. BRAZILIAN BUSINESS REVIEW	REVISTA DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO
CADERNOS EBAPE.BR (FGV)	REVISTA PORTUGUESA E BRASILEIRA DE GESTÃO (RIO DE JANEIRO)
ORGANIZAÇÕES & SOCIEDADE (ONLINE)	E&G - REVISTA ECONOMIA E GESTÃO
RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA (ONLINE)	FACES: REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO (BELO HORIZONTE. ONLINE)
RAE. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS	GESTÃO & PLANEJAMENTO
RAP. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	GESTÃO & REGIONALIDADE (ONLINE)
RAUSP - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO (SÃO PAULO. ONLINE)	ORGANIZAÇÕES RURAIS E AGROINDUSTRIAS (UFLA)
REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS (ONLINE)	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIMEP
BASE - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNISINOS	REVISTA DESENVOLVIMENTO EM QUESTÃO
GESTÃO & PRODUÇÃO (UFSCAR. IMPRESSO)	REVISTA DO SERVIÇO PÚBLICO
RAI: REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E INOVAÇÃO	REVISTA ELETRÔNICA DE ESTRATÉGIA &

	NEGÓCIOS
RAM. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO MACKENZIE (ONLINE)	REVISTA IBEROAMERICANA DE ESTRATÉGIA
REA REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA UFSM	REVISTA ORGANIZAÇÕES EM CONTEXTO (ONLINE)
READ. REVISTA ELETRÔNICA DE ADMINISTRAÇÃO	REVISTA PRETEXTO
RECADM: REVISTA ELETRÔNICA DE CIÊNCIA ADMINISTRATIVA	TEORIA E PRÁTICA EM ADMINISTRAÇÃO

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

Já definidas as fontes de coletas de dados, foram estipulados quais a serem extraídas dos artigos, sendo: a) título; b) periódico; c) ano de publicação; d) setor da economia; e) enquadramento do estudo (teórico ou empírico); f) abordagem metodológica; g) natureza (quantitativo, qualitativo ou quali-quant); h) instrumento de coleta de dados; i) temática central e; j) local de aplicação. Levando em consideração que os aspectos f, g, h foram extraídos apenas dos artigos considerados empíricos.

Sendo assim, a pesquisa é caracterizada como exploratória e busca investigar de forma sistemática categorias e características dos artigos que tratem de estoque encontrados em periódicos nacionais da área de Administração. O trabalho se apresenta com uma abordagem quantitativa, sendo realizada uma pesquisa bibliográfica e utilizada como técnica de análise a bibliometria, que é uma técnica quantitativa e estatística e que segundo Ramos-Rodríguez e Ruíz-Navarro (2004) se configura em uma metodologia que identifica padrões ou modelos de pesquisas e promove o desenvolvimento e a disseminação do conhecimento científico.

Para a construção das variáveis, baseou-se em duas leis que regem os estudos bibliométricos sendo-as: a) *Lei de Bradford* relaciona a dispersão da produção, o que permite estabelecer um núcleo e das áreas de dispersão e auxilia no desenvolvimento de políticas de aquisição e descarte de periódicos sobre determinados assuntos, ou seja, quando novos assuntos são abordados nos artigos científicos, as publicações tendem a atrair novas produções sobre o mesmo tema. b) *Lei de Zipf* foi proposta em 1949 por George Kingsley Zipf da Universidade de Harvard, propõe que, uma palavra usada várias vezes no texto e as palavras mais aplicadas indicam o assunto da qual trata o documento, a lei objetiva a mensuração da frequência dessas palavras.

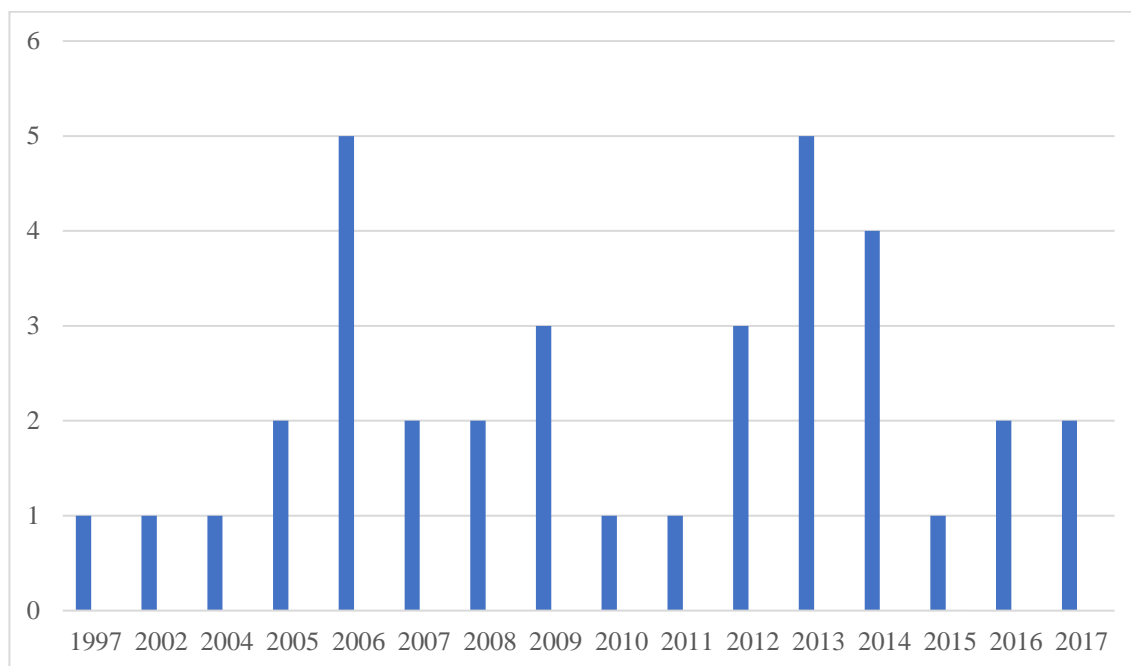
Para a exposição dos resultados os mesmos foram descritos e apresentados em forma de gráficos e tabelas, além de outra técnica com o auxílio do *software Iramuteq 0.7 alpha2*. Com base nas palavras chaves e resumos dos artigos coletados e filtrados, foram construídas duas nuvens de palavras (*wordcloud*) ou sociometrias com objetivo de mostrar a frequência com que aparecem no texto.

3 Análise e Discussão dos Dados

Analisando o Gráfico 1, a partir da pesquisa bibliométrica foram localizados (36) artigos publicados sobre estoque. A produção científica no período de (1997-2017) apresenta variações substanciais. Sendo o primeiro artigo publicado sobre estoque no ano de 1997. Mas, a produção científica se consolida apenas a partir do ano de 2005, onde o número de publicações aumenta constantemente apesar de algumas quedas no número de publicações no decorrer dos anos. Ressaltam-se os anos de 2006 e 2013, os com maior número de publicações, (5) artigos cada, somando um total de 28% das publicações no período.

Identificou-se que no ano de 2014 foram publicados um total de 4 artigos, resultando assim em 11% das publicações do período, que representa o segundo maior percentual. Observa-se ainda que de 2007 -2012, intervalo entre os anos de maior publicação, somente 9 artigos foram publicados e destacam-se os anos de 2009 e 2012 com (3) artigos cada. Os demais anos representam um total de 25% das publicações, contendo de 1 a 2 publicações.

Gráfico 1. Publicações por ano.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A Tabela 1 apresenta os resultados da quantidade de artigos publicados no período de 1997-2017 referentes ao tema estoque, classificados em teóricos e empíricos. Resultando em 27 obras empíricas e 9 teóricas, observa-se que as publicações empíricas nesse período estão com maior representatividade, somando um percentual de 75%. As publicações analisadas como teóricas totalizam um percentual de 25%.

Tabela 1 – Empírico e Teórico

Tipo de Pesquisa	Frequência (n)	Percentual (%)
Empírico	27	75
Teórico	9	25

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Analisando a Tabela 2 o setor da economia dos artigos, as publicações do setor privado são muito superiores as do setor público e ONGS, totalizando 30 artigos. Essa superioridade se dá pela facilidade maior de se estudar empresas privadas, principalmente na área de administração, onde muitas vezes os autores estão diretamente ligados à empresa estudada, por serem, por exemplo, estagiários, funcionários ou até mesmo proprietários.

A quantidade de artigos publicados referentes às empresas privadas representam 83,3% do total de artigos encontrados no período. Observa-se que com apenas (6) artigos, as publicações referentes ao setor público é incontestável que são minoria em relação aos do setor privado, totalizando apenas 16,7%. Destaque-se que foram encontradas apenas publicações referentes a empresas públicas e privadas, não constando nenhuma obra referentes à ONGS.

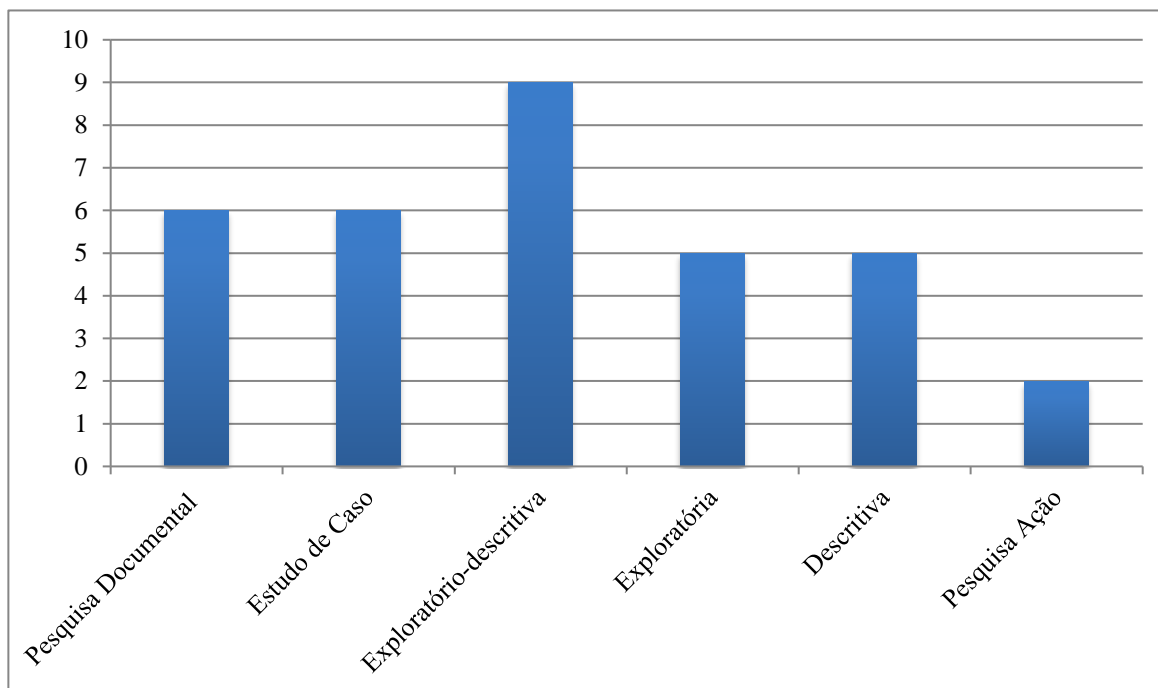
Tabela 2 – Setor da Economia.

Setor da Economia	Frequência (n)	Percentual (%)
Privado	30	83,3
Público	6	16,7
Ongs	-	-

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Quanto à abordagem metodológica, exposta no Gráfico 2, pode-se perceber uma variedade de seis tipos de abordagem. Dessas seis abordagens a de maior representatividade foi à pesquisa exploratório-descritiva com 9 artigos publicados, totalizando 25% do total de publicações do período. Em segundo lugar com 6 artigos cada, vem à pesquisa documental e o estudo de caso, representando assim 16,6% cada abordagem.

Na sequência vem à pesquisa descritiva e a exploratória cada uma com 5 artigos, cuja representatividade de ambas é de 13,8%. E com menor relevância entre os artigos publicados se encontra a pesquisa ação, a qual se obteve apenas 2 artigos publicados com essa abordagem metodológica. Dentre os 36 artigos pesquisados, a abordagem metodológica não foi identificada em três deles.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

De acordo com a tabela 3, que diz respeito à natureza da pesquisa, foram identificados 9 artigos com cada natureza, quantitativo, qualitativo e quali-quantitativo. Quanto aos artigos que não foram identificados a natureza da pesquisa, isso se dá pelo fato de que quando os artigos são classificados como teórico, automaticamente se exclui todas as demais classificações metodológicas.

Tabela 3 – Natureza da Pesquisa.

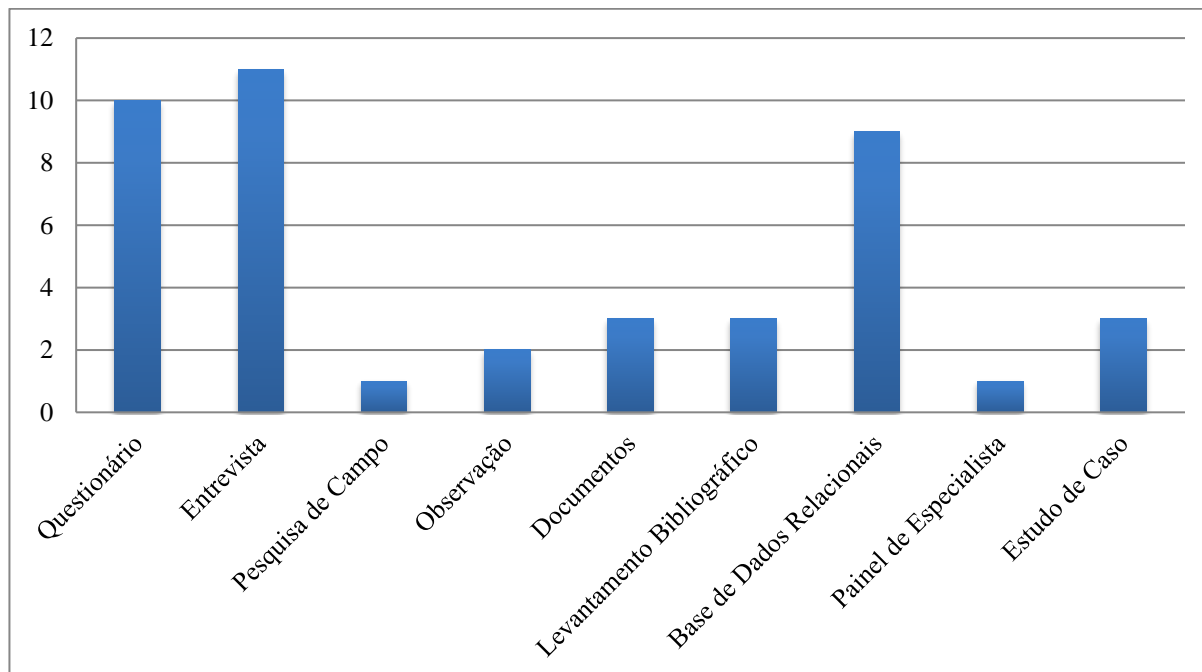
Natureza da Pesquisa	Frequência (n)	Percentual (%)
Qualitativa	9	25
Quantitativa	9	25
Quali-quantitativa	9	25

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Analisando o Gráfico 3, percebe-se que no período de 1997-2017 os instrumentos de coleta de dados mais utilizados pelos autores foram entrevista, questionário e base de dados relacionais, com 11, 10 e 9 artigos respectivamente. Entrevista tem 30,5% do total dos instrumentos de coleta de dados, seguida pelo questionário com 27,7% e pela base de dados relacionais com 25%. Isso se dá pelo fato de serem formas mais acessíveis e mais fáceis de coletar dados para uma pesquisa.

Apenas esses três instrumentos representam 83,2% dos artigos. Já as demais formas de coletas de dados têm números bem menores, uma vez que as próximas têm apenas três artigos cada, que são estudo de caso, levantamento bibliográfico e documental.

Gráfico 3: Instrumentos de Coleta de dados



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A Tabela 4 a seguir aborda a temática central dos artigos e através da sua análise pode-se constatar que Cadeia de abastecimento, Controle de estoque, Estoque de segurança e Capital de giro, foram abordados por 2 artigos cada tendo predominância sobre os demais. É perceptível que os 4 temas representam 21,2% do assunto principal das produções científicas, enquanto que os demais temas como: Comércio eletrônico, Gestão estratégica, Gestão de universidades, Recursos e capacidades, Teoria dos recursos e capacidades, Qualidade do atendimento, Risco de liquidez, Gestão de recursos e os demais, foram abordados uma vez cada.

Tabela 4 – Temática Central

Temática Central	Frequência (n)	Percentual (%)
Análise do consumidor	1	2,6
Análise Exploratória	1	2,6
Cadeia de Abastecimento	2	5,3

Capital Social	1	2,6
Coleta Programada	1	2,6
Comércio Eletrônico	1	2,6
Controle de Estoque	2	5,3
Divergências Contábil e Tributária	1	2,6
Estoque de Segurança	2	5,3
Estoque Gerenciado	1	2,6
Estoque Público	1	2,6
Estoque Unidimensional	1	2,6
Gestão de Capital de Giro	2	5,3
Gestão de Estoques	1	2,6
Gestão de Recursos	1	2,6
Gestão de Resíduos	1	2,6
Gestão de Universidades	1	2,6
Gestão do Abastecimento	1	2,6
Gestão Estratégica	1	2,6
Inovação Tecnológica	1	2,6
Liquidez Estática	1	2,6
Otimização do processo produtivo	1	2,6
Planejamento da produção	1	2,6
Políticas de Distribuição	1	2,6
Qualidade do atendimento	1	2,6
Recursos e Capacidades	1	2,6
Redução d Estoque	1	2,6
Restrições Financeiras	1	2,6
Risco de Liquidez	1	2,6
Satisfação Comercial	1	2,6
Tecnologias da Informação Móveis e sem fio	1	2,6
Teoria das Restrições	1	2,6
Teoria dos Recursos e Capacidades	1	2,6
Utilização da Informação	1	2,6
Total	38	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Analisando a tabela da quantidade de artigos por local de aplicação a seguir pode-se constatar que 5 artigos não mencionam o local de aplicação, pois são artigos que abordam revisão de literatura, que consiste em trabalhos que analisam apenas teorias e conceitos. Representando assim 13,5% do total de artigos, e micro e pequenas empresas se destacam como local de aplicação com 3 artigos totalizando 8,1% do total de artigos pesquisados.

Os outros locais de aplicação como: Assistência Farmacêutica, Cadeia Bovina, Cidades da Sérvia, Empresa Calçadista, Empresa Incubadora e etc. obtiveram apenas um artigo publicado. Somando 28 artigos, representando 69,4% das publicações totais, setor público e empresas de confecções não obtiveram nenhuma aplicação.

Tabela5 - Local de aplicação

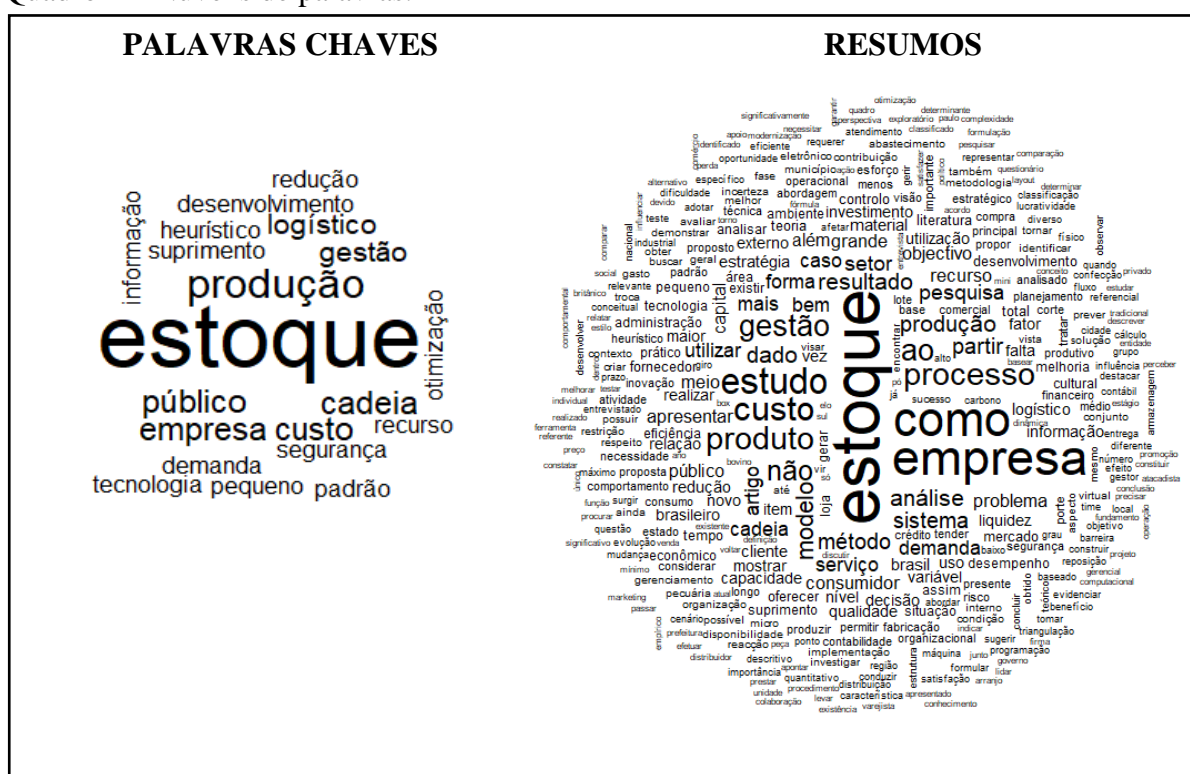
Local de aplicação	Frequência (n)	Percentual (%)
Assistência Farmacêutica	1	2,7
Cadeia Bovina	1	2,7
Cidades da Sérvia	1	2,7
Empresa Calçadista	1	2,7
Empresa Incubadora	1	2,7
Empresa Petroquímica	1	2,7
Empresas de Confecções	1	2,7
Empresas de grande porte	1	2,7
Empresas de pequeno, médio e grande porte	1	2,7
Empresas que fabricam produtos complexos	1	2,7
Empresas Varejistas	1	2,7
Equipamentos agrícolas e de construção	1	2,7
Estados Brasileiros	1	2,7
Fábrica de Móveis de pequeno porte	1	2,7
Fábrica de Tintas	1	2,7
Indústria Automobilística	1	2,7
Indústria Química	1	2,7
Mercado regulado de carbono no Brasil	1	2,7
Micro e Pequenas Empresas	3	8,1
Microrregião de Toledo-PR	1	2,7
Oito APLS	1	2,7
Pecuária Bovina de Corte	1	2,7
Prefeituras	1	2,7
Rede Atacadista	1	2,7
Setor Agroalimentar	1	2,7
Setor metalúrgico	1	2,7
Setor Público	1	2,7

Setor varejista	1	2,7
Universidades	1	2,7
Não menciona	5	13,5
Total	36	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Do ponto de vista da sociometria ou nuvem de palavras (*wordcloud*), construída das palavras-chave e dos resumos dos artigos, percebe-se que a palavra “estoque” é a predominante com aparições de 17 e 71 vezes respectivamente o que já se esperava por serem artigos relacionada à área.

Quadro 1 – Nuvens de palavras.



Fonte: Dados da pesquisa 2018.

4 Conclusões

O trabalho apresentou contribuições ao campo de estudos das ciências sociais, ao retratar os resultados de um estudo bibliométrico a respeito do tema estoques, onde foram estudados artigos publicados no período de 1997 a 2017 em âmbito nacional, aprimorando assim os conhecimentos científicos sobre essa temática.

Os resultados da bibliometria apontaram que em relação aos artigos contidos nas publicações, verificou-se que os estudos de caráter empíricos e do setor privado ocorreram em

maior número. Essa superioridade se dá pela facilidade maior de se estudar empresas privadas, principalmente na área de administração, onde muitas vezes os autores estão diretamente ligados à empresa estudada, por serem, por exemplo, estagiários, funcionários ou até mesmo proprietários. Enquanto as organizações não governamentais (ONGS), pouco se importam com os estudos e pesquisas a respeito dos estoques, uma vez que, não existe nenhuma publicação referente a esse setor no período pesquisado.

A pesquisa mostrou que no período estudado a entrevista, o questionário e a base de dados relacionais foram os instrumentos de coleta de dados mais utilizados pelos autores. Isso se dá pelo fato de serem formas mais acessíveis e mais fáceis de coletar dados para uma pesquisa.

Dentre esses trabalhos também se destacaram a temática central, controle de estoque, que foi abordada por mais de um artigo. Quanto aos locais de aplicação tiveram maior destaque a área de micro e pequenas empresas, mas o de maior número foram os artigos de revisão literária que não possuem um local específico de aplicação.

Espera-se que este estudo possa ter gerado apontamentos e resultados que forneçam subsídios para pesquisadores sobre os aspectos que estão sendo tratados ao se publicar uma bibliometria, seja na área de estoques como em outras áreas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Auditoria: um curso moderno e completo**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ARAÚJO, A. C. Bibliometria: Evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p.11-32, jan./jun. 2006.
- ARNOLD, J. R. T. **Administração de Materiais**. São Paulo: Atlas, 1999.
- ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Planejamento, organização e logística empresarial**. 4. ed. São Paulo: Bookman, 2001.
- _____. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: Planejamento organização e logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BRARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edições 70. 1977.
- BORGES C. T.; CAMPOS S. M.; BORGES C. E. **Implantação de um sistema para o controle de estoques em uma gráfica**/editora de uma universidade. Revista Eletrônica Produção & Engenharia, v. 3, n. 1, p. 236-247, Jul./Dez. 2010.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Classificações de Periódicos Quadriênio 2013-2016** – Plataforma Sucupira (Capes). Disponível em: <<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/>>. Acesso em: 03 jan. 2018.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: uma abordagem logística**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

_____. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FLEURY, Paulo Fernando. FIGUEIREDO, Peter Wanke. **Logística Empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.

GUEDES, Vânia. L.; BORSCHIVER, Suzana. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: Encontro **Nacional de Ciências da Informação**, 6., Salvador/BA, junho de 2005.

MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato Campos. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2002.

MOREIRA, D. A. **Administração da produção e operações**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2002.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; HARLAND, Christini. **Administração da Produção**. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

VIANA, João José. **Administração de materiais, um Enfoque Prático**. São Paulo: Atlas, 2002.

RAMOS-RODRÍGUEZ, Antonio-Rafael; RUÍZ-NAVARRO, José. Changes in the intellectual structure of strategic management research: A bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980–2000. **Strategic Management Journal**, v. 25, n. 10, p. 981-1004, 2004.

O FASCÍNIO DAS FRANQUIAS CANADENSES E AMERICANAS SOBRE A TOMADA DE DECISÃO EMPREENDEDORA: UMA ANÁLISE DO DESEMPENHO INTERNACIONAL NO PERÍODO DE 2015 A 2017

NUNES, André Borges ¹
ZUBA, Filipe Josué Gonçalves ¹
ALVARENGA; Shilton Lucas ¹
SANTOS, Willian Almeida ¹
ARAÚJO, Simone Gelmini ²

RESUMO

O presente artigo situa-se no campo de estudos de marketing internacional, este propõe uma análise do desempenho das 20 melhores franquias canadenses e americanas dos anos de 2015 a 2017. Foi realizada uma pesquisa descritiva, de caráter bibliográfico e com abordagem quantitativa. O objetivo deste trabalho foi avaliar o desempenho mercadológico das franquias canadenses e americanas. Com ênfase na atratividade destas franquias internacionais para a decisão empreendedora. Foram analisados quesitos específicos na perspectiva da regressão linear, que poderão auxiliar os futuros empreendedores na escolha de uma franquia. Diante das relações entre franqueador e franqueado no sistema de franquias, pode-se perceber a presença das teorias da agência e dos stakeholders, bem como a correlação positiva dos quesitos analisados, para o posicionamento das franquias no ranking.

PALAVRAS CHAVES: franquias internacionais, franqueador e franqueado, desempenho, marketing internacional

1. INTRODUÇÃO

No mundo das organizações fala-se muito sobre franquias, como sendo um modelo consolidado e testado no mercado. Muitas vezes, um investimento certo para alguns empreendedores. Mediante a complexidade das organizações, surge o sistema de franquias caracterizado por relações contratuais entre franqueador e franqueado. cuja relação permite a troca de recursos tangíveis e intangíveis entre os particulares (ou partes). Nesse contexto o

franqueador fornece seu saber, apoio, planejamento e outros recursos aos franqueados. (GILLIS, 2007).

Diante dessas proporções, este artigo tem como objetivo: avaliar o desempenho mercadológico das franquias canadenses e americanas. Tendo em vista o desempenho das mesmas, foram selecionadas as com melhor desempenho dentre as vinte primeiras colocadas no ranking “Top 500 Franchising Magazine” da revista Entrepreneur. Sob os seguintes aspectos, o desempenho mercadológico (através da análise dos segmentos), taxa de investimento inicial, taxas de crescimento do mercado externo, reputação da marca e experiência de mercado no franchising. Esses quesitos serão analisados na perspectiva da regressão linear, poderão auxiliar os futuros empreendedores na escolha de uma franquia (canadense ou americana).

As redes de franquias estão se expandindo em países desenvolvidos como Estados Unidos (EUA) e França, alcançando também países desenvolvidos, tais como Braisl, China e Filipinas (PERRIFOT, 2006). Sendo assim, esta pesquisa torna-se relevante, pois, serão analisadas as franquias canadenses e americanas que como menciona Perriofot tem se desenvolvido até mesmo em países desenvolvidos. Fazendo desta, uma pesquisa relevante para os estudos os estudos acadêmicos em países desenvolvidos e de primeiro mundo, como os EUA, onde o mercado de franquia tem ganhado cada vez mais proporção. Para realização deste objetivo, trata-se as vinte melhores do ranking da revista Entrepreneur nos anos de 2015 a 2017.

Esta revista já atua há mais de 30 anos, apresentando muitas informações e dados sobre as melhores franquias em questão (canadenses e americanas). O que torna ainda mais viável este trabalho, que demanda um volume maior de dados das empresas em análise (franquias).

Portanto, o presente artigo busca por meio das análises auxiliar os futuros empreendedores de franquias canadenses e americanas. Por meio, dos resultados dos objetivos que se derivaram da problemática de pesquisa (qual é a melhor franquia dentre as melhores canadenses e americanas).

2. MARCO TEÓRICO

O sistema de franquias: conceitos e realidades

O conceito de franchising tem passado por mudanças ao longo do tempo, que são percebidas desde 1993. Neste ano este termo era “uma forma de distribuição de produtos e ou serviços” (ANDRADE, 1993:2). Mas esta definição tem sido confrontada por uma visão ampla. Foster (1995), confronta esta concepção, trazendo um conceito mais abrangente de que o termo remete a um sistema de franquias, integrando franqueador, franqueado, produtos e serviços transacionais e distribuídos. Além deste autor considerar a terminologia como um conceito que remete a um direito ou privilégio dos franqueados operar conforme a estrutura preconcebida do franqueador (FOSTER, 1995).

Chiou e Droge, consideram que este termo refere a um negócio que consiste essencialmente em uma empresa, sendo essa empresa conhecida como franqueadora. A oferta é um pacote que foi testado no mercado com enfoque em um produto ou serviço (além de uma forma de distribuição), (CHIOU & DROGE, 2015).

No contexto do sistema de franquias é contemplada a figura do franqueador, franqueado e suas relações, como sugere Andrade (1995). Nesse sentido, Rubin, posiciona afirmando que a empresa franqueadora atribui os direitos de uso e de processo da marca. Cabendo ao franqueado pagar um montante fixo inicial, assim que adquire os direitos, concordando pagar uma Taxa de royalties baseada em vendas (RUBIN, 1978).

Neste sistema de franquias, o capital utilizado vem do franqueado, tornando vantajoso o negócio para o franqueador, visto que as empresas franqueadoras não precisam de seus próprios investimentos para expandir sua rede de unidades empresariais, explicado pela teoria dos recursos de escassez (LAFONTAINE, 1992).

Nesta perspectiva, o sistema de franquias caracteriza-se sistematicamente pela relação contratual entre franqueador e franqueado. Em que essa relação possibilita a troca de recursos tangíveis e intangíveis entre as partes. O franqueador fornece conhecimento, apoio, planejamento e outros recursos aos franqueados, e o franqueado, contudo, remunera o franqueador pela aquisição e manutenção da franquia e comercializa os seus produtos e serviços (GILLIS, 2007; SHANE, 2005).

Principais teorias relacionadas ao sistema de franquias

A teoria da escassez de recursos foi uma das primeiras tentativas de explicar a razão de existir as franquias. Como pressuposto principal dessa vertente teórica, Oxenfeldt e Kelly

(1969) afirmam que as empresas prefeririam expandir seus negócios com suas próprias unidades, mas quando confrontadas com escassez de recursos, elas aderem à franchising. É caracterizada como uma fonte alternativa para superar essa limitação de recursos. Concluem ambos os autores que, os franqueados são uma espécie de financiamento essencial para expansão dos seus negócios. Por outro lado, surge a teoria da agência que vem para investir poder ao franqueador em sua relação perante o franqueado. O franqueador ocupa o papel de ator principal e em seguida o franqueado o papel de agente. Esta corrente teórica enfatiza principalmente os mecanismos de monitoramento e controle adotados pelos franqueadores, afim de evitar o comportamento oportunista do franqueado. (BAKER & DANT, 2008).

Essa teoria se concentra na relação entre os diferentes tipos de agentes em uma cadeia de franquias. Os franqueados podem possuir diferentes interesses e níveis de informações do franqueador. Com esse diferente nível de informação, o franqueador exerce sua função de controle e monitoramento de forma mais controlada, assim é possível aquisição da assimetria da informação (EISENHARDT, 1989; JESEN & MECKLING, 1976).

Dentre várias abordagens, surge à teoria dos *stakeholders*, que propõe claramente o objetivo da organização é atuar como veículo para a coordenação dos interesses dos *stakeholders* (partes interessadas das relações do sistema de franquias). (BOAVENTURA, 2009). Porém essa proposição de função para as empresas gerou diversas críticas, que defendiam que haveria uma multiplicidade de objetivos entre as os stakeholders, e os gestores não teriam critérios definidos para a tomada de decisão, podendo gerar um comportamento oportunista para o gestor (PHILLIPS; FREEMAN; WICKS, 2003).

Franqueador e Franqueado

Nesse sistema de franquias, Silva e Azevedo (2007) afirmam que os principais atores são: franqueador e franqueado. Sendo o franqueador quem detém o poder da marca e o conhecimento da administração do negócio, enquanto os franqueados são múltiplos agentes econômicos. (SILVA E AZEVEDO, 2007). Diante desse argumento, Dias e Rocha defendem a necessidade de cooperação entre as partes (franqueador e franqueado), para que desenvolva a franquia. (DIAS, 2004; ROCHA, 2010).

Para Gillis e Shane (2007; 2005), o franqueador fornece aos seus agentes conhecimento, apoio, planejamento dentre outros recursos. Por outro lado, o franqueado remunera o

franqueador pela aquisição e manutenção da franquia e comercializa os seus produtos e ou serviços (GILLIS, 2007; SHANE, 2005).

No entanto, Boaventura (2009), amplia a questão com a teoria dos Stakeholders, apresentando que esta relação entre as partes deve ser pautada na cooperação e colaboração, propondo ganhos e vantagens para ambos. (BOAVENTURA, 2009).

Castrogiovanni e Chen discutem que nessa relação das principais partes envolvidas, o franqueador (principal) e franqueado (agente) emerge interesses distintos e conflituosos, o que causará comportamentos oportunistas e aumentará os custos da agência. E o franqueador, para reduzir os custos da agência e o oportunismo, necessita estabelecer mecanismos de monitoramento e controle, gerando benefícios aos franqueados (CASTROGIOVANNI ET AL., 2006; CHEN, 2010).

Merlo (2000) apresenta como principais vantagens para o stakeholder (franqueador) a oportunidade de expansão mais rápida do negócio com menor custo, uma imagem melhor da marca, ausência de relação empregatícia e uma economia de escala. E as desvantagens seriam uma perda parcial do controle, demandando um custo maior de supervisão, diminuição da rentabilidade e competição entre franqueados. (MERLO, 2000).

Patrício e Merlo (2007; 2000) concordam como sendo as principais vantagens para os franqueados o uso de um sistema operacional conhecido, além de suporte técnico e administrativo do franqueador, economias de escala e risco minimizado em relação ao próprio negócio. E como principais desvantagens, a perda da autonomia na administração do negócio, espaço restrito para iniciativas individuais e limitação de produtos e ou serviços a serem oferecidos ao mercado. (PATRÍCIO, 2007; MERLO, 2000).

Avaliação de desempenho das franquias

A avaliação de desempenho há muito tempo está sendo discutida nos estudos do campo da administração de empresas. Surgindo diversos modelos pela busca de ferramentas para a mensuração do desempenho das organizações, principalmente no que diz respeito a percepção gerencial do negócio. No entanto este campo ainda se encontra em desenvolvimento, buscando conceitos e modelos para auxiliar a gerência, afim de torná-la cada vez mais eficiente. Pois, foi percebida em muitas organizações uma discrepância entre os objetivos estratégicos e o que elas mensuram na busca por melhores resultados, (MELNYK et al., 2013).

Nessa perspectiva Lavieri, Corrêa e Cunha (2015) discutem as propostas de Kaplan (1983), e de Butler, Letza e Neale (1997) que até o final da década de 1970, grande parte desses esforços de desenvolvimento conceitual da área mercadológica, apoiava-se na construção de indicadores de desempenho mensuráveis, com caráter financeiro. O que uma nova linha de pensamento contrapôs, ganhando mais notoriedade. Defendendo que os indicadores financeiros não eram para avaliar o desempenho da organização, já que eles consideravam uma perspectiva de curto prazo apenas. Surgindo a necessidade de integrar conceitos financeiros e não financeiros (JOHNSON; KAPLAN, 1987). Assim sendo, os estudos, a partir da década de 1980, alçaram maiores proporções, entre acadêmicos e profissionais de mercado.

Essa lacuna de indicadores e modelos específicos que extrapolem o aspecto financeiro impactou também as franquias. Consequentemente surge a importância de indicadores, voltados para outros aspectos, como qualidade, imagem de negócio, benefícios, experiência no mercado, para apoiarem as decisões daqueles que querem abrir uma rede ou se afiliar a uma franquia. E dessa escolha emerge a busca e a realização da avaliação de franquias, envolvendo diversas razões. (LAVIERI; CORRÊA; CUNHA; 2015).

No que diz respeito à forma de avaliar as franquias, encontra-se várias proposições, por parte de vários autores. De acordo com Ackerman (2003) deve-se observar como fator de avaliação a confiança e o relacionamento da franquia frente ao mercado numa avaliação de cadeias de redes. Lembrando que este relacionamento se estende de franqueador – franqueado para franquia e clientes. (ACKERMAN, 2003).

Essa relação proposta é importante, mas Nijmeijer (2014) complementa, sugerindo que a avaliação seja pautada no tempo em que a franquia está atuando no seu nicho específico de mercado (NIJMEIJER; FABBRICOTTI; HUIJSMAN, 2014).

Em um ponto de vista distinto, Aydin e Kacker (1990) consideram que a taxa de crescimento no mercado externo é um fator avaliativo para as franquias. Levantando a seguinte hipótese: quanto maior for à capacidade ou taxa de crescimento no mercado externo se comparado ao interno (de onde originou a franquia), melhor é o desempenho.

A capacidade de monitoramento e controle, também se apresenta como forma de avaliação das franquias. Fator essencial para reduzir os riscos morais, que podem ser responsáveis pela deterioração da imagem da rede de franquias entre os consumidores e pelo surgimento de ações oportunistas entre os franqueados (JENSEN E MECKLING, 1976; SHANE, 1996b).

A reputação da cadeia de franquia gera valor no mercado, apresentando como fundamental para avaliação de franquias. Quanto melhor a reputação, maior é esta franquia

frente aos possíveis franqueados e clientes, e imagem da marca para seus consumidores específicos (MACEDO, 2011).

Para seleção de uma franquia, as taxas iniciais de investimento necessárias para abertura devem ser levadas em conta, uma vez que elas incluem o montante financeiro para concessão, capital para instalação inicial e capital de giro. Ou seja, todo investimento necessário para que uma franquia seja inserida no mercado. Após esta taxa, tem-se a taxa de franquia que é paga após a aquisição da franquia; corresponde à quantidade necessária para se juntar a uma cadeia de franquias. Seguida da taxa de instalação inclui equipamentos físicos, estoque inicial e treinamento necessários para o estabelecimento da unidade franqueada. (MELO; BORINI; OLIVEIRA JUNIOR E PARENTE, 2014).

Empreendedor e empreendedorismo

Ao longo dos anos o conceito de empreendedor e de empreendedorismo se apresentou de diversas formas, que segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009) não obtiveram uma conclusão ou resposta definitiva. Isto é, ainda não há uma definição precisa e de caráter universal aceitável de quem é um empreendedor, ou o que é empreendedorismo. No entanto, tem-se o conceito que o desenvolvimento do empreendedorismo se origina da tradução de uma palavra francesa *entrepreneur* que significa “aquele que está entre” ou “intermediário”. (HISRICH; PETERS E SHEPHERD, 2009).

Dornelas (2008) considera o empreendedor de forma distinta, citando também Kizner que descreve que este é aquele indivíduo capaz de conseguir organizar o ambiente e vislumbrar novas oportunidades. (DORNELAS, 2008). Posição que é apoiada por Schumpeter (1949), que enfatiza o empreendedor, como aquele que cria e faz uso de oportunidades, por meio de informações precisas que permite alavancarem seu conhecimento. (SCHUMPETER, 1997).

3. MÉTODO

Este artigo pode ser caracterizado como uma pesquisa descritiva, de caráter bibliográfica e de abordagem quantitativa. Revela o interesse de pesquisadores em identificar e elencar detalhadamente o universo da internacionalização de franquias canadenses e americanas. Foram coletadas informações referentes à forma como estas franquias estão organizadas em relação ao número de unidades no país e no exterior, além do detalhamento da apuração dos resultados de forma estruturada para análise e interpretação dos dados. Segundo Marconi e Lakatos (2010) a

interpretação exige a comprovação ou argumentação dos pressupostos, ambos baseados nos dados coletados, levando em consideração que os dados não dizem nada por si só e é preciso ser interpretados e compreendidos.

O objeto de pesquisa escolhido para o presente artigo foram as franquias americanas canadenses. Estas, foram listadas a partir da publicação online chamada “Top 500 Franchising Magazine” da revista Entrepreneur, que lista na publicação “Top 500” as franquias canadenses e americanas. Mostrando que estas franquias estão de acordo com as normas de publicação da revista ordenadas de acordo com o seu desempenho no ano atual da publicação. Esta revista é uma tradicional publicação, que elenca anualmente as principais franquias americanas e canadenses. As mesmas são listadas desde 1987 sem interrupção pela revista e então, publicadas na internet no endereço www.entrepreneur.com/franchise500.

A ordenação para a composição do ranking se dá a partir do desempenho de cada franquia, baseado em critérios específicos determinados pela publicação que serão descritos na tabela a seguir:

Quadro 1. Pilares propostos pela “Top 500 Franchise” para inserção no ranking

Item para composição do ranking	Detalhamento das informações requisitadas
Item para composição do ranking	Detalhamento de informações requisitadas
Custos e taxas	Taxa de franquia, Investimento total, Taxas de <i>royalties</i>
Tamanho e crescimento	Unidades abertas e operacionais, Taxa de Crescimento, e fechamento de unidades
Apoio e suporte	Tempos de treinamento, Apoio de marketing, Suporte operacional, Infraestrutura do comerciante, Litígio e Disponibilidade de financiamento.
Força da marca	Presença das redes sociais, Tamanho do sistema, Anos no negócio e Anos de franquias.
Força financeira e estabilidade	Demonstrações financeiras auditadas do franqueador.

Fonte: Elaborado pelos autores com base na publicação “Top 500 Franchise” acessado em 18/01/2018.

Além dos cinco pilares da publicação “Top 500 Franchise” citados, a partir do ano de 2016 estabeleceu-se um novo critério para uma franquia canadense e americana ser indexada no ranking é necessário possuir um mínimo de 10 unidades abertas e operando a partir de 31 de julho do ano anterior a publicação atual, com pelo menos uma franquia localizada nos EUA ou no Canadá. A empresa também deve estar interessada em permanecer procurando novos franqueados nos EUA ou no Canadá. Não poderá estar em processo de falência. Uma vez elegíveis, cada empresa é pontuada com base em mais de 150 pontos de dados, e as 500 empresas com os maiores índices acumulados se tornaram o “Top 500 Franchise”.

A escolha das franquias canadenses e americanas se deu pela reputação e credibilidade das informações apresentadas na Revista Entrepreneur e sua publicação “Top 500 Franchise”, pois o ranking está no mercado desde 1987. E em 2017 apresenta um volume maior de informações se comparado com o acervo da Associação Brasileira de Franquias (ABF), e o banco de dados da Revista Entrepreneur tem um volume de informações que estão em sintonia com os objetivos da pesquisa.

Para a realização do presente artigo foi realizado um recorte temporal do período compreendido entre 2015, 2016, 2017 referente apenas às vinte primeiras franquias canadenses e americanas da publicação da revista. Nesta perspectiva baseou-se na premissa de avaliar as franquias de melhor posicionamento, ofertar uma análise mais atual do momento deste modelo de negócio e com isto confrontar o cenário deste recorte para futuros candidatos a empreendedores internacionais tendo em vista a disponibilidade de dados.

Os dados analisados tiveram como base os tópicos: Número de franquias próprias, fora e dentro do USA; Requisitos Financeiros; Taxas contínuas; Suportes contínuos; Apoios de marketing; Formação e treinamentos; Número de funcionários exigidos. Os tópicos serviram

como base junto com uma regressão logística dos dados, permitindo estimar a probabilidade associada à ocorrência de determinado evento em um conjunto. Tendo como objetivo identificar e mostrar ao leitor qual o ramo de franquias e mais viável e para obter.

Os dados coletados foram organizados em uma planilha de Excel, ponderando todas as informações contidas na publicação. Considerando as vinte franquias canadenses e americanas ranqueadas de 2015 a 2017.

Por meio de análise dos segmentos, será exposto e analisado a melhor franquia e melhor segmento. Também serão analisados através de uma regressão linear os seguintes quesitos: a) taxas de investimento inicial, b) taxas de crescimento do mercado externo e c) reputação da marca. Esses quesitos serão verificados com a perspectiva de auxiliar os futuros empreendedores na escolha de uma franquia (canadense ou americana).

4. ANÁLISE E DISCUSÃO DOS RESULTADOS

Analisando os anos de 2015 a 2017, foi possível identificar que os segmentos, de alimentação juntos obtiveram um percentual de 60% do total de franquias. Ilustrado no quadro 2.

Quadro 2: Desempenho dos segmentos de 2015 a 2017

Anos de 2015 a 2017	
Alimentação	60%
Hotelaria	10%
Academias	5%

Fonte: Elaborado pelos autores com base na publicação “Top 500 Franchise” acessado em 18/01/2018.

Dessa forma pode-se deduzir que o segmento de alimentação é mais procurado que os outros, porém, apresenta uma concorrência maior que os demais segmentos analisados. A hotelaria ficou com 10% em primeiro lugar, e em seguida o segmento de academias com 5%, ilustrado no quadro 3.

Quadro 3: Desempenho dos segmentos em 2016.

Ranking 2016	
Alimentação	55%
Hamburgueria	25%
Hotelaria	5%
Salão de Beleza	5%

Fonte: Elaborado pelos autores com base na publicação “Top 500 Franchise” acessado em 18/01/2018.

No ano de 2016 o segmento de alimentação continuou se destacando em relação aos demais segmentos totalizando 55% do total. Há uma tendência, vale considerar o segmento de Hamburgueria no topo do ranking com 25%, e em segundo lugar o segmento de hotelaria com 5%. Apesar de hotelaria ter caído uma posição comparado com o ranking anterior, este segmento também demonstra ser um modelo de franquia bastante viável. Os dados obtidos também mostram um resultado considerável com relação aos salões de beleza, que sobe uma posição em relação ao ano anterior, e obtém 5% do total de franquias.

No ano de 2017 o segmento de alimentação consolida a sua vantagem em relação aos demais segmentos, ocupando as três primeiras posições do ranking e mantendo o percentual de 55% do ano anterior. A de considerar que esta modalidade continua mantendo uma maior concorrência.

Ponderando os dados levantados sobre as taxas de investimento inicial utilizando-se da regressão linear, o investimento inicial apresentou 11,49% de influência sobre o posicionamento das franquias. Dessa forma, o valor de investimento inicial tende a ser relevante para decisão empreendedora em relação a uma franquia deste nicho de mercado. Percebe-se uma tendência a esta proposição claramente, ao observar que os investimentos iniciais maiores que ocupavam colocações privilegiadas. Ilustrado com a partir do desempenho da segunda colocada no ranking de 2017, que neste período apresentou o maior investimento inicial apurado em US\$ 2.214.080. E em 2016 a segunda colocada com US\$ 17.088.860 e em 2015 a mesma se manteve em primeiro lugar no ranking, também sobressaiu, pelo seu alto investimento inicial.

Na análise da taxa de crescimento do mercado externo nos anos de 2015 a 2017, o posicionamento no ranking das franquias sofre influência de 6% sobre o número de unidades abertas fora do país de origem. Tendo em vista o número de lojas abertas fora do país de origem, foi utilizada a regressão linear, com vista na correlação positiva encontrada.

Observou-se que essa taxa de crescimento mercadológico em 2016 teve uma significância de 94,65%, apontando uma tendência de proporcionalidade. Ou seja, quanto maior

for à taxa de mercado, o desempenho tende a ser melhor. Ratificando o que Aydin e Kacker (1990) sugeriram como hipótese para a avaliação do futuro empreendedor.

Foram considerados como aspectos da reputação da marca os seguintes requisitos para o suporte contínuo: cooperações em compras, boletim de notícias, linha gratuita, segurança, operações de campo. Já para o quesito de apoio de marketing, os requisitos avaliados foram: mídia nacional e regional, além da publicidade cooperativa.

Tais requisitos representam 70% do posicionamento do ranking, evidenciando assim a validação da reputação das franquias que é influenciada pelos suportes detalhados anteriormente ofertados aos franqueados. Foi observado que dentre os requisitos verificados as mídias tanto regionais quanto nacionais, que os franqueadores desenvolvem para apoio dos franqueados, possui uma significância de 94,43% na apuração da reputação, evidenciando assim a influência desses aspectos do marketing para este modelo de negócio.

A partir dessa perspectiva referente aos requisitos para a reputação da marca, os empreendedores do mercado de franquias parecem avaliar positivamente as que apoiam cooperativamente os franqueados. Reforçando a teoria dos stakeholders proposta por Boaventura, que defende o esforço dos franqueadores despendidos aos seus franqueados. Sendo este esforço, fator essencial, para o desenvolvimento e coordenação dos interesses diversos dos stakeholders no franchising. (BOAVENTURA, 2009).

Para a efetivação da análise, tendo em vista a decisão a ser tomada pelos empreendedores, considerou-se a experiência das empresas ranqueadas no mercado de franquias (franchising). Os autores Nijmeijer e Fabbricotti (2014), sugerem que o desempenho das franquias seja pautado na experiência destas no seu nicho de mercado. Como exposto anteriormente, este argumento é validado pela dominação do setor de alimentos, ocupando 60% do ranking durante os três anos analisados. Ressaltando que este possui uma experiência maior, dentre os outros setores ranqueados. (NIJMEIJER; FABBRICOTTI, 2014).

Em 2015 e 2016 a experiência das empresas no mercado de franquias influenciou em 5% o posicionamento destas no ranking. E no ano de 2017 essa influência foi de 4,95%, o que sugere como um fator importante. Que comprova além da experiência em um nicho específico de mercado, também percebe-se a influência das empresas atuando como franqueadoras no mercado de franquias (franchising), ilustrado no quadro 4.

Quadro 4: Experiência das franquias

Experiências das franquias	
<i>Orangetheory Fitness</i>	0,87%
<i>Dairy Queen</i>	9,16%

Fonte: Elaborado pelos autores com base na publicação “Top 500 Franchise” acessado em 18/01/2018.

Essa hipótese, pode ser exemplificada através da franquia *Orangetheory Fitness* que sua experiência de poucos anos influenciou apenas 0,87%, diferente das demais que diante de uma experiência maior no mercado da *Dairy Queen* que foi influenciada em 9,16% seu posicionamento no ranking. Nota-se que a que teve menor percentual também possui um menor tempo de experiência no mercado de franquias. Diferente da que possui uma experiência mais longa, que teve melhor percentual entre as franquias.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dada à importância desse estudo, torna-se necessário que os empreendedores considerem um volume maior de variáveis, tais como, taxas de royalties, lucro líquido, treinamento técnico dos franqueadores, dentre outras. Para o mesmo ampliar suas possibilidades de escolha no que tange o investimento de uma franquia em detrimento de outra. Percebeu-se claramente a presença constante de duas correntes teóricas de franquias, agência e stakeholders.

Quando analisados os aspectos de investimento inicial e reputação das franquias, considerando diversas variáveis (como mídias regionais e nacionais, publicidade, operações) notou-se grande atenção dos franqueadores nos mecanismos de controle. Sendo esta atitude defendida pela teoria da agência que afirma o franqueador, como ator principal do *franchising*.

Ao observar a correlação positiva da experiência das franquias atreladas a reputação da marca, percebeu-se a teoria dos *stakeholders*. Esta teoria defende que o relacionamento do franqueador, franqueado e clientes é um fator preponderante para o sucesso das franquias. Tendência que é ilustrada, a partir do melhor desempenho por parte daquelas franquias com mais tempo de experiência e melhor imagem frente ao mercado (percebida na análise da reputação da marca).

Com relação aos segmentos destacou-se o setor de alimentação, que consolidou sua vantagem em relação aos demais, pois detém uma maior porcentagem das principais colocações do ranking. Deixando notório também uma maior concorrência nesse setor de atuação comparado com os demais segmentos analisados.

Embora não seja um pré-requisito para composição do “Top 500 Franchising Magazine” a taxa de crescimento no mercado externo influência de forma significativa na colocação do ranking. E a inserção da marca no comércio exterior faz com seus produtos e serviços sejam popularizados, desenvolvendo assim sua reputação e aumentando o seu reconhecimento.

Entretanto, há limitações desta pesquisa que devem ser consideradas por futuros empreendedores interessados na aquisição de franquias. Isto porque, esta análise foi baseada exclusivamente em franquias canadenses e americanas, que se adequaram aos critérios da publicação analisada. Assim, outras franquias que foram excluídas da publicação podem ser analisadas em trabalhos futuros e também trazerem contribuições. Outro aspecto é que foi utilizada apenas a regressão linear e mais pesquisas inclusive qualitativas podem buscar outros aspectos também importantes, que neste trabalho não foram avaliados.

Sob o ponto de vista analisado neste artigo, a contribuição trazida foi de apresentar uma análise quantitativa do desempenho das franquias canadenses e americanas por meio de uma análise das 50 melhores posicionadas no ranking da publicação. O resultado pode contribuir para uma reflexão mais detalhada para tomada de decisão de futuros empreendedores internacionais. Especialmente no que se relaciona com os mecanismos de controle do franqueador sobre o franqueado.

5. REFERÊNCIAS

ACKERMAN, K. **350 dicas para gerenciar seu armazém**. São Paulo: Instituto IMAN, 2003.

ANDRADE, M. M. T. **A inovação em uma rede de franchising – estudo de caso Yázi**.

Dissertação (Mestrado em Administração) - Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo: FEA, USP, 1993.

AYDIN, N., & KACKER, M. **International outlook of U.S based franchisers. International Marketing Review**, 7(2), p. 43-53, 1990.

BAKER, B.; DANT, R. Stable plural forms in franchise systems: an examination of the evolution of ownership redirection research In: HENDRIKSE, G. et al. **Strategy and**

governance of networks: cooperatives, franchising and strategic alliances. Heidelberg: Physica-Verlag, 2008.

BOAVENTURA, João Maurício G, **Teoria dos Stakeholders.** In Revista brasileira de Gestão de negócios, 2009.

BUTLER, A.; LETZA, S. R.; NEALE, B. **Linking the Balanced Scorecard to strategy. Long Range Planning**, v. 30, n. 2, p. 242-253, 1997. <[http://dx.doi.org/10.1016/S0024-6301\(96\)00116-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0024-6301(96)00116-1)>. Acesso em 14/09/2017.

CASTROGIOVANNI, G., COMBS, J., & JUSTIS, R. **Resource scarcity and agency theory predictions concerning the continued use of franchising in multi-outlet networks.** Journal of Small Business Management, p. 27-44, 2006.

CHEN, H. **The development of international franchise network.** Journal of Global Business Management, p. 1-11, 2010.

CHIOU, J.; DROGE, C. **The effects of standardization and trust on franchisee's performance and satisfaction: A study in franchise systems in the growth stage.** Journal of Small Business Management, v. 53, n.1, p. 129-144, 2013. <<http://dx.doi.org/10.1111/jsbm.12057>>. Acessado em 14/09/2017.

DIAS, C. D. **Principais conflitos do sistema franchising: caso Yázigí Internexus.** Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FOSTER, D. L. **O livro completo de franchising.** Rio de Janeiro: Infobook, 1995.

GILLIS, W. **Resource-based and relational antecedents of firms' propensity to franchise and their effects on firm performance.** 2007 (Doctor of Philosophy) – College of Business, The Florida State University, Tallahassee, 2007.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JENSEN, M. MECKLING, W. **Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure**. *Journal of Financial Economics*, 1976, 3, p. 305-360.

JOHNSON, H. T.; KAPLAN, R. S. **Relevance List. The rise and fall of management accounting**. Boston: Harvard Business School Press, 1987.

KAPLAN, R. S. **Measuring manufacturing performance: A new challenge for managerial accounting research**. *Accounting Review*, v. 58, n. 4, p. 686-703, 1983. <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4899-7138-8_14>. Acesso em 14/09/2017.

LAFONTAINE, F. (1992). **Agency theory and franchising: some empirical results**. *Rand Journal of Economics*, 23(2), 263-283.

LAVIERI, Carlos Amorim; CORRÊA, Hamilton Luiz; CUNHA, Julio A. Carneiro da; **Controle e desempenho de franquias: um estudo sobre as atividades de avaliação de desempenho organizacional realizadas por franqueadores**, 2015.

MACEDO, T. **A globalização do franchising brasileiro**. *Revista Franquia e Negócios*, p. 39. Lamônica, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MELNYK, S. A.; BITITCI, U.; PLATTS, K.; TOBIAS, J.; ANDERSEN, B. **Is performance measurement and management fit for the future?** *Management Accounting Research*, 2013.

MELO, Pedro Lucas; BORINI, Feipe Mendes; OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda e PARENTE, Ronaldo Couto; **Internationalization of brazilian franchise chains: a comparative study**, 2014.

MERLO, E. M. **O desempenho do setor de franquias no Brasil: um estudo exploratório dos principais condicionantes de performance**. Tese de Doutorado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, USP, São Paulo, 2000.

NIJMEIJER, K. J.; FABBRICOTTI, I. N.; HUIJSMAN, R. **Making franchising work: A framework based on a systematic review**. *International Journal of Management Reviews*, v.16, n. 1, p. 62-83, 2014. <<http://dx.doi.org/10.1111/ijmr.12009>>. Acesso em 14/09/2017.

OXENFELDT, A.; KELLY, A. **Will successful franchise systems ultimately become whollyowned chains**. *Journal of Retailing*, v. 44, n. 4, p. 69-83, 1969.

PERRIGOT, R. Services vs retail chains: are there any differences?: Evidence from de French franchising industry. **International Journal of Retail & Distribution Management**, v. 34, n. 12, p. 918-930, 2006.

PHILLIPS, R.; FREEMAN, R. E.; WICKS, A. C. What stakeholder theory is not. **Business Ethics Quarterly**, v. 13, p. 479-502, 2003.

PATRÍCIO, P. P. **Análise das restrições recorrentes do relacionamento franqueado-franqueador: a construção de uma teoria substantiva sob a ótica do franqueado**. Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2007.

REVISTA ENTREPRENEUR, **Top 500 franchising Magazine**. Disponível em: <https://www.entrepreneur.com/franchise500>. Acesso em: 14/09/2017.

ROCHA, F. B. **Impacto da postura comportamental do franqueado e de sua relação com o franqueador no desempenho da franquia**. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2010.

RUBIN, P. The theory of the firm and the structure of the franchise contract. **Journal of Law and Economics**, 1978, Vol. 21, p. 223–233.

SHANE, S. **From ice cream to the internet: using franchising to drive the growth and profits of your company**. New Jersey: Prentice Hall, 2005.

SHANE, S. **Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: a study of new franchisors.** *Academy of Management Journal*, p. 216-234, 1996.

SCHUMPETER, J. **Empresários, inovação, ciclos de ensaios.** São Paulo: Celta, 1997.

O PROCESSO DE PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO EM PEÇAS PUBLICITÁRIAS

OLIVEIRA, Bianca Rocha de ¹ FONSECA, Karen Letícia² OLIVEIRA, Vanessa Ferreira³
DUARTE, Simone Viana⁴

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo identificar as estratégias de comunicação em marketing utilizadas pelas organizações através das peças publicitárias impressas/audiovisuais e propor um modelo de *checklist*, com base na teoria que sirva tanto para planejar como avaliar a comunicação, que corrobore com êxito nos objetivos de marketing para divulgação da marca/produto. Utilizou-se a pesquisa exploratória e a pesquisa bibliográfica, adotou-se o estudo de multicasos como o método de procedimento, considerando para coleta e análise dos dados, o modelo dos cinco *Ws*, o modelo AIDA, a estratégia de marketing dos 4 *P*'s e tipos de execução. Através da análise de conteúdo foi possível separar e analisar o material selecionado e comparar teoria e prática. Além disso, buscou-se na mídia social comentários dos consumidores sobre os produtos e as respectivas propagandas. Com os resultados encontrados observou-se que: DOWNY, ocorreu o planejamento de comunicação de marketing, porém o produto não foi compatível com o que foi divulgado. SKOL (1) e UNIVERITAS mostraram-se eficazes por constituírem os elementos fundamentais na elaboração de uma estratégia de promoção através da comunicação. ALWAYS, SKOL (2) e BOMBRIL obtiveram um mau posicionamento, isto fez com que a imagem da empresa e o valor do produto fossem totalmente distorcidos. Por meio dos resultados concluiu-se que a análise a partir do modelo cinco *Ws* evidenciou que a utilização deste é bastante relevante a todas as peças estudadas, a análise do modelo AIDA demonstrou que o principal ponto a ser observado é advertir que o mix de marketing precisa estar completo para obter uma melhor aceitação do público-alvo. Com relação aos 4*P*'s de marketing verificou-se uma discrepância entre as peças publicitárias bem sucedidas com as de má aceitação. Em relação aos tipos de execução, considera-se que não existe uma forma padrão entre as peças, variando conforme os objetivos e o público que se pretende alcançar. O trabalho demonstrou que o *checklist* pode ser uma ferramenta de gestão de marketing utilizada no plano de ação da comunicação estratégica das organizações, contribuindo para a produção de peças publicitárias bem sucedidas, ou seja, trazendo retorno. No entanto, o produto deve corresponder à promessa e se posicionar, com base nas informações obtidas no processo de planejamento de marketing.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégias de Marketing. Peças Publicitárias. Comunicação

¹ Acadêmica de Administração do 7º período da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes
-E-mail: bianca_rocha09@hotmail.com

² Acadêmica de Administração do 7º período da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes -
E-mail: karenfonseca260@gmail.com

³ Acadêmica de Administração do 7º período da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes -
E-mail: oliveirafvanessa21@gmail.com

⁴ Professora do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes -
Email: simonevianaduarte@yahoo.com.br

ABSTRACT

This article aims to identify marketing communication strategies used by organizations through print / audiovisual advertising and propose a checklist model, based on the theory that serves both to plan and evaluate communication, which successfully corroborates objectives the brand / product. We used the exploratory research and the bibliographic research. We adopted the study of multicasos as the procedure method, considering for the data collection and analysis, the five Ws model, the AIDA model, the marketing strategy of the 4 P's and types of execution. Through content analysis it was possible to separate and analyze the selected material and compare theory and practice. In addition, consumers' comments on the products and their advertisements were sought in social media. With the results found it was observed that: DOWNY, the planning of marketing communication occurred, however the product was not compatible with what was disclosed. SKOL (1) and UNIVERITAS have proved to be effective because they are the key elements in the development of a communication promotion strategy. ALWAYS, SKOL (2), and BOMBRIL were poorly positioned, making the company's image and product value totally distorted. By means of the results it was concluded that the analysis from the five Ws model showed that the use of this one is very relevant to all the pieces studied, the analysis of the AIDA model showed that the main point to be observed is to warn that the marketing mix needs to be complete to get better audience acceptance. Regarding the 4P's of marketing, there was a discrepancy between successful advertising and bad advertising. Regarding the types of execution, it is considered that there is no standard form between the pieces, varying according to the objectives and the audience that it is intended to achieve. The work demonstrated that the checklist can be a marketing management tool used in the strategic communication action plan of the organizations, contributing to the production of successful advertising pieces, that is, bringing a return. However, the product must match the promise and position itself, based on the information obtained in the marketing planning process.

KEY WORDS: Marketing strategies. Advertisement pieces. Communication

1. INTRODUÇÃO

Com o mercado cada vez mais exigente e competitivo, as empresas procuram sempre estar buscando os melhores meios para se destacar diante à concorrência, o marketing é o principal aliado das empresas para alcançar esse propósito. Ele busca dar um direcionamento às empresas através de suas análises, de forma a fazer com que essa atinja seus objetivos, como alavancar o crescimento, fidelizar clientes, gerar rentabilidade ao negócio, oferecendo aos seus clientes um produto ou serviço ideal ao mercado em que esteja inserido.

Diante disso compreende-se que o marketing não se limita somente a vendas ou propagandas, mas envolve um processo de planejamento, um estudo aprofundado do mercado, seus pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades, uma vez que nele se concentra a inteligência competitiva e estratégica da empresa, o que faz emergir os seguintes questionamentos: existe um modelo padrão para planejar e avaliar as peças publicitárias? Quais as Estratégias de Marketing de Comunicação utilizadas pelas empresas?

Nesse contexto, o presente artigo busca identificar as estratégias de promoção utilizadas atualmente por empresas e propor um *checklist*, com base na teoria, que sirva tanto para planejar como avaliar a comunicação, que corrobore com êxito nos objetivos de marketing para divulgação da marca/produto; comparar as peças publicitárias bem e mal sucedidas; e, verificar o padrão de requisitos utilizados na comunicação impressa e audiovisual, a partir modelos de comunicação como o dos Cinco Ws e o modelo AIDA, os 4 P's da estratégia de

marketing e tipos de execução, presentes na teoria em que se baseia o trabalho e serão melhor apresentadas adiante.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Marketing e o processo de planejamento

O marketing possui várias definições distintas que passaram por diversas alterações com o passar dos anos. Trata-se de uma função existente na organização que possui o intuito de criar uma comunicação entre empresa e seus *stakeholders*. Para Crocco (2010, p. 6), marketing é o “processo de dinamização e intensificação das trocas entre pessoas e organizações, com o objetivo de alcançar a satisfação recíproca de consumidores e produtores”.

As estratégias eficazes de marketing são baseadas em uma compreensão profunda do ambiente mercadológico e das características do mercado. Diante disso, são apresentados por Aaker; Kumar; Day (2001) o processo de planejamento de marketing, composto das etapas: análise da situação; desenvolvimento da estratégia; desenvolvimento do programa de marketing e a implementação. Dentro do programa de marketing, segundo os autores, estão tarefas específicas, tais como decisão sobre produto e canal, decisões de comunicação e fixação de preço, bem como as decisões sobre publicidade, tais como tipo de apelo, quais mídias veicularão a propaganda, qual deve ser o orçamento, quais as promoções a serem usadas e em que momento devem acontecer. Onde está o foco desse presente artigo.

Sobre isso, Las Casas (2006), alerta que a estratégia de marketing segue três passos: determinação do mercado-alvo, determinação do posicionamento e, escolha da estratégia do composto de marketing.

No primeiro passo se reconhece segmentos de mercado, grupos de consumidores específicos que se espera atingir. Conforme o autor mencionado, segmentos são grupos de consumidores homogêneos entre si considerando características geográficas, variáveis demográficas/socioeconômicas, variáveis psicográficas (estilo de vida, hábitos e atitudes), aspectos relacionados com o produto e variáveis comportamentais. A segmentação é o processo de separação desses grupos a partir de um mercado heterogêneo. Separados os grupos e formados os diversos segmentos de mercado possíveis para certo produto, deve-se escolher os que são mais indicados para atingir os objetivos com base em uma análise potencial de cada um.

De acordo com Kotler (2007) a segmentação de mercado consiste em dividir mercados maiores em partes menores para considerar os clientes de maneira que atenda às suas necessidades específicas, tendo em vista que se distinguem um dos outros em relação aos seus desejos, práticas de compra, recursos e localização.

Focar em grupos de clientes específicos é interessante porque segundo Nickels (1999, p.141) permite a análise de seus desejos e necessidades e o posterior desenvolvimento de produtos e programas de marketing voltados para esses desejos e necessidades. Para o autor isso confere uma vantagem competitiva.

No marketing diferenciado segundo Kotler (2007, p.173) uma empresa decide se voltar para diversos segmentos e nichos de mercado e desenvolve ofertas separadas para cada um deles. Na perspectiva de Nickels (1999) significa variar o produto, preço, parceiro de canal e comunicação integrada ao marketing conforme necessidade de cada segmento. É preciso olhar com cuidado as necessidades de cada segmento com o intuito de projetar um programa de marketing apropriado.

Segundo Cobra (1997) considerando a amplitude de mercados existentes, a mistura de raças e hábitos de consumo fica fácil entender a importância da segmentação do mercado. Para o mesmo autor exercer um estudo de marketing permite avaliar os resultados com

facilidade, minimizar os recursos físicos, financeiros e humanos além de amplificar a lucratividade e o ícone da organização nos segmentos-chave.

O segundo passo da estratégia de marketing refere-se ao posicionamento. Entendido pelo autor citado antes como a percepção dos clientes a respeito de um produto ou marca. Para posicionar um produto, deve-se primeiro conhecer o que está sendo oferecido no mercado, seus atributos de importância para os consumidores e como a concorrência tem se posicionado em relação a esses atributos.

Se uma empresa deseja se posicionar de determinada forma, ela deve desenvolver o composto de marketing para atingir seus objetivos, se esforçando no sentido de divulgar a imagem desejada, desenvolvendo produtos, preços, distribuição e promoção de forma coerente. Las Casas (2006), completa que estratégia pressupõe análise dos fatores externos que atuam no ambiente empresarial e a escolha da melhor forma de desenvolvimento para atingir diferentes posições, considerando que as alternativas estratégicas para as atividades de marketing referem-se às táticas, pois são desenvolvidas numa etapa intermediária.

Quanto às alternativas táticas do produto, o autor citado afirma que todos os componentes de um produto – qualidade, design, marca embalagem, rótulo, garantias, assistência técnica, serviços – podem ser desenvolvidos ou mudados de acordo com as situações de mercado, enfatizando o diferencial desejado.

Por fim, o terceiro passo da estratégia de marketing, corresponde ao mix de marketing, composto pelas variáveis: Produto, Preço, Praça e Promoção.

O Produto é um bem, serviço, ideia, ou qualquer outro item que possui valor de troca. O Preço é o que gera custo ao consumidor. A Praça, tudo aquilo que se associa à distribuição, localização, física ou logística do produto. E por fim a Promoção, é o “processo de comunicação ativa dos atributos e benefícios de um produto para o mercado-alvo pretendido” (CROCCO,2010, p.7).

Considerando o foco desse artigo, destaca-se o elemento do composto denominado promoção que pode ser compreendida como “o esforço de comunicação para o reconhecimento e a criação de consciência de um produto por parte dos compradores-alvo, envolvendo a informação sobre sua configuração, as necessidades que ele potencialmente satisfaz e de que modo ele atende a essas necessidades” (CROCCO, 2010, p.156).

O composto promocional é descrito pelos seguintes elementos: a propaganda, uma comunicação persuasiva feita através de meios de comunicação pagos como TV, rádio, revistas, etc; A publicidade, que trata-se da comunicação nos meios de comunicação não pagos; o *merchandising* que consiste na comunicação feita no próprio ponto de venda. A promoção de vendas, feita, normalmente, com o objetivo de aumento rápido ao nível de vendas; a Força de vendas, comunicação feita sobre características ou funcionalidade do produto e por fim o Marketing direto, que é uma estratégia feita através da comunicação direta entre o ofertante e o comprador potencial.

O presente estudo se volta para análise de propagandas que, segundo Polizei (2010), incluem peças publicitárias impressas como anúncios impressos, cartazes e folhetos, e audiovisuais como os anúncios eletrônicos e materiais audiovisuais, entre outros. No entanto, vale ressaltar, ainda segundo o mesmo autor, que dependendo do conceito a ser lançado, as ferramentas mais eficazes variam.

A peça publicitária trata-se de uma ferramenta que pode ser trabalhada isoladamente, dessa forma podendo ser considerada uma vantagem. É aquilo que compõe uma campanha publicitária, sendo assim a intenção de uma campanha ao envolver várias peças distintas passa a ser “somar seus esforços na obtenção de um resultado positivo de impacto e convencimento do consumidor” Dessa forma para que se utilize uma peça publicitária não é necessária a criação de uma campanha para o serviço ou produto. (HOFF; GABRIELLI, 2004, p. 29).

A idealização de uma propaganda deve levar em consideração diversos elementos, não se limitando apenas em mostrar aquilo que se quer vender. Levando em conta os elementos de persuasão, sendo eles textuais, visuais ou sonoros de acordo com o tipo de peça que se deseja utilizar.

De acordo com Cardoso (2002) a publicidade trata-se de um recurso comum quando se tem a intenção de transmitir uma mensagem persuasiva ao público, ela constrói imagens que por si só se tornam objeto de consumo. São esses elementos que ajudam a compor a propaganda do serviço ou produto, seja pelo lado racional ou apelo emocional. Portanto aqueles que obtiverem maior persuasão com o público, determinando uma maior eficácia, através da mudança de comportamento e atitudes do consumidor após a percepção dos atributos da marca, serão as peças que trarão maior vantagem competitiva à marca.

Segundo a perspectiva de Copeland (1924), as pessoas compram produtos quer por razões racionais ou emocionais. De acordo com Kotler e Armstrong (1994) a publicidade voltada para abordagens racionais deriva do processo do consumidor tomar decisões lógicas e racionais. Apelos com esse tipo de abordagem tendem a intenção de mostrar benefícios, qualidades, valor e desempenho dos produtos. Ainda, segundo Martínez (1999) o argumento racional é mais aconselhável àqueles produtos que possuem características claras e relevantes, suscetíveis a demonstração.

Quanto aos apelos conforme Kotler e Armstrong (1994), são tentativas de gerar emoções tanto positivas quanto negativas, no intuito de motivar a compra, sejam esses apelos de alegria, amor, tristeza, medo, culpa, orgulho ou até mesmo vergonha. Para Martínez (1999), o apelo às emoções e sentimentos carecem de ser utilizados para alcançar adesão à proposta existente na mensagem publicitária. Os apelos emocionais mostram afetar as reações dos consumidores perante à publicidade apresentada a eles. (EDELLE E BURKE, 1987)

O posicionamento de tais peças publicitárias é também de extrema importância uma vez que é muito importante para o produto se manter no mercado já que isto é um modo como as pessoas o terão em suas mentes. Segundo Philip Kotler (2007), se posicionar de maneira inteligente significa mostrar para seu público a diferença entre você e seus competidores.

Vantagem Competitiva

Segundo Porter (1985), a Vantagem Competitiva advém do valor que a empresa cria para seus clientes em oposição ao custo que tem para criá-la, assim a formulação de uma estratégia competitiva é essencial para a empresa, pois esta dificilmente poderá criar condições, ao mesmo tempo, para responder a todas as necessidades de todos os segmentos de mercado atendido, proporcionando à empresa, desta forma, criar uma posição única e valiosa. Porter (1985) parte de dois pressupostos para construção da Vantagem Competitiva: Eficácia Operacional e Estratégia. Segundo ele, a estruturação da Vantagem Competitiva fundamentada na Eficácia Operacional ocorre a partir de uma análise interna e detalhada dos processos.

Tal análise propiciará a identificação das competências essenciais da organização, ou seja, será imperativo observar todas as atividades exercidas pela empresa, visto que cada uma destas atividades poderá exercer uma contribuição para a posição de custos ou geração de valor da empresa. Essa análise das atividades deve ser desenvolvida de forma sistemática, utilizando-se como ferramenta o conceito de Cadeia de Valores.

Já no segundo pressuposto, a Estratégia, Porter coloca que somente através de uma posição estratégica distinta é que se pode conseguir diferenças de desempenho sustentáveis. Para tanto é apresentado um modelo tido como das Estratégias Genéricas de Competição a partir das quais, uma empresa poderá optar para enfrentar seus competidores. São elas: a estratégia de liderança em custos, foco e a diferenciação.

A liderança em custo pressupõe que a empresa consiga fazer seu custo total ser menor que o de seus concorrentes e assim ter vantagem na guerra por preços. A estratégia de diferenciação implica que a empresa ofereça, no âmbito de toda a indústria, um produto que seja considerado único pelos seus clientes, distinguindo-o dos produtos oferecidos pelos concorrentes. A estratégia de foco, por sua vez, se baseia no fato de que a empresa será capaz de atender melhor ao seu alvo estratégico que deve ser suficientemente estreito e pode ser atendido através de uma posição de custo mais baixo ou de uma posição de diferenciação.

Destaca-se na estratégia a diferenciação, que é relacionar a percepção de valor relevante e único ao suprir a necessidade dos consumidores. A criação de valor simbólico está vinculada à marca, ao valor emocional, aos sentimentos intangíveis e benefícios simbólicos em comparação aos valores funcionais. Valores simbólicos estão associados à personalidade dos consumidores, como conceitos de prestígio, exclusividade, liberdade de expressão, hábitos e costumes (BHAT; REDDY, 1998; De CHERNATONY, 2001; HARRIS; DALL'OLMO, 2000). Para posicionar-se no mercado é importante diferenciar da concorrência.

Percepção, Aprendizado e os modelos de comunicação eficaz

A percepção no marketing é o “processo pelo qual um indivíduo reconhece, seleciona, organiza e interpreta a informação que recebe do ambiente por meio dos cinco sentidos (visão, audição, olfato, paladar e tato)” (CROCCO, 2010, p.40). Dos diversos estímulos que o homem é exposto, apenas parte deles são armazenados através da percepção do indivíduo sobre o produto ou serviço. Segundo o autor mencionado, McGuire elaborou um modelo das etapas no processamento de informações. O modelo Atenção, Interesse, Desejo e Ação (AIDA) assim oferece elementos para uma concepção de mensagem de marketing mais adequada:

- Atenção: É o primeiro desafio da comunicação, chamar a atenção do cliente para o produto ou serviço.
- Interesse: Posteriormente, a comunicação deve manter o interesse do cliente. A maneira de se comunicar precisa receber bastante atenção, a mensagem tem que ser clara e atraente.
- Desejo: Depois de obter sucesso nos dois pontos anteriores, o próximo passo é fazer com que o cliente tenha o desejo de adquirir o produto ou serviço. Nesta parte, é necessário expor os benefícios do produto, seus diferenciais e o valor agregado, isso fará o cliente tenha interesse e desejo pela compra do produto.
- Ação: Esta etapa não ocorre unicamente na comunicação. Todos os elementos do mix de marketing precisam estar atuando. Não adianta o cliente querer comprar o produto e não encontrá-lo ou o preço não ser condizente.

Existe a memória a curto e longo prazo, essa segunda obtém uma mudança de conteúdo a partir do aprendizado. “Em um ambiente pleno de ofertas (e tentações), é preciso escolher, e as decisões são tomadas com base no que temos em nossa memória, resultado de algum tipo de aprendizado” (CROCCO, 2010, p.41). Para este autor, existem três tipos de mecanismos de aprendizado, o primeiro deles é o aprendizado cognitivo, onde as informações são adquiridas através da comunicação oral ou escrita e possui a repetição e elaboração como mecanismos que facilitam esse tipo de aprendizado. O aprendizado por condicionamento que se dá mediante a associação de dois estímulos que andam juntos, como acontece nos programas de fidelização. E o último é o aprendizado por imitação, onde as pessoas imitam aquilo que enxergam sendo boas para outras.

De acordo com Crocco *et al* (2006, p.196) o modelo dos cinco Ws – Quem, Quando, Por quê, O quê e Onde (em inglês, Who, When, Why, What e Where) – ajuda a traçar um

roteiro simples e ao mesmo tempo eficaz. A utilização deste modelo permite que os objetivos da comunicação sejam definidos:

Quem: a quem deseja se comunicar. Primeiramente deve-se identificar o público-alvo, conhecer bem o seu perfil e estabelecer uma boa estratégia para a melhor obtenção da resposta desejada. Variáveis de comportamento do consumidor e segmentação são fundamentais; **Quando:** quando se comunicar. A melhor data para a promoção e da comunicação ao público-alvo deve ser definida; **Por quê:** por que se comunicar. Diz respeito aos motivos de uma ação promocional: o porquê de sua realização, qual a sua necessidade; **O quê:** o que comunicar. A comunicação que deve ser transmitida ao cliente; **Onde:** onde se comunicar. Quais são os meios mais apropriados e efetivos para se comunicar com o público-alvo desejado.

Tipos de Execução de Propaganda

Para Crocco (2010), se a empresa quiser realizar uma propaganda de marca; lançamento e sustentação de produto; propaganda institucional, propaganda promocional, de categoria e de proteção ou defesa, por exemplo, utiliza-se diversos tipos de propaganda. Os tipos de execução de propaganda mais frequentes são descritos a seguir:

- 1. Dramatização:** Existe a focalização nos benefícios dos produtos, demonstra os resultados obtidos ao utilizar tal produto. Enfatiza então na apresentação do problema e na sua resolução;
- 2. Testemunhal:** Demonstra em cenas reais o testemunho de um consumidor. Mostra atributos invisíveis pela apreciação da reação;
- 3. Apresentação:** Neste faz-se necessário a simplicidade e a atenção para o conteúdo visual para exposição do produto ou serviço;
- 4. Celebridade:** Consiste em charme e a convicção extra pela aprovação de uma celebridade. Abrange alta imagem de marca, distinção, com possibilidade de longa utilização;
- 5. Desenho animado:** Há a distinção com estilo e humor e variedade de diagramas, gráficos e desenhos. Limita-se somente pela imaginação.
- 6. Jingle musical:** Gera reação emocional segura e imediata.
- 7. Caráter constante:** Geralmente tem todos os benefícios da dramatização do problema/solução. Há forte identificação de marca e exclusividade e é compatível com outras técnicas.
- 8. Demonstração:** Este apresenta uma convicção porque demonstra o produto no seu uso mais vantajoso evidenciando a superioridade com o produto antigo e até mesmo a vantagem sobre a concorrência.
- 9. Produto como herói:** Há claro destaque do produto e de seus benefícios com extrema realidade.
- 10. Humor, imagem ou clima/atmosfera:** Objetiva-se em uma reação emocional poderosa e em ter uma oportunidade para criar uma imagem duradoura e memorável. Considera-se também a diferenciação entre produtos ou serviços semelhantes.

3. METODOLOGIA

O trabalho consiste em uma pesquisa exploratória porque segundo Duarte; Furtado (2014) enfatiza a descoberta de idéias, proporcionando a familiaridade com o problema de forma a delimitá-lo e auxiliando na formulação de hipóteses, formulando questões com alternativas de respostas, bem como confirma características do universo a ser estudado, para melhor configuração deste mesmo universo e posterior seleção da amostra.

Considera-se o estudo de caso como o método de procedimento adotado, este abrange parte do universo ou população, sem uso do critério estatístico para definição da amostra representativa. Delimita o grupo de estudo ou caso a critério do pesquisador, na perspectiva

de compreender o fenômeno, os resultados dizem respeito ao caso e a seus informantes, que neste estudo corresponde a 6 peças publicitárias impressas e audiovisuais, configurando-se multicasos.

Para desenvolver a pesquisa, é necessário consultar materiais publicados, que segundo Duarte; Furtado (2014) é o estudo sistematizado desenvolvido a partir do material já produzido e publicado para outras finalidades, constituindo-se em fontes secundárias para o pesquisador, como livros, revistas, artigos científicos e sites.

A pesquisa bibliográfica permitiu identificar modelos e indicadores presentes na comunicação estratégica, o que propiciou a elaboração de um modelo de instrumento para análise do conteúdo das peças publicitárias e identificação dos elementos presentes na teoria, como um *checklist* que garantisse ao planejador e ou avaliador não ter esquecido aspectos importantes para persuadir e posicionar.

A planilha elaborada foi confrontada com peças publicitárias obtidas na mídia impressa e audiovisual de produtos e marcas bem e mal sucedidas. Para avaliação do material selecionado foram considerados o modelo dos cinco *Ws*, o modelo AIDA para comparar o processo de planejamento bem como as estratégias de composto de marketing e os tipos de execução de utilizadas por propaganda.

Para o confronto teoria e prática utilizou-se a análise de conteúdo, que segundo Appolinário (2006) tem por finalidade básica a busca do significado de materiais textuais e consiste na interpretação teórica das categorias que emergem do material pesquisado. Essa análise pode ser vista ainda, segundo Bardin (2002), como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, usando procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

Análise de conteúdo se trata de uma metodologia para estudos de conteúdo em comunicação, em sua vertente qualitativa, o método usado no artigo, emprega uma série de pressupostos que, em exames de texto, servem para captar os sentidos, seja literal ou simbólico.

A análise de conteúdo foi usada no presente estudo porque ela trabalha preferencialmente com dois tipos de fonte, a resultante de comunicação verbal, e a de comunicação oral, como transmissões de TV, ambas estudadas nas peças publicitárias adotadas para estudo. Além do fato desse tipo de análise levar em consideração o emissor e o receptor, considerando o que se diz e como se dá o resultado da mensagem exposta através do efeito que ela exerce sobre o receptor, este último, limitado aos comentários dos usuários obtidos através da internet. “As técnicas qualitativas enfatizam a presença ou ausência de certos temas, enfatizando a dimensão subjetiva do processo de análise e buscando estabelecer significados das comunicações” (BÊRNI e FERNANDEZ, 2012, p.344).

As principais técnicas empregadas na análise de conteúdo são: análise de temas, expressões, relações, representações e de enunciação. A primeira técnica se torna a preponderante no estudo em questão, pois a análise de tema, se trata, de acordo com Minayo, (1994) *apud* Bêrni e Fernandez (2012), de buscar a significação que se absorve de um texto analisado através de critérios concernentes à teoria guia da leitura. “A partir da teoria que serve de um conhecimento prévio exploratório do material a ser analisado, elabora-se um sistema de categorias temáticas, a fim de classificar de forma exaustiva o material analisado” (BÊRNI e FERNANDEZ, 2012, p.344).

Com base nesses conceitos foi proposta a planilha do Apêndice A, organizada em categorias e preenchidas com o resultado das análises elaboradas.

4. RESULTADOS E ANÁLISE

Depois de realizar o *checklist* encontrado no Apêndice – TABELA 1, relacionado aos aspectos do planejamento e avaliação das peças impressas e vídeo das propagandas da

ALWAYS, *BOMBRIL*, *DOWNY*, *SKOL* e *UNIVERITAS*, utilizando os modelos de comunicação AIDA, Cinco Ws, os elementos dos 4 P's e os tipos de execução, pôde-se refletir sobre o porquê das peças publicitárias terem sido bem e mal sucedidas, conforme análise a seguir:

ALWAYS

FIGURA 1
#JUNTASCONTRAVAZAMENTOS



Fonte: Imagem da internet<<http://adnews.com.br/internet/video-intimo-de-sabrina-sato-e-viral-da-always.html>>- Vídeo:<<https://www.youtube.com/watch?v=6Q5pU5cOhY0>> Acesso: 20 de maio

A *ALWAYS* informa que trabalha para proporcionar às mulheres produtos inovadores, é o primeiro absorvente de espuma do mundo que absorve dez vezes mais que seu peso, a empresa criou absorventes e protetores diários ajustáveis ao corpo que garante um conforto e a possibilidade de exercer atividades sem perceber que está usando-o.

Diferenciar é relacionar a percepção de valor relevante e único ao suprir a necessidade dos consumidores (BHAT; REDDY, 1998; De CHERNATONY, 2001; HARRIS; DALL'OLMO, 2000). A empresa teve como objetivo realçar o diferencial do produto, o absorvente tem 40 cm e proporciona 0% de vazamentos, com isso também apresentou a percepção/cognitiva já que é clara a informação sobre o produto e seus atributos: tamanho e benefício do não vazamento, no caso, suprimindo a necessidade de segurança com um utensílio de qualidade o qual é sempre utilizado pelas mulheres. Para o mesmo autor, a criação de valor simbólico está vinculada à marca, ao valor emocional, aos sentimentos intangíveis e benefícios simbólicos em comparação aos valores funcionais, também é exposto utilizando a celebridade, também correspondente a um dos tipos de execução, para demonstrar a marca e relatar um fato polêmico para gerar um valor emocional aos consumidores. Porém, o conteúdo do trocadilho utilizado no vídeo e a comparação entre situações de vazamentos diferentes compromete esse diferencial pretendido, como será dito mais pra frente.

O segmento alvo é destacado no vídeo porque traz fatos e acontecimentos das rotinas das mulheres. Na peça impressa como destaca a imagem da celebridade, acaba despertando a atenção dos homens, mesmo que não sejam usuários do produto. No vídeo destaca o motivo para a campanha #JuntasContraVazamentos ser divulgada, com o intuito de demonstrar a importância de apoiar a causa porque o vazamento de fotos e vídeos íntimos é algo que vem crescendo a cada ano, de acordo com a *ALWAYS*, em dois anos os números de casos atendidos pela Safernet cresceu 200% e 81% dos casos acontecem com mulheres. A *ALWAYS* aproveitou desta situação para lançar o seu produto como herói “*Always* noites tranquilas” uma linha completa de absorventes noturnos e despertar o interesse de compra nas mulheres, pois não é somente um vazamento de conteúdo íntimo que tira o sono, o vazamento “daqueles dias” também, as mulheres e tanto as que tiveram suas fotos vazadas podem ter interesse em comprar o produto para assegurá-las nos dias femininos.

Espera-se que não passar pelo constrangimento seja um forte apelo para motivar a compra e a preferência pelo novo absorvente, também identifica-se a presença da percepção/estímulos, influenciando as mulheres a adquirirem o produto através da empatia

com a celebridade, jingle musical, pelo propósito de se juntar a causa de apoio às mulheres que tiveram a sua intimidade vazada ou imitam o comportamento apresentado em busca dos benefícios do produto destacados pela propaganda, evidenciando assim a percepção/imitação. No entanto, o desejo e a compreensão deixam de existir quando se analisam as manifestações encontradas sobre o produto na internet, neste caso, só mesmo um pré-teste antes do lançamento oficial pode detectar. Os recursos para o tipo de execução (apresentação) da peça impressa e vídeo acarretou a uma ação/resposta diferente da expectativa visto que a para Francischi (2015) a campanha foi um desastre na execução porque tem o trocadilho péssimo: “Juntas Contra Vazamentos”, sugere que são as moças as responsáveis por evitar que uma foto ou vídeo íntimo caia na internet, quando a responsabilidade do ato é de quem “vazou” a foto. Outro motivo seria que é muito irresponsável comparar o vazamento da menstruação com “vazamento” de fotos e vídeos.

Perante a repercussão desta propaganda, pode-se dizer que o Posicionamento não ocorre como esperado, segundo Moraes (2015) as interpretações compartilhadas nas redes sociais foram diversas e recebeu dezenas de críticas negativas das internautas. Algumas mulheres disseram que a marca teria sido insensível à questão dos vazamentos de fotos íntimas, relacionando ao vazamento menstrual, problema banal cotidiano. Outras afirmaram que a empresa teria se apropriado do tema com deboche e até mesmo insinuando que as mulheres seriam culpadas e não vítimas na exposição da intimidade.

Diante do exposto, percebe-se que não ocorreu um bom planejamento das estratégias de marketing como fundamentado anteriormente por Crocco (2010) e Cobra (1990) já que a mensagem publicitária direcionou a diversas interpretações, a imagem da empresa configurou-se a ficar comprometida e o valor oferecido pelo produto também, porque os clientes entenderam o propósito da empresa, mas não acharam coerente a forma de comparação e não apreciaram o que a empresa proporcionou em relação à concorrência que seria o lançamento do produto por meio desta propaganda dando apoio às mulheres que tiveram fotos íntimas vazadas, o público deu mais ênfase no trocadilho de vazamento do que no produto, como foi perceptível nos comentários nas redes sociais.

BOMBRIL

A propaganda analisada tem em sua peça audiovisual bem definidos os elementos que compõe o modelo de comunicação Cinco Ws – a quem, por quê, onde, quando e a quê se refere. Quanto a quem, o vídeo se refere exclusivamente a mulher e apresenta como justificativa para o uso –o por quê – o fato de que, segundo descrição no vídeo, “Bombril brilha como toda mulher”. O onde é marcado pela casa, o local onde a mulher usa os produtos Bombril e o quando fica subentendido como qualquer momento em que se faça o uso do produto.

FIGURA 2



Fonte: <https://m.folha.uol.com.br/mercado/2015/12/1724208-10-propagandas-que-deram-o-que-falar-em-2015.shtml>. Acesso em: 25 de Maio de 2018

A peça chama a atenção do cliente ao usar na Execução do vídeo as Celebidades Ivete Sangalo, Monica Iozzi e Dani Calabresa fazendo menções sobre a figura feminina como sujeito de grande sucesso em diversas áreas e um tom de Humor em algumas de suas falas. No entanto, a forma como esse humor se deu gerou uma repercussão negativa, pois coloca a figura masculina como inferior ao usar frases do tipo “toda mulher é uma diva, e todo homem é ‘divagar’ (devagar)”, trazendo comentários como “Se fosse ao contrário a mulherada tava querendo tirar o comercial do ar. Bombril nunca mais.”, “vou lembrar do devagar na hora de comprar produtos Bombril” e “devagar é quem produziu esse maldito comercial” nas redes sociais em que a peça audiovisual foi veiculada.

Além disso, a peça deixa de destacar atributos do produto, seus diferenciais e valor agregado que, segundo Crocco *et al* (2006), poderia despertar no público alvo o Desejo de adquirir o produto, e não traz elementos do Mix de Marketing como informações sobre o preço e local onde o produto pode ser encontrado.

Em nota enviada à imprensa e mencionada no site Ego, a Bombril esclareceu “que a campanha Toda Brasileira é uma Diva foi estrategicamente desenvolvida para valorizar o protagonismo feminino”. De acordo com a marca, o “vídeo Comparação usa uma linguagem bem-humorada para ressaltar o valor da mulher na sociedade brasileira e não tem a intenção de ofender os homens ao fazer uma brincadeira com a palavra diva”. Mas não foi a percepção dos homens conforme os depoimentos obtidos. Assim, compromete outros segmentos de mercado que utilizam o produto. A propaganda não possui peça impressa.

DOWNY

FIGURA 3
AMACIANTE DA DOWNY



Fonte: Revista: máxima.uol.com.br – Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=-nRv-IFHP6w> 13/05

De acordo com seu próprio site, a marca DOWNY chegou ao Brasil cerca de sete anos atrás, tendo como objetivo levar a melhor combinação entre maciez e perfume duradouro, graças às cápsulas de perfume em sua fórmula que se rompem com o movimento e deixam as roupas perfumadas por muito tempo.

Na peça publicitária em revista o segmento alvo é destacado pelo fato de contemplar os clientes trazendo argumentos claros que possibilita uma fácil compreensão para passar conhecimento do produto, benefícios e lealdade à marca. Destina-se às pessoas que nas suas rotinas acabam tendo suas roupas contaminadas por odores contidos nos ambientes frequentados, isto pode acontecer com qualquer indivíduo, então todos podem utilizar o produto para extrair o cheiro desagradável que fica absorvido na roupa. No vídeo, o segmento ficou um pouco subjetivo, porque demonstra com maior destaque da figura feminina o quão bom é o produto por causa do perfume durável contido em seu vestido vermelho esvoaçante, à figura masculina também é exposta usando um terno bem apresentável apreciando a mulher caminhando enquanto exala o perfume do amaciante.

Com o tipo de execução apresentação tenta-se chamar a atenção com informações de conteúdo textual e visual para exposição do produto e do uso dele, com o jingle musical

presente no vídeo transmite uma reação emocional através da sonoridade, reforçando então a presença da percepção/estímulos aludindo cheiro emitido pela roupa e percebido pelo homem e pelos passantes, na peça impressa há a presença do estímulo também por intermédio da figura do ramo de flores do campo. Similarmente, a percepção/cognitiva por meio desta apresentação o cliente deseja o produto e tem o interesse de comprar para a satisfação das suas necessidades.

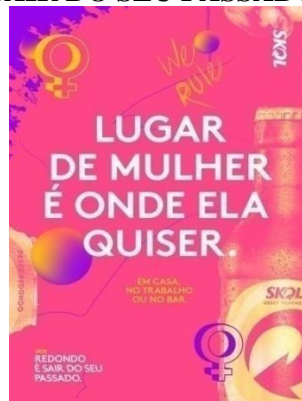
O posicionamento da empresa está relacionado à marca e o diferencial do produto, tal diferencial é destacado por três razões na peça impressa: pelo perfume, maciez e pela facilidade na hora de passar, por ser econômico uma vez que é concentrado, evidenciando então o produto e seus atributos: é o amaciante que neutraliza e bloqueia moléculas de mau cheiro, mantendo a roupa perfumada por muito mais tempo, transforma as moléculas para que deixem de cheirar mal e bloqueia os maus odores nos receptores nasais, impossibilitando a sensação de mau cheiro.

Porém, mesmo buscando realizar o planejamento de marketing, a ação/resposta não saiu como planejada como é detectada através dos comentários da internet, após a utilização do produto algumas pessoas demonstraram insatisfação na página do facebook da DOWNY, dizendo que “a embalagem de 1,5 L é muito ruim para segurar com as mãos molhadas”, “não tem cheiro e apresenta muita quantidade de água”, “não há mais a fixação de perfume como antigamente, a qualidade vai caindo quando os preços aumentam”.

Então, pode-se constatar que além de ter um bom planejamento de marketing para a propaganda, o produto precisa ser compatível com o que é exposto, porque senão os clientes ficarão insatisfeitos e isso compromete a marca já que segundo Cardoso (2002) aqueles que obtiverem maior persuasão com o público, determinando uma maior eficácia, através da mudança de comportamento e atitudes dos clientes após o uso, serão as que trarão maior vantagem competitiva. E melhor ainda percebe-se a falta de estratégia relacionada à vantagem competitiva, pela perspectiva de Porter (1985) a análise dos processos das atividades deve ser desenvolvida de forma sistemática, utilizando-se como ferramenta o conceito de Cadeia de Valores, a propaganda teve o planejamento de marketing esperado para uma boa comunicação do seu produto, mas a cadeia de valor não foi concretizada, visto que o produto quando comercializado foi aquém às expectativas como exposto anteriormente com os comentários.

SKOL (1)

FIGURA 4
REDONDO É SAIR DO SEU PASSADO e #ESCUTAASMINA



Fonte: <https://artrianon.com/2017/04/13/skol-convida-artistas-mulheres-a-redesenhar-seus-posteres-em-campanha-feminista/>. Acesso em 20 de maio

As propagandas da Skol voltadas às mulheres, tanto em vídeo quanto em peça, trazem características que são cruciais para uma boa campanha publicitária, é possível perceber que ela apresenta o público foco da campanha, as mulheres, no momento mais oportuno para isso.

Ante um estágio do país em que as mulheres buscam cada vez mais pelo seu lugar e para que escutem sua voz, ela responde ao quando e o porque da campanha. Comunicando sobre a cerveja através da exaltação da mulher e do reconhecimento de que elas precisam ter maior visibilidade diante à sociedade, a campanha responde ao “o que”. A utilização de peças em folhetos e vídeos busca o alcance do público exato no qual a marca pretende alcançar.

Visando convencer o cliente de que seu produto não só é bom, mas que propõe também um diferencial social, o anunciante seguindo os atributos dos 5Ws, conseguiu ser rápido e direto na escolha de frases curtas e objetivas que obtinha significado para seu público foco, a fim de chamar atenção. O uso da expressão “redondo é sair do seu passado” remete não só ao tradicional bordão da marca como ao intuito do que a campanha traz de “sair do passado” ao olhar para as mulheres de forma igualitária. Da mesma forma no vídeo a hashtag #escutaasmına mostra a intenção clara e objetiva de dar voz às mulheres. A forma com que a campanha chama a atenção de seu público faz com que o interesse seja despertado fazendo que a marca se envolva com ele o suficiente para que desejem gastar o seu tempo para olhar a mensagem da campanha em detalhes, gerando assim, o intuito de alcançar maior vantagem competitiva a partir do valor social que a empresa cria para seus clientes.

A Skol teve uma feliz escolha em ambas as peças ao preocupar-se com a simplicidade e objetividade da mensagem, trazendo a finalidade de exaltar a mulher e a igualdade a qual elas merecem ser tratadas, a empresa não só propôs um grande diferencial ao seu produto, ao associar a marca ao respeito às mulheres, como com isso, conseguiu um posicionamento da marca com exatidão ocupando uma posição diferenciada com o seu público-alvo, mostrando a diferença entre a sua marca e os seus competidores, levando a perspectiva da sua ação para os consumidores e ao ambiente de marketing em geral. Dessa forma, ao envolver com satisfação todas as ações relacionadas à divulgação e comunicação do seu produto para o público alvo a Skol conseguiu atingir uma promoção agradável aos seus clientes.

Levando em consideração tais atributos já citados como simplicidade da mensagem e posicionamento, o que levou a Skol a conseguir uma vantagem competitiva nada mais foi que a implantação de uma imagem que oferecesse aos seus clientes uma percepção positiva com relação ao produto e a marca através do posicionamento favorável na mente do consumidor. A percepção gerada pelo produto através de uma peça publicitária é essencial uma vez que, para chamar a atenção do público foco é necessário criar estímulos a ele. A campanha da Skol apresenta um estímulo ao seu público através da Percepção Cognitiva, pois as informações são adquiridas por intermédio da comunicação oral e escrita por meio da elaboração de mecanismos que facilitam o aprendizado, isso tudo por meio de um bom posicionamento e elementos cruciais para a primazia de uma peça.

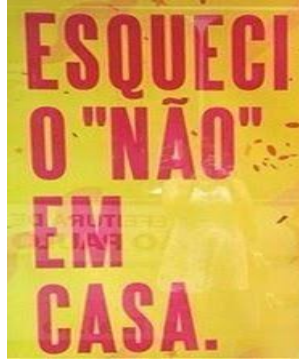
Ambas peças em questão mostram a apresentação como forma de alcançar a simplicidade e atenção para o conteúdo visual da exposição do produto, revelando assim o tipo de execução que consideraram mais adequado para a publicidade das peças. Na peça em vídeo o Jingle Musical característico da marca e a utilização do Humor objetivou-se gerar uma reação emocional poderosa, segura e imediata, criando uma imagem duradoura na mente do consumidor.

SKOL (2)

O lançamento de diversos outdoors na cidade de São Paulo pela marca de cerveja Skol não conseguiu alcançar a perfeita aceitação do público consumidor, uma vez que gerou ambigüidade em sua interpretação. A necessidade de usar frases que chamem a atenção do segmento que deseja atingir, visando convencê-lo a prestar atenção à mensagem do anunciante, busca a atenção do possível consumidor. A linguagem utilizada na peça é clara, simples e direta, não aderindo a termos de difícil entendimento, assim, se tratando de uma

campanha descontraída voltada ao carnaval, sua linguagem foi cabível, apesar de abrir brechas para se transformar em uma mensagem ambígua e polêmica. Justamente por deixar tais brechas à compreensão a ação/resposta do público não é satisfatória diante da peça por proporcionar dualidade de sentido, não obtendo boa aceitação.

FIGURA 5
Vídeo sobre o produto cerveja SKOL (Esqueci o não em casa)



Fonte: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2015/12/cinco-marcas-que-erraram-em-2015.html>. Acesso: 29 de maio

Apesar disso, a peça, divulgada no carnaval de 2015, conseguiu preencher estratégias importantes para atingir a excelência. O “Quem” fica claro por se tratar de uma campanha de carnaval, levando ao pensamento de que o produto, no momento da divulgação, era produzido na intenção de ser consumido pelos foliões de São Paulo, sendo eles o público-alvo da marca no momento da divulgação. Conseqüentemente é respondido o Quando, uma vez que, a campanha em questão foi voltada para o carnaval, sendo a época festiva, definida como a melhor data para a promoção e comunicação com o público-foco. Devido o consumo de álcool crescer de maneira significativa no período em que ocorre as comemorações de carnaval, fica claro o motivo pelo qual a ação promocional foi feita, o “por quê” de se comunicar na data escolhida. Dessa forma é perceptível que questões como: onde será anunciado o produto, quando é a melhor época para se realizar ações de divulgação e que padrão deve ser seguido com o intuito de manter os clientes foram pensadas para a execução da peça, obtendo a Promoção aplicada. Essas informações se dão mediante a comunicação escrita e a repetição de peças publicadas na cidade, expondo que foi gerada um percepção cognitiva diante os consumidores.

A peça em questão faz parte de uma campanha da Skol chamada “Viva RedONdo”, que tinha como meta introduzir o pensamento às pessoas de aceitarem os convites que a vida oferece e aproveitá-los. Levando em consideração a inicial intenção da marca ao gerar tal peça o “O Que” é respondido pois, a comunicação que, em tese, deveria ser transmitida ao cliente, é anunciada, ainda que de maneira errônea, resultando em entendimento dúbio por parte de seu público. Ao se comunicarem através de outdoors nas ruas de São Paulo, conseguiram de forma exímia alcançar o público-alvo desejado, posto que os foliões seriam o seu público e sabendo que a cidade é um ponto onde, tanto carnavais luxuosos quanto os tradicionais blocos de rua acontecem, buscarem colocar as peças exatamente nos meios mais apropriados para transmitir sua mensagem ao seu público foco foi de extrema inteligência.

Percebe-se que a função principal da campanha é de posicionamento da marca, ainda que, indiretamente possui também fins comerciais, uma vez que a ideia de “esqueci o não em casa”, pode ser relacionada, em um contexto festivo, com o consumo de bebidas alcoólicas e a cultura de praticas sem limites, disseminada no carnaval. No entanto, estratégias essenciais para uma boa divulgação de uma peça publicitária, foram excluídas, gerando a má aceitação

por parte de seu público. A empresa não analisou a segmentação de mercado das mulheres ao produzir as peças, propiciando a elas um certo desconforto para a interpretação. Para McCarthy e Perreault (1997), a segmentação é colocada como um processo de integração de pessoas com necessidades similares, e tal peça só levou em consideração a necessidade de consumir bebidas alcoólicas no carnaval, sem pensar na interpretação do segmento dos foliões do sexo feminino. Um mau posicionamento fez com que a configuração da imagem da empresa e o valor oferecido do produto fossem totalmente distorcidos, fazendo com que os clientes não entendessem nem apreciassem o que a empresa teve a intenção de proporcionar. A mensagem divulgada não foi claramente interpretada pelo consumidor, ao conceber ambigüidades. Dessa forma a Skol não só errou em seu posicionamento como não produziu nenhum diferencial positivo ao seu produto com relação aos seus concorrentes.

Apesar de ter sido confeccionada com a ideia inicial de remeter ao espírito carnavalesco de aproveitar todas as oportunidades geradas no período festivo, a peça acabou gerando um sentido negativo em razão das diversas interpretações possíveis, de acordo com cada tipo de leitor. A leitura pode abrir possibilidades de sugerir a falta de escolha por excluir o “não” como resposta, incitando uma impotência, principalmente feminina, às escolhas que devem tomar, gerando comentários como: “É uma campanha que estimula as pessoas a não respeitarem os seus próprios limites, nem os dos outros. Não é um problema só de passar uma mensagem de desrespeito às mulheres numa época [Carnaval] em que os estupros aumentam, mas de beber além da conta ou de usar drogas só para aparecer ou se afirmar”. “Uma empresa que patrocina o Carnaval tem uma grande responsabilidade e não é legal associar a folia à perda de controle total”, acrescentou. Sendo assim a marca procurou responder e se redimir diante seu público para não continuar com o “mal” posicionamento gerado.

Como resposta às críticas a Skol assumiu: “As peças em questão fazem parte da nossa campanha “Viva RedONdo”, que tem como mote aceitar os convites da vida e aproveitar os bons momentos. No entanto, fomos alertados nas redes sociais que parte de nossa comunicação poderia resultar em um entendimento dúbio. E, por respeito à diversidade de opiniões, substituiremos as frases atuais por mensagens mais claras e positivas, que transmitam o mesmo conceito. Repudiamos todo e qualquer ato de violência seja física ou emocional e reiteramos o nosso compromisso com o consumo responsável. Agradecemos a todos os comentários”. Vale ressaltar que tal campanha não possuiu peças publicitárias audiovisuais mas somente peças impressas espalhadas pela cidade de São Paulo, por isso a análise feita remete somente ao tipo de peça impressa, sem acrescentar audiovisual como as demais.

UNIVERITAS

A propaganda analisada (Graduação a Distância – UNIVERITAS) se mostra eficaz por constituir-se de elementos fundamentais na elaboração de uma estratégia de promoção através da comunicação. A propaganda, tanto na peça publicitária impressa quanto na audiovisual, tem bem estabelecidos os Cinco Ws apresentados, conforme Crocco *et al* (2006), anteriormente, que dizem respeito ao questionamento de a quem, quando, por quê, o quê e onde a propaganda se refere.

Quanto a quem, no cartaz e no vídeo subentende-se que o público alvo são universitários já que seu objeto (o quê) são cursos de graduação à distância. Tais cursos podem ser iniciados a qualquer momento, deixando assim definido o quando. O por quê é evidenciado na apresentação do produto e seus atributos e diferenciais, como a forma de ensino utilizada.

FIGURA 6
GRADUAÇÃO A DISTÂNCIA – UNIVERITAS



Esses aspectos compõem parte do modelo AIDA – Atenção, Interesse, Desejo e Ação – chamando e mantendo a atenção do público-alvo na Apresentação e destaque de seus benefícios e diferenciais por meio de uma Celebridade – o jornalista Serginho Groisman – propondo um modelo de ensino humanizado onde tutores ficam a disposição dos universitários para qualquer momento em que precisarem, com uma mensagem clara, executada na propaganda em vídeo com uso do Tipo de Execução Dramatização, onde são mostradas cenas em que pessoas utilizam o serviço na comodidade de suas casas. O serviço é apresentado como Herói: na propaganda a universidade se propõe a transformar vidas e, apesar de não possuir Caráter Constante por seu pouco tempo de mercado, possui vínculo com uma instituição já consolidada – o grupo Ser Educacional.

Além disso, as peças apresentam também os 4P's do Mix de Marketing. Na peça publicitária impressa traz o Preço, ao mostrar os valores da taxa de inscrição e mensalidades, o Produto ao descrever o serviço, que tem atributos similares a outros cursos a distância, destacando o conforto da casa e diferenciada da concorrência por ser humanizada através da presença dos monitores, gente e não só máquina para auxiliar no aprendizado. A Praça ao deixar expresso o site onde se deve realizar a inscrição, e ainda promove a instituição com a oferta de brindes, como material gratuito.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito do artigo foi a identificação na teoria em confronto com a propaganda impressa e em vídeo, de um *checklist*, útil como ferramenta de planejamento e avaliação da comunicação estratégica de marketing. Embora o modelo proposto ainda precise maior validação, os resultados demonstrados mostram que é útil e prático para a comunicação em marketing. No entanto, não é suficiente para garantir uma estratégia de comunicação bem sucedida e vantagem competitiva, pois o estudo evidenciou que para conseguir êxito é preciso ser feito um pré-teste, e garantir que o produto corresponda ao prometido.

Os dados analisados viabilizaram a melhor compreensão do perfil de produção de marketing e quais são os pontos que seus produtores levam em maior consideração para a concepção das peças publicitárias. Através da identificação das características das peças escolhidas para estudo foi possível identificar os erros e acertos de cada peça por meio da teoria apresentada.

A análise dos 5Ws evidenciou que a utilização desse modelo é bastante relevante a todas as peças em questão, pois tanto naquelas que obtiveram êxito na sua produção quanto nas que geraram desconforto à gestão, os pontos dessa análise foram preenchidos, permitindo que os objetivos de comunicação fossem estabelecidos.

A análise feita sobre o modelo AIDA demonstrou que, ainda que a maioria dos pontos fossem preenchidos, o principal ponto de falha em comum, seja nas peças que deram certo quanto nas errôneas foi relacionado à ação/resposta, onde todos os elementos do mix de marketing precisam estar atuando, para obter aceitação.

Com relação aos 4P's de marketing verificou-se uma discrepância entre as peças publicitárias corretas com as de má aceitação, é possível perceber que as peças que obtiveram erro possuem especialmente um descuido associado ao posicionamento, sendo esse ponto o mais crítico para a falta de compreensão por parte do público-foco posto que, o posicionamento está relacionado à imagem da empresa e o entendimento do que a empresa procura proporcionar perante sua concorrência, faltando sucesso para posicionar o produto na mente do consumidor de maneira positiva.

No que concerne aos tipos de execução não existe uma forma totalmente comum entre as peças visto que cada peça possui sua singularidade, sendo assim, cada uma busca o melhor tipo de execução de acordo com os objetivos que se pretende alcançar e a que público se pretende atingir.

Como sugestão para pesquisas futuras sobre o tema, recomenda-se que a ferramenta do modelo de comunicação criada seja validada através do teste com um número maior de peças para traçar com maior precisão os pontos em comum usados que levam as peças publicitárias ao êxito ou ao erro, de modo a obter um perfil mais exato dos pontos cruciais que se deve levar em consideração na produção de uma peça publicitária par comunicação estratégica de marketing de sucesso, ou seja, com retorno e ação positiva do público alvo.

Por fim, salienta-se a importância desse trabalho para professores, acadêmicos, pesquisadores e profissionais da área de marketing, pois possibilitou um protótipo de uma nova ferramenta de gestão de marketing que deve ser regularmente utilizada e atualizada para fazer parte do plano estratégico de comunicação das empresas, obtendo uma nova concepção de como atuar na produção de peças no marketing, dessa forma, demonstrando um excelente protótipo para investimento de novos estudos e validação, uma vez que proporciona exatidão para alcançar competitividade e eficiência em atividades orientadas pelo marketing.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. Tradutor Reynaldo Cavalheiro Marcondes. São Paulo : Atlas, 2001.

ALWAYS. **#JuntasContraVazamentos**. Disponível em: <https://www.facebook.com/alwaysbrasil/app/956076181070969/>. Acesso em: 09 de junho

ALWAYS. **Por que fazemos o que fazemos**. Disponível em: <https://www.alwaysbrasil.com.br/pt-br/sobre-nos/por-que-fazemos-o-que-fazemos>. Acesso em: 09 de junho

APPOLINÁRIO, FABIO. **Metodologia da Ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo : pioneira Thomson Learning, 2006.

ATKIN, T.; GILINSKY Jr. A.; NEWTON, K. S. Environmental strategy: does it lead to competitive advantage in the US wine industry? **International Journal of Wine Business Research**, v. 24, n. 2, p. 115-133, 2012.

AYLWARD, D. K., GLYNN, J. SME innovation within the Australian wine industry: a cluster analysis. **Small Enterprise Research: Journal of the SMAANZ**, v. 14, n. 1, p. 42-54, 2006.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.

BHAT, S.; REDDY, S.K. Symbolic and functional positioning of brands, **Journal of Consumer Marketing**, v. 12, n. 1, p. 32-43, 1998.

BOMBRIL. **Toda Brasileira é uma Diva**. Disponível em: <https://youtu.be/ftSYeutKdZU>. Acesso em: 2 de junho.

BOMBRIL. EGO – **Campanha da Bombril com Monica Iozzi e Ivete Sangalo será investigada**. Disponível em: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/08/campanha-da-bombril-com-monica-iozzi-e-ivete-sangalo-sera-investigada.html>

DOWNY. Descubra a história de Downy. Disponível em: <http://author.downybr.pgsitecore.com/pt-br/sobre-downy/descubra-a-historia-de-downy>. Acesso em: 09 de junho.

CARDOSO, P. R (2002). **Estratégia criativa publicitária fundamentos e métodos**. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

CHERNATONY, L.de ; **From brand vision to brand evaluation: Strategically building and sustaining brands**, Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

CHERNATONY, L.de ; HARRIS, F.; DALL'OLMO, R.F. Added value: its nature, roles and sustainability, **European Journal of marketing**, v. 34, n. 1/2, p. 39-56, 2000.

COBRA, Marcos. **Marketing básico : uma perspectiva brasileira**. 4. Ed. - São Paulo : Atlas, 1997.

COPELAND, Melvin T.; BECKMAN, Theodore N. **Principles of Merchandising**. Credits and Collections in Theory and Practice (1924)

CROCCO, Luciano. **Fundamentos de marketing; conceitos básicos**. São Paulo: Saraiva, 2010 (Coleção de marketing; v.1)

CROCCO, Luciano...[el.al]; Ricardo Marcelo Gioia (coordenador). **Decisões de Marketing os 4 Ps**.- São Paulo : Saraiva, 2006 (Marketing ; v.2)

DUARTE, Simone Viana; FURTADO, Maria Sueli **Trabalho de conclusão de curso (TCC) em ciências sociais aplicadas** - São Paulo: Saraiva, 2014

FRANCISCHI, Artur. **Campanha da Always com Sabrina Sato peca pela irresponsabilidade**. Disponível em: <http://prosalivre.com/campanha-da-always-com-sabrina-sato-peca-pela-irresponsabilidade/>>. Acesso: 26 de maio.

GRANT, R.M. **Contemporary Strategy Analysis: Concepts, techniques, applications**, Blackwell Publishing, Oxford, 4. ed, 2002.

HOFF, Tania; GABRIELLI, Lourdes. **Redação Publicitária**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**; São Paulo: Person Prentice Hall, 1994

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary: **Princípios de marketing**; tradução Cristina Yamagami; revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos. - 12. Ed. - São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. 10. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.p.30.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. 10. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.p.30.

LAS CASAS, AlexandreLuzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa** . 4. Ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

McCARTHY, E. Jerome, PERREAULT JR., William D. **Marketing Eessencial**. São Paulo: Atlas, 1997.

MORAES, Roberta. **Always e SaferNet fazem ação contra vazamentos?** com Sabrina Sato. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/32990/always-e-safernet-criam-acao-contra-vazamento.html>. Acesso em: 26 de maio.

POLIZEI, Eder. **Plano de marketing**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 14 ed. , Rio de Janeiro: Editora Campus, 1989.

SKOL Disponível em: DALMIR, Reis Jr .**Cinco marcas que erraram em 2015**. : <https://www.propagandashistoricas.com.br/2015/12/cinco-marcas-que-erraram-em-2015.html>. Acesso: 29 de maio
<https://artrianon.com/2017/04/13/skol-convida-artistas-mulheres-a-redesenhar-seus-posteres-em-campanha-feminista/>. Acesso em: 20 de maio

SNELLMAN, K. From one segment to a segment of one: The evolution of marketsegmentationtheory. **Working paper: Swedish School of Economics and businessAdministration**, p. 37,2000.

UNIVERITAS. **Graduação a Distância UNIVERITAS**. Disponível em: <https://youtu.be/OTOrphj3Fok>. Acesso em: 29 de maio.

WILLIAM G. Nickels e MarianBurk Wood; traduçãoLuís Roberto Maia Gonçalves. **MARKETING, Relacionamentos, Qualidade, Valor**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 1999.

YIP, G.S. Barriers to Entry: **A corporate-strategy perspective**, Lexington Books, Lexington,MA, 1982.

APÊNDICE

TABELA 1
Planejamento e avaliação das peças publicitárias impressas e em vídeos

MODELO DE COMUNICAÇÃO	ALWAYS		BOMBRIL	DOWNY		SKOL (1)		SKOL (2)	UNIVERITAS	
	Peça Impressa	Vídeo	Vídeo	Peça impressa	Vídeo	Peça impressa	Vídeo	Peça impressa	Peça impressa	Vídeo
Quem (<i>Who</i>)	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x
Quando (<i>When</i>)	x	x	x	x		x	x	X	x	x
Por que (<i>Why</i>)	x	x	x	x		x	x	X	x	x
O que (<i>What</i>)	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x
Onde (<i>Where</i>)	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x
AIDA										
Atenção/Exposição	x	x	x	x	x		x	X	x	x
Interesse	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x
Desejo/Compreensão				x	x	x	x	X	x	x
Ação/Resposta	x	x		x	x				x	x
4 P'S E ESTRATÉGIAS DE MARKETING										
Percepção/Cognitiva	x	x		x	x			X	x	x
Percepção/Estímulos		x		x	x					
Percepção/Imitação		x		x	x					
Posicionamento	Deu margem a diferentes interpretações	Deu margem a diferentes interpretações	x	Marca Produto	Marca Produto	x	x		x	x
Diferencial	Mais seguro?	Mais seguro?		x	x	x	x		x	x
Produto/Atributos destacados	Atributos do produto: tamanho e benefício	Atributos do produto: tamanho e benefício		x	x	x	x		x	x
Preço								X	x	x
Promoção/Descontos; brindes				x	x			X	x	x
Segmento Alvo	x	x	x	x	x					
TIPOS DE EXECUÇÃO										
Dramatização				x	x					x
Testemunhal									x	x
Apresentação		x		x	x	x	x	X	x	x
Celebridade	x	x	x							
Desenho Animado										
Jingle Musical		x			x		x			
Caráter Constante			x	x	x					
Demonstração										
Produto como Heroi		x		x	x				x	x
Humor			x				x			

ORGANIZAÇÕES COMERCIAIS DO MERCADO MUNICIPAL DE MONTES CLAROS: VANTAGENS E DESVANTAGENS

GONÇALVES, Ana Cecília Santos⁸⁵;
LOPES, Mariana Bernardino⁸⁶;
RIBEIRO, Frederico Augusto Malta⁸⁷;
SOUZA, Josiane Rocha de⁸⁸;
ZUBA, Filipe Josue⁸⁹.

RESUMO

O mercado vem conquistando cada vez mais os seus consumidores, visto que o poder de compra das pessoas cresce mais a cada ano, e por esse motivo fica cada vez mais interessante ter o seu próprio negócio. Com base nessa afirmativa o presente artigo acadêmico teve como objetivo analisar o perfil dos feirantes e expor as vantagens e desvantagens apontadas pelos mesmos que possuem loja fixa localizada no Mercado Municipal de Montes Claros. Para isso, foram selecionadas as variáveis de tempo de trabalho no mercado, idade do mercador, grau de escolaridade, importância do mercado na vida dos indivíduos, modelo de gestão adotado pelos feirantes, opiniões dos mesmos em relação à administração do prédio como: limpeza, manutenção, segurança, comunicação entre outros. Foi utilizado o método descritivo, com abordagem quali-quantitativa. Foi realizada uma pesquisa de campo no Mercado Municipal de Montes Claros e o nosso instrumento de coleta foi aplicação de 50 questionários. Dentre os 99 box que estão situados no mercado foram selecionados para a pesquisa os Box fixos que estão no primeiro piso do mercado, e que comercializam produtos do tipo alimentícios, artesanais e açougues. O desenvolvimento da pesquisa possibilitou uma percepção do perfil dos feirantes e, com base nos resultados foi possível observar que 30 dos 50 feirantes são homens e 30 do total de feirantes possuem mais de 50 anos, em relação à escolaridade 30 desses feirantes possuem ensino fundamental completo. A maior vantagem apontada pelos feirantes foi o fato de serem donos do seu próprio negócio, e obterem sua renda ao final de cada mês. Foi apontada como desvantagem a falta de apoio, divulgação e propaganda do mercado. Eles afirmam que se a Prefeitura oferecesse suporte ao Mercado e aos feirantes a realidade seria outra e a quantidade de clientes também. Concluiu-se, portanto, que os feirantes mesmo satisfeitos em estar inseridos no Mercado, desejam ser mais apoiados, visto que isto seria uma vantagem não só para eles como para a cidade também.

Palavras-Chaves: Mercado Municipal, Vantagens; Desvantagens; Condôminos.

1. INTRODUÇÃO

Considerado como “templo de consumo” os mercados vem conquistando milhares de consumidores, e por esse motivo fica cada vez mais interessante possuir um negócio localizado no mesmo. Pois o local oferece produtos desde alimentícios ao artesanal, criando necessidades de consumo, que são alimentados por bancas, boxes, barraquinhas, onde são expostas as mercadorias (FONSECA, MARRA et all, 2014) [1].

O Mercado Municipal de Montes Claros é uma instituição pública e várias pessoas o frequentam diariamente. É conhecido por ser um espaço rico de experiências, de relações

⁸⁵ Acadêmico do 8º Período de Administração da UNIMONTES. E-mail: anaceciliaasangon@gmail.com

² Acadêmico do 8º Período de Administração da UNIMONTES. E-mail: marianabernardinolopes@yahoo.com.br

³ Acadêmico do 8º Período de Administração da UNIMONTES. E-mail: frederico.ribeiro@unimontes.br

⁴ Professor Mestre do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: josiany.josiany.rocha@gmail.com

⁵ Acadêmico do 8º Período de Administração da UNIMONTES. E-mail: filipe_2017@outlook.com

sociais, economia, memórias, vivências, tradições e cultura. Fazendo com que o negócio traga em seus produtos a história da região, fazendo-o único e especial.

O presente trabalho teve como propósito identificar quais as vantagens e desvantagens de ter um ponto comercial fixo de produtos alimentícios e artesanais, no Mercado Municipal de Montes Claros, cidade que situa no norte de Minas Gerais, e para analisar esses pontos, torna se importante levantar os aspectos positivos e negativos da estrutura, fazer a análise das características pessoais e funcionais dos proprietários das lojas físicas de produtos alimentícios no Mercado.

Esse estudo pretende conhecer o Mercado Municipal de Montes Claros porque é um ponto comercial e também turístico da Cidade onde frequenta diariamente um grande fluxo de consumidores que buscam por produtos frescos e usuais no dia a dia e principalmente nos finais de semana que a demanda se torna maior, então é necessário identificar características das pessoas que trabalham no local diariamente, a forma de organização, as regras existentes, além de entender como é a relação entre os comerciantes e a administração do prédio, e também os aspectos imaginários e simbólicos presentes nos entrevistados. Apesar das diversidades, a maioria dos feirantes utiliza essa atividade como um meio de subsistência, e alguns apenas pra complementar a renda mensal. Há quem fale que herdou o box da família e desde então continuam exercendo tais atividades.

Foram selecionadas as variáveis de tempo de trabalho no mercado, idade do mercador, grau de escolaridade, importância do mercado na vida dos indivíduos, modelo de gestão adotado pelos feirantes, opiniões dos mesmos em relação a administração do prédio como: limpeza, manutenção, segurança, comunicação entre outros. Com a finalidade de compreender a satisfação e insatisfação de quem possui o seu negócio localizado no Mercado Municipal.

Para a elaboração deste trabalho, foi realizada uma pesquisa através de questionário aplicado aos feirantes a fim de levantar dados que pudessem identificar as vantagens e desvantagens de ter um comércio inserido no Mercado Municipal de Montes Claros.

O trabalho é composto pelas seguintes etapas: referencial teórico em que os autores descrevem a sua opinião sobre o assunto; quanto a metodologia, a estratégia de pesquisa utilizada foi o estudo de caso, pesquisa de campo onde o instrumento utilizado para a coleta de dados foi o questionário aplicado aos feirantes que possuíam boxes fixos e/ou açougues; em seguida foi feito a análise dos resultados e por fim a conclusão.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceito de Organizações

Em administração existem vários conceitos para a palavra organização, para Stoner (1999) [2] organizar é o processo de arrumar e alocar o trabalho, a autoridade e os recursos entre os membros de uma organização, de modo que eles possam alcançar eficientemente os objetivos da mesma. Maximiano (2000) [3] define organizações como sendo:

[...] grupos sociais deliberadamente orientados para a realização de objetivos ou finalidades, que podem ser classificados em duas categorias principais: produtos e serviços. Uma organização em particular pode produzir diferentes produtos e ao mesmo tempo prestar diferentes serviços. (MAXIMIANO, 2000, p.92-93) [3]

Contudo podemos definir organização como o conjunto de pessoas que realizam tarefas, seja em grupo, seja individualmente, mas que realizam de forma coordenada e controlada, em um determinado ambiente, e que visa atingir um objetivo pré-determinado através dos meios e recursos disponíveis, e essas pessoas podem ser liderados ou não por alguém com as funções de planejar, organizar, liderar e controlar.

Segundo Maximiano (2000) [3] objetivo geralmente das organizações empresariais é a maximização dos lucros que pode ser conseguida através da satisfação de todos os seus membros e colaboradores e da produção e/ou distribuição de bens e serviços, com o objetivo de satisfazer necessidades dos seus consumidores.

2.1.1 Organizações Simples

Para Mintzberg (1995) [4] as organizações são definidas em cinco estruturas, são elas a Estrutura Simples, Burocrática Mecanizada, Burocrática Profissional, Forma Divisionalizada e Adhocracia estas são consideradas modelos puros, havendo outras configurações que seriam uma forma mista dessas estruturas.

Com relação ao tema organizações simples, segundo Mintzberg (1995) [4] a estrutura das organizações simples é caracterizada pela elaboração, nem todas essas organizações possuem tecnoestrutura que são grupo de pessoas que desempenham atividades de controle e planejamento dentro da organização, ou quando possuem é em quantidade mínima, assim como assessores de apoio, divisão de trabalho e hierarquia administrativa. O autor ainda ressalta que o comportamento dessas organizações é pouco formalizado, e utilizam uma parcela mínima de planejamento, treinamento e instrumentos de interligação.

Nestas configurações estruturais, o autor citado apresenta as características das estruturas simples, objeto deste estudado, para ele a organização simples é caracterizado pela falta ou pequena presença de estrutura, pouca acessória de apoio, divisão do trabalho não rigorosa,

diferenciação mínima também pode ser citada como característica a sua formação, que pode ser composta por um ou mais gerentes de cúpula que centralizam as decisões e um grupo de operários que executam a tarefa do trabalho básico.

Mintzberg (1995) [4] afirma que “a coordenação na Estrutura simples é efetuada grandemente pela supervisão direta. Especificamente, o poder sobre todas as decisões importantes tende a ser nas mãos do principal executivo”. Além disso, Mintzberg (1995) [4] ainda completa um ambiente simples pode ser entendido por uma única pessoa, e assim permite que a tomada de decisão seja controlada por esse indivíduo.

2.1.2 Pequenas Organizações

Segundo Calistre, Santos e Krein (2012) [5] o segmento das pequenas empresas apresenta uma grande participação na geração de postos de trabalhos no Brasil, situação que tem sido reafirmada, de forte dinamismo do mercado de trabalho.

As micro e pequenas empresas segundo Calistre, Santos e Krein (2012) [5] possui grande reprodução econômica em meio ao desenvolvimento capitalista brasileiro. Responsável por parte considerável de emprego na força de trabalho na economia. A alta rotatividade do trabalho e emprego informal de baixa qualidade com dinâmicas contratações que superam muitas vezes as grandes empresas. Mesmo em um ambiente simples e dinâmico, a estrutura simples compreende um único indivíduo nas tomadas de decisão embora se torne orgânica por as vezes não poder padronizar os processos pela falta de previsibilidade das atividades. A maior parte das empresas se iniciam como estruturas simples e passam para outro estágio de formação embora algumas delas ainda preferem permanecer simples.

Ainda para os autores mencionados anteriormente, existe as controvérsias sobre estrutura simples, como exemplo pode mencionar que quanto a rapidez das tomadas de decisão, a estrutura simples pode apresentar alguns problemas por confusão nas questões estratégicas tomando parte da gerência por estar envolvido demais nos problemas operacionais. Ela também é a mais arriscada configuração, pois ela depende da saúde e capricho de um único indivíduo, tornando inviável o controle na ausência do mesmo. Riscos e qualidades são avaliados na estrutura simples, explicar qual seria a estrutura melhor a ser aplicada numa organização depende de vários fatores, pois cada organizações possui características e necessidades particulares.

2.3 Vantagens e Desvantagens de Pequenas Organizações

Segundo o autor Mintzberg (1995) [4], as organizações simples apresentam diversas vantagens em relação às grandes empresas. Por possuir uma estrutura simples, apresenta como vantagem a flexibilidade, tanto de horário, quanto administrativa entre outras. Outra vantagem é a hierarquia que devido ser uma estrutura pequena te permite proximidade com o dono, diretor, gerente, etc. Apresenta também como vantagem pouca burocracia nos processos tanto operacionais quanto administrativos.

Segundo Schroeder (2013) [6] uma empresa enxuta não precisa ter grandes controles para ser administrada. Se os processos são realizados de forma clara e transparente, evita-se o uso de carimbos, protocolos, cartão ponto, e grandes estruturas contábeis para organizar, por exemplo, o seu balancete. A comunicação também é um fator vantajoso para este tipo de organização, pois devido a proximidade com a gerência ser maior, há maior agilidade na comunicação e segundo o autor:

O poder da comunicação pode ser designado como poder expressivo. Ele é capaz de alterar estados de comportamentos e, dependendo das formas como é utilizado, poderá ser decisivo para o tipo de participação do funcionário e para eficácia global dos programas empresariais. (TORQUATO 2002, p. 162-163)
[7]

A rapidez na tomada de decisões, que também está ligada a comunicação, é um fator vantajoso e competitivo no mercado, onde o funcionário que, em grande parte das vezes, pode ser o dono do negócio é capaz de tomar decisões no ato de negociação de alguma venda, por exemplo.

Como desvantagem Van (2013) [8] descreve que existem obstáculos nos aspectos gerenciais nas organização simples, como por exemplo, dificuldades em controle e definição clara de custos e planejamento. A falta desses aspectos gerenciais básicos aumenta a desconfiança dos investidores. Sem subsídios, raramente um investidor injetará o seu recurso em tais empresas.

O autor Van (2013) [8] ainda completa que as pequenas organizações estão baseadas no trabalho do proprietário e, portanto, sua ausência por doença ou viagem pode prejudicar em muito as atividades do negócio. A organização tende a manter os membros da família e os salários retirados da firma nem sempre são adequados à situação de caixa ou ao capital ou às capacidades ou produção em relação aos salários, o negócio de um dono pode entrar em crise quando passar para a nova geração, pois os filhos nem sempre concordam entre si sobre a direção do desenvolvimento do negócio, as rixas podem o destruir. Em função de ser pequena, não há capacidade de empregar ou pagar profissionais como tesoureiro, diretor, especialista em comercialização, etc. Os relatórios financeiros não são sempre organizados e às vezes não há contabilidade distinta entre os assuntos pessoais dos donos e os assuntos da firma.

2.4 Condomínios e Galerias Comerciais

O autor Hertzberger (1999) [9] afirma que a concentração de pequenas empresas de comércio pode ser definido como uma galeria ou condomínio comercial, onde essas organizações são distribuídas dentro desse espaço de forma que os pedestres possam transitar e ter uma visão ampla de vários comércios de diferentes seguimentos em um mesmo local.

As galerias serviram em primeiro lugar para explorar os espaços interiores abertos, e eram empreendimentos comerciais afinados com a tendência de abrir áreas de venda para um novo público de compradores. Deste modo, surgiram circuitos de pedestres no núcleo das áreas de lojas bastante estreito para dar ao comprador potencial uma boa visão das vitrines dos dois lados (HERTZBERGER, 1999, p.74) [9].

A partir do conceito é possível identificar a influência e a força de uma galeria comercial assim como sua dinâmica, dando acessibilidade a diferentes seguimentos de comercio, agilizando assim o processo de compras de cada consumidor e possibilita também uma maior visibilidade para essas pequenas empresas que em um centro comercial de grande porte poderiam não ser bem visualizadas pelos consumidores e público alvo.

Segundo Felipe e Andrade Jr. (2001) [10], Condomínio é quando uma ou mais pessoas possuem o direito simultâneo sobre a mesma propriedade, esse direito é incidido a cerca de uma fração ideal e não sobre uma parte determinada, pois é definido pela propriedade comum e o conceito de condomínio é o direito dos condôminos a cerca de um bem demarcado.

Em um condomínio comercial podem existir áreas de propriedade exclusiva e também propriedades que são comuns a todos os condôminos. Esta afirmação refere-se a lei nº 10.406/02, em seu art. 1331. (JUSBRASIL, 2017) [11]. Para esclarecimento os parágrafos seguintes deste artigo apresentam que:

§ 1º As partes suscetíveis de utilização independente, tais como apartamentos, escritórios, salas, lojas e sobrelojas, com as respectivas frações ideais no solo e nas outras partes comuns, sujeitam-se a propriedade exclusiva, podendo ser alienadas e gravadas livremente por seus proprietários, exceto os abrigos para veículos, que não poderão ser alienados ou alugados a pessoas estranhas ao condomínio, salvo autorização expressa na convenção de condomínio.

§ 2º O solo, a estrutura do prédio, o telhado, a rede geral de distribuição de água, esgoto, gás e eletricidade, a calefação e refrigeração centrais, e as demais partes comuns, inclusive o acesso ao logradouro público, são utilizados em comum pelos condôminos, não podendo ser alienados separadamente, ou divididos.

§ 3º A cada unidade imobiliária caberá, como parte inseparável, uma fração ideal no solo e nas outras partes comuns, que será identificada em forma decimal ou ordinária no instrumento de instituição do condomínio.

§ 4º Nenhuma unidade imobiliária pode ser privada do acesso ao logradouro público.

§ 5º O terraço de cobertura é parte comum, salvo disposição contrária da escritura de constituição do condomínio.

Áreas comuns sempre existem em condomínios seja ele comercial ou residencial, essas áreas são de propriedade coletiva aos condomínios que ao adquirirem ou locarem um determinado espaço eles também adquirem uma parte de área comum que não é de escolha autônoma e sim determinado pelas normas internas de cada condomínio.

2.5 Características das Feiras

Segundo Holtz (2017) [12], as feiras são as principais responsáveis para a o formação e desenvolvimento dos feirantes, são eles os agentes que permitem o funcionamento do mercado municipal e proporcionam o encontro de consumidores com seus produtos. Para Colla et al., (2007); Coêlho e Pinheiro (2009) [13,14], a palavra feira deriva do latim *feria*, que significa dia de festa, é utilizada para designar o local escolhido para efetivação de transações de mercado em dias fixos e horários determinados. Caracteriza por ser um formato tradicional de varejo, que não possui lojas físicas e, por essa razão, ocorre em instalações provisórias montadas nas vias públicas, localizadas em pontos estratégicos da cidade, em dias e horários determinados.

Para Salles, Rezende e Sette (2011) [15] os mercados municipais são compostos por feirantes, e em grande parte deles são pequenos agricultores que não possuem condições de fazer uma promoção da feira para atrair consumidores, não possuem condições de se organizarem sem ação dos órgãos públicos, e qualquer iniciativa em prol do desenvolvimento destes trabalhadores são muito pertinentes.

Afirma Holtz (2017) [12] que a origem do aparecimento das feiras é uma consequência das necessidades dos feirantes em constituírem em um lugar onde reunisse todos os tipos de produtos disponíveis, para poderem trocar o seu excedente de produção com mercadorias que necessitavam.

Os autores Ferreira *et all* (2017) [16] também defendem a ideia de que a existências das feiras foi uma demanda natural de um ambiente que reunia todos os produtos de diversos gêneros que estavam disponível para outrem, e a partir disso era necessária que houvesse a troca dos excessos de produção em busca de demais produtos que não houvesse condições de produzir. Foi atribuída então a Idade Média como a oficializadora do surgimento das feiras, tendo em vista que em épocas anteriores a produção estava voltada para o autoconsumo.

Como características dos feirantes, afirma Vedana (2013) [17], não se tratam de grandes empreendedores que constroem uma carreira de êxitos. Pois o sucesso a qual esses pequenos proprietários se referem tem ligação com a dimensão da vida prática de seus negócios, seus objetivos são de ampliar locais de vendas, possuir inúmeros fregueses constantes, mas se diz respeito principalmente ao seu investimento, sem apontar que consideram esse tipo de trabalho prazeroso, mesmo que fatigante, baseado nas formas de sociabilidade de laços afetivos que se formam ao longo dos anos. Outro aspecto característicos desse trabalho, é que os feirantes fazem parte de um processo de aprendizagem, que é transmitido de pai para filho, ou do empregador ao empregado através da observação do dia-a-dia nos mercados.

3. METODOLOGIA

3.1 Estudo de Caso

Segundo Yin (2001) [18] o estudo de caso é um tipo de estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens específicas de coletas e análise de dados. Gil (1991) [19] já caracteriza o estudo de caso como um profundo e exaustivo estudo de maneira a permitir o conhecimento amplo e detalhado de determinado objeto de estudo.

Para este trabalho usamos o método de pesquisa quali-quantitativa e, segundo o Bruchez (2015) [20] a pesquisa quali-quantitativa pode ser definida como a que se fundamenta tanto com dados quantitativos e também em análises qualitativas. É considerada quantitativa pela utilização de instrumentos estatísticos na análise de dados e quando se refere em ser uma pesquisa qualitativa mostra interpretações das realidades sociais, e é considerada pesquisa *soft* e o propósito mais conhecido é, provavelmente, a entrevista em profundidade.

Neste estudo específico buscou-se analisar o caso dos feirantes localizados no Mercado Municipal de Montes Claros-MG, não podendo, o resultado deste estudo, ser estendido a outras organizações de mesmas características.

3.2 Pesquisa Descritiva

A pesquisa Descritiva segundo Cervo (2002) [21] é aquela onde se faz uma observação, registra, analisa e correlaciona os fatos sem modificar. “Procura descobrir, com maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e suas características” (CERVO, 2002) [21]. A pesquisa descritiva aborda aqueles problemas que serão estudados, mas cujo registro não consta documentos, pois os dados podem ocorrer no seu meio natural, dessa forma eles

precisam ser coletados e registrados ordenadamente para realizar o estudo. Nesta descrevemos as características dos feirantes, bem como, suas idades, sexo, tempo de atuação, o motivo pelo qual estão estabelecidos no mercado entre outros fatores.

3.3 Pesquisa Primária

Segundo Pinheiro (2006) [22] as fontes primárias correspondem a literatura primária e são aqueles que se apresentam e são disseminados exatamente na forma com que são produzidos pelos autores. O Mercado Municipal é a unidade de análise da pesquisa, o mesmo fica localizado na Rua Mal. Deodoro, nº 1460 no Centro de Montes Claros – MG. Neste local foi feito um estudo com característica primária sobre os condôminos estarem localizados Mercado, e aspectos como espaço, limpeza, segurança, estrutura e quantidade de feirantes foram analisados.

3.4 Pesquisa de Campo

A pesquisa de campo é definida pelos autores Barros e Lehfeld (1986) [23] por ser aquela em que o investigador ou pesquisador assume o papel de observador e explorador, faz a coleta de dados diretamente no local ou campo de pesquisa em que se deram ou surgiram os fenômenos. “O trabalho de campo se caracteriza pelo contato direto com o fenômeno de estudo” (BARROS E LEHFELD 1986, p 93) [23]. A pesquisa de campo desenvolveu-se no Mercado Municipal de Montes Claros – MG, e foi coletado no local informações dos feirantes, tais como as características sociais, econômicas, culturais etc. Obteve-se o contato direto com o alvo de pesquisa, que são as pessoas que trabalham como condôminos no Mercado e a partir do material coletado, desenvolveu-se as análises da pesquisa.

3.5 Instrumentos de Coleta

O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário para uma amostra de 50 participantes da população dos feirantes que trabalham no Mercado Municipal e se estabelecem em Box na parte interna. O questionário para Barros e Lehfeld (1986) [23] é o instrumento mais utilizado para o levantamento de informações. Não é determinado o número exato da quantidade de perguntas para ser aplicado, mas o conselho é que não deve ser muitas questões para não se tornar exaustivo para quem está respondendo. Ainda segundo o autor, o modelo de questionário pode apresentar perguntas abertas ou fechadas, ou ainda pode combinar dos dois tipos.

O questionário foi aplicado para amostra de 50 feirantes que se estabelecem em Box de alimentos no Mercado Municipal de Montes Claros - MG, composto de 27 perguntas, sendo elas

24 fechadas e 3 abertas. Essas perguntas envolvem questões sociais, financeiras, de marketing e culturais.

3.6 População

O termo população no sentido de pesquisa é conceituado por Rudio (1986) [24], por designar a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características, determinadas para um mesmo estudo. A população do estudo são os feirantes que possuem condôminos no Mercado Municipal de Montes Claros-MG, considerando todas as lojas existentes somam um total 265 conforme informação informal adquirida com o responsável pela administração do prédio, mas para efeito da pesquisa foram selecionadas apenas as lojas fixas de espécie alimentícia e produtos artesanais que totalizam 99 Box com exceção de bares e restaurantes.

3.7 Amostragem

Os autores Lakatos e Marconi (2003) [25] conceitua, a amostra é uma parcela, convenientemente selecionada do universo (população). Para Barros e Lehfeld (1986) [23], a amostragem é uma parte da população, uma vez que nem sempre é possível obter informações de todos os indivíduos que compõem o universo ou população que será estudado. Outra justificativa também pode ser quando o pesquisador não tem nem tempo e nem recursos suficientes para trabalhar com todos os elementos que envolvem.

Buscou se fazer uma análise censitária com uma amostra de 99 Box na parte interna do Mercado Municipal de Montes Claros para responderem ao questionário e ser o alvo do estudo, porém alguns dos comerciantes não se sentiram a vontade para contribuir com a pesquisa, e desse total foi respondido 50 questionários, dentre esses alguns proprietários possuem mais de um box no local. Os questionários foram divididos em 14 respostas vindas de proprietários de açougues, 22 comerciantes de alimentos e 14 são de produtos artesanais.

3.8 Unidades de Análise e Observação

A unidade de observação são os condôminos, ou seja, os comerciantes. Foi realizado aplicação de um questionário para analisarmos o ponto de vista dos comerciantes, sobre os mesmos aspectos para averiguarmos qual a opinião deles com relação ao ambiente e as condições que o mercado lhes proporciona. O tipo de observação é sistemática que segundo Lakatos e Marconi (2003) [25] esse tipo de observação realiza-se em condições controladas, para responder a propósitos preestabelecidos. Ele ainda acrescenta que as normas não devem ser muito rígidas nem

muito padronizadas demais, porque tanto as situações quanto os objetos e objetivos da investigação podem ser diferentes.

A unidade de análise é o Mercado Municipal Cristo Raeff, que fica localizado na Rua Mal Deodoro, nº 1460 no Centro de Montes Claros – MG que foi inaugurado em Dezembro de 1992.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Para a elaboração deste trabalho, foi realizada uma pesquisa a fim de levantar dados que pudessem identificar as vantagens e desvantagens de ter um comércio inserido no Mercado Municipal de Montes Claros. A aplicação do questionário ocorreu nos dias 04, 05 e 07 de Julho de 2017, nos horários variados entre 08hs às 16hs.

Foram respondidos 50 questionários, sendo que destes 30 foram respondidos por homens e 20 por mulheres. Sobre dados da idade dos entrevistados 5 possuem idade entre 18 a 28 anos, 1 possui entre 29 a 39 anos, 15 possuem entre 40 a 50 anos e 29 possuem idade superior a 50 anos.

Sobre dados da escolaridade dos entrevistados 13 possuem ensino fundamental incompleto, 7 possuem ensino fundamental completo, 10 possuem ensino médio incompleto, 15 possuem ensino médio completo, 2 possuem ensino superior incompleto, e 3 possuem ensino superior completo.

Dos entrevistados 33 informaram que não possuem nenhum curso técnico/profissionalizante para atuar na área, e 17 afirmam ter feito algum tipo de curso na área para auxiliar na área de atuação. Dos cursos feitos grande parte foi oferecida pelo Sebrae, e 2 dos entrevistados possuem ensino superior completo na área de administração e economia.

As maiorias dos feirantes, 45 dos entrevistados, estão ingressados no mercado desde a sua inauguração em Dezembro de 1992, e grande parte afirma ter sido transferida do antigo mercado, situado na Avenida Coronel Joaquim Costa.

Dos box entrevistados, 14 são açougues, 14 são produtos artesanais e 22 produtos alimentícios exceto bares e lanchonetes. Nas lojas pesquisadas 2 dos feirantes afirmam que possuem 5 ou mais funcionários, 1 feirante respondeu que possui 4 funcionários, 4 feirantes informaram que possuem 3 funcionários, 24 responderam que possuem 2 funcionários e 19 trabalham sozinhos, esses números totalizam uma quantidade de 93 funcionários que estão presentes nas lojas que foram entrevistadas.

Foi levantado o questionamento, para averiguarmos se a loja possui algum tipo de acompanhamento ou consultoria nas atividades desenvolvidas, e 49 dos entrevistados responderam que não possuem nenhum tipo de suporte e 1 feirante possui o acompanhamento da

instituição Sebrae. Grande parte dos feirantes, sendo estes 44, afirmam não possuir interesse em se capacitar em nenhum de tipo de curso para melhoria na gestão do negócio, sem mencionar quantidade, alguns justificaram o motivo pela ausência de interesse, e afirmam que ao longo dos anos a administração utilizada sempre funcionou, e não teria motivo para mudar ou acrescentar após anos de experiência no Mercado, outros responderam que devido a maior idade não cabe mais fazer curso para ajudar na gestão do condômino, e 6 possuem interesse em se capacitar nas áreas de contabilidade, administração e finanças.

Com relação ao marketing da loja, 19 dos entrevistados afirmam fazer propaganda através de redes sociais, boca a boca, rádio, panfletos, brindes e outros. 31 informaram que não fazem nenhum tipo de propaganda.

Quanto a questão financeira 3 dos feirantes informaram ter um faturamento mensal até R\$ 1.000,00; 6 afirmam que o faturamento está entre R\$ 1.000,01 a R\$2.000,00; 15 afirmam que sua renda está entre R\$2.000,01 a R\$3.000,00; 9 afirmaram possuir renda superior a R\$3.000,01 e 17 dos entrevistados optaram por não responder. Quanto ao controle dos gastos e recebimentos 25 afirmam fazer controle de todos os seus gastos e recebimentos na loja, já 25 afirmam que não possuem nenhum tipo de controle de gastos e recebimentos.

Foi levantado um questionamento sobre o critério de elaboração dos custos, onde 33 dos entrevistados afirmaram escolher seus preços com base no preço de mercado, 4 afirmam ter um critério próprio para elaboração dos preços, 13 afirmam que definem os preços de acordo com a concorrência das bancas próximas.

Com relação à estrutura do mercado, os feirantes responderam sobre o nível de satisfação com relação à administração do prédio, onde 2 estão muito insatisfeitos, 12 estão insatisfeitos, 8 muito insatisfeitos e 28 estão satisfeitos. É cobrada uma taxa de condomínio para todos os feirantes que estão inseridos no mercado, dentre os box entrevistados 48 afirmam ser donos do estabelecimentos e 2 confirmam pagar aluguel pelo uso da loja.

A respeito do espaço disponibilizado 41 dos entrevistados afirmam que o tamanho atende às suas necessidades e 9 afirmam que o espaço não é o ideal para atender a demanda e logo precisariam aumentar o seu estabelecimento.

Quanto à participação dos feirantes em algum sindicato ou associação que defende os interesses dos condôminos, 13 afirmam que participam e 37 afirmam que não estão ligados a nenhum tipo de associação ou sindicato.

Dentre os entrevistados 46 afirmam que a comunicação entre a administração e os feirantes se dá de forma fácil e 4 afirmam que a administração não atende as expectativas dos comerciantes. Quanto ao suporte prestado ou não aos feirantes 30 dos entrevistados negam possuir qualquer tipo de acompanhamento e 20 dos feirantes afirmam que o mercado presta algum tipo de suporte em suas atividades.

A manutenção predial de acordo com os feirantes ocorre apenas quando surge algum tipo de problema, porém quanto à limpeza esta ocorre na ultima semana de cada mês.

Foram questionados os seguintes aspectos quanto ao Mercado Municipal:

AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DO MERCADO				
NÍVEIS DE SATISFAÇÃO	PÉSSIMO	REGULAR	BOM	MUITO BOM
Limpeza	5	22	18	5
Conservação	6	21	19	4
Segurança	29	10	11	0
Estrutura	9	14	24	3
Estacionamento	11	18	13	8
Localização	5	11	18	16

Quadro 1 – Avaliação da Estrutura do Mercado Municipal de Montes Claros 2017.

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2017.

Foi feito um questionamento aos feirantes sobre as vantagens e desvantagens de ter uma loja situada no Mercado. Foram inúmeras as respostas em relação a estes dois aspectos. Em relação aos pontos positivos foi citada a localização do Mercado, pois o mesmo fica em uma área central facilitando o acesso de parte da população.

Também foi apontada como vantagem o fato dos comerciantes possuírem seu próprio negócio, pois devido a grande dificuldade atual de ingressar no mercado de trabalho ter um emprego garantido é um diferencial, pois é através dele é que eles adquirem a sua renda todos os meses. Os comerciantes também afirmam que há uma grande facilidade em vender as suas

mercadorias e obterem sua renda, devido ao grande número de pessoas que circulam no Mercado e também devido a comunicação com o cliente se dá de forma fácil.

Ainda nos aspectos positivos os comerciantes também citam as poucas despesas que eles possuem para manter a loja, pois eles não possuem tantos gastos e além disso a taxa de condomínio cobrado no mercado é baixa. Eles também apontam o turismo como uma grande vantagem de ter uma loja localizada no Mercado, pois grande parte das pessoas que visitam a cidade de Montes Claros visitam o Mercado Municipal.

Com relação à limpeza, conservação e estrutura do Mercado, uma pequena parte dos feirantes afirmaram que o mercado dá o devido auxílio. Segundo eles a limpeza que ocorre uma vez ao mês em todo o mercado atende às necessidades do local. Na estrutura parte dos entrevistados afirmam que a estrutura do mercado está atendendo ao que eles precisam e esperam.

Já no caso das desvantagens os comerciantes apontam algumas como a falta de segurança dentro do mercado, onde várias pessoas tem suas mercadorias saqueadas nos corredores e devido ao grande volume de pessoas eles não conseguem localizar quem furtou. Eles contam que um tempo atrás havia um posto policial naquela região porém foi retirado e hoje possui apenas a presença de alguns guardas municipais mas estes poucos guardas não são suficientes para conter a quantidade de furtos, principalmente porque nos dias de maior movimento, que é na sexta-feira e no sábado, eles não trabalham.

Alguns feirantes não acham a localização atual do Mercado boa e afirmam que o antigo mercado tinha uma localização melhor, uma vez que o atual Mercado fica situado em frente a rede de esgoto da cidade. Apesar de se manter na área central algumas pessoas que não conseguem chegar ao Mercado, visto que atualmente passam poucas linhas de ônibus em frente ao Mercado e segundo os feirantes é um dos pontos negativos. Eles afirmam que caso aumentassem a quantidade de linhas de ônibus que passassem em frente ao Mercado com o tempo aumentaria a circulação de pessoas e conseqüentemente as suas vendas também subiriam.

A falta de organização dos setores também é uma desvantagem avaliada pelos feirantes pois devido não haver nenhum lugar específico para determinado produto dificulta muitas vezes a localização de algum produto, por exemplo em um corredor a primeira loja vende queijo e a loja que fica ao lado vende remédios caseiros, a próxima vende cestas decorativas.

Essa falta de organização afeta diretamente nas vendas pois alguns clientes não tem paciência de procurar por todo o mercado o que deseja, devido a ser um local muito grande e tem lugares que possuem pouca facilidade de acesso pois alguns comerciantes tem o costume de colocar parte das suas mercadorias no corredor dificultando a circulação dos clientes. Isso afeta também na segurança pois são as mercadorias exposta do lado de fora do Box tem maior chance de serem furtadas.

Um aspecto que não foi levantado no questionário mas que os proprietários de açougues observam como ponto que prejudicou suas vendas foi a grande quantidade de supermercados que abriram e possuem na cidade de Montes Claros, apesar de já serem concorrentes diretos, com açougues instalados dentro dos grandes supermercados as pessoas, optam por já comprarem a carne no mesmo local onde fazem a feira. E as pessoas que optam por fazer feira em supermercado, segundo proprietários de açougue, justificam que a estrutura é mais limpa, clara, demonstra mais qualidade para o cliente.

Com relação à estrutura e limpeza foi citado acima que uma parte dos feirantes acham que da maneira que está atualmente está atendendo às suas necessidades, porém a maioria dos entrevistados afirmam que o Mercado não dá o devido suporte nestes dois aspectos citados. No que diz respeito à limpeza alguns comerciantes informam que somente uma limpeza ao mês não é o suficiente para manter o ambiente limpo, devido ao grande volume de pessoas que passam por ali todos os dias e com um volume maior nos fins de semana. No âmbito da estrutura são várias as queixas pois além do grande volume de água que entra no Mercado nos tempos de chuva, outra reclamação é quanto a circulação do ar pois é um lugar pouco arejado e nos dias de maior movimento dificulta ainda mais devido ao grande volume de pessoas.

Outro aspecto citado foi a ausência do vínculo empregatício, onde alguns dos feirantes relatam que trabalham no mercado desde a sua infância porém não possuem aposentadoria garantida através do tempo de trabalho, apenas se pagarem a Guia de Previdência Social (GPS) todos os meses, caso não façam assim só se aposentam através da idade.

Os feirantes vêem também como aspecto negativo a falta de apoio, a falta de divulgação e de propaganda do mercado. Eles afirmam que se a Prefeitura de Montes Claros desse o devido valor e suporte ao Mercado e aos feirantes a realidade seria outra e a quantidade de clientes também seria mais atrativa, os comerciantes também afirmam que os clientes que eles possuem hoje se dá devido ao chamado "marketing boca a boca", pois uma pessoa conhece seu produto e divulga para um conhecido que divulga para outra pessoa e assim faz com que as pessoas conheçam sua loja.

Eles ainda afirmaram que devido o Mercado Municipal ser um ponto turístico da cidade, poderia ter uma aparência melhor e ser mais bem apresentável. Outro problema levantado é devido o estacionamento que está sendo cobrada área azul, nova ordem vinda da Prefeitura, os comerciantes questionam que deveria ser algo gratuito para os clientes irem até o mercado fazer suas compras. O resultado dessa nova ordem para o estacionamento do local prejudicou o número vendas, visto que ao redor do Mercado é muito difícil de estacionar e muitas vezes o cliente vai fazer uma compra pequena e o gasto do estacionamento não compensa pela compra que ele vai fazer, por isso acaba deixando de comprar no Mercado e vai comprar em outro lugar.

5. CONCLUSÃO

O desenvolvimento da pesquisa possibilitou uma percepção do perfil dos feirantes que estão inseridos no Mercado Municipal de Montes Claros e a identificação de vantagens e desvantagens relatadas pelos feirantes em relação a possuir um comércio no Mercado Municipal, a pesquisa foi direcionada aos comerciantes que estão situados nos boxes e que atuam no ramo de atividades de artesanatos, açougues e produtos alimentícios.

Quando questionados sobre a permanência no mercado a maior parte dos comerciantes afirmaram estar inseridos no local desde a sua inauguração e migraram de um antigo estabelecimento para o atual, a maioria dos feirantes são proprietários do box e pagam apenas uma taxa de condomínio, a faixa etária de idade de grande parte dos comerciantes é acima de 45 anos.

Os comerciantes atuam de forma independente e a maioria não participa de nenhum sindicato ou associação que defenda seus interesses, elaboram os preços de venda de acordo com o comércio e não possuem nenhum tipo de consultoria ou acompanhamento o que seria de extrema importância pois a maioria deles possuem ensino médio incompleto ou não possuem nenhum tipo de estudo e não possuem interesse em fazer cursos mesmo que fossem para ajudar no próprio negócio, como justificativa muitos afirmaram já ter experiência por ter já uma idade avançada, e utiliza dessas desculpas como forma de barreira para novos conhecimentos que possam auxiliá-los.

Com relação a estrutura do mercado grande parte dos comerciantes estão satisfeitos, e afirmam que a comunicação entre a administração do mercado e os

feirantes se dá de forma fácil mesmo não tendo nenhum tipo de acompanhamento, o espaço disponibilizado atende as necessidades do comércio, grande parte dos feirantes afirmam que a limpeza, conservação do mercado e estacionamento são regulares, a estrutura e a localização é boa, mas a segurança é péssima segundo afirmação da maior parte, pois a quantidade de guardas é insuficiente para a quantidade de pessoas que trafegam e aos finais de semana que tem o maior movimento e necessidade de segurança esses guardas não atuam em suas atividades.

Além da falta de segurança os comerciantes citaram outras desvantagens de se estar inseridos no mercado, como falta de organização nos setores, o grande crescimento de lojas de supermercados na cidade, a limpeza não atende a necessidade por ser um local muito movimentado e a maioria dos comércios são do ramo alimentício o que aumenta a necessidade de uma limpeza mais frequente. A falta de divulgação do mercado também é um aspecto negativo citado uma vez que os feirantes tem como divulgação das lojas no mercado através do chamado “marketing boca a boca” e por ser um ponto turístico da cidade o mercado deveria ter um apoio maior dos órgãos de são responsáveis.

Como vantagens foi citado a localização central, mesmo tendo dificuldades com transporte público e ser próximo a um córrego que tem escoamento de esgoto, outra vantagem é o mercado ser conhecido e visitado por diversos turistas que vem até mesmo de outros países para conhecer e apreciar, a comunicação com os clientes e entre os feirantes se dá de forma fácil, e a maioria dos comerciantes são donos do próprio negócio que geralmente é familiar e a diversificação do comércio no mercado aumenta o fluxo de pessoas o que facilita a venda dos produtos.

Conclui-se que quanto perfil dos comerciantes, possuem faixa etária acima de 45 anos e em relação à escolaridade possuem Ensino Médio Completo. Os resultados pertinentes as questões Estruturais do Mercado, limpeza, conservação e comunicação os feirantes caracterizaram por serem pontos positivos, mas por outro lado apresentando como desvantagens, os comerciantes justificaram que muito ainda pode ser modificado, como por exemplo; a situação atual do estacionamento que está sendo cobrado um valor pelo uso, quanto a segurança que mesmo presente ainda é falha nos principais dias de grande movimentação e a localização do Mercado em relação ao Antigo Mercado, recebe muitas críticas por ser um local que contém alimentos e está situado em frente ao córrego de esgoto da cidade, acaba passando uma visão não muito agradável, fazendo assim perder a credibilidade para os consumidores e clientes.

REFERENCIAS

**PERFIL ATUAL DO PROFISSIONAL ADMINISTRADOR: ANÁLISE
COMPARATIVA ENTRE A PROPOSTA DE FORMAÇÃO DA UNIMONTES, DE
OUTRAS IES E ASPIRAÇÕES DOS EMPREGADORES NO PAÍS.**

**ABREU, Juventino Ruas de⁹⁰
AMARAL, Viviane Pereira⁹¹
FONSECA, Amanda Duarte⁹²
MAIA, Breno Cardoso⁹³
NETO, Manoel Barbosa Vieira⁹⁴
SOARES, Ivanilde Teixeira⁹⁵
SOUZA, Mariana Barros De⁹⁶**

RESUMO: O ensino da Administração está relacionado ao processo de desenvolvimento do país. Diante disso, o estudo teve como objetivo avaliar o grau de convergência da proposta de formação de administradores pela Unimontes, ao compará-las com elementos destacáveis em termos do perfil profissional preferencial do administrador para a atualidade, exigíveis segundo as percepções contidas nas aspirações da sociedade, a partir da ausculta a empregadores públicos e privados e egressos das outras IES no país. Nesse sentido, foram comparadas as referências do perfil profissional definido pelo curso de Administração da Unimontes e de outras IES no país para confrontá-las com aquelas competências exigidas pelo mercado de trabalho e as percebidas pelos profissionais egressos das IES formadoras no país, em termos de competências, habilidades e atitudes. Os dados utilizados para a comparação foram extraídos do Projeto Pedagógico do curso de Administração da Unimontes e pesquisa realizada pelo CFA no ano de 2015, sendo consideradas duas das sete comparações feita por essa pesquisa, que envolvem a opinião dos empresários e empregadores em contraponto a dos administradores formados. Os resultados auferidos permitiram perceber a ausência de lacunas na proposta de formação do Administrador pela Unimontes e entre as propostas de formação das IES, levando ao entendimento de há um certo alinhamento entre elas. Contudo, a proposta oferecida para formar Administradores pela Unimontes se mostrou mais próxima no que diz respeito às aspirações dos empregadores quanto ao perfil com relação às exigências do mercado. Chegou-se conclusão, que há espaço, de modo geral, para que as IES possam propor inovações em suas propostas.

Palavras – Chave: Administrador; Competências; Formação; Unimontes.

⁹⁰ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: juveninojr@gmail.com

⁹¹ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: vivianeamaral12@gmail.com

⁹² Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: aman.daste@hotmail.com

⁹³ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: maiacardosobreno@outlook.com

⁹⁴ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: manobelbarbosa19.mb@gmail.com

⁹⁵ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: ivanilde.ts@gmail.com

⁹⁶ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: maribarro15@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

Os cursos de Administração no Brasil têm uma história muito curta, principalmente se comparamos com os EUA, onde os primeiros cursos na área se iniciaram no final do século XIX, com a criação da *WhartonSchool*, em 1881. Em 1952, ano em que se iniciou o ensino de Administração no Brasil, os EUA já formavam, nesta área, em torno de 50 mil bacharéis, 4 mil mestres e 100 mil doutores por ano (CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO - CFA, 2017).

Conforme dados históricos do CFA (2017) o ensino de Administração está relacionado ao processo de desenvolvimento do país, marcado por dois momentos históricos distintos. O primeiro, pelos governos de Getúlio Vargas, representativos do projeto "autônomo", de caráter nacionalista. O segundo, pelo governo de Juscelino Kubitschek, evidenciado pelo projeto de desenvolvimento associado e caracterizado pelo tipo de abertura econômica de caráter internacionalista.

Nesse contexto, a formação do Administrador no Brasil começou a ganhar contornos mais claros na década de 1940. A partir desse período, acentua-se a necessidade de mão de obra qualificada e, conseqüentemente, da profissionalização do Ensino de Administração. (CFA, 2017)

Com o passar do tempo e, conforme é perceptível, observa-se que para orientar propostas de formação, sempre houve por parte das escolas formadoras e universidades a contínua necessidade de interação entre a sociedade e demais atores do ambiente de uma forma geral, uma vez que as escolas e as universidades fazem parte, consubstancialmente, das "dinâmicas sociais", estando submetidas "aos mesmos processos e às mesmas incertezas no âmbito político, econômico ou cultural" a afetar a todas as demais instituições aos quais convivem no ambiente (ZABALZA, 2007, p. 24).

Nesse sentido toda fonte de referência válida, que possa nutrir de informações e de dados as escolas e universidades sobre o contexto atual e de perspectivas futuras de atuação de determinadas profissões, podem ser reflexivos e úteis na elaboração de propostas pedagógicas e de currículos para formação profissional.

Esse é um dos papéis exercidos pelo CFA, que a mais de 21 anos oferece à todo seu sistema federativo, incluindo escolas, universidades, profissionais e sociedade de um modo geral, a Pesquisa Nacional sobre o Perfil do Administrador e do Tecnólogo, tendo como objetivo, além de atualizar dados sobre mercado de trabalho relacionados à profissão, oferecer subsídios para que o Sistema CFA/CRAs- Conselho Federal de Administração/ Conselho Regional de Administração -

desenvolvam ações estratégicas para a normatização, o aperfeiçoamento e a valorização da categoria profissional.

Com base na possibilidade de explorar a última pesquisa publicada pelo CFA no ano de 2015 e confrontá-las com a proposta de perfil de formação em Administração oferecida pela Unimontes, das demais IES participantes e também, com as aspirações da sociedade e mercado empregador, advém a questão: qual o grau de convergência entre essas propostas de formação de profissionais administradores e o que anseia a sociedade em termos de um perfil exigível para esse profissional na atualidade?

Motivado por esta questão, o presente estudo teve como objetivo avaliar o grau de convergência da proposta de formação de administradores pela Unimontes, ao compará-las com elementos destacáveis em termos do perfil profissional preferencial do administrador para a atualidade, exigíveis segundo as percepções contidas nas aspirações da sociedade, a partir da ausculta a empregadores públicos e privados e egressos das outras IES no país, conforme dados da Pesquisa Nacional do CFA publicado em 2015.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 O Surgimento da formação em administração

Relacionando-se os momentos históricos característicos do Brasil até os dias de hoje, a demanda por administradores acompanhou sempre a estruturação econômica do país. Inicialmente, o ensino de Administração, foi confundido com o de Economia e regulado primeiramente em 1931, quando o capitalismo que se instalava tardiamente no nosso país necessitava de profissionais especializados para gerir as organizações industriais que surgiram. (NICOLINI, 2003).

Na propagação de métodos mais sofisticados nas ciências administrativas destacou-se o Instituto de Desenvolvimento Organização Racional do Trabalho – IDORT –, fundado em São Paulo em 1931. Dentre suas atribuições estava a divulgação dos teóricos da administração científica e clássica e de seus métodos, “objetivando o aperfeiçoamento do desempenho gerencial dos profissionais e a solução de problemas ligados à racionalização da administração das empresas em geral” (CONSELHO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, 1993, p. 289)

A visão, nesse sentido, era a de formar, a partir do sistema escolar, um Administrador profissional, apto para atender ao processo de industrialização. Tal processo desenvolveu-se de forma gradativa, desde a década de 30, porém, acentuou-se por ocasião da regulamentação da profissão, ocorrida na metade dos anos sessenta, através da Lei nº 4.769, de 09 de setembro de 1965. Com essa Lei, o acesso ao mercado profissional seria privativo dos portadores de títulos expedidos pelo sistema universitário (CFA, 2017).

Assim, a expansão do ensino superior, e em especial o de Administração, segundo essa ótica, é fruto da relação que existe, de forma orgânica, entre o tipo de desenvolvimento econômico adotado após 1964, calcado na tendência para a grande empresa. Nesse contexto, tais empresas, equipadas com tecnologia complexa e com um crescente grau de burocratização, passam a requerer mão de obra de nível superior para lidar com essa realidade.

O surgimento da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a criação da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA-USP) marcaram o ensino e a pesquisa de temas econômicos e administrativos no Brasil, contribuindo para o processo de desenvolvimento econômico do país. Tais instituições ocuparam uma posição dominante no campo das instituições de ensino de Administração, assim como de referência do posterior desenvolvimento desses cursos (CFA, 2017).

A FGV representa a primeira e mais importante instituição que desenvolveu o ensino de Administração no Brasil. Sua origem remonta à criação do Departamento de Administração do Serviço Público (DASP), em 1938. Esse órgão tinha como finalidade estabelecer um padrão de eficiência no serviço público federal e criar canais mais democráticos para o recrutamento de Recursos Humanos para a administração pública, por meio de concursos de admissão (CFA, 2017).

Em seguida foi criada em 1952, a Escola Brasileira de Administração Pública (EBAP), pela Fundação Getúlio Vargas, com o apoio da ONU e da UNESCO para a manutenção inicial. Com o surgimento da EBAP no Rio de Janeiro, a FGV preocupou-se em criar uma escola destinada especificamente à preparação de Administradores de Empresas, vinculada ao mundo empresarial, com o objetivo de formar especialistas em técnicas modernas de administração empresarial (CFA, 2017).

Essa situação possibilitou a criação da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), em 1954. É importante destacar que a FGV escolheu essa cidade, considerada a capital econômica do país, "coração e cérebro da iniciativa privada", com intuito de atender às expectativas do empresariado. Para a implantação da escola, a FGV buscou apoio do governo federal, do Estado de São Paulo e da iniciativa privada (CFA, 2017).

Para dar início às atividades nessa nova Instituição, a FGV firmou um acordo com a USAID (Desenvolvimento Internacional do Governo dos Estados Unidos). Nesse convênio, o governo norte-americano se comprometia a manter, junto a esta escola, uma missão universitária de especialistas em Administração de Empresas, recrutados na Universidade Estadual de Michigan. Por outro lado, a FGV enviaria docentes para estudos de pós-graduação nos Estados Unidos, com intuito de preencher os quadros do corpo docente da EAESP. Tal convênio

revelava a influência do ensino de Administração norte-americano na realidade brasileira, evidenciada, sobretudo, por meio dos currículos e bibliografias (CFA,2017).

2.2 Primeiras orientações de propostas pedagógicas para formação de administradores no Brasil

Com a criação da EAESP, surgiu o primeiro currículo especializado em Administração, que influenciou, de alguma forma, o movimento posterior nas instituições de ensino superior do País. A partir da década de sessenta, a FGV passou a criar cursos de pós-graduação nas áreas de Economia, Administração Pública e de Empresas. Em meados dessa década, iniciou a oferta regular dos cursos de mestrado (CFA, 2017).

Após a criação dos cursos de mestrado, a FGV passou a ser o centro formador de professores para outras instituições de ensino, no momento em que ocorreu uma enorme expansão dos cursos de Administração. Como consequência dessa expansão, na metade da década de 70, a entidade passou a ministrar um programa de doutorado nessas áreas (CFA, 2017).

2.3 Diretrizes nacionais para formação de administradores

Com as mudanças econômicas, um novo acontecimento acentuou a tendência à profissionalização do Administrador. No Brasil, as diretrizes curriculares do curso de Administração surgiram com a implementação de uma única lei e duas resoluções federais. As instituições que fossem ministrar o curso deveriam aplicar a referida resolução no seu projeto pedagógico, almejando um ensino homogêneo e acessível. Esses três marcos históricos conquistados aspiravam uma ampla formação acadêmica e preconizavam que o gestor pudesse atuar em qualquer organização sendo a mesma pública ou privada:

- Lei nº. 4.769, de 9 de setembro de 1965 regulamenta a profissão do administrador e o parecer CFA nº.307, de 08 de julho de 1966 estabelece o conteúdo mínimo para o curso que formaria o “Técnico em Administração”. Posteriormente essa denominação alterada para “administrador” pela Lei nº.”. 7.321, de 13 de junho de 1985, para simplesmente administrador.
- Resolução nº. 2, de 4 de outubro de 1993, estabelece o currículo pleno e permite a criação de habilitações pela intensificação dos estudos em uma área da Administração.
- Resolução nº. 1, de 2 de fevereiro de 2004 e Resolução nº. 4, de 13 de julho de 2005, estabelecem as Diretrizes Nacionais para o curso e extingue as habilitações.

Após esse encadeamento de eventos, em 1966 foi aprovado o primeiro ciclo do currículo mínimo do curso de Administração com a inserção de quinze matérias básicas incluindo posteriormente mais duas optativas, Direito administrativo ou Administração de produção e vendas, sendo obrigatórias juntamente com o estágio (ANDRADE; AMBRONI, 2004).

A partir dos conselhos e da preocupação de aperfeiçoar a qualidade dos cursos de administração, em 1993 a Associação Nacional dos Cursos de Administração (ANGRAD) e o CFA empenharam-se e criaram o novo currículo mínimo para o curso de administração. Inaugurando assim o segundo ciclo do ensino de administração no Brasil (ANDRADE; AMBRONI, 2004).

Esse novo currículo foi criado pela Resolução CFE nº 2/93, onde especificamente o administrador passa a ter para seguir um currículo com conteúdo de formação básica e instrumental, Formação profissional, disciplinas eletivas e complementares, além de se manter o estágio supervisionado. O curso superior de administração passa a ter a carga horária mínima de 3000 horas aula e o tempo de integralização de 04 anos a, no máximo, 07 anos. (BRASIL, 1993).

O novo enfoque trouxe inúmeros avanços para o curso de Administração no país, houve o consenso ao instituir a nova pedagogia no ensino das instituições, mas em contrapartida a combinação com a nova abordagem, a consciência da necessidade da não cristalização de um currículo apareceram como preocupações na profissão do administrador, oferecendo subsídios para o surgimento do terceiro ciclo do curso de graduação em administração: diretrizes curriculares (ANDRADE; AMBRONI, 2004).

O terceiro ciclo surgiu juntamente com a nova resolução CNE/CES nº 4, de 13 de julho de 2005, substituindo a o currículo mínimo pela matriz curricular, sendo a mesma dividida em quatro eixos que regem a formação do Administrador.

O primeiro eixo é da formação Básica, nesse âmbito é desenvolvido conteúdo base para a formação das acadêmicas disciplinas como: Economia, Filosofia; Direito Público e Privado; Sociologia aplicada à Administração e Português Instrumental (CNE/CES, 2005).

O segundo eixo de Estudos Quantitativos e suas Tecnologias utilizam de métodos como montantes direcionados para tal área de formação. Tem-se aí as disciplinas: Fundamentos de Matemática Elementar, Cálculo Diferencial e Integral, Estatística e Probabilidade e Matemática Financeira (CNE/CES, 2005).

O terceiro eixo e não menos importante, tem-se a formação profissional onde são abordados conteúdos específicos. Sendo as seguintes disciplinas: Administração Financeira;

Administração de Produção e Operações; Administração de Recursos Humanos; Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais; Administração de Marketing; Organização, Sistemas e Métodos; Planejamento Estratégico; Gestão Ambiental; Fundamentos de Administração; Teoria Geral da Administração; Teoria Organizacional; Administração de projetos; Administração Estratégica (IFET, 2011).

E por fim, consta o eixo de formação complementar, onde o acadêmico tem a liberdade de escolher matérias optativas com o intuito de aprimorar seu perfil estudantil. Dentre as várias opções tem-se: Projetos rurais; extensões; libras e etc. ainda se somando a essa formação temos os conteúdos de Estágio Supervisionado; Atividades Complementares e o Trabalho de Conclusão de Curso que são obrigatórios para se exercer a profissão no mercado de trabalho.

2.4 Aspirações e demandas socioeconômicas de competências e habilidades para o Administrador no século XXI: em geral e no país

As competências e habilidades demandadas socioeconomicamente pelos administradores atuais tem sido um dos alvos mais relevantes para estudos em instituições de ensino; o maior debate gera-se em torno da preocupação em adequar a formação profissional às demandas do mercado de trabalho. Desse modo, tanto as instituições, quanto os estudantes de administração, buscam intensificar esforços individuais perante um cenário de crise no mercado de trabalho, em que as chances de inserção no mundo produtivo são cada vez menores. (LEMOS; PINTO, 2008).

Citando Paiva (1997), Lemos e Pinto (2008), identificam elementos das qualificações profissionais requeridas no mundo de trabalho contemporâneo, que segundo esses autores definiriam as competências do administrador, sendo eles: a elevada capacidade de abstração, de concentração e de exatidão, combinada à capacidade de comunicação e ao “pensamento conceptual abstrato como fundamento da ampliação das possibilidades de percepção e de raciocínio, de manipulação mental de modelos, de compreensão de tendências e de processos globais” (PAIVA, 1997, p.123 *apud* LEMOS; PINTO, 2008, p.6).

O cenário do mercado atual caracteriza-se por consumidores que exigem cada vez mais exclusividade, qualidade e personalização de serviços. Neste cenário, o grande desafio das empresas é adaptar-se e acompanhar as mudanças provindas das constantes inovações. A partir deste ponto, os funcionários das organizações tornam-se “parceiros” ou “colaboradores”, reconhecidos como fornecedores de conhecimento, habilidades, capacidade e inteligência, de modo a sentirem-se confortáveis para desenvolver suas competências em benefício da

organização (GIL, 2010 e BOUCHIKI e KIMBERLY, 2003 apud NASCIMENTO e ALVES, 2015).

De acordo com o estudo realizado por Nascimento e Alves (2015), as principais competências do administrador no âmbito do conhecimento, para o mercado de trabalho, são aquelas adquiridas na prática e experiência do cotidiano organizacional. É citado o conhecimento em língua estrangeira, conhecimentos estratégicos, interpessoais e em domínio na área de atuação. No âmbito das habilidades as competências destacadas foram às habilidades de ter atenção, saber ensinar, possuir autoconhecimento e saber solucionar crises.

Quando se fala em administrador, pode-se englobar um montante de contextos de uma profissão e atividade. O profissional dessa área deixa de ser apenas um recurso, e começa a ser um parceiro atento às mudanças e se tonar perceptível diante da organização. Para o mercado, ter competência, confiança e responsabilidade, são características de marca pessoal que estão cada vez mais sendo solicitadas. Cabe aos administradores muito esforço no processo de competências e habilidades, pois deles terão que vir uma solução para a expansão da empresa que estão administrando. Neste mesmo sentido, Vianna e Junqueira (1996) afirmam que os executivos precisam tentar serem tão eficazes como pessoas tanto quanto são como gerentes, pois uma pessoa talentosa e competente que exerça suas atividades com responsabilidade e habilidades inovadoras pode elevar seu nível de notoriedade perante a sociedade, grupos e organizações, porque o mercado está em constante busca por novos talentos que estejam capacitados e qualificados.

2.5 A proposta do curso de administração da Unimontes

O curso de Administração da Unimontes teve sua origem ligada a FUNM (Fundação Norte Mineira de Ensino Superior), que foi criada na década de 1960. A instituição surgiu num momento em que o Brasil vivenciava os efeitos do “Milagre Econômico” verificáveis até meados da década de 1970, que proporcionou investimentos em diversos setores do país. Por meio da SUDENE (Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste), a região norte mineira, especialmente Montes Claros, recebeu seus primeiros projetos industriais, como por exemplo, o Frigonorte e a Matsulfur (PROJETO PEDAGÓGICO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIMONTES, 2001).

Inicialmente a mão de obra dessas indústrias de porte médio e acima era composta por profissionais de outras regiões do país. Porém, devido à falta de infraestrutura da cidade, os funcionários mais qualificados das empresas não firmavam em seus cargos. Diante disso, surgiu

a necessidade de qualificar mão de obra local para atender a demanda das organizações instaladas na cidade.

No ano de 1993, o Conselho Federal de Educação permitiu que o Curso de Administração pudesse flexibilizar sua grade curricular com o objetivo de atender as especificidades e demandas regionais. Assim, o curso passou a dar ênfase também às micro e pequenas empresas, mas sem deixar de lado as grandes organizações e as atividades de pesquisa, ensino e extensão.

O próximo Projeto Pedagógico – P.P. do curso de Administração, elaborado em 2001, continuou com o foco em formar profissionais com forte perfil empreendedor. Além disso, considerou o objetivo da Unimontes em formar indivíduos com “habilidades técnicas, humanas e conceituais, dotados de sensibilidade ética, social, ambiental e conhecimentos científicos que os capacite ao pleno exercício da profissão, atuando como agentes de transformação do meio onde esteja inserido” (PP, 2005).

Em 2005, o P.P. foi atualizado; após a discussão sobre qual deveria ser a orientação do curso, os professores decidiram focar suas ações na produção de conhecimento na área das ciências da Administração. Tal decisão foi tomada com a intenção de conciliar os objetivos do curso com os objetivos de uma universidade, que é gerar conhecimento através de pesquisas. Dessa forma, dando maior foco à produção acadêmica, o curso também estaria se ajustado à missão da Unimontes de “Contribuir para o desenvolvimento econômico, social e cultural da região norte mineira, tornando-se fator de integração regional”.(PP,2005).

Condizendo com a ênfase dada na formação do acadêmico, o P.P.de 2005 define como perfil do formando as seguintes características:

Formar administradores para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento qualitativo e adequado num gradual processo de tomada de decisão, revelando a assimilação de novas informações, apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador, tendo como princípios os valores éticos e de responsabilidade social (PROJETO PEDAGÓGICO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIMONTES, 2005, p.14).

Já no P.P. seguinte, criado em 2013, a proposta de formação do acadêmico passa a não ter foco somente em pesquisas, mas também no profissional empreendedor. Assim o egresso passará a ser “apto a promover o desenvolvimento das organizações e da sociedade, compreendendo também o macro ambiente e as relações nele existentes e valorizando princípios éticos, sustentáveis e de inclusão social”. Portanto, o perfil desejado do formando passa a ter como objetivo:

Promover a formação de administradores com características profissionais e cidadãs, construídas com sólido domínio conceitual capazes de desenvolver habilidades e competências técnicas e humanas, como empreendedores, tomadores de decisão e pesquisadores, para o pleno exercício da profissão e atuação como agentes transformadores éticos, sociais e ambientais em prol do bem comum (PROJETO PEDAGÓGICO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIMONTES, 2018, p.10).

3. METODOLOGIA

Para esta pesquisa optou-se por um estudo descritivo que conforme Collis (2005, p.24) “é usado para identificar e obter informações sobre as características de um determinado problema ou questão.” Gil (2008, p. 51) complementa que a pesquisa descritiva normalmente utiliza-se de técnicas padronizadas para a coleta de dados. Será utilizada como técnica a pesquisa bibliográfica, que segundo Gil (2008, p. 50) consiste no estudo de materiais já elaborados, tais como artigos científicos e livros, permitindo ao pesquisador uma gama defenômenos mais ampla em relação a que poderia ser pesquisada diretamente, assim, a pesquisa baseia-se de fontes secundárias. Nesse sentido, utilizar-se-á a Pesquisa Nacional do Conselho Federal de Administração – CFA de 2015 e ainda, o Projeto Pedagógico vigente do curso de Administração da Unimontes.

Para descrever os elementos e categorias subjacentes à proposta pedagógica de formação de Administradores pela Unimontes, utilizar-se-á o estudo de caso que para Gil (2008, p. 57) consiste no “estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado” e tem como propósito explorar situações da vida real; descrever a situação do contexto da investigação; e explicar as variáveis causais de determinado fenômeno.

A análise de dados consistirá em um estudo qualitativo partindo da pesquisa do CFAcom foco nas informações dos Relatórios Técnicos de Formação dos Administradores e Oportunidades de Trabalho dos Empresários e Empregadores e análise do Projeto Pedagógico do Curso de Administração da Unimontes. Segundo Gunther (2006) a pesquisa qualitativa não se define por si só, mas em conjunto com a pesquisa quantitativa; dessa forma, os pontos fortes de uma completam os pontos fracos da outra. Com base nesses dados, foram possíveis as análise e discussão.

4 RESULTADOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO

4.1 Introdução

A presente análise objetivou avaliar o grau de convergência da proposta de formação de administradores pela Unimontes e de outras IES no país, ao compará-las com elementos destacáveis em termos do perfil profissional preferencial do administrador para a atualidade, exigíveis nas percepções contidas nas aspirações da sociedade, dos empregadores públicos e privados coletados na Pesquisa Nacional Perfil Formação Atuação Oportunidades Trabalho do Administrador 2015.

Nesse sentido, as análises e discussões que se seguem consideram o perfil do administrador contido na proposta de formação pela Unimontes para confrontá-los com os perfis obtidos na Pesquisa Nacional do CFA Perfil, Formação, Atuação e Oportunidades de Trabalho do Administrador 6ª edição, 2015, sob duas vertentes: a) Confronto com os perfis gerais de formação oferecida no país; b) Perfis preferenciais decorrente da ausculta a empresas e instituições no mercado.

4.2 Perfil do administrador formado pela Unimontes

O curso de Administração da Unimontes propõe no Projeto Pedagógico (2013, p.11-12), em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Graduação em Administração do Ministério da Educação, que seus egressos devem apresentar as seguintes competências e habilidades.

I - reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;

II - desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;

III - refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;

IV - desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;

V - ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;

VI - desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação

profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;

VII - desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações; e.

VIII - desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.

Todas essas competências, habilidades e, implicitamente, atitudes são fatores que devem ser priorizados no ensino do curso de Administração da Unimontes, considerados como essenciais a seus graduados, que os levarão em suas profissões. A seguir, caracteriza-se quais competências, habilidades e atitudes foram destacadas pela pesquisa do CFA/2015, pelos empregadores e administradores formados em diversas IES pelo país, de forma a verificar se essas referências estão em consonância com aquelas contidas no Projeto Pedagógico do curso de Administração da Unimontes.

4.3 Confronto entre os perfis gerais do egresso pesquisa CFA e o perfil do administrador formado pela Unimontes.

Os profissionais formados em Administração, participantes da pesquisa do CFA/2015, destacaram que as competências proporcionadas pelo curso estão entre identificar problemas, formular e implantar soluções – opinião de 77,7% deles – desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico sobre a realidade organizacional (63,9%) e assumir o processo decisório das ações de planejamento, organização, direção e controle (63,22%). Em relação às habilidades, os administradores opinaram possuir um bom relacionamento interpessoal (75,4%), visão do todo (75%) e habilidade para liderar (69%). As principais atitudes entendidas por esses profissionais como adquiridas pela formação, são as de ter um comportamento ético (83%), comprometimento (79%) e profissionalismo (75,4%).

Analisando os resultados obtidos e o Projeto Pedagógico da Unimontes para o curso de Administração, verifica-se que das competências, habilidades e atitudes destacadas pelos administradores - a maioria delas pode ser identificada na Proposta da Unimontes - algumas diretamente como o manuseio de problemas e desenvolvimento de raciocínio lógico, e outras indiretamente, como o comprometimento, profissionalismo e visão do todo. Observando o perfil de administrador proposto pelo P.P. do curso de Administração da Unimontes, foi possível perceber que as referências ali contidas guardam similaridade com as competências,

habilidades e Atitudes declaradas como presentes pelos egressos, profissionais na profissão ouvidos pela pesquisa CFA.

4.4 Confronto entre perfis preferenciais decorrentes da auscultação a empresas e instituições no mercado e o perfil proposto para o administrador formado pela Unimontes.

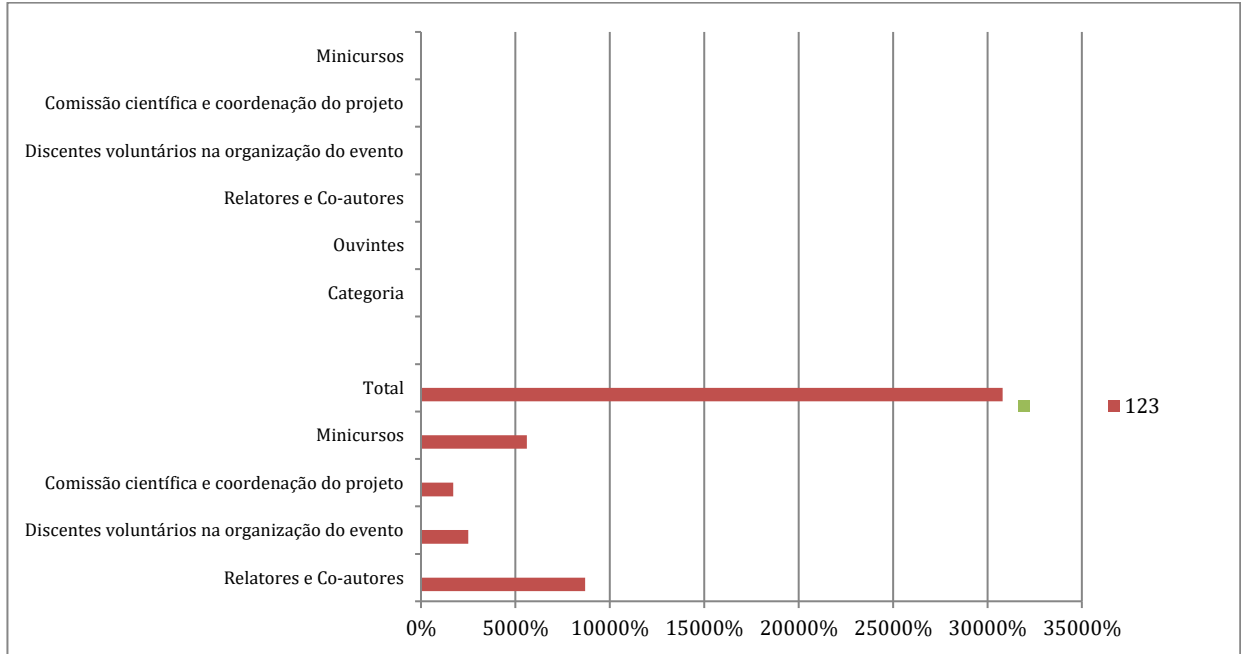
A pesquisa do CFA/2015 revelou que quase 73% dos empregadores afirmaram entender que as competências preferenciais para o administrador na atualidade devem contemplar a capacidade para identificar problemas, formular e implantar soluções. A estas competências seguiram-se as de negociar, mediar e arbitrar conflitos (55,4%) e ainda assumir o processo decisório das ações de planejamento, organização, direção e controle (na opinião de 52%). Em termos de habilidades, as mais citadas por esses empregadores são as de relacionamento interpessoal (na opinião de 73,14%), liderança (62,6%), ter uma visão do todo (61,4%) e ser criativo (60,24%). Por fim, ao serem questionados sobre as atitudes mais presentes em um administrador, as que receberam destaque estiveram entre ter comprometimento (78,26%), comportamento ético (77,2%) e proatividade (63%) - GRÁFICO 1.

Entende-se, portanto, que esses empregadores enxergam o administrador como um profissional inteligente, sensível aos problemas e às pessoas em sua volta, além de predisposto a trabalhar em prol de soluções, com inovação, organização e ética.

O Projeto Pedagógico da Unimontes apresenta alguns fatores em comum, como a ênfase em lidar com problemas, ter criatividade, comprometimento e visão ampla, bem como a capacidade de lidar com conflitos, assumir o processo decisório, ter bom relacionamento interpessoal, comportamento ético e proatividade.

O GRÁFICO 1 ilustra a comparação entre as opiniões dos empregadores e dos profissionais formados em Administração, destacando as características mais citadas por ambos.

GRÁFICO1: Comparativo entre perfis oferecidos pelas IES e preferência dos Empregadores



Fonte: CFA, 2015

A análise do gráfico 1 permite auferir que algumas características como possuir um comportamento ético, comprometimento, relacionamento interpessoal, além de identificar problemas, formular e implantar soluções, são destacadas pelas empresas e pelos profissionais egressos das IES formadoras de administradores como as mais importantes no perfil deste profissional.

Ainda observando os dados do gráfico1, nota-se que algumas competências, habilidades e atitudes não se mostraram presentes nas citações em todos os sujeitos observados como pertencentes ao perfil do administrador. É o caso, por exemplo, “de ser criativo”; “mediar e arbitrar conflitos”; “proatividade”, que foram apontados pelos empregadores e não pelos profissionais entrevistados e por sua vez, “profissionalismo”; “desenvolver raciocínio lógico”, que foram citados pelos profissionais entrevistados e não pelos empregadores.

Contudo, ao observar as competências habilidades e atitudes constantes no P.P. para o curso de administração da Unimontes percebe-se que todas as referências estão ali contidas.

Assim, mesmo percebendo certo alinhamento e equivalência entre as propostas de formação para o administrador na atualidade, conforme oferecido tanto pelas IES no país quanto pela Unimontes, observa-se que existem dissonâncias entre propostas e expectativas quanto as

de ênfases para o perfil profissional conforme demonstrado do Gráfico 1. Esse achado pode ter correspondência ao que percebem Nascimento e Alves (2015), quando explicam que as principais competências do administrador no âmbito do conhecimento, para o mercado de trabalho, são aquelas adquiridas na prática e experiência do cotidiano organizacional, insinuando assim que o complemento da aprendizagem e formação estará no devir de sua atuação profissional.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A constatação é a de que o mercado de trabalho atual precisa e busca por um profissional bacharel em administração com perfil multi-qualificado, que trabalhe com visão sistêmica, atuando e interagindo entre as equipes de diferentes setores. Em suma, percebe-se que o profissional necessita ter um bom relacionamento interpessoal, ser comunicativo, otimista, persistente, ser criativo, flexível, e que tenha autoconfiança para liderar e buscar inovações que o mercado exige, analisando o seu ambiente como um todo.

Tendo em vista os aspectos pesquisados, observou-se que, em relação às competências e habilidades de um perfil do administrador formado pelas IES são coincidentes em grande parte com as que são ofertadas no mercado de trabalho segundo a opinião dos empresários e empregadores ouvidos. Conforme percebido, esses entrevistados manifestam que buscam, de modo geral, um profissional que seja proativo, capaz e ousado, que possa contribuir com novas ideias, que saiba utilizar seus princípios, técnicas e habilidades ajudando os colaboradores para que eles possam crescer junto com a organização, agindo sempre com ética, acumulando conhecimento suficiente para gerir com responsabilidade.

Levando em consideração a análise do curso de administração da UNIMONTES, torna-se possível perceber, a partir das informações de seu Projeto Pedagógico, que a instituição preocupa em inserir no acadêmico uma visão empreendedora, capacitando e motivando aqueles que possuem o interesse de atuar sob essa orientação seja para si, na possibilidade de ter seu próprio negócio, ou para outrem, atuando em empresas e instituições. Além disso, visa proporcionar ao estudante de administração uma produção de conhecimento focada em trabalhos e produções científicas. Tal proposição permite que o acadêmico tenha uma visão e um conhecimento amplo sobre o seu contexto de inserção e atuação profissional e consequentemente maiores possibilidades de proatividade e adaptabilidade ao cenário no qual se encontra.

Portanto, as instituições de ensino devem sempre se questionar para saber se o que está sendo oferecido aos alunos está à altura do que realmente é exigido pelo mercado; devem

estar atentas às características de mudanças no mercado para que possam se antever ou mesmo se adequar a elas.

Em relação aos resultados da pesquisa, nota-se uma adequação da Proposta Pedagógica da Unimontes com a formação das outras IES como também com os perfis exigidos pelos empregadores no mercado de trabalho, segundo dados da pesquisa do CFA/2015. Contudo, a Proposta da Unimontes mostrou-se ainda mais completa, compreendendo fatores que não foram destacados pelos profissionais formados, mas considerados como importantes para os empregadores. Ainda assim, a abordagem trazida por alguns autores confrontaram a necessidade de que as propostas de formação para o curso de Administração no país sejam cada vez mais inovadoras e coerentes com as tendências e realidade socioeconômica onde o profissional irá se inserir.

Por fim, importa-se destacar que o presente estudo possui algumas limitações, tendo em vista a falta de tempo e recursos, como a de ouvir os acadêmicos egressos do curso de Administração da própria Unimontes, bem como os professores que atuaram e atuam no curso, indicando que essas podem se constituir em indicativos para a realização de novos estudos e pesquisas para que o curso de Administração das IES formadoras e em especial da Unimontes possam refletir sobre possibilidades de inovações em suas propostas pedagógicas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; AMBONI, Nério. **Gestão de Cursos de Administração: Metodologias e diretrizes curriculares**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

BRASIL. Lei nº. 4.769, de 9 de setembro de 1965. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4769.htm. Acesso em: 11 de junho de 2017.

BRASIL. Lei nº. 7.321, de 13 de junho de 1985. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7321.htm. Acesso em: 15 de junho de 2017.

BRASIL. **Ministério da Educação e do Desporto**. Resolução n. 2, de 4 de outubro de 1993: Fixa os mínimos de conteúdos e duração do curso de Graduação em Administração. Brasília, 1993. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url>. Acessado em junho de 2017.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. (2005); **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. Trad. Lucia Simonini. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. Leis. In: **Manual do Administrador: guia de orientação profissional**. Brasília: Conselho federal de Administração, 1994.

Conselho Federal de Administração. **Pesquisa: Perfil, Formação, Atuação e Oportunidades de Trabalho do Administrador 6ª edição**. 2015. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/pesquisa-nacional>>. Acesso em junho/2017

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. Publicado no D.O.U. de 27/04/1994, pág.40.

CONSELHO FEDERAL DE EDUCAÇÃO. Currículos mínimos dos cursos de graduação. Brasília, 1991.

CONSELHO FEDERAL DE EDUCAÇÃO. Documento. Brasília, ago. 1993.

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

GUNTHER, Hartmut. **Pesquisa Qualitativa versus Pesquisa Quantitativa: Esta é a questão?**. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**. Vol. 22 n.2, pp 201-210. Brasília 2006.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO. **Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais** – Campus Barbacena, Sítio oficial. Acesso em: jun. 2017.

JUNQUEIRA, L. A. C.; VIANA, M. A. F. **Gerente Total: como administrar com eficácia no século XXI**. São Paulo: Atlas, 2011

LEMOS, Ana Heloisa da Costa. PINTO, Mario Couto Soares. **Empregabilidade dos administradores: quais os perfis profissionais demandados pelas empresas?**. Cadernos EBAPE.BR, v. 6, nº 4. Dez. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v6n4/v6n4a10.pdf>>. Acesso em junho de 2017.

MARTINS, Carlos Benedito. **Surgimento e expansão dos cursos de administração no Brasil(1952-1983)**. *Ciência e Cultura*, v. 41, nº7, p. 663-676, jul. 1989.

NASCIMENTO, Mariana Diniz do. ALVES, Marielza Barbosa. **Competências do administrador: Um estudo comparativo entre a percepção da academia e do mercado**. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em <www.aedb.br/arquivos/artigos15>. Acesso em: junho de 2017.

NICOLINI, Alexandre. **"Qual será o futuro das fábricas de administradores?"**. *Revista de Administração de Empresas* (2003).

Resolução CNE/CES 4/2005. **Diário oficial da União**, Brasília, 19 de julho de 2005, Seção 1 pág. 26.

UNIMONTES. Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA. **Projeto Pedagógico Curso Administração**. 2001.

UNIMONTES. Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA. **Projeto Pedagógico Curso Administração**. 2005.

UNIMONTES. Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA. **Projeto Pedagógico Curso Administração**. 2013.

ZABAILZA, Miguel A. **Qualidade em educação infantil**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

PERFIL DOS GESTORES NOS ANOS DE 2014 A 2016: UMA ANÁLISE COMPARATIVA EM MUNICÍPIOS SELECIONADOS

CORRÊA, Lucas de Souza¹

LOPES, Luana Alves²

NUNES, Rafael França³

QUEIROZ, Júlia Silva Rodrigues de⁴

SINDEAUX, Roney Versiani⁵

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar e comparar o perfil dos gestores em três cidades brasileiras de diferentes regiões, que são Montes Claros-MG, Campina Grande-PB e Maringá-PR nos anos de 2014, 2015 e 2016. Utilizou-se como critério de seleção a semelhança do PIB e o número de habitantes dos municípios (IBGE). Para a análise do perfil destes gestores, se comparou os profissionais dos cargos de supervisores, gerentes e diretores. A principal fonte de dados utilizada foi a base RAIS, onde buscou-se os dados das seguintes variáveis: quantidade de estabelecimentos empregadores, sexo, faixa etária, escolaridade, tempo de vínculo e remuneração dos ocupantes dos cargos mencionados. Os dados demonstraram o perfil dos gestores em cada cidade e propiciaram estabelecer um comparativo entre elas. Diante das análises e dos comparativos realizados evidenciou-se que existem diferenças entre os perfis dos gestores em cada cidade e que há diversos fatores que podem influenciar nessas diferenças, como por exemplo, a localização regional que se mostrou influente neste sentido. Com o comparativo entre os anos foi evidenciado que entre 2014 e 2016 houve mudanças mínimas e não ocorreram grandes alterações quanto ao perfil dos gestores. Percebeu-se também que a cidade de Maringá se diferencia das demais e que há semelhanças entre as cidades de Montes Claros e Campina Grande. As variáveis demonstram que o perfil do gestor apesar de possuir diferenças em cada cidade, têm pontos indispensáveis para o crescimento e ocupação do cargo, como tempo de vínculo, escolaridade e idade do gestor.

Palavras-chave: Perfil. Gestores. Comparativo.

1 INTRODUÇÃO

A gestão nas empresas é fator fundamental para a sobrevivência e crescimento das mesmas. Sem gestão os processos podem não ser desenvolvidos conforme os interesses e objetivos programados ou, ainda, não haver objetivos a serem perseguidos.

Responsáveis pela gestão, os gestores e gestoras - as pessoas que ocupam tais postos - possuem características que dependem das políticas de Recursos Humanos implementadas pelas empresas. Ainda que tais políticas sejam diferentes para cada empresa, haveria

¹ Acadêmico 7º período curso de Administração - Unimontes

² Acadêmica 7º período curso de Administração - Unimontes

³ Acadêmico 7º período curso de Administração - Unimontes

⁴ Acadêmica 7º período curso de Administração - Unimontes

⁵ Professor do Departamento de Ciências da Administração da Unimontes

semelhança no perfil dos gestores de forma geral? Tal perfil pode variar entre regiões diferentes? Essas são as questões principais que guiaram a realização desta pesquisa.

Dessa forma, o presente trabalho busca analisar o perfil desses ocupantes da gestão nas empresas, com um recorte definido para três cidades de porte semelhante e regiões geográficas diferentes.

Para tanto, foi realizada uma coleta de dados secundários na Base RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), identificando tal perfil nas cidades de Montes Claros-MG, Campina Grande-PB e Maringá-PR visando comparar esses perfis, apontar suas semelhanças e diferenças e identificar sinais de que a região geográfica possa ou não afetar as diferenças encontradas.

Esse artigo está organizado em três seções, além dessa introdução. Inicialmente no referencial são apresentados brevemente os conceitos que fornecem a fundamentação teórica. Posteriormente a metodologia, apresenta os métodos utilizados para tabulação dos dados que serviram de base para a próxima seção na qual foram analisados os resultados. Os resultados apontaram, após a comparação entre as três cidades, que Maringá apresenta destaque em algumas variáveis e mesmo havendo algumas diferenças entre as cidades de Montes Claros e Campina Grande, ambas apresentam mais semelhanças nos perfis de seus gestores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O que é Gestão

No novo Dicionário Aurélio (Século XXI) gestão significa: ato de gerir; gerência, administração. Do latim: *gestione*; o conceito de gestão refere-se à ação e ao efeito de gerir ou de administrar. Gerir consiste em realizar diligências que conduzem à realização de um negócio ou de um desejo qualquer.

Segundo Barbará et al. (2008), gestão é um conjunto de atividades coordenadas para dirigir e controlar um grupo de pessoas e instalações com responsabilidade, autoridade e relações definidas. Os autores sugerem que a gestão deve permear todos os processos empresariais, interagindo no planejamento, implantação, medição, monitoramento, avaliação e aprimoramento desses processos, podendo fazê-los evoluir ou simplesmente eliminá-los.

O ocupante do cargo de gestão é o gestor. Segundo o conceito clássico desenvolvido por Fayol (1973), o gestor é definido pelas suas funções no interior da organização: é a pessoa a quem compete a interpretação dos objetivos propostos pela organização e atua, através do

planejamento, da organização, da liderança e do controle, a fim de atingir os referidos objetivos.

Níveis de gestão

De acordo com Bateman e Snell (1998), as organizações podem ser divididas em três níveis: estratégico, tático e operacional, de acordo com o tipo de trabalho que é desenvolvido por cada nível.

O nível estratégico compreende os altos executivos da organização, responsáveis pela definição dos objetivos e planos da empresa, e tomada de decisões quanto às questões de longo prazo da empresa, como: sua sobrevivência, crescimento e eficácia geral. (BATEMAN, 1998, p. 30)

O planejamento, no nível tático, é utilizado para traduzir os objetivos gerais e as estratégias da alta diretoria em objetivos e atividades mais específicos. (BATEMAN, 1998) O principal desafio neste nível é promover um contato eficiente e eficaz entre o nível estratégico e o nível operacional.

Já no planejamento operacional, o processo é de uma menor amplitude, onde o foco é trabalhar junto aos funcionários não administrativos, implementando os planos específicos definidos no planejamento tático. (BATEMAN, 1998)

Pode-se afirmar que o gestor é alguém que desenvolve os planos estratégicos, táticos e operacionais e julga os mais eficazes para atingir os objetivos propostos, concebe as estruturas e estabelece as regras, políticas e procedimentos mais adequados aos planos desenvolvidos e, por fim, implementa e coordena a execução dos planos através de um determinado tipo de comando (liderança) e de controle.

Dessa forma, os gestores são diferenciados e segmentados de acordo com seu nível organizacional. Os diretores representam a gestão em nível estratégico (institucional), os gerentes em nível tático (intermediário) e os supervisores em nível operacional.

O Perfil dos Gestores

A atuação dos gestores avalia-se geralmente por padrões de eficiência e eficácia. Para ser eficiente e eficaz, o gestor deve possuir e continuamente desenvolver várias aptidões essenciais. Usualmente consideram-se fundamentais três tipos de aptidões necessárias:

Aptidão conceptual: é a capacidade para apreender ideias gerais e abstratas e aplicá-las em situações concretas. Engloba a capacidade para ver a organização como um todo;

Aptidão técnica: é a capacidade para usar conhecimentos, métodos ou técnicas específicas no seu trabalho concreto. Conhecimento e experiência em engenharia, informática, contabilidade, marketing ou produção são exemplos deste tipo de capacidade. Esta aptidão está relacionada com o trabalho, com as coisas (processos ou objetos físicos);

Aptidão em relações humanas: é a capacidade de compreender, motivar e obter a adesão das outras pessoas. Envolve características relacionadas com as capacidades de comunicar, trabalhar e entender as atitudes e os comportamentos dos indivíduos e dos grupos

Além do gerenciamento correto de informações, do direcionamento dos profissionais, da tomada de decisões e do atingimento de metas, o gestor precisa agir como fator agregador, que orienta e incentiva. Alguns fatores contribuem para o diferencial do gestor, dentre eles estão inclusos a formação gerencial que inclui conhecimento técnico, experiências profissionais, cursos de pós-graduação e especialização ou atualização nas áreas de interesse; conhecimento do negócio como a situação de mercado, concorrentes, fornecedores, clientes; flexibilidade e capacidade de adaptação da dinamicidade do mercado; foco em resultados e pessoas para assegurar a formação de equipes de alta performance, o que conseqüentemente garantirá os resultados de modo constante e sustentável; gestão com base na coerência para alinhar a cultura dos funcionários aos objetivos da empresa; e, capacidade de comunicação para saber transmitir as informações de forma clara e assertiva e saber receber informações, opiniões e sugestões para tomada de decisão.

De acordo com Ferreira (1993) os gestores precisam possuir melhor qualificação e profissionalismo para agirem num mundo cada vez mais complexo e técnico. Assim, cada dia é exigido mais conhecimentos e técnicas de gestão mais sofisticados, para a gestão da empresa, para o cumprimento dos seus objetivos e para a realização de tarefas variadas.

O processo de desenvolvimento de habilidades é longo e contínuo. O conhecimento atribuído às experiências adquiridas ao longo da vida ajudará na formação do profissional. Segundo Wilson (1993) hoje existe um novo estilo de gestor, um gestor que delega autoridade e responsabilidade aos seus funcionários, o qual substituiu o velho modelo de gestor policiador, controlador e autoritário. Costa (2013), afirma que as diferenças face ao passado são evidentes, sendo que na atualidade um gestor não se limita a ser um líder e um orientador, é também um executor, tendo formação e treino para as mais variadas tarefas. No mesmo sentido, Santos (2008), argumenta que a modernidade exige gestores mais dinâmicos, criativos e capazes de interpretar as exigências de cada momento.

Outros fatores também podem influenciar na formação dos gestores. Forti e Guerra (2010), afirmam que:

[...] o cotidiano profissional pode se mostrar obscurecido pelos atos repetitivos, objeto de pouca reflexão, caso os profissionais situem equivocadamente seu trabalho e o campo teórico e não aprendam que, em decorrência dos desafios que a realidade lhes impõe diariamente, é inerente ao exercício profissional a necessidade de conhecimento qualificado – e seu constante aprimoramento – que viabilize uma intervenção crítica, criativa e propositiva. (p.8)

Diante disso, pode-se interpretar que, assim como outros profissionais, as habilidades dos gestores são adquiridas não só pelo tempo de experiência, como também pelo nível de escolaridade que os mesmos possuem. Observa-se que o nível de escolaridade permite dar sentido à ocupação, já que o conhecimento teórico incide diretamente sobre o significado do fazer profissional.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa pode ser definida como descritiva, que segundo Gil (2008) são aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo como sua distribuição por idade, sexo, nível de escolaridade, nível de renda, entre outros fatores.

A escolha dos municípios para análise e realização do presente trabalho, se deu pela semelhança das variáveis econômicas e sociais entre os mesmos. Selecionou-se os municípios de Montes Claros-MG, Campina Grande-PB e Maringá-PR. O município de Montes Claros está localizado na região norte do estado de Minas Gerais, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE 2010) a estimativa populacional para o ano de 2017 era de 402.027 mil habitantes. Conforme dados da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), no ano de 2015 o PIB da cidade foi de R\$ 7,84 bilhões. Campina Grande é o segundo maior centro econômico do estado da Paraíba. Segundo dados do IBGE 2010, a estimativa populacional para 2017 era 410.332 mil habitantes. As informações divulgadas pelo IBGE mostraram que o PIB da cidade em 2015 fechou em R\$ 7,54 bilhões. E o município de Maringá, situado no estado do Paraná que segundo o IBGE, em 2017 sua população chegaria a 406.693 mil habitantes. Ainda segundo o IBGE, o PIB da cidade em 2015 foi de R\$ 7,13 bilhões.

Os dados aqui utilizados são secundários, sua fonte de coleta foi a Base RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), na qual gerou-se tabelas contendo as variáveis que seriam analisadas. Os dados referem-se aos anos de 2014, 2015 e 2016 e tem como finalidade comparar as variações ocorridas durante esse período entre as cidades. Quanto aos filtros utilizados para obtenção das tabelas, selecionou-se os dados referentes aos anos de 2014, 2015 e 2016, a ocupação relativa ao subgrupo CBO 2002 e classificação econômica de setores do

IBGE, selecionando as ocupações de diretores, gerentes e supervisores de todas as áreas excetuando os cargos de dirigentes da Administração Pública. Em relação ao tamanho dos estabelecimentos excetuaram-se aqueles que possuíam menos de 10 empregados.

Os dados foram separados e tabulados conforme a especificidade, utilizando o programa Microsoft Excel 2016. Analisou-se os elementos que poderiam explicar a variação dos perfis dos gestores em cada região, na qual considerou a diferença entre escolaridade, faixa etária e tempo de ocupação no cargo em cada cidade, visando analisar como essa diferença pode influenciar em cada nível de gestão. Comparou-se também como esses fatores influenciam na remuneração do gestor e como ela varia de acordo com a cidade. Verificou-se também a quantidade de gestores que correspondem ao sexo masculino e ao sexo feminino em cada cidade. Para isso foi somada a quantidade de gestores em cada nível por cidade e calculado o percentual que cada sexo representa sobre o total.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Ao se analisar os dados por cargos através da Base RAIS e se fazer o comparativo entre as cidades de Campina Grande, Montes Claros e Maringá entre os anos de 2014, 2015 e 2016, com o intuito de se estabelecer a comparação entre cidades de diferentes regiões do Brasil, pôde-se observar algumas situações. Em todas as três cidades o cargo de supervisor é o mais volumoso seguido pelo de gerente e posteriormente o de diretor, fato que se repetiu nos três anos de análise.

Em geral, os cargos gerenciais que mais se destacaram foram os gerentes de área de apoio, seguido dos supervisores de serviços administrativos (exceto de atendimento ao público) e o cargo de gerente de operações e produção.

Os estabelecimentos empregadores

Através desta análise é possível perceber que a cidade de Maringá se encontra à frente das outras duas no que se refere à quantidade de estabelecimentos, e que entre as cidades de Campina Grande e Montes Claros existe uma semelhança. No ano de 2014, o total de estabelecimentos das três cidades foi de 5444 estabelecimentos, com destaque para Maringá que obtinha 2703 estabelecimentos o que corresponde a 49,65 % do total, já no de 2015 o total de estabelecimentos foi de 5373, com seu maior percentual se mantendo em Maringá com um total de 2677 estabelecimentos ou 49,82 % do total e no ano de 2016 o total de estabelecimentos nas três cidades foi de 5189, o que demonstra uma diminuição mínima de

quantidade de estabelecimentos ao passar dos anos, Maringá se manteve a frente na quantidade de estabelecimentos somando 2596, que corresponde a 50,02 % demonstrando assim que no ano de 2016 ela somou mais estabelecimentos do que Montes Claros e Campina Grande junta.

Quadro 01: Tamanho dos estabelecimentos por quantidade de funcionários

Tamanho dos estabelecimentos 2014			
Quantidade de funcionários	Campina Grande	Montes Claros	Maringá
10 a 19	757	744	1470
20 a 49	424	413	821
50 a 99	115	101	236
100 a 249	64	58	131
250 a 499	25	11	30
500 a 999	7	10	7
1000 ou mais	6	6	8
TOTAL	1398	1343	2703
Tamanho dos estabelecimentos 2015			
Quantidade de funcionários	Campina Grande	Montes Claros	Maringá
10 a 19	778	709	1454
20 a 49	409	408	816
50 a 99	124	99	241
100 a 249	47	53	124
250 a 499	25	12	26
500 a 999	9	10	8
1000 ou mais	6	7	8
TOTAL	1398	1298	2677
Tamanho dos estabelecimentos 2016			
Quantidade de funcionários	Campina Grande	Montes Claros	Maringá
10 a 19	733	701	1462
20 a 49	398	376	740
50 a 99	122	99	240
100 a 249	47	52	109
250 a 499	26	10	29
500 a 999	7	7	8
1000 ou mais	6	9	8
TOTAL	1339	1254	2596

Fonte: Elaboração própria, dados da base RAIS

No que diz respeito ao tamanho dos estabelecimentos, considerando a quantidade de empregados, observou-se que em 2014 as três cidades obtiveram a maioria dos seus estabelecimentos possuindo entre 10 a 19 funcionários, sendo que Maringá demonstrou ser a que possuía mais estabelecimentos com essa quantidade de funcionários (1470), seguida por Campina Grande (757) e Montes Claros (744). No ano de 2015 os estabelecimentos com 10 a 19 funcionários continuaram a predominar nas três cidades, com Maringá seguindo na frente

com 1454 estabelecimentos, Campina Grande com 778 e Montes Claros com 709, o que demonstra que apenas em Campina Grande essa quantidade teve um aumento mesmo que pequeno. No ano de 2016, os estabelecimentos com 10 a 19 funcionários se mantiveram entre a maioria nas três cidades com Maringá tendo 1462, Campina Grande 733 e Montes Claros 701.

O perfil dos gestores nas cidades selecionadas

Sexo

A partir de dados obtidos comparou-se o número de gestores de acordo com o sexo nas cidades, nos três anos.

Quadro 02: Distribuição dos gestores por Sexo

Sexo 2014									
Sexo	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Maculino	48	969	1064	63	1024	1091	125	2233	2477
Feminino	34	612	440	26	579	544	55	1143	1276
TOTAL	82	1581	1504	89	1603	1635	180	3376	3753

Sexo 2015									
Sexo	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Maculino	37	929	1148	67	1030	1107	148	2256	2411
Feminino	31	564	576	29	575	636	52	1148	1225
TOTAL	68	1493	1724	96	1605	1743	200	3404	3636

Sexo 2016									
Sexo	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Maculino	47	850	1068	64	1024	1076	141	2225	2244
Feminino	36	515	587	31	563	655	42	1157	1201
TOTAL	83	1365	1655	95	1587	1731	183	3382	3445

Fonte: Elaboração própria, dados da base RAIS

Para o cargo de supervisor observou-se que no ano de 2016 o percentual de cargos ocupados pelo sexo masculino era de 62,16% em Montes Claros, 64,53% em Campina Grande, e 65,13% em Maringá. Podendo ser percebida uma semelhança quanto ao percentual entre as cidades e pouca variação entre os mesmos. O sexo feminino representava 37,84%, 35,47% e 34,87% nas três cidades respectivamente.

Quanto ao cargo de gerente, em Montes Claros, o percentual era de 64,52% e 35,48% masculino e feminino, respectivamente. Em Campina Grande, 62,27% masculino e 37,73% feminino. E em Maringá, o percentual também se assemelhava ao das outras cidades, sendo 65,79% e 34,21% masculino e feminino, respectivamente.

Já em relação aos cargos de diretores, percebe-se que a diferença percentual é relevante tanto em Montes Claros quanto em Maringá, sendo que em Montes Claros, 70,32% eram do sexo masculino e 29,68% do sexo feminino. Em Maringá, 77,04% e 22,96% masculino e feminino respectivamente. Campina Grande por sua vez, apresentou um equilíbrio percentual no qual 56,62% eram do sexo masculino e 43,38% do feminino.

Em 2015, quanto ao cargo de supervisor, observou-se uma equiparação nas três cidades analisadas, em relação aos percentuais referentes ao sexo masculino, sendo que nesse período em Montes Claros o número representava 63,51%, em Campina Grande 66,70% e em Maringá 66,30%. Consequentemente, quanto ao sexo feminino, também houve semelhança nos percentuais: 36,49% em Montes Claros, 33,30% em Campina Grande e 33,70% em Maringá. No cargo de gerente, observaram-se os seguintes percentuais: 61,17% masculino e 35,83% feminino em Montes Claros, 62,23% masculino e 37,77% feminino e em Maringá 66,28% masculino e 33,72% feminino, sendo possível notar também uma semelhança nos percentuais entre as três cidades. Para o cargo de diretor, os percentuais encontrados foram: 69,79% do sexo masculino e 30,21% do feminino em Montes Claros, 54,41% referente ao masculino e 45,59% o feminino em Campina Grande, o que demonstra certo equilíbrio percentual em ambas as cidades. Já em Maringá, observou-se considerável diferença nos percentuais sendo que o sexo masculino representava 74,00% e o feminino 26,00%.

No ano de 2014, o percentual de cargos de supervisor ocupados pelo sexo masculino manteve uma semelhança entre as cidades de Montes Claros e Maringá, sendo 66,72% e 66,00% respectivamente. Percebeu-se uma diferença percentual na cidade de Campina Grande, onde o percentual era de 70,74%. Quanto ao percentual dos cargos ocupados pelo sexo feminino, também houve semelhanças entre as cidades de Montes Claros e Maringá: 33,28% e 34,00% respectivamente, e em Campina Grande o percentual foi 29,26%. No caso do cargo de gerente, notou-se equilíbrio e semelhança percentual nas três cidades: 63,88%, 61,29% e 66,14% referente ao sexo masculino em Montes Claros, Campina Grande e Maringá respectivamente. Por sua vez, o percentual referente ao sexo feminino também teve similaridade: em Montes Claros 36,12%, Campina Grande 38,71% e Maringá 33,86%.

Quanto ao cargo de diretor, nas cidades de Montes Claros e Maringá percebeu-se uma considerável diferença percentual ao se comparar os cargos ocupados pelo sexo masculino e feminino, onde Montes Claros possuía 70,78% representando o sexo masculino e 29,22% feminino e em Maringá o percentual era de 69,44% masculino e 30,56% feminino. No entanto, na cidade de Campina Grande os números tiveram equilíbrio, pois 58,53% dos cargos eram ocupados por pessoas do sexo masculino e 41,47% pelo sexo feminino.

É válido destacar que nas três cidades analisadas, o sexo masculino possui o maior percentual de cargos ocupados.

Faixa Etária

Tanto os cargos de diretores, gerentes e supervisores possuem gestores com idades semelhantes quando comparadas as cidades de Montes Claros e Campina Grande. Maringá se diferencia um pouco das outras duas cidades nos cargos de “diretores”.

Quadro 03: Distribuição dos gestores por faixa etária

Faixa Etária 2014									
Faixa Etária	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
15 A 17	0	0	0	0	0	0	0	7	9
18 A 24	4	115	77	3	77	138	6	212	376
25 A 29	1	262	246	3	222	289	20	533	556
30 A 39	24	604	575	22	663	596	47	1257	1270
40 A 49	27	385	375	29	420	375	54	882	952
50 A 64	21	205	212	26	206	222	48	461	557
65 OU MAIS	5	10	19	6	15	15	5	24	33
TOTAL	82	1581	1504	89	1603	1635	180	3376	3753

Faixa Etária 2015									
Faixa Etária	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
15 A 17	0	0	0	0	0	0	1	1	5
18 A 24	2	82	162	1	73	190	6	186	288
25 A 29	4	219	300	2	239	289	25	507	539
30 A 39	16	572	628	25	634	610	57	1317	1263
40 A 49	26	370	391	33	435	395	47	886	926
50 A 64	16	240	223	27	208	240	61	472	574
65 OU MAIS	4	10	20	8	16	19	3	35	41
TOTAL	68	1493	1724	96	1605	1743	200	3404	3636

Faixa Etária 2016									
Faixa Etária	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
15 A 17	0	1	0	0	0	0	0	2	0
18 A 24	2	56	141	1	51	190	8	161	212
25 A 29	4	180	267	1	211	301	15	475	523
30 A 39	25	537	614	25	647	613	48	1326	1225
40 A 49	29	346	370	34	444	383	47	886	878
50 A 64	19	231	238	25	219	230	61	498	570
65 OU MAIS	4	14	25	9	15	14	4	34	37
TOTAL	83	1365	1655	95	1587	1731	183	3382	3445

Fonte: Elaboração própria, dados da base RAIS

Averiguou-se que nas cidades de Campina Grande e Montes Claros, os cargos de direção têm a maior ocupação por adultos que possuam de 40 a 49 anos. Já em Maringá, os diretores têm majoritariamente de 50 a 64 anos de idade. Em Campina Grande no ano de 2014, 33% dos diretores possuíam de 40 a 49 anos, 38% em 2015 e 35% em 2016. Em

Montes Claros, no ano de 2014, 33,7% dos diretores tinham entre 40 e 49 anos de idade, 34% em 2015 e 35,7% em 2016. Já em Maringá, no ano de 2014 26,6% possuíam de 50 a 64 anos, 30% em 2015 e 33% em 2016.

Nos cargos de gerência, há predominância de gestores que tenham entre 30 e 39 anos nas três cidades nos anos de 2014, 2015 e 2016. Em Campina Grande, no ano de 2014, 38% dos gerentes possuíam entre 30 e 39 anos, também 38% em 2015 e 39% em 2016. Na cidade de Montes Claros, em 2014, 41% dos gerentes estavam na faixa de 30 a 39, 39% em 2015 e 40,7% em 2016. Já em Maringá, 37% dos ocupantes dos cargos de gerência possuíam entre 30 e 39 anos em 2014, 38,6% em 2015 e 39% em 2016.

Os cargos de supervisão são, em sua maioria, compostos por gestores que possuam entre 30 e 39 anos. Em Campina Grande, no ano de 2014, 38% dos supervisores tinham entre 30 e 39 anos de idade, 36% em 2015 e 37% em 2016. Em Montes Claros, no ano de 2014 36% dos supervisores estavam na faixa entre 30 e 39 anos, 35% em 2015 e 35% em 2016. Já em Maringá, em 2014, 33,8% dos ocupantes dos cargos de supervisão possuíam entre 30 e 39 anos, 34,7% em 2015 e 35,5% em 2016.

Analisando a variabilidade entre os três anos, é possível inferir que há uma grande estabilidade de faixa etária nos níveis de gestão quando comparados os cargos de supervisores, gerentes e diretores das três cidades.

Pôde-se observar um número baixíssimo de gestores que tenham de 15 a 17 anos nas três cidades, não representando nenhum valor expressivo. Quanto aos gestores de 65 anos ou mais, estes representam uma média de 1% ao longo dos três anos nas três cidades.

Escolaridade

Quanto ao nível de escolaridade dos gestores, mostra-se ser diretamente relacionado ao cargo de gestão hierárquico. Ou seja, quanto mais alto o posto de gestão, mais alto o grau de escolaridade.

Para os cargos de diretor, o nível de escolaridade predominante nas três cidades foi de ensino superior completo. Em Campina Grande, no ano de 2014, 50% dos diretores possuíam ensino superior completo, em 2015, o número cresceu para 54% e em 2016 retornou para 50%. Em Montes Claros, no ano de 2014 aproximadamente 73% dos diretores eram graduados no ensino superior, em 2015, a mesma porcentagem prevalece e em 2016 aumenta para 80%. Já em Maringá, no ano de 2014, 55% dos diretores haviam concluído o ensino superior, 57% em 2015 e 58% em 2016.

Quadro 4: Distribuição dos gestores por escolaridade

Escolaridade 2014									
Nível de Escolaridade	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Analfabeto	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Até 5ª Incompleto	0	10	48	0	2	21	0	8	75
5ª Completo Fundamental	0	5	31	0	8	40	1	17	82
6ª a 9ª Fundamental	1	16	73	0	21	66	1	32	171
Fundamental Completo	0	35	101	2	49	144	5	119	305
Médio Incompleto	1	58	98	1	41	59	2	164	299
Médio Completo	28	859	782	19	774	813	57	1238	1720
Superior Incompleto	11	157	146	4	116	183	14	273	305
Superior Completo	41	441	223	70	592	421	100	1525	796
TOTAL	82	1581	1504	96	1603	1747	180	3376	3753

Escolaridade 2015									
Nível de Escolaridade	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Analfabeto	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Até 5ª Incompleto	0	10	43	0	4	16	0	8	61
5ª Completo Fundamental	0	4	23	0	8	40	2	16	65
6ª a 9ª Fundamental	1	17	74	0	21	66	0	30	167
Fundamental Completo	0	36	94	2	49	144	4	108	274
Médio Incompleto	1	45	76	1	41	59	1	166	287
Médio Completo	21	761	903	19	774	813	65	1233	1669
Superior Incompleto	8	169	258	4	116	183	14	250	295
Superior Completo	37	451	253	70	592	421	114	1596	818
TOTAL	68	1493	1724	96	1605	1743	200	3407	3636

Escolaridade 2016									
Nível de Escolaridade	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Analfabeto	0	0	3	0	0	1	0	0	0
Até 5ª Incompleto	0	9	35	0	2	11	0	6	46
5ª Completo Fundamental	0	4	18	0	6	34	1	16	49
6ª a 9ª Fundamental	1	13	61	0	15	48	0	28	147
Fundamental Completo	4	31	76	1	44	96	3	106	241
Médio Incompleto	2	44	63	0	37	55	1	143	241
Médio Completo	25	693	856	14	765	841	59	1170	1570
Superior Incompleto	9	147	260	4	110	170	12	233	299
Superior Completo	42	424	283	76	608	475	107	1680	852
TOTAL	83	1365	1655	95	1587	1731	183	3382	3445

Fonte: Elaboração própria, dados da base RAIS

Sendo assim, constatou-se que ao longo dos anos de 2014, 2015 e 2016, houve uma média de 51% de diretores com ensino superior completo em Campina Grande, 75% em Montes Claros e 57% em Maringá. Montes Claros destaca-se neste quesito, pois possui, proporcionalmente, um quadro de diretores com o maior nível de escolaridade dentre as três cidades, sendo seguida por Maringá e posteriormente Campina Grande.

Quanto aos cargos de gerência, o nível de escolaridade predominante nas cidades de Campina Grande e Montes Claros foi o de ensino médio, já em Maringá a maioria dos gerentes apresentou um maior nível de escolaridade com a graduação completa no ensino

superior. Em Campina Grande, no ano de 2014, 54% dos gerentes possuíam ensino médio completo, em 2015 o número diminuiu para 51% e em 2016 se manteve em aproximadamente 51%. Em Montes Claros, nos anos de 2014, 2015 e 2016 a média de 48% de gerentes com o ensino médio completo se manteve estável. Já em Maringá, no ano de 2014, 45% dos gerentes haviam concluído o ensino superior, aproximadamente 47% em 2015 e 49% em 2016.

Dessa forma, é possível inferir que Maringá possui gerentes com um nível de escolaridade superior aos de Campina Grande e Montes Claros, que possuem, em sua maioria, gerentes com formação no ensino médio.

Os cargos de supervisão são compostos majoritariamente também por gestores que possuam o ensino médio completo, sendo seguido por supervisores com ensino superior completo, isso nas três cidades. Em Campina Grande, nos anos de 2014, 2015 e 2016 a média de 52% de supervisores com o ensino médio completo se manteve estável. Em Montes Claros, no ano de 2014 aproximadamente 46% dos supervisores eram graduados no ensino médio, em 2015, a mesma porcentagem prevalece e em 2016 aumenta para 48,5%. Já em Maringá, nos anos de 2014, 2015 e 2016 os 46% dos supervisores apresentaram ensino médio completo.

Também é válido ressaltar que nos cargos de direção e gerência inexistiu a presença de gestores analfabetos nas três cidades, já nos cargos de supervisão, um número baixíssimo de analfabetos é constatado.

Tempo de vínculo por ocupação

Através da análise dos dados das tabelas de tempo por ocupação da RAIS, no período dos anos 2014 a 2016, pôde-se observar o tempo que os profissionais que ocupam cargos gerenciais estão atuando no mesmo.

Na cidade de Campina Grande PB, para os cargos de diretores, a faixa de tempo mais ocupada foi a de 60 a 119 meses nos anos de 2014 e 2015; em 2016 houve a mesma quantidade para as faixas de 60 a 119 e a de 120 ou mais meses. Para os cargos de gerentes a faixa predominante foi a de 60 a 119 nos três anos. Para os cargos de supervisores no ano de 2014 a faixa predominante também foi a de 60 a 119 meses, em 2015 e 2016 a faixa que se destacou foi a de 36,0 a 59,9 meses.

Em Montes Claros MG, para os cargos de diretores, no ano de 2014 as faixas que mais se destacaram foram a de 60,0 a 119,9 meses e a de 120 meses ou mais; em 2015 e 2016 a faixa em destaque foi a de 120 meses ou mais. Para os cargos de gerentes e supervisores, a faixa de 60 a 119 meses foi predominante nos três anos.

No município de Maringá PR, Para os cargos de diretores, no ano de 2014 e 2015 a faixa de tempo com maior ocupação foi a de 60,0 a 119,9 meses; no ano 2016 a faixa mais ocupada foi a de 120 meses ou mais. Para os cargos de gerentes, no ano de 2014 a faixa predominante foi a de 12,0 a 23,9 meses; em 2015 e 2016 a faixa que sobressaiu foi a de 60 a 119 meses. Já para os cargos de supervisores a faixa de 60,0 a 119,9 meses foi a que se destacou nos três anos.

Quadro 5: Distribuição dos gestores por tempo de vínculo no cargo

Tempo por ocupação 2014									
Tempo por ocupação	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Ate 2,9 meses	1	106	83	3	79	85	11	223	226
3,0 a 5,9 meses	6	107	113	3	100	95	12	232	253
6,0 a 11,9 meses	12	172	173	6	181	205	16	369	410
12,0 a 23,9 meses	13	271	222	13	268	290	27	623	649
24,0 a 35,9 meses	11	162	193	6	157	193	28	316	413
36,0 a 59,9 meses	7	256	200	12	258	246	26	584	648
60,0 a 119,9 meses	17	292	314	23	291	327	32	620	680
120,0 meses ou mais	15	214	206	23	269	194	28	408	474
TOTAL	82	1580	1504	89	1603	1635	180	3375	3753

Tempo por ocupação 2015									
Tempo por ocupação	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Ate 2,9 meses	2	65	80	3	102	88	14	214	156
3,0 a 5,9 meses	0	77	84	7	71	71	12	164	205
6,0 a 11,9 meses	6	149	147	10	166	174	16	242	388
12,0 a 23,9 meses	8	249	290	11	219	289	28	545	584
24,0 a 35,9 meses	10	182	215	8	215	219	21	426	465
36,0 a 59,9 meses	11	250	384	9	246	324	37	511	600
60,0 a 119,9 meses	16	307	309	22	313	354	38	720	738
120,0 meses ou mais	15	213	215	26	273	222	34	464	499
TOTAL	68	1492	1724	96	1605	1741	200	3286	3635

Tempo por ocupação 2016									
Tempo por ocupação	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Ate 2,9 meses	0	71	74	7	91	217	7	209	170
3,0 a 5,9 meses	2	65	67	8	90	80	7	192	182
6,0 a 11,9 meses	8	113	150	6	156	135	16	370	377
12,0 a 23,9 meses	8	184	208	13	236	213	27	479	505
24,0 a 35,9 meses	7	162	219	10	158	167	23	381	367
36,0 a 59,9 meses	18	223	391	8	254	273	25	524	576
60,0 a 119,9 meses	20	315	268	14	322	340	38	726	757
120,0 meses ou mais	20	231	278	29	280	306	40	501	511
TOTAL	83	1364	1655	95	1587	1731	183	3382	3445

Fonte: Elaboração própria, dados da base RAIS

Observou-se que nas três cidades as faixas de tempo que mais se destacaram foi a de 60 a 119,9 meses, seguida da faixa de 36,0 a 59,9 meses e após a faixa de superior a 120 meses. A faixa com menos cargos gerenciais foi a de até 2,9 meses, denominada como contrato de experiência, de acordo com o artigo 445, parágrafo único da CLT, o contrato de

experiência não poderá exceder 90 dias. Observou-se ainda que a cidade que possui maior quantidade de cargos gerenciais ocupados foi a cidade de Maringá, pois, dos três municípios analisados ela possui 52,02% dos supervisores, 52,11% dos gerentes e 52,2% diretores.

Remuneração

A remuneração foi mensurada por quantidade de salários mínimos. Para o cargo de supervisor a remuneração predominante nas três cidades no ano de 2014 foi entre 1 a 3 salários mínimos com a cidade de Maringá apresentando também uma quantidade relevante entre 3 a 5 salários mínimos.

No cargo de gerente as cidades de Campina Grande e Montes Claros tiveram o predomínio da remuneração entre 1 a 3 salários mínimos, já Maringá apresentou a sua maior quantidade de gerentes com uma remuneração entre 3 a 5 salários mínimos. Já no cargo de diretor, Campina Grande tem sua maioria recebendo uma remuneração ente 1 a 3 salários mínimos, Montes Claros chama a atenção neste cargo visto que a remuneração que apresenta maior quantidade de diretores é acima de 20 salários mínimos, já na cidade de Maringá existe um equilíbrio maior entre as remunerações porem a que predomina é a faixa de 1 a 3 salários mínimos.

Já no ano de 2015, as cidades de Campina Grande e Montes Claros continuaram com o predomínio da remuneração entre 1 a 3 salários mínimos para os supervisores, porém a Cidade de Maringá apesar de continuar com uma alta quantidade de supervisores recebendo entre 1 a 3 salários mínimos teve o predomínio da remuneração entre 3 a 5 salários mínimos nesse cargo. No cargo de gerente Campina Grande e Montes Claros tiveram em sua maioria a remuneração de 1 a 3 salários mínimos predominantes e na cidade de Maringá a remuneração com maior destaque foi de 5 a 7 salários mínimos.

O cargo de diretor demonstrou certo equilíbrio entre os níveis de remuneração tanto em Campina Grande quanto em Montes Claros. Já em Maringá a predominância que mais chamou a atenção para os diretores foi entre 7 a 10 salários mínimos.

No ano de 2016, o cargo de supervisor em Campina Grande e Maringá obtiveram maior quantidade de supervisores com remuneração entre 1 a 3 salários mínimos já em Montes Claros a maioria ficou entre 3 a 5 salários mínimos. No cargo de Gerente em Campina Grande a remuneração predominante ficou entre 1 a 3 salários mínimos assim como em Maringá apesar desta ter um equilíbrio maior entre as remunerações. Já em Montes Claros a principal remuneração ficou entre 3 a 5 salários mínimos. Por fim no cargo de diretor no ano de 2016

em Campina Grande e Maringá a remuneração predominante ficou entre 1 a 3 salários mínimos e em Montes Claros ficou em mais de 20 salários mínimos.

Quadro 6: Distribuição da remuneração dos gestores

Remuneração 2014									
Remuneração por salário mínimo	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Até 0,5	0	0	0	0	0	0	0	3	1
0,51 a 1	3	9	5	1	5	44	1	1	2
1 a 3	36	940	1027	16	827	871	42	888	1538
3 a 5	10	244	269	14	223	519	33	996	1274
5 a 7	12	152	127	3	175	135	30	618	534
7 a 10	8	114	63	11	94	107	10	419	266
10 a 15	2	67	12	13	90	39	20	244	94
15 a 20	4	34	2	5	46	5	14	103	12
mais de 20	7	21	1	23	31	20	28	91	4
não classificado	0	3	7	0	8	12	2	13	28
TOTAL	82	1584	1513	86	1499	1752	180	3376	3753

Remuneração 2015									
Remuneração por salário mínimo	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Até 0,5	0	0	0	0	1	0	1	0	2
0,51 a 1	1	6	4	0	9	69	1	2	6
1 a 3	27	927	1185	20	786	952	52	425	1892
3 a 5	11	218	316	12	358	412	41	312	1996
5 a 7	10	1	266	10	164	151	29	611	579
7 a 10	10	95	47	11	105	105	222	91	313
10 a 15	1	65	13	15	89	32	16	268	113
15 a 20	4	29	0	5	45	2	20	111	11
mais de 20	4	23	1	23	36	5	32	89	3
não classificado	0	3	16	0	12	15	2	13	29
TOTAL	68	1367	1848	96	1605	1743	416	1922	4944

Remuneração 2016									
Remuneração por salário mínimo	Campina Grande			Montes Claros			Maringá		
	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores	Diretores	Gerentes	Supervisores
Até 0,5	0	1	11	0	0	0	1	1	1
0,51 a 1	2	8	5	0	6	60	0	1	3
1 a 3	36	800	1157	6	151	259	44	912	1409
3 a 5	18	204	320	13	625	709	29	617	718
5 a 7	11	146	98	9	161	152	31	602	487
7 a 10	7	91	42	0	18	97	12	406	215
10 a 15	1	67	9	18	91	22	19	247	92
15 a 20	4	25	0	7	38	2	16	89	7
mais de 20	4	20	1	25	38	1	29	75	1
não classificado	0	3	12	0	14	12	1	16	21
TOTAL	83	1365	1655	78	1142	1314	182	2966	2954

Fonte: Elaboração própria, dados da base RAIS

Através desta análise entre as três cidades, percebeu-se que Campina Grande possui uma remuneração um pouco abaixo das outras duas cidades e que a cidade de Maringá dentre comparadas, pode ser considerada com um nível de remuneração mais equilibrado entre os cargos em questão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou analisar o perfil dos gestores de três cidades em diferentes regiões do Brasil, a análise foi realizada entre os anos de 2014 a 2016.

Dentro da análise a Base RAIS foi a principal fonte de dados para as análises e comparativos entre as cidades, diante disso foi possível perceber fatos relevantes entre elas. Nas três cidades as variações entre os anos de 2014, 2015 e 2016 foi pequena em todos os aspectos abordados, o que acaba demonstrado certa estabilidade no perfil dos gestores mesmo diante do cenário instável do Brasil nos últimos anos.

Nos aspectos analisados o tempo por ocupação mais relevante no cargo de gestor foi de 60 a 119,9 meses, em todas as cidades com um destaque no ano de 2016 com prevalência do tempo de ocupação acima de 120 meses. Isso demonstra uma continuidade entre os anos. Destaca-se também que a cidade que possuiu a maior quantidade cargos gerenciais ativos foi Maringá, dos três municípios analisados ela possui 52,02% dos supervisores, 52,11% dos gerentes e 52,2% diretores.

Já na análise por remuneração a baixa oscilação também ficou evidente com a remuneração principal ficando entre 1 a 3 salários mínimos e 3 a 5 salários mínimos para os gestores. Observou-se que Montes Claros possui uma remuneração intermediária no comparativo com as outras duas cidades, ficando um pouco acima de Campina Grande e abaixo de Maringá no quesito remuneração.

No comparativo do fator tamanho do estabelecimento através da sua quantidade de vínculos, houve um predomínio em todos os anos dos estabelecimentos de 10 a 19 empregados, e que se constatou que Maringá possui a maior quantidade de estabelecimentos com Campina Grande e Montes Claros posteriormente.

Na análise de quantidade de gestores por sexo houve equilíbrio entre as cidades sendo que as três têm em media 60 a 70 % dos gestores do sexo masculino, o que se manteve entre os anos de 2014, 2015 e 2016, evidenciado assim que o sexo masculino se mostra predominante quanto ao cargo de gestor, porém houve uma ascendência do sexo feminino nos últimos anos mesmo que pequena, girando em torno de 10 %.

Ao se analisar o quesito escolaridade, se mostrou de forma clara que a questão hierárquica está ligada diretamente ao grau de escolaridade do profissional. Foi possível verificar também que a quantidade de gestores analfabetos é mínima e que o principal grau de escolaridade dos gestores é o ensino médio. No entanto, na cidade de Maringá os gestores possuem um grau de escolaridade maior do que em Montes Claros e Campina Grande.

No que se refere à faixa etária dos gestores pode-se inferir que existe uma constante nas três cidades entre os anos de 2014, 2015 e 2016, com uma parcela ínfima de gestores entre 15 a 17 anos, e gestores com mais de 65 anos representando menos de 1%. Também observou-se que os cargos de gestão necessitam de que o ocupante possua experiência, reforçando que profissional na faixa dos 30 a 45 anos podem estar em ascendência para esses cargos.

A análise destes quesitos, na comparação entre as três cidades demonstra que a cidade de Maringá se mostra a frente das outras duas e que existe certo equilíbrio entre as cidades de Montes Claros e Campina Grande. Apesar de algumas variações as duas se mostram mais próximas quanto ao perfil de seus gestores.

Evidenciou-se ainda que o tempo de vínculo com a empresa, grau de escolaridade e idade do gestor, estão ligados diretamente com o cargo ocupado por ele. Quanto mais tempo de vínculo e maior o grau de escolaridade, maior o nível do cargo ocupado pelo gestor.

Em síntese, conforme objetivo do trabalho observou-se que a vantagem de Maringá sobre as outras duas cidades pode sim estar relacionada a localização geográfica visto que cada uma das três cidades se localiza em uma região do Brasil. As características regionais semelhantes de Montes Claros e Campina Grande podem responder pela semelhança no perfil dos seus gestores. No caso de Maringá a região Centro Sul do país pode ter influenciado diretamente no perfil dos gestores e demais fatores ligados a ele, como remuneração. Essa influencia pode e deve ser estudada com mais profundidade em outros possíveis estudos sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

- BARBARÁ, Saulo. **Gestão por processos: fundamentos, técnicas e modelos de implementação.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.
- BATEMAN, T. Snell, S. **Administração: construindo vantagem competitiva.** São Paulo : Atlas, 1998.
- BRASIL; **decreto lei nº 5442 de 1 de maio de 1943.** Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/10713951/artigo-451-do-decreto-lei-n-5452-de-01-de-maio-de-1943>. Acesso em: 03/02/2018.
- COSTA, Teresa (2013). *Gestão Contemporânea.* Lisboa: Edições Sílabo.
- FAYOL, H. **Administración industrial y general.** Buenos Aires: Libería “El Ateneo”, 1973.
- FENTON, Evelyn M. PETTIGREW, Andrew M. **Theoretical perspectives on new forms of organizing.** In: PETTIGREW, Andrew M., FENTON, Evelyn M. *The innovating organization.* London: Sage, 2000.
- FERREIRA, Rogério Fernandes (1993). **Pensar a Gestão.** Lisboa: Fim de Século.
- FIEMG, **PIB Regionais,** <https://www7.fiemg.com.br/regionais/norte/noticias/detalhe/montes-claros-e-10%C2%BA-maior-pib-no-estado>. Acesso em: 18/01/2018.
- FORTI, V.; GUERRA, Y. **Na prática a teoria é outra.** Serviço Social: temas, textos e contextos: coletânea nova de Serviço Social. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- IBGE; **Cidades 2010.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/montes-claros/panorama>. Acesso em: 11/02/2018.
- IBGE; **Cidades 2010.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/campina-grande/panorama>. Acesso em: 11/02/2018.
- IBGE; **Cidades 2010.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/maringa/panoram>. Acesso em: 11/02/2018.
- SANTOS, Clóvis Roberto. **A Gestão Educacional e Escolar Para a Modernidade.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** Coleção estudos e pesquisas, Brasília, 2013.

WILSON, Graham (1993). *Resolução de Problemas e Tomada de Decisão*. Lisboa: Clássica Editora.

SUSTENTABILIDADE X DESPERDÍCIO: ANÁLISE DO PROCESSO PRODUTIVO DO PRODUTO “PÃO FRANCÊS” EM PADARIAS

COURA, Karla Veloso¹; MATOS, Cristiane Pereira²; RIBEIRO, Lucas Alves³; SOARES, Anadark Oliveira⁴; SOARES, Ângela Ribeiro⁵; SOARES, Dorca Pereira⁶; VIEIRA, Daniela

INTRODUÇÃO

Segundo estudos da Associação Brasileira da Indústria de Panificação (ABIP), a indústria de panificação representa cerca de 36% dos produtos alimentares manufaturados no país, sendo um dos seis maiores segmentos industriais. 98% dos brasileiros consomem produtos panificados, dos quais 86% são artesanais, e destes, 52% correspondem ao pão francês.

As perdas e desperdícios causam grande impacto na sustentabilidade dos produtos alimentícios, podendo gerar efeito negativo sobre o meio ambiente devido à má utilização dos recursos, além disso, pode causar gastos desnecessários a organização. Portanto, é fundamental a utilização de estratégias para auxiliar na redução do desperdício.

Pretende-se neste trabalho analisar o processo produtivo do “pão Francês” nas padarias dos municípios de Brasília de Minas, São Francisco e no distrito de Fernão Dias. Busca-se também abordar quais são as estratégias que as padarias utilizam para evitar e diminuir o desperdício desse produto e contribuir para a sustentabilidade.

METODOLOGIA

A metodologia retrata os passos realizados pela pesquisa, cuja finalidade é descrever a maneira como o projeto foi realizado, para que seja feita uma análise e posteriormente a consecução dos objetivos da pesquisa.

Neste trabalho, o tipo de pesquisa utilizado é o descritivo, com procedimento bibliográfico. A pesquisa qualifica-se como qualitativa e quantitativa, a fim de compreender o processo produtivo do produto pão francês nas padarias e relatar como estas lidam com o fator da demanda e com a não venda completa dos seus produtos.

Como técnica de coleta de dados foi aplicado o questionário, para conhecer o processo produtivo do pão francês, as técnicas de estoque o estudo de demanda bem como as estratégias de sustentabilidade praticadas pelas empresas. E como técnica de planejamento o Gráfico de Gantt, para representar graficamente e de modo simples as etapas do processo produtivo do produto pão francês.

As unidades de análise foram 25 padarias, sendo 13 em Brasília de Minas, 9 em São Francisco e 3 em Fernão Dias.

DESENVOLVIMENTO

Processo de Produção

Contador (2004) conceitua processo como o prosseguimento de atividades, que transforma as entradas dos fornecedores em saídas para os clientes, com um valor agregado gerado pela unidade, e um conjunto de causas que gera um ou mais efeitos.

Desde a origem do homem, “a função da produção é entendida como o conjunto de atividades que levam a transformação de um bem tangível em outro com maior utilidade” (MARTINS, 2012, p.1).

O processo de produção tem um papel fundamental na organização, pois produz os bens e serviços que são a razão de sua existência, mas não é a única. Entretanto os autores apontam que as três principais funções são marketing, desenvolvimento de produtos e produção (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2009).

Neste sentido, Martins e Laugen (1999) apontam que a procura incessante por melhores métodos de trabalho e processos de produção, com o objetivo de se obter melhoria da produtividade com o menor custo possível, é ainda hoje o tema central em todas as organizações, mudando-se apenas as técnicas empregadas.

Em conformidade com Silva (2012) a produção no ramo de panificação se faz em séries, cada vez mais curtas e aumentando as variedades de produtos, substituindo os antigos modos produtivos em massa de produto não diferenciado pelos novos e avançados sistemas e técnicas de produção.

Gráfico de Gantt

Neste estudo para demonstração das etapas do processo produtivo do produto “pão francês” será utilizado o gráfico de Gantt por possuir uma excelente comunicação visual e ser muito utilizado (PRADO, 2010).

O gráfico de Gantt é uma ferramenta simples, inventada por Henry L. Gantt, em 1917, que representa o tempo como barras num gráfico (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002, p.332). Copatto (2003) descreve o gráfico de Gantt como uma das ferramentas que melhor propicia a visualização e o andamento de um projeto.

Também conhecido como Gráfico de Barras, representa o tempo com uma barra num gráfico, relacionando as atividades a serem desenvolvidas e desempenhadas.

De acordo com Prado (2010, p.24), “para elaborar o gráfico de Gantt é necessário um bom conhecimento do projeto, de suas atividades, interdependências entre elas e recursos disponíveis”. “Complementando, o comprimento da barra do gráfico de Gantt de cada atividade é diretamente proporcional ao tempo e assim indica a duração relativa de cada atividade” (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, p. 530, 2002).

Estoque

Segundo Moreira (2008, p.447), “entende-se por estoque quaisquer quantidades de bens físicos que sejam conservadores de forma improdutivo, por algum intervalo de tempo”. Os estoques são compostos tanto por produtos acabados que esperam venda ou despacho, como matérias-primas e componentes que esperam utilização na produção (MOREIRA, 2008).

Para Slack *et al* (1999) o estoque existe devido à diferença de ritmo ou de taxa existente entre fornecimento e demanda. De acordo com esse autor, se determinado item fosse fornecido exatamente quando esse fosse demandado, esse item nunca seria estocado.

Para Gaither e Frazier (2012), existem pontos de vistas opostos em relação aos estoques, pois há muitas razões pelas quais é favorável à manutenção de estoques, mas também há razões pelas quais essa manutenção é considerada imprudente. De acordo com esses autores, “estoques são necessários, mas a questão importante é quanto estoque manter” (GAITHER; FRAIZER, 2012, p. 269).

Sustentabilidade e Desperdício: correlação no processo produtivo do pão Francês

De acordo com Leff (2001, p.31) “O princípio de sustentabilidade surge como uma resposta à fratura da razão modernizadora e como uma condição para construir uma nova racionalidade produtiva, fundada no potencial ecológico e em novos sentidos de civilização a partir da diversidade cultural do gênero humano”.

É preciso que as empresas estejam sempre abertas, transparentes, que preocupem com o meio ambiente, contribuindo para um crescimento sustentável. De acordo com Rodrigues (2009) sustentabilidade significa sobrevivência, perenidade dos empreendimentos humanos e do planeta.

Pode-se dizer conforme Silva (2009), que o ponto positivo da sustentabilidade é que cada vez mais as instituições estão se conscientizando e admitindo que são apenas ecossistemas complexos, que integram comunidades, sociedade, governo, pessoas e meio-ambiente.

Nakagawa (1993) conceitua como sendo desperdício toda forma de custo que não adiciona qualquer valor ao produto sob a ótica do cliente. Segundo Ohno (1997), a definição de desperdício é qualquer atividade humana que consome recursos, adicionando custos e que não gera qualquer valor ao produto desejado pelo cliente.

Diferente dos autores anteriores Robles Júnior (1994), diz que desperdício é a perda a que a sociedade é submetida devido ao uso de recursos escassos. Segundo Brinson (1996) perdas e desperdícios são constituídos pelas atividades que não agregam valor e que resultam em gastos de tempo, dinheiro, recursos sem lucro, além de adicionarem custos desnecessários aos produtos.

Durante o processo de produção, o desperdício pode ocorrer pela falta de estudo e planejamento quanto à época e quantidade, condições de mercado e escolha de variedade compatível com o solo e o clima local (VASCONCELOS, 2008).

Assim “A estratégia da produção diz respeito ao padrão de decisões e ações estratégicas que define o papel, os objetivos e as atividades de produção” (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002, p. 88). Os autores ainda ressaltam que o processo da estratégia da produção relaciona-se aos procedimentos que são, ou podem ser usados para desenvolver as estratégias de produção que a empresa deveria adotar.

RESULTADOS

Foram pesquisadas 25 padarias, sendo treze em Brasília de Minas, nove em São Francisco e três em Fernão Dias. Constatou-se que a maioria das padarias apresenta um cuidado para evitar o desperdício de matéria prima e do produto final. Segundo Brinson (1996) perdas e desperdícios são constituídos pelas atividades que não agregam valor e que resultam em gastos de tempo, dinheiro, recursos sem lucro, além de adicionarem custos desnecessários aos produtos.

A partir do diagnóstico do processo produtivo do “pão francês”, observa-se que apenas 3 realizam o mesmo processo, enquanto as demais realizam procedimentos distintos.

A maior parte das padarias pesquisadas utiliza a estratégia de reutilização do produto pão francês, outras ofertam o produto com o preço mais baixo no dia posterior e algumas realizam doações. Ainda há padarias que afirmam não ter problemas com a sobra do produto, por ter um estudo preciso de demanda, como mostra no gráfico 1.

CONCLUSÕES

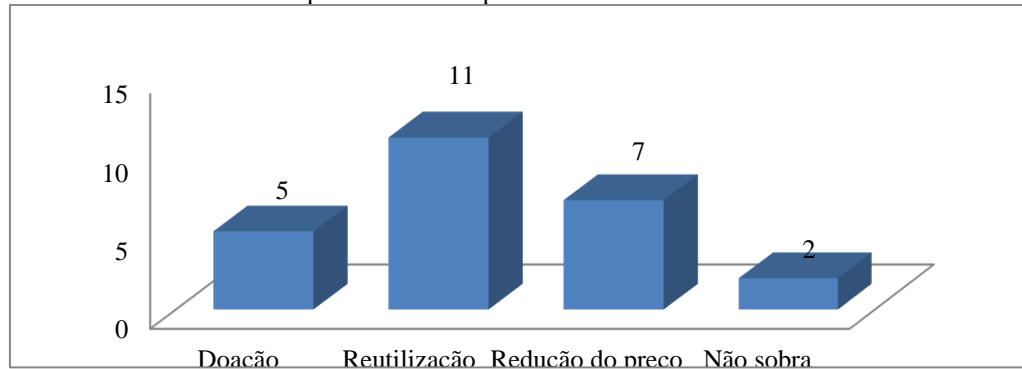
De acordo com os resultados, percebe-se que as empresas levam em consideração a sustentabilidade, aplicando-a na produção bem como na reutilização de insumos e produtos acabados. Buscam também evitar o desperdício, produzindo de acordo com a demanda requerida visando sempre o desenvolvimento sustentável da empresa e da sociedade.

No entanto nota-se ainda que apesar da maioria das padarias pesquisadas possui um controle de estoque eficiente, em algumas faltam certo controle na demanda, como consequência, tem-se o desperdício.

Neste sentido, futuras pesquisas poderiam ser desenvolvidas no setor de panificação com vistas a estudar sobre quais os produtos também agregaria maior demanda para a empresa.

Como limitação tem-se a aplicação do questionário apenas nas cidades pesquisadas, o que poderia ser expandido para outras.

GRÁFICO 1: Alternativas para a sobra do pão francês.



Fonte: Pesquisa realizada pelos autores, 2018.

REFERÊNCIAS

- ABIP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA. 2011. **Perfil da Panificação: Perfil do Setor de Panificação no Brasil**. Disponível em > <http://www.abip.org.br> < Acesso em: 23 jul. 2018.
- BRINSON, James A. **Contabilidade por atividades: Uma Abordagem de Custeio Baseado em Atividades**. São Paulo: Atlas, 1996.
- CONTADOR, José Carlos (Coordenador). **Gestão de operações: A engenharia de produção a serviço da modernização da empresa**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
- COPATTO, A. S. **PERT/CPM versus Corrente Crítica: Pressupostos e Implicações**. Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Anais Ouro Preto: ABEPRO, 2003.
- GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. **Administração da produção e operações**. 8. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2012.
- LEFF, E. **Saber Ambiental: Sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- MARTINS, Petrónio Garcia. **Administração da Produção Fácil**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2008.
- NAKAGAWA, Masayuki. **Gestão Estratégica de Custos: Conceitos, Sistemas e Implementação**. São Paulo: Atlas, 1993.
- OHNO, Taichi. **O Sistema Toyota de Produção: Além da produção em larga escala**. Porto Alegre: Bookman, 1997.
- PRADO, Darci Santos do. **Pert/Cpm**. 4. ed. Belo Horizonte: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2012.
- RODRIGUES, M. C. A. **Saberes e práticas em experiência de construção da sustentabilidade no meio rural nordestino**. Tese de doutorado. Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2009.
- SILVA, D. da, C. C., Sc: **Sustentabilidade Corporativa**. In: **Anais VI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGeT**: Resende, RJ, 2009.
- SLACK, Nichel; CHAMBER S, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- SLACK, N.; CHAMBERS, S.; HARLAND, C.; HARRISON, A. & JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. São Paulo: Ed. Atlas, 1999.
- VASCONCELOS, E. G. M. **Redução de desperdício de alimentos com a produção de refeições para pessoas carentes – Estudo de caso**. Tese (Especialização em gastronomia e saúde)- Universidade de Brasília. Brasília, 2008.

TREINAMENTO GERENCIAL: uma análise da produção nacionalLACASTAGNERATTE, Alice Dourado¹OLIVEIRA, Bianca Rocha de ²SILVA, Luciane A. Gonçalves ³LIMA, Paulo Henrique Oliveira⁴SOARES, Simarly Maria⁵

RESUMO: O tema treinamento gerencial é importante para compreender como o gestor amplia seus conhecimentos, desenvolve novas competências para atenderem às expectativas da organização. O objetivo do trabalho é analisar a produção científica nacional relacionada a treinamento gerencial para conhecer o progresso das publicações nacionais neste contexto. O artigo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa descritiva e com procedimento bibliométrico em base de dados como: Periódicos Capes e Google Acadêmico. Considerou-se todos os artigos publicados no decorrer do tempo que abordam sobre o tema, com o intuito de verificar o cenário nacional de publicações. Os resultados oriundos de artigos científicos demonstram que ocorreu uma concentração em periódicos de *qualis* A2 e B1, os artigos foram publicados entre o período de 1981 a 2016, sendo que, o ano de 2005 obteve maior destaque de publicação. Referente ao setor de atuação das empresas, verificou-se maior ocorrência no setor público e economia mista. Alguns autores se destacaram por terem escrito mais de um artigo sobre o tema. De acordo com os objetivos dos artigos analisados, o que se destacou mais foi relacionado à discussão dos métodos de processos de aprendizagem. Conclui-se que aprendizagem gerencial ocorre através do método formal e informal, e há influência da cultura da qual a organização está inserida.

¹ Acadêmica de Administração do 7º período da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes
-E-mail: alidoulas@gmail.com

² Acadêmica de Administração do 7º período da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes
- E-mail: bianca_rocha09@hotmail.com

³ Acadêmica de Administração do 7º período da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes
- E-mail: lucianesg16@gmail.com

⁴ Acadêmico de Administração do 7º período da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes
- E-mail: paulo-hol@hotmail.com

⁵ Professora do curso de Administração da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes -
Email: simarly@gmail.com

TREINAMENTO, CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PARA DOCENTES DE PEDAGOGIA E ADMINISTRAÇÃO NA UNIMONTES – CAMPUS BRASÍLIA DE MINAS/ MG

COSTA, Thalita Hellen Ribeiro da¹
 MATOS, Cristiane Pereira²
 SILVA, Renata Barbosa da³
 SILVA, Rillary Sousa e⁴
 SOARES, Anadark Oliveira⁵
 SOARES, Ângela Ribeiro⁶
 OLIVEIRA, Ramon Alves de⁷

RESUMO

Esse trabalho apresenta uma reflexão temática da prática docente dos professores de Pedagogia e Administração na Universidade de Montes Claros. Como objetivo geral analisar o processo de treinamento, capacitação e desenvolvimento dos docentes licenciados do curso de Pedagogia e os docentes bacharéis do curso de Administração na UNIMONTES – Campus Brasília de Minas – MG. Os objetivos específicos foram: definir quais são as metodologias utilizadas; analisar se são aplicados algum tipo de avaliação de desempenho e verificar perfis, satisfação e formação. Tendo em vista tais necessidades, foi efetuada uma pesquisa com o método descritivo e exploratório, além do embasamento bibliográfico com abordagem qualitativa. A técnica de coleta de dados utilizada foi o questionário estruturado a fim de alcançar os objetivos da pesquisa. Serviram como universo de análise 38 docentes do Campus no 2º semestre letivo de 2017, onde resultou em uma amostra de 13 professores. Verificou-se que as atividades mais utilizadas pelos docentes foram: planejamento, preparação das aulas, contextualização de conteúdo e aula expositiva. Dos professores pesquisados 7 disseram não receber nenhum tipo de avaliação. Enquanto, 6 estão satisfeitos com as oportunidades e o desenvolvimento profissional. Foi averiguado também que 10 deles não recebem nenhuma orientação para melhoria do seu desempenho, pelo motivo de não haver capacitação ou algum tipo de treinamento antes ou durante sua entrada na UNIMONTES. Como resultado, constatou-se que não é aplicado um processo adequado de capacitação, treinamento e desenvolvimento para os docentes dos cursos de Administração e Pedagogia no campus Brasília de Minas. Conclui-se que há necessidade de avaliação periódica, para averiguar o desempenho tanto do corpo docente quanto o *feedback* dos próprios alunos de modo a conferir se as metodologias aplicadas estão sendo eficazes. Verificou-se também os fatores que possivelmente influenciam a qualidade da aula referem-se aos termos salariais, a sobrecarga nas atividades docentes, a experiência profissional e também ao tipo de procedimentos metódicos utilizados em sala de aula. Este texto está dividido em duas partes: na primeira são apresentados alguns aspectos conceituais que norteiam as práticas e necessidades do docente. Na segunda, tem a apresentação de resultados obtidos através da pesquisa e suas considerações.

Palavras-chave: Processo; Ensino-aprendizado; Treinamento; Capacitação.

1. INTRODUÇÃO

Este estudo é uma investigação qualitativa, tendo como reflexão temática da prática docente dos professores de Pedagogia e Administração na Universidade de Montes Claros. Assim, a pesquisa foi direcionada para descobrir, quais as vantagens comparativas no processo de desenvolvimento e comportamento do profissional no ensino-aprendizado, existente entre docentes licenciados do curso de Pedagogia e os docentes bacharéis do curso de Administração na Unimontes – Campus Brasília de Minas – MG e suas implicações no ensino – aprendizado.

O interesse por esse tema reflete na importância que o orientador exerce em instigar nos alunos a busca pelo conhecimento, onde existe a inter-relação da prática docente e a ação específica do professor na sala de aula em utilizar de diversos meios e práticas para a concretização do ensino-aprendizado.

A pesquisa tem como objetivo geral compreender o processo de treinamento, capacitação e desenvolvimento dos docentes licenciados do curso de Pedagogia e os docentes bacharéis do curso de Administração na UNIMONTES – Campus Brasília de Minas – MG.

Com isso, o estudo apresenta como objetivos específicos: analisar as vantagens comparativas no processo de desenvolvimento e comportamento do profissional no ensino-aprendizado, examinar as habilidades e competências dos docentes e verificar perfis, satisfação e formação. Neste contexto o campo de graduação exige capacitação, habilidades, melhoria contínua e didática do educador para com seus aprendizes, onde se faz necessária ampliação de cursos profissionalizantes, conhecimentos científico, novas técnicas de ensino que se adequem ao ambiente em que está inserido.

Este trabalho é organizado em seis seções além dessa introdução: na primeira é apresentada a fundamentação teórica, a segunda seção compreende a metodologia, a terceira a apresentação e análise dos dados, como quarta as considerações finais, quinta referências e por fim, a sexta contém o apêndice.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Recursos Humanos

O setor de recursos humanos para a administração empresarial exerce essencial importância para a sustentação de uma organização, onde Chiavenato (2009, p. 124) diz que “As políticas de recursos humanos referem-se às maneiras pelas quais a organização pretende lidar com seus membros, e, por intermédio deles, atingir os objetivos organizacionais”.

Para Ribeiro (2006), em geral, as organizações ainda não enfrentam o campo de Recursos Humanos como uma área de suma importância. Em muitas organizações, ela é vista como “Departamento de Pessoal”, de necessidade burocrática e distante dos objetivos da empresa.

2.2 Capacitação

É importante a capacitação do indivíduo, pois é o que origina os principais valores, permitindo analisar as possíveis particularidades de cada funcionário, gerando assim um melhor aproveitamento para com a empresa. Segundo Chiavenato (2004, p. 290) “os processos de desenvolvimento de pessoas estão intimamente ligados com a educação”, isto é, a formação é indispensável para que o funcionário exteriorize suas potencialidades inatas ou adquiridas por meio da capacitação.

O principal interesse gerencial é motivar os funcionários a alcançar os objetivos organizacionais de um modo eficiente e eficaz. Neste pensamento é que o papel do gerente de recursos humanos é fundamental, pois é o órgão que tem as características para efetuar esta motivação juntos aos colaboradores (SILVA, 2002).

A capacitação juntamente com a motivação dos funcionários beneficia a gestão de pessoas, onde mostra informações importantes a serem consideradas na administração dos Recursos Humanos.

2.3 Treinamento

O treinamento tem a função de qualificar e desenvolver o conhecimento dos colaboradores e criar novos instrumentos para o crescimento pessoal. “Treinamento é o processo educacional de curto prazo aplicada de maneira sistemática e organizada através do qual as pessoas aprendem conhecimentos, habilidades e competências em função de objetivos definidos” (CHIAVENATO, 2004, p. 402).

Segundo Chiavenato (2005, p.160), “o treinamento é uma contínua redução da dissonância e uma constante busca da eficiência e da eficácia das pessoas. Como consequência, uma constante busca da competência profissional.” Nesse sentido “o treinamento é o processo para desenvolver e promover conhecimento, habilidade e comportamento para atender a requisitos” (BOOG, 2006, p.66).

Bohlander e Snell (2015, p.264) ainda citam que o treinamento é um processo cíclico composto de quatro etapas:

1. **Levantamento de necessidades de treinamento:** está relacionado ao diagnóstico da organização para evitar possíveis problemas que devem ser removidos através do treinamento.
2. **Programação do treinamento para atender às necessidades:** é a elaboração do programa que visa suprir as deficiências percebidas no diagnóstico.
3. **Implementação e execução do treinamento:** relacionado à aplicação da intervenção planejada pelo gestor através dos sinais de necessidade de treinamento.
4. **Avaliação dos resultados do treinamento:** É a verificação dos resultados, se foram satisfatórios ou não para a organização.

Uma grande estratégia organizacional para enfrentar desafios e decidir o que é melhor em cada situação para empresa está intimamente ligada ao capital humano, pois eles são os principais responsáveis pelo

desempenho da empresa, se fazendo necessário o investimento em treinamentos. Desse modo, Robbins (2005, p.416) afirma que “o treinamento, portanto, é um meio de influenciar positivamente a alta eficácia, por fazer com que os funcionários se tornem mais dispostos a enfrentar as tarefas mais e a se esforçarem mais no trabalho”.

Chiavenato (2010) destaca que:

O treinamento das pessoas na organização deve ser uma atividade contínua, constante e ininterrupta. Mesmo quando as pessoas apresentam excelente desempenho, alguma orientação e melhoria das habilidades e competências sempre deve ser introduzida ou incentivada. A base principal para os programas de melhoria contínua e a constante capacitação das pessoas para patamares cada vez mais elevados de desempenho. E o treinamento funciona como o principal catalisador dessa mudança (CHIAVENATO, 2010, p.374).

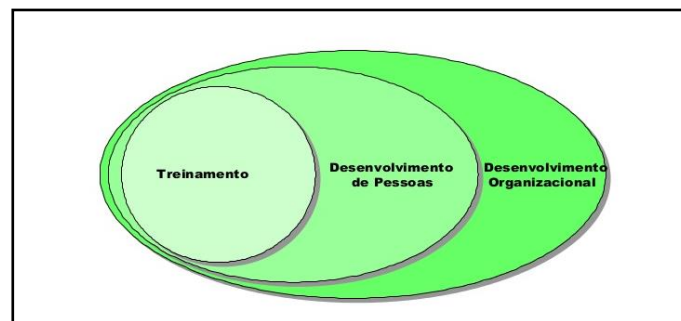
De acordo com esse autor, os gestores devem informar a cultura organizacional aos seus funcionários desde a admissão, para conhecimento da missão, visão e valores da empresa. Permitindo sua integração ao meio inserido, assim como preparação para execução de suas atividades. Para que isso aconteça, o treinamento deve ser constante durante sua permanência na empresa, objetivando o bom desempenho de suas funções (CHIAVENATO, 2010).

O investimento em treinamento traz benefícios tanto a organização quanto ao colaborador, onde pessoas bem capacitadas e desenvolvidas apresentam habilidades, conceitos e atitudes em suas atribuições, garantindo um bom resultado para a empresa.

2.4 Desenvolvimento

Segundo Chiavenato (2005, p.158), “desenvolvimento é a capacidade a aprender novas habilidades, obter novos conhecimentos e modificar atitudes e comportamentos. E uma aptidão permite uma formidável ampliação da competência profissional de cada pessoa”. Onde a aptidão deve ser desenvolvida de forma que seja aproveitada por empresa e pessoas.

Figura 1- Os extratos de treinamento, desenvolvimento de pessoal e desenvolvimento organizacional



Fonte: Chiavenato, 2005, p.158.

Conforme demonstrado na Figura 1, o Desenvolvimento Organizacional se enquadra em um programa de longo prazo com visão sistêmica e mudança planejada que envolve a cultura e estrutura, visando melhorar a eficiência e eficácia, a fim de reestruturar o ambiente de trabalho. Já o desenvolvimento pessoal sendo um programa de médio prazo para prover o crescimento das pessoas busca potencializar as capacidades humanas. Por fim o treinamento está ligado ao desenvolvimento de pessoas em um processo de aprendizado, porém treinar possui uma visão de curto prazo e condiciona à pessoa a efetivação de tarefas (CHIAVENATO, 2005).

2.5 Competências e Habilidades

De acordo com Gramigna (2007, p. 43) “uma gestão por competência é um conjunto de ferramentas, instrumentos e processos metodológicos voltados para a gestão estratégica de pessoas”. Nisenbaum (2000) apud Chiavenato (2005), alega que competência é o conjunto de habilidades, conhecimentos e comportamentos perceptível no desempenho das pessoas.

Para Robbins, Judge e Sobral (2010, p. 49) “habilidade refere-se à capacidade de um indivíduo para desempenhar as diversas tarefas de uma função”. Ainda segundo esses autores é a totalidade das ações que as pessoas conseguem exercer, sendo compostas por dois grupos de fatores: habilidades intelectuais (atividades mentais) e as habilidades físicas (atividades resistência).

Maximiano (2004, p.141) “afirma que geralmente encontram-se grandes lacunas entre as competências atuais da instituição de ensino e o que seria necessário para obter o desempenho desejado”. Neste sentido, o professor deve saber avaliar seu desempenho, visando compreender as possíveis falhas do processo de ensino. Na construção de competências fundamentais, o corpo docente necessita de estratégias de aprendizagem para a aquisição de conhecimentos de seus discentes e também saber avaliar criticamente sua desenvoltura.

2.6 Técnicas no Processo de Ensino Aprendizado

Uma aprendizagem se caracteriza como significativa, quando o indivíduo consegue reutilizar seus conhecimentos em situações diferentes daquelas em que foram assimilados (DURANTE, 1998).

Na opinião de Veiga, (2011):

Alguns professores, para desenvolver o seu processo de ensino, procuram criar situações que favorecem a aprendizagem de seus alunos. No entanto, por desconhecerem às múltiplas determinações dos problemas e dificuldades que permeiam a sala de aula e por analisarem esses problemas apenas pelo ângulo pedagógico, eles empregam algumas técnicas sem considerar a questão do método que se fundamenta numa concepção de homem, de educação e de sociedade (VEIGA, 2011, p.72).

Veiga (2011, p. 37) “relata ainda que na execução do trabalho didático, o educador precisa definir as técnicas que irá utilizar para desenvolver os conteúdos de seu programa de ensino”. À medida que existe variadas técnicas de ensino, tais como: aulas expositivas, estudo de texto e estudo dirigido.

2.6.1 Aulas Expositivas

Para Matos (1976, p.41) “aulas expositivas é o procedimento por meio do qual o professor apresenta um assunto definindo, analisando e explicando-os”. O autor declara que o objetivo da aula expositiva é somente conseguir que os alunos adquiram uma compreensão inicial, indispensável para a aprendizagem de um novo assunto.

Veiga (2011) apresenta duas formas de inovar a prática de atividades desenvolvidas através de aulas expositivas, que são: a variação das técnicas utilizadas e a introdução de inovações nas técnicas já amplamente conhecidas e empregadas. Ou seja, ele cria uma aprendizagem mais inovadora e criativa e, além disso, uma dinamização entre seus alunos.

2.6.2 Estudo de Texto

Na opinião de Veiga (2011) é necessário trabalhar o estudo de caso com criticidade, descobrindo a estrutura e opinião do autor, assim como argumentar suas suposições.

Veiga (2011) acrescenta:

Para que o estudo de texto se realize com plenitude, além do desenvolvimento das habilidades de compreensão, análise, síntese, julgamento, inferência etc., é necessário que haja, também, uma etapa final, em que os alunos exteriorizem, pela produção própria, algo que adquiriram com o estudo de texto (VEIGA, 2011, p.51)

Nesse sentido o autor ressalta a necessidade de que o aluno reproduza algo próprio a partir do conhecimento adquirido pelo estudo do texto para eficácia da técnica de ensino.

2.6.3 Estudo Dirigido

De acordo com Nérici (1992), o estudo dirigido é um método ou técnica de ensino para possibilitar ao educando ser independente do professor, norteando-o para futuros estudos e participação na sociedade.

Nessa visão Veiga (2011, p.83), esclarece neste método de ensino “o professor oferece um roteiro de estudo previamente elaborado para que o aluno explore o material escrito de maneira efetiva.” Onde tende a promover o aumento do pensamento reflexivo e criticidade do aluno.

2.7 Bacharel x Licenciado

Segundo a Lei de Diretrizes e Bases (BRASIL, 1996), no seu capítulo IV, artigo 43º, a educação superior tem por finalidade estimular a criação cultural e o desenvolvimento científico do pensamento reflexivo; formar diplomados nas diferentes áreas do conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua, além de promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade, comunicando o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação.

Como descrito por Cunha (1989) o docente é a fonte de conhecimento sistematizado mais importante. O foco na exposição oral confirma esta afirmativa. Sendo ele o centro e o sujeito da atividade que promove a participação do aluno no processo de ensino aprendizagem que lhe pertence por “dever” de professor.

O bacharelado, segundo o Ministério da Educação (MEC), é o curso superior que confere ao diplomado competências em determinado campo do saber para o exercício de atividade acadêmica ou profissional. A licenciatura, por sua vez, habilita o profissional a atuar como professor na Educação Infantil, no Ensino Fundamental e Médio. Ainda segundo o MEC, a formação do bacharel é mais indicada para o mercado de trabalho, tornando apto a desenvolver uma atividade de atuação. Enquanto o licenciado aprende técnicas que o habilita a transmitir o aprendizado.

2.8 Diretrizes Curriculares Nacionais de Educação Superior

As Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) são normas obrigatórias para a Educação Básica que orientam o planejamento curricular das escolas e dos sistemas de ensino. Elas são discutidas e anexadas pelo Conselho Nacional de Educação (CNE), como a registrada Resolução CNE/CP n. 1, de 15 de maio de 2006, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Pedagogia e a resolução nº 4, de 13 de Julho de 2005 institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração bacharelado. Sendo destacada a relevante importância da formação para a cidadania, onde o compromisso da educação exercido pelo professor desdobra-se em todo o conteúdo das diretrizes.

2.8.1 Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Pedagogia

A Resolução (CNE, 2006), CNE/CP n. 1, de 15 de maio de 2006, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Pedagogia licenciatura, definindo os princípios, as condições de ensino e de aprendizagem e os procedimentos a serem observados em seu planejamento e avaliação.

Diversas e distintas interpretações podem ser analisadas no cenário nacional, onde surgem vários argumentos que contribuem para um debate produtivo, que contribui para a composição mais afinada sobre a formação do profissional da educação com o intuito de aprimorar as ponderações a respeito dessa formação. Levando em consideração que o maior intuito das discussões relativas ao desenvolvimento dos profissionais da educação é a qualidade da formação do cidadão brasileiro.

Portanto, a referida resolução que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Pedagogia, estabelece a formação dos profissionais da educação, sua profissionalização e o exercício desses profissionais no Brasil. Destaca-se a importância de uma gestão sólida e formação de qualidade para concretização de cidadãos bem estruturados, mesmo diante do grande desafio para as políticas públicas educacionais no país.

2.8.2 Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração

A Resolução (CNE, 2005), nº 4, de 13 de Julho de 2005 institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração bacharelado devem ser observadas pelas Instituições de Ensino Superior em sua organização curricular. Aborda o perfil do docente, o projeto pedagógico, as habilidades e competências, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado e as atividades complementares.

Essa resolução constitui a organização do curso de Administração através do projeto pedagógico, abrangendo o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio

curricular supervisionado, as atividades complementares, o sistema de avaliação, o projeto de iniciação científica ou o projeto de atividade, como trabalho de Curso, componente opcional da instituição, além do regime acadêmico de oferta e de outros aspectos que tornem consistente o referido projeto pedagógico.

Portanto, as diretrizes, mencionadas na referente resolução são os princípios necessários para o docente abastecer seus conhecimentos, usando suas habilidades e competências na formação do educando, ou seja, saber desempenhá-las e cumprir a legislação para a formação de gestores com capacidade técnica e sólida para inserir no mercado de trabalho.

3. METODOLOGIA

Segundo (GIL, 2002, p. 17), “a pesquisa é desenvolvida mediante conhecimentos disponíveis, na utilização de métodos, técnicas e procedimentos científicos”. Nesta pesquisa foi utilizada uma pesquisa bibliográfica. De acordo com Silva e Menezes (2001, p.21) “a pesquisa bibliográfica é elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet”.

Quanto ao seu tipo de pesquisa o método empregado foi o descritivo que segundo GIL (2010), as pesquisas deste tipo tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Na perspectiva de Marconi e Lakatos (2010, p. 3) “a pesquisa descritiva delinea o que é – aborda também quatro aspectos: descrição, registro, análise, e interpretação de fenômenos atuais, objetivando o seu funcionamento no presente”.

O seguinte trabalho classifica-se como um estudo de caso, que segundo YIN (2005, p.32) é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade quando as fronteiras entre o fenômeno e contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência.

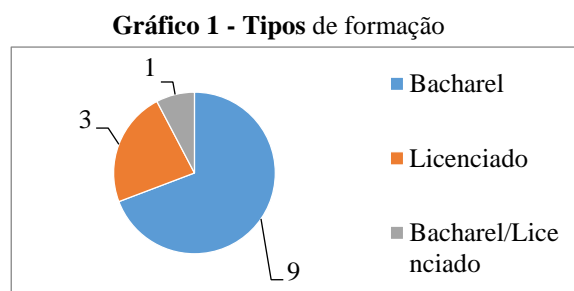
O método de pesquisa utilizado para a coleta de dados foi o questionário estruturado onde foi utilizado o software “Online Pesquisa”. Gil (2010) define questionário, como sendo um meio de investigação composta por um número de questões que são passadas a pessoas com o propósito de obter informações sobre diversos aspectos. Após a elaboração e estruturação do questionário, foi realizado o pré-teste com quatro docentes. “O questionário precisa ser testado antes de sua utilização definitiva aplicando-se alguns exemplares em uma pequena população escolhida” (MARCONI E LAKATOS, 2010, p. 68).

O questionário estruturado foi passado para os 38 docentes do Campus Unimontes de Brasília de Minas, dentre eles 20 do curso de Administração e 18 do curso de Pedagogia, sendo esse o universo da pesquisa, embora tenha resultado uma amostra de 13 docentes. Dos professores faltantes, faz-se necessário frisar que não obteve nenhuma justificativa para omissão da participação na pesquisa, sendo enviado questionário online (Online Pesquisa) para todos via e-mail em tempo suficiente para a contribuição. A formulação do método de coleta de dados contém questões voltadas ao perfil, satisfação, metodologias de ensino e formação profissional (ver apêndice).

4. ANÁLISE DE DADOS

A partir dos dados coletados o perfil predominante apresenta características do sexo masculino, com faixa etária entre 40 e 49 anos, casado, com um grupo familiar entre 3 e 4 pessoas, residente em Montes Claros-MG e com uma renda salarial superior a R\$ 6678,00. Assim nota-se certa similaridade entre o perfil dos professores de ambos os cursos, uma vez que possuem idade e salário semelhantes, localizados em uma mesma cidade.

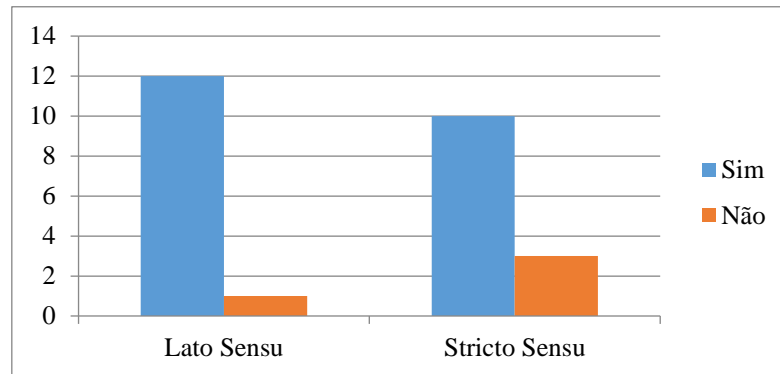
Com relação à formação docente bacharel ou licenciado, verificou-se que mais da metade possui formação com caráter bacharelado, onde, apenas 1 possui as duas formações, como podemos observar no Gráfico 1:



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Em relação à especialização na área *Lato Sensu* dos 13 participantes, somente 1 não detém tal particularidade, enquanto os demais possuem especialidade em *Stricto Sensu*, essas relações são demonstradas no Gráfico 2 a seguir.

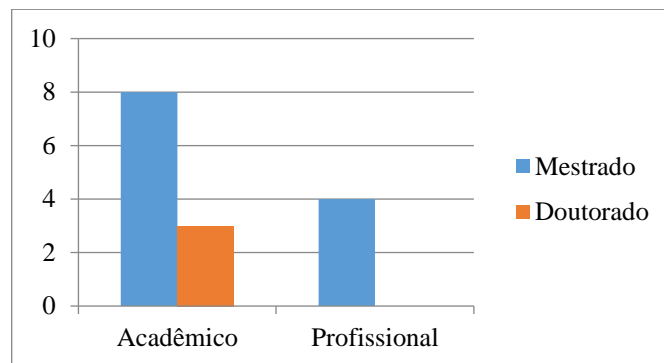
Gráfico 2 Quanto ao tipo de Especialização



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Ao analisar as formações entre mestrado e doutorado, percebe-se que, a grande quantidade de professores contém a formação mestrado, onde está classificado entre acadêmico envolvendo 8 docentes e profissional compreendido entre 4 docentes. Contudo a minoria dispõe do doutorado com particularidade acadêmica, abrangido apenas por 3 professores, estas situações são exemplificadas no Gráfico 3 logo abaixo.

Gráfico 3 – Mestrado X Doutorado



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Observa-se que, os professores em análise possuem experiência sob ensino, onde, todos os educadores apresentam mais de 5 anos de docência em outras instituições, em que, 9 dos mesmos possuem o mesmo tempo de docência na universidade em estudo, no qual, observa-se que a maioria é designado.

Pode-se dizer que 9 professores apresentam uma carga horária de até 21-40 horas/semana na UNIMONTES, desenvolvendo atividades docentes, em que 6 dos mesmos professores realizam algum outro tipo de trabalho que não necessariamente esteja relacionado a área de educação.

Segundo Colombo (2004), o processo ensino-aprendizado exige do educador habilidades e competências fundamentais para que ele saiba desempenhar suas atividades e funções. Nos dados coletados percebe-se que, dos efetivos apenas 5 recebem algum tipo de treinamento ou capacitação pela UNIMONTES, porém, 11 professores disseram que participaram de alguma atividade para crescimento profissional.

Das atividades desempenhadas na instituição de ensino estudada, as mais utilizadas pelos professores em um semestre letivo normal foram: planejamento e preparação das aulas, contextualização de conteúdo e aula expositiva. De acordo com Veiga (2011) as atividades que mais instigam o aluno a desenvolver sua capacidade interpretativa e a adquirir conhecimento obtiveram baixo índice de uso tanto para os bacharéis quanto para os pedagogos, por exemplo: oficinas, mesa redonda e aula-laboratório que são demonstradas na Tabela 1 abaixo.

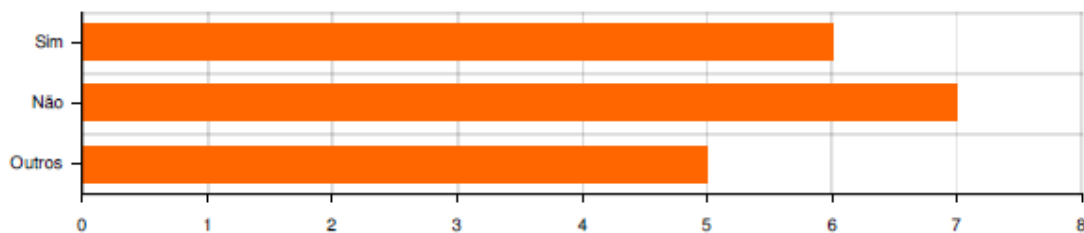
Tabela 1 – Atividades desempenhadas na UNIMONTES

	Nunca (1)		Às vezes (2)		Sempre (3)		σ	±	1	2	3
	Σ	%	Σ	%	Σ	%					
Planejamento e preparação das a...	-	-	-	-	13x	100,00	3,00	0,00			
Contextualização de conteúdo, q...	-	-	2x	15,38	11x	84,62	2,85	0,38			
Oficinas.	3x	23,08	9x	69,23	1x	7,69	1,85	0,55			
Seminários.	-	-	8x	61,54	5x	38,46	2,38	0,51			
Aula expositiva.	-	-	1x	7,69	12x	92,31	2,92	0,28			
Estudo de Caso.	2x	15,38	6x	46,15	5x	38,46	2,23	0,73			
Aula-laboratório.	8x	61,54	5x	38,46	-	-	1,38	0,51			
Simulações.	3x	23,08	10x	76,92	-	-	1,77	0,44			
Uso de ferramentas (computador...	-	-	6x	46,15	7x	53,85	2,54	0,52			
1	1x	100,00	-	-	-	-	1,00	0,00			
Análise de livros e materiais didá...	-	-	-	-	1x	100,00	3,00	0,00			
Elaboração de planos de aula pel...	-	-	-	-	1x	100,00	3,00	0,00			
Leitura dirigida	-	-	1x	100,00	-	-	2,00	0,00			
Mesa Redonda	-	-	-	-	1x	100,00	3,00	0,00			
Pesquisa de Campo	-	-	-	-	1x	100,00	3,00	0,00			
Pesquisa empírica pelos estudan...	-	-	-	-	1x	100,00	3,00	0,00			

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A grande maioria dos mentores consegue identificar dificuldades no processo ensino aprendido, por meio da realização de aulas expositivas dialogadas e reflexivas, que retiram os estudantes da passividade receptiva típica às aulas expositivas tradicionais e verbalistas (VEIGA, 2011).

Ao ser avaliado periodicamente 7 professores disseram não receber nenhum tipo de avaliação, contudo 7 estão satisfeitos com as oportunidades e o desenvolvimento profissional. Do total de 13 professores, 10 disseram que não recebem nenhuma orientação para melhoria do seu desempenho pelo motivo de não haver capacitação ou algum tipo de treinamento antes ou durante sua entrada na UNIMONTES, evidenciando esta situação no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Realiza Avaliação Periódica?

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Vale lembrar que o *feedback* dado entre instituição, professor e aluno é de grande importância para reconhecer se as práticas e políticas adotadas satisfazem e garantem a eficiência no âmbito acadêmico (COLOMBO, 2004).

Dentre as principais características as que mais se destacaram em termos de obrigações profissionais foram: comprometimento, respeito e ética. Ressalta-se também que as virtudes flexibilidade, paciência e criatividade são importantes para garantir o processo ensino-aprendizado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Visando o desenvolvimento acadêmico, o professor tem papel fundamental no que se refere ao ensino-aprendizado. E, dessa forma é essencial que este profissional esteja altamente qualificado para desempenhar suas funções de educador com excelência.

O presente estudo demonstrou a partir do questionário aplicado e da análise de dados da Tabela 1, nota-se existência de divergências entre os bacharéis de Administração e os Pedagogos, seja pelo fato de aplicarem metodologias basicamente distintas, como também pela falta de um treinamento ou capacitação adequada.

Ressalta-se há necessidade da contínua avaliação periódica, para averiguar o desempenho tanto do corpo docente quanto o *feedback* do próprios alunos de modo a conferir se a metodologia aplicada está sendo eficaz. Isto por sua vez, reafirma e acentua o papel dos Recursos Humanos, ao compreender o comportamento do indivíduo enquanto participante ativo da organização onde trabalha.

Os fatores que possivelmente influenciam a qualidade da aula referem-se aos termos salariais, a sobrecarga nas atividades docentes, a experiência profissional e também ao tipo de procedimentos metódicos utilizados em sala de aula.

Ressalta-se a possibilidade de uma pesquisa com um maior grau de amostragem, já que esta pode ter sido considerada a principal limitação e dificuldade para realização do estudo. É válido refletir sobre a importância de mais cursos de capacitação e treinamento para melhor desenvolvimento profissional, seja antes ou durante a entrada na UNIMONTES. Que o professor possa ser orientado no que se diz respeito ao seu desempenho organizacional. E por fim, que as metodologias de ensino usadas pelos mentores sejam mais diversificadas para que o aluno possa não ficar dependente das referências bibliográficas, mas também possa estimular sua visão criteriosa tornando a aula mais atrativa e um ambiente de compartilhamento de saberes.

REFERÊNCIAS

- BOOG, Gustavo G. **Manual de Treinamento e Desenvolvimento: Um guia de operações**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2001.
- BRASIL. **Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional**. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12907:legislacoes&catid=70:legislacoes Acesso em: 20 de fev 2018.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando com as pessoas: Transformando o executivo em um excelente gestor de pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: O capital humano das organizações**. 9. ed. 7ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: O Capital Humano nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.
- COLOMBO, Sônia S. (Org). et al. **Gestão Educacional: uma nova visão**. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. Resolução n. 1. De 15 de maio de 2006. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Pedagogia, Licenciatura. Presidente: Edson de Oliveira Nunes. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rcp01_06.pdf Acesso em: 20 fev. 2018.
- CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. Resolução n. 4. De 13 de julho de 2005. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Administração, bacharelado, e dá outras providências. Presidente: Edson de Oliveira Nunes. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces004_05.pdf Acesso em: 20 fev. 2018.
- DURANTE, Marta. **Alfabetização de adultos: Leitura e produção de textos**. Porto Alegre: Grupo A, 1998.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 edição. 3. reimp. São Paulo: Atlas, 2010.
- GRAMIGNA, Maria Rita. **Modelo de competência e gestão dos talentos**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina De Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. 3. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos: do operacional ao estratégico**. 14. ed. São Paulo: Futura, 2011.
- MAXIMIANO, Antônio Amaru. **Introdução a Administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- NÉRICI, IG. **Didática geral dinâmica**. 11. ed. São Paulo: Atlas; 1992.
- RIBEIRO, Lima de Antônio. **Gestão de Pessoas**. São Paulo: Saraiva. 2006.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe. **Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- SILVA, Reinaldo Oliveira da. **Teorias da Administração**. São Paulo: Pioneira Thomson Leaming, 2002.
- VEIGA, Ilma Passos A. (org). **Técnicas de ensino: por que não?**. 21. ed. Campinas, SP: Papirus, 2011.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

UM PANORAMA DA SITUAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA DA EMPRESA VALE SA APÓS O ROMPIMENTO DA BARRAGEM LOCALIZADA NO SUBDISTRITO DE BENTO RODRIGUES

AGUIAR, Frederico Martins¹

NASCIMENTO, Mateus André Tavares²

SILVA, Lorena Christéfane³

SOUZA, Gilberto Prates Jr.⁴

RESUMO: O presente artigo tem como **objetivo** analisar a situação financeira e econômica da Empresa Vale SA, considerando o rompimento da barragem de Bento Rodrigues, contrapondo o ano após o ocorrido e o último ano contábil divulgado. O problema que norteou a pesquisa parte da seguinte indagação: qual foi o impacto do rompimento e se este acontecimento ainda causa algum prejuízo para as finanças da organização. Foi utilizada uma **metodologia** que se concentrou na pesquisa documental, onde foram utilizadas as demonstrações contábeis (Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado do Exercício) dos anos de 2015, 2016 e 2017, da empresa objeto deste estudo. Como **resultado** ficou evidente uma grande valorização da empresa desde o ano de 2017, houve ainda, por parte da empresa, uma recobra em liquidez e rentabilidade. **Conclui-se** que a empresa se recuperou dos danos causados pelo rompimento da barragem de Bento Rodrigues, onde, atualmente, chegou até ultrapassar o melhor momento antes da catástrofe.

¹ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: fred_m_aguiar@yahoo.com.br

² Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: mateus_tavares96@outlook.com

³ Acadêmico do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: lorenachris7@gmail.com

⁴ Acadêmica do curso de Administração da UNIMONTES. E-mail: gilberto_prates@outlook.com

ANÁLISE DA *ACCOUNTABILITY* DAS AÇÕES DA POLÍCIA CIVIL FRENTE AS CONDIÇÕES ORÇAMENTÁRIAS PARA ATUAÇÃO: ESTUDO DE CASO SOBRE A DELEGACIA REGIONAL DE MONTES CLAROS/MG

RIBEIRO, Higor Lopes¹
JÚNIOR, Juventino Ruas de Abreu²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo confrontar as metas previstas no Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG) para gastos com a gestão da informação e transparência, pela Polícia Civil de Minas Gerais, no período compreendido entre os anos de 2012 a 2017, com os valores da dotação orçamentária executada pela Lei Orçamentária Anual (LOA) e analisar se a divulgação dos indicadores de crimes violentos atendem as práticas de *accountability*. Buscou compreender métodos e critérios adotados pelas polícias civil e militar para os registros de ocorrências de crimes de homicídio, roubo, uso e tráfico de entorpecentes entre os anos de 2015 a 2017. A fundamentação teórica apresenta a importância da *accountability* na gestão pública e traz a evolução dos modelos adotados na gestão pública brasileira até a aprovação da Lei de Acesso a informação. Foi executada uma pesquisa Descritiva e quanto ao delineamento do procedimento foi bibliográfica, caracterizando como pesquisa documental. A abordagem foi quantitativa. A Unidade de análise foi a divulgação dos indicadores de crimes violentos de Montes Claros e dos recursos orçamentários previstos e executados na gestão da informação e transparência pela Polícia Civil/MG e a Unidade de observação, foram os dados extraídos dos sistemas Reds e Pcnnet, utilizados pelas forças de segurança pública do Estado de Minas Gerais. Os resultados permitiram observar que em Minas Gerais não há padronização entre os órgãos de segurança pública e de Justiça criminal, quanto aos registros de crimes, razão pela qual os indicadores de crimes podem ser prejudicados não refletindo com a realidade percebida pela população, constatando a ausência de prática de *accountability* na gestão da segurança pública. Observou-se que os recursos orçamentários executados na gestão da informação e transparência foram bem inferiores que os quantitativos inicialmente previstos no PPAG.

PALAVRAS CHAVES: Accountability, Gestão Pública, criminalidade.

ABSTRACT

The objective of this article is to compare the goals set forth in the Plurianual Plan of Government Action (PPAG) for expenses with information management and transparency, by the Civil Police of Minas Gerais, in the period between 2012 and 2017, with the values of the budget appropriation executed by the Annual Budget Law (LOA) and to analyze whether the disclosure of indicators of violent crimes comply with accountability practices. It sought to understand methods and criteria adopted by civil and military police for records of occurrences of homicide, robbery, , use and trafficking of narcotics between the years 2015 and 2017. The theoretical foundation presents the importance of accountability in public management and brings the evolution of the models adopted in the Brazilian public management until the approval of the Access to Information Law. A descriptive research was carried out and the design of the procedure was bibliographical, characterizing as documentary research. The approach was quantitative. The Unit of analysis was the dissemination of the indicators of violent crimes of Montes Claros and of the budget resources foreseen and executed in the management of the information and transparency by the Civil Police / MG and the Observation Unit were the data extracted from the Reds and Pcnnet systems, used by the public security forces of the State of Minas Gerais. The results allowed to observe that in Minas Gerais there is no standardization between public security and criminal justice agencies, regarding crime records, which is why crime indicators can be impaired, not reflecting the reality perceived by the population, noting the absence of practice of accountability in the management of

public security. It was noted that the budgetary resources implemented in the management of information and transparency were well below those initially envisaged in the PPAG.

Key words: Accountability, Public Administration, crime

INTRODUÇÃO

No Brasil, o problema da segurança pública constantemente está em pauta entre os assuntos abordados na mídia, pelos políticos, bem como pela população em geral, haja vista sua relevância para o convívio social, como também, devido o aumento dos indicadores de criminalidade, proporcionando aos cidadãos brasileiros, dos grandes e médios centros urbanos, um aumento da sensação de insegurança, motivando o lançamento de estudos sobre políticas públicas voltadas à segurança pública, realizados por diversos segmentos da sociedade.

Neste contexto, a utilização do mecanismo legal da Lei de Acesso a Informação n.º 12.527, de 18 de novembro de 2011, objetivando maior transparência e confiabilidade nos dados oficiais alusivos à segurança pública, são fundamentais para tomada de decisão de implementação de quaisquer políticas públicas no âmbito da segurança pública.

Com o advento desse dispositivo legal, a Administração Pública se viu ainda mais orientada a praticar serviços mais efetivos ao cidadão, implicando, indistintamente a todo o aparato público de serviços a população, para que tenham condições operacionais de atuação com eficácia, eficiência e transparência.

Todavia, no âmbito do Estado de Minas Gerais, os meios utilizados pelo governo do Estado para registrar e divulgar dados oficiais relativos a ocorrências de crimes podem ter sua confiabilidade prejudicada, haja vista que esses dados oficiais podem não demonstrar a realidade percebida pela população.

No Estado de Minas Gerais os dados oficiais alusivos às ocorrências de crimes são inseridos no sistema de Registros de Eventos de Defesa Social – REDS no momento em que o fato/notícia crime ocorre, através dos policiais civis e militares, responsáveis por esses registros. Portanto, os policiais no momento que são informados pela população acerca da ocorrência de crime, são quem definem a tipicidade/natureza do crime e inserem os dados no sistema oficial do Estado denominado REDS, ou seja, são computados no sistema oficial os resultados imediatos da ação criminal.

Sob essa perspectiva, o governo do Estado de Minas Gerais, sendo um dos principais atores na formulação de políticas públicas voltadas para segurança pública, através do Planejamento Mineiro de Desenvolvimento Integrado (PMDI 2016-2027), um instrumento que aponta diretrizes para ação governamental no âmbito do Estado de Minas Gerais, que visa o desenvolvimento socioeconômico no prazo de dez anos, articulado com o Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG), destina recursos para a Polícia Civil do Estado de Minas Gerais (PCMG), através da Lei das Diretrizes Orçamentárias (LDO) e Lei do Orçamento Anual (LOA). As vinculações ascendentes e descendentes desses dispositivos legais objetivam manter a ordem social e reduzir os indicadores de criminalidade. Atendendo a Lei de acesso a informação, todos os valores orçamentários discriminados na LDO e LOA referente aos órgãos estaduais são disponibilizados pela Assembleia Legislativa de Minas Gerais.

Nesse contexto, este estudo analisa a *accountability* nas ações da Polícia Civil de Minas Gerais frente às condições orçamentárias, um dos órgãos estaduais de segurança pública responsável pela preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio, conforme artigo 144 da Constituição Federal de 1988, que em seu § 4º, dando-lhe a competência de atuar nas funções de polícia judiciária e apuração de infrações penais, exceto as militares, ressalvada a competência da União.

Em meio à crise financeira do Estado potencializada com a relevante crise econômica e política vivenciada pelo Brasil a partir de 2014, a sensação de insegurança da população das cidades mineiras do interior vem aumentando significativamente desde o início do século XXI, corroborando com o aumento dos índices de criminalidade. Nesse viés, de acordo com o IBGE [1], a população da cidade de Montes Claros, que é um polo regional, principalmente no setor da educação, sendo a principal cidade do Norte de Minas Gerais, vem percebendo essa sensação de insegurança se alastrando por toda a cidade. Essa sensação, pode ser explicada devido ao crescimento populacional que no ano de 2017 aumentou 30,98% em relação ao ano 2000 e 60,77% em relação ao ano de 1991.

Conforme estatística obtida junto a 1ª Delegacia Regional de Polícia Civil de Montes Claros, os indicadores de crimes violentos (roubo, estupros, homicídios, latrocínio, extorsão mediante sequestro e cárcere privado) na cidade de Montes Claros oscilaram nos últimos 15 anos, contudo houve aumento de 31% no percentual acumulado no período de 2000 a 2014. Em 2014 na cidade de Montes Claros foram registrados 2.362 (dois mil, trezentos e sessenta e dois) crimes violentos, dos quais 91,8% foi roubo, totalizando um aumento de 53,18% em relação ao ano de 2010.

A pesquisa justifica-se devido ao atual contexto de transparência na gestão pública no Brasil, bem como ao aumento dos indicadores de crimes violentos e da sensação de insegurança percebida pela população de Montes Claros.

Com o aprofundamento dos estudos acerca do quantitativo de ocorrências registradas no sistema REDS no período de 2015 a 2017, que diz respeito aos crimes de homicídio, roubo, uso e tráfico de drogas, pretende-se confrontar com os quantitativos de procedimentos investigativos instaurados pela Polícia Civil de Montes Claros/MG no sistema PCNET, o qual é utilizado somente pela Polícia Civil de Minas Gerais, objetivando identificar se há ou não congruência dos registros. O sistema PCNET é o ambiente onde são tramitados os procedimentos investigativos instaurados pelos Delegados de Polícia.

Nesse contexto, pretende-se responder a seguinte problemática: houve redução dos investimentos do governo estadual e da Polícia Civil na gestão de informação e transparência no período de 2012 a 2017 e quais suas implicações, e se os indicadores da criminalidade em Montes Claros são confiáveis e vão ao encontro com a sensação de insegurança percebida pela população de Montes Claros?

Nesse sentido, o objetivo geral do estudo é confrontar as metas previstas no Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG) para gastos com a gestão de informação e transparência, pela Polícia Civil de Minas Gerais, no período compreendido entre os anos de 2012 a 2017, com os valores da dotação orçamentária executada pela Lei Orçamentária Anual (LOA).

De forma específica visa-se: a) apurar o quantitativo dos registros policiais alusivos aos crimes de homicídio, roubo, uso e tráfico de drogas na cidade de Montes Claros no período de 2015 a 2017; b) investigar os métodos de registros dos dados oficiais para os registros alusivos à crimes ocorridos em Minas Gerais; c) averiguar o nível de transparência e confiabilidade dos registros policiais de crimes de homicídio, roubo, uso e tráfico de drogas ocorridos na cidade de Montes Claros/MG; d) apurar se o Estado de Minas Gerais, no âmbito de divulgação dos dados relacionados à segurança pública, respeita a Lei de acesso a informação.

REVISÃO DA LITERATURA

Evolução histórica da Administração Pública no Brasil

Quando da Proclamação da República do Brasil, o modelo de Administração Pública adotada pelo Imperador e governos seguintes foi o modelo patrimonialista, onde os cargos públicos eram de livre nomeação do soberano e não se distinguia o patrimônio público dos bens privados da realeza, proporcionando a corrupção, o nepotismo e desorganização do Estado e consequentemente da Administração Pública.

Decorrente dos problemas advindos dessa orientação surge na Administração Pública brasileira o modelo Burocrático de Administração Pública, inspirados nas contribuições de Max Weber, sem perder totalmente, contudo, as raízes do modelo patrimonialista. Nesse advento, a Administração Pública no Brasil passou a ter maior profissionalização dos funcionários, especialização da administração, caráter legal das normas e formalização nas comunicações, enfim, impessoalidade, neutralidade e racionalidade no aparato governamental.

A partir da segunda metade do século XX, com o desenvolvimento tecnológico, a expansão das funções econômicas e sociais do Estado, a ineficiência do então modelo burocrático de Administração, e a necessidade de reduzir custos e aumentar a qualidade dos serviços prestados pelo Estado, surge nesse âmbito, o modelo Gerencial.

De acordo com Pollitt [2], o modelo weberiano não responde mais as demandas da sociedade contemporânea. Com isso, conforme Abrucio [3], a partir desse processo, o modelo gerencial começa a preencher um vácuo teórico e prático propiciado pelas abordagens antecessoras, captando as principais tendências presentes na opinião pública, entre as quais o controle de gastos públicos e a demanda pela melhor qualidade dos serviços públicos.

Todavia, o modelo gerencial não foi adotado pela Administração Pública brasileira em sua plenitude, sendo que houve mescla entre o modelo gerencial e o burocrático.

A gestão das organizações policiais brasileiras, desde a década de 80 vem passando por importantes reformas, redefinindo seus papéis e missões utilizando estatísticas, mapeamento geográfico dos crimes, utilização de equipamentos tecnológicos, eficiência na utilização dos recursos financeiros, gestão orientada por resultados, enfim, aplicação de alguns conceitos do modelo gerencialista na gestão das forças de segurança pública. Nesse contexto da Administração Pública, a transparência, *accountability*, entre outras medidas, tornaram-se indispensáveis na oferta de serviços públicos de qualidade.

Dentre outras inovações, a Administração Pública brasileira contou também com a Lei da Responsabilidade Fiscal (LRF), que segundo Nascimento, Debus [4], foi elaborada para atender às expectativas da sociedade brasileira, no seu anseio e busca dos gestores pela responsabilidade e o bom uso dos recursos públicos. A LRF foi o primeiro passo para que os gestores públicos comessem a rever seus atos com relação

aos gastos em suas administrações. Doravante esse advento, todo o processo de modernização da Administração Pública foi promovido também com o reforço dado pela Lei de Acesso à Informação (LAI), que após ser implementada no país, revelou-se como um mecanismo de efetivo apoio aos governos responsáveis e abertos ao diálogo, buscando trabalhar com mais confiança da sociedade.

Contextualizando a Administração Pública brasileira com o cenário internacional, de acordo com Campos [5], verifica-se que o termo *accountability* ainda é relativamente pouco abordado na Administração Pública brasileira, principalmente devido à ausência de significação dessa expressão na realidade brasileira. *Accountability* pode ser traduzido para o português como responsabilidade com ética e remete à obrigação, à transparência, de membros de um órgão administrativo ou representativo de prestar contas a instâncias controladoras ou a seus representados.

O termo *Accountability* utilizado em outros países, como os Estados Unidos, é mais abrangente do que a simples prestação de contas adotada pela Administração Pública brasileira. Segundo Rocha [6] a responsabilidade atribuída aos agentes públicos norte-americanos de exercerem suas funções são de forma eficiente, efetiva, ética e justa sem descuidar de atingir os objetivos governamentais, utilizando-se de auditorias de alta qualidade para a *accountability* do governo.

Na opinião de O'Donnell [7], *accountability* pode ser entendida como a responsabilização democrática dos agentes públicos por meio de dois mecanismos: *accountability* vertical, na qual a sociedade controla de forma ascendente os governantes (mediante o voto em representantes, os plebiscitos e os conselhos de usuários de serviços públicos, entre outros mecanismos) e *accountability* horizontal, definida como aquela que se efetiva mediante a mútua fiscalização entre os poderes (*checks and balances*) e por meio de órgãos governamentais que controlam a atividade pública, a exemplo dos tribunais de contas brasileiros.

Abrucio, Loureiro [8] definem *accountability* como “a construção de mecanismos institucionais por meio dos quais os governantes são constrangidos a responder, ininterruptamente, por seus atos ou omissões perante os governados” e propõem sua classificação em três formas: processo eleitoral, controle institucional durante o mandato e regras estatais intertemporais. E completam que a *accountability* durante o mandato pode ser realizada “pelo controle administrativo das ações estatais”.

No Brasil, a Lei n.º 12527/2011 regulamentou os dispositivos previstos no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do artigo 216 da Constituição Federal. Com Acesso às informações, a população passa a obter maiores informações acerca dos procedimentos adotados pelos governos e, consequentemente a deter maior controle das ações do governo.

Neste cenário, a transparência na gestão pública passa a ser fundamental no campo político: Para Abrucio, Loureiro [8], a transparência das ações governamentais não esgota a busca da *accountability* durante os mandatos, porém, é um requisito fundamental para a efetivação de seus instrumentos institucionais, pois sem informações confiáveis, relevantes e oportunas, não há possibilidade de os atores políticos e sociais ativarem os mecanismos de responsabilização.

As informações dos dados relacionados ao governo podem ser úteis não só para o controle das ações do governo, mas também para a utilização das mesmas nas formulações de políticas públicas. Nesse sentido, a utilização de dados oficiais alusivos à ocorrência de determinado tipo de crime em áreas específicas das cidades, além de serem úteis na formulação de políticas públicas, podem ser bastante úteis para as forças policiais na formulação de estratégias na prevenção e repressão da criminalidade. Miranda [9] afirma que pesquisas desse tipo são especialmente relevantes para a formulação de políticas preventivas, pois permitem traçar mapas de risco, identificar grupos mais expostos a determinados tipos de delitos e estimar a frequência dos pequenos crimes que por serem mais numerosos, causam uma elevação no sentimento de insegurança da população.

Do ponto de vista sociológico, a utilização dos dados oficiais na tomada de decisão para a formulação de política pública no combate a criminalidade, pode não ser eficiente e nem eficaz, pois não seria possível prever exatamente quem, onde e quando irá ocorrer determinado tipo de crime, mesmo que as estatísticas tendem a apontar alguma possibilidade. Para Durkheim [10], o crime se dá a partir do fato social, não há atos criminosos, mas sim uma reprovação do comportamento a partir da interação entre os indivíduos. Desta forma não é possível diferenciar os criminosos dos não criminosos.

O acesso facilitado às informações dos dados governamentais, e o advento de tecnologia de informação e comunicação, viabilizam a utilização de indicadores na gestão pública tanto pelo governo como pelo setor privado, na busca de formulação de políticas públicas que sejam eficientes e eficazes. Conforme Januzzi [11], dados estatísticos, antes inacessíveis em enormes arquivos digitais passam a ser customizados na forma de tabelas e modelos construídos por usuários não especializados. Esses dados se prestam a subsidiar as atividades de planejamento público e a formulação de políticas sociais nas diferentes esferas de governo, possibilitam o monitoramento das condições de vida e bem-estar da população por parte do poder público e sociedade civil e permitem o aprofundamento da investigação acadêmica sobre a mudança social e sobre os determinantes dos diferentes fenômenos sociais.

Minas Gerais e a *accountability* na gestão da Segurança pública

O governo do Estado de Minas Gerais, ao divulgar dados oficiais acerca da criminalidade, utiliza os registros que são efetuados pelas polícias Civil e Militar, no sistema REDS – Registro de Eventos de Defesa Social. O sistema REDS é desenvolvido e mantido pelo laboratório do Sistema Integrado de Defesa Social – SIDS [12] e foi implantado nas Polícias Civil e Militar em 2005, no município de Belo Horizonte e no decorrer de 2007, na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Nos anos seguintes, o sistema REDS foi expandido para todo o Estado de Minas Gerais. De acordo com a Secretaria de Estado de Defesa Social [13], o Sistema REDS foi criado com os objetivos de padronização dos registros de ocorrências policiais, consistência dos dados (uma vez que interage com outros sistemas de segurança pública do Estado), entre outros, definindo-o como uma ferramenta estratégica e operacional que monitora os indicadores de criminalidade permitindo uma redefinição das políticas de segurança pública e otimização dos recursos operacionais existentes.

Os registros policiais refletem apenas a parcela de delitos notificada pela população. Conforme Ilanud [14] e Catão [15], essa parcela varia conforme a confiança que a população deposita nas instituições policiais e judiciárias, bem como na avaliação subjetiva da gravidade dos tipos de crimes e com os custos das notificações dos crimes aos órgãos de segurança, como deslocamento até a delegacia, ameaças dos autores, e atendimento às intimações policiais e judiciais no decorrer das investigações e no processo judicial. Desta forma, em países onde a credibilidade é baixa nas instituições policiais e judiciárias, a quantidade de crime que não são computados nas estatísticas oficiais, tende a ser muito elevada. Ainda de acordo com Ilanud [14], há perda no quantitativo geral dos dados oficiais de ocorrências de crimes, pois esses dados resultam em um enviesamento das estatísticas oficiais na direção de certos tipos de delitos, não necessariamente os mais graves, nem os que mais afetam a qualidade de vida da população. Miranda [9] destaca acerca de levantar informações sobre os problemas que levam ou não a população a procurar a polícia e outros órgãos, podendo gerar subnotificações;

Além da subnotificação de crimes, ocorre o sub-registro por parte da polícia, decorrentes de omissão dos registros e de filtros da cultura institucional, além da mediação de conflitos realizada informalmente pelos policiais em locais de ocorrência de crimes, que não são registrados, mesmo com o conhecimento da polícia. De acordo com Musumeci [16], a interferência direta dos mecanismos de administração da justiça na produção dos registros oficiais são alguns dos vieses embutidos nas estatísticas provenientes das instituições policiais e judiciárias, seja no Brasil ou em outras partes do mundo.

Criminalidade, gestão da segurança e transparência

A gestão dos órgãos de segurança pública, assim como os demais órgãos do Estado, busca transparência, eficiência, eficácia e efetividade em suas ações, amparadas no planejamento e diretrizes elaboradas por cada governo através do Plano Plurianual de Ação Governamental. Sendo que a ação planejada do Estado para cada exercício financeiro materializa-se por meio da Lei Orçamentária Anual - LOA, que de acordo com Piscitelli, Timpo, Rosa [17], discrimina a origem e o montante dos recursos a serem obtidos – a estimativa de receitas – e fixa a natureza e o montante das despesas para o período. Os critérios de classificação dos dispêndios permitem uma melhor visualização do planejamento ao demonstrar em que e para que o governo efetue tais dispêndios, como também o órgão responsável pela execução dos programas.

Segundo Pederiva [18], orçamentos representam mais que documentos que autorizam a realização de despesas públicas, eles são a expressão do planejamento dessas despesas, em obediência a um plano governamental concebido para o Estado – de acordo com objetivos e prioridades previamente deliberados – e que deve ser seguido, qualquer que seja a plataforma de governo.

A gestão pública brasileira contemporânea vem objetivando proporcionar maior transparência em suas ações, utilizando a divulgação de dados estatísticos relacionados ao desempenho de suas atribuições. Entretanto, de acordo com Pires [19], as chamadas estatísticas, diferentemente do que se costuma acreditar, não são nunca, por melhor construídas que sejam reflexo de uma suposta realidade. O autor completa afirmando que os dados são socialmente construídos a partir de um ponto de vista e, portanto, são passíveis de indagação.

Os dados oficiais alusivos às ocorrências de crimes podem ter sua confiabilidade afetada quanto à realidade percebida pela população. Para Gomes [20], os registros desses dados oficiais feitos pelas polícias podem ser enviesados devido a dinâmica de um possível crescimento desordenado da criminalidade e também por problemas de desigualdades sociais podendo proporcionar o aumento da violência. Contudo de acordo com Duarte, Zavataro [21], a avaliação dos índices de crimes, esclarecimentos de crimes, medo do crime e sensação de segurança, deve-se ter cuidado de saber quais são os limites das ações policiais, afim de não gerar expectativas irrealizáveis e de custo político alto. Atualmente os órgãos de segurança pública de Minas Gerais, objetivando frear o avanço da criminalidade, em sua gestão utilizam-se de recursos tecnológicos que busquem mapear os locais onde há maior incidência de ocorrência de crimes. Félix [22] afirma que a análise geográfica

pode levar a interessantes e relevantes hipóteses da espacialização da criminalidade, já que além da lei, do ofensor e do alvo, a localização das ofensas é uma importante dimensão que caracteriza o evento criminal.

Entre os diversos crimes que ocorrem na sociedade, os crimes contra a vida e contra o patrimônio, além do tráfico de entorpecentes, são os mais percebidos pela população, causando a sensação de segurança. Nesse contexto, os órgãos de segurança pública buscam identificar as áreas de maior incidência desses crimes. Foucault [23] afirma que delitos contra a propriedade parecem prevalecer sobre os crimes violentos e que os crimes contra o patrimônio ocorrem em locais em que é maior o fluxo de capitais, razão pela qual, no espaço urbano a região central é o local preferido para a prática de crimes contra o patrimônio. Nessa mesma linha de pensamento, Félix [22] também associa a ocorrência de crimes contra o patrimônio nos espaços mais ricos no contexto urbano.

METODOLOGIA

A pesquisa delimitou o estudo nos registros de ocorrências efetuados pelas polícias Civil e Militar de Montes Claros/MG, dos crimes tipificados como roubo, homicídio, uso e tráfico de drogas no sistema REDS, no período compreendido entre 2015 e 2017, e dos registros de instauração dos procedimentos investigativos registrados no sistema Pcnnet utilizado pela Polícia Civil de Montes Claros/MG, referentes ao mesmo período.

Sob o ponto de vista filosófico, as características das correntes epistemológicas do estudo se classificam como positivismo, pois prioriza os dados quantitativos e compara dados para fins de generalização e explicação de fenômenos sociais.

O método de abordagem do estudo é o raciocínio lógico dialético, pois se busca compreender os métodos de registros de ocorrências policiais e a realidade da violência urbana nos espaços geográficos da cidade de Montes Claros no período de 2015 a 2017. Desta forma, para alcançar os objetivos do estudo, faz-se necessário analisar a confiabilidade e a transparência dos registros policiais e se houve redução ou não nas metas de gastos com gestão da informação e transparência discriminadas no PPAG do período de 2012 à 2017, havendo uma inter-relação entre os fenômenos.

A pesquisa é de caráter dinâmico, pois apresenta o quantitativo de registros de crimes no período compreendido entre 2015 e 2017, sendo que em períodos distintos, os quantitativos de registros da área geográfica, as subnotificações e subregistros, podem ter migrado, reduzido ou aumentado, de acordo com atuação governamental ou o comportamento individual do cidadão.

A pesquisa se caracteriza como descritiva, pois o foco está nos objetivos e trata-se do estudo de ocorrências de crimes no município de Montes Claros no período de 2015 a 2017, caracterizando em um contexto espacial e temporal. De acordo com Vergara [24] a pesquisa descritiva “é aquela que expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”.

Quanto ao delineamento pelo procedimento, a pesquisa é bibliográfica, pois o estudo foi desenvolvido a partir de materiais e dados já produzidos e publicados com outra finalidade, constituindo-se, portanto em fontes secundárias.

A pesquisa ainda pode ser caracterizada como pesquisa documental, tendo em vista o amplo acervo utilizado que sofreram reelaboração objetivando atingir os objetivos da pesquisa.

As ações que deram origem à pesquisa foram divididas em 04 partes: levantamento e revisão da literatura, coleta de dados, tabulação, organização e análise dos dados. Os dados quantitativos alusivos aos registros de ocorrências de crimes de roubo, homicídio e uso e tráfico de drogas, são referentes aos anos de 2015, 2016 e 2017, e foram extraídos do sistema de Registro de Eventos de Defesa Social-REDS e os dados alusivos a instauração de procedimentos investigativos, foram extraídos do sistema PCNET, utilizado exclusivamente pela Polícia Civil de Minas Gerais, os quais foram fornecidos em março de 2018 pela Polícia Civil de Minas Gerais, através da Delegacia Especializada Antidrogas de Montes Claros e setor de estatísticas da 1ª Delegacia Regional de Montes Claros.

Os dados referentes às ocorrências policiais foram fornecidos em planilhas do Excel, onde foram tabuladas, filtradas e quantificadas, as ocorrências com natureza de crimes de tráfico de drogas, uso e consumo de drogas, homicídios e roubo, objetivando a alocação dos quantitativos de ocorrências por bairros, visando a elaboração de planilhas e mapas, utilizando o software ArcGis e a base cartográfica disponibilizada pela Unimontes e IBGE.

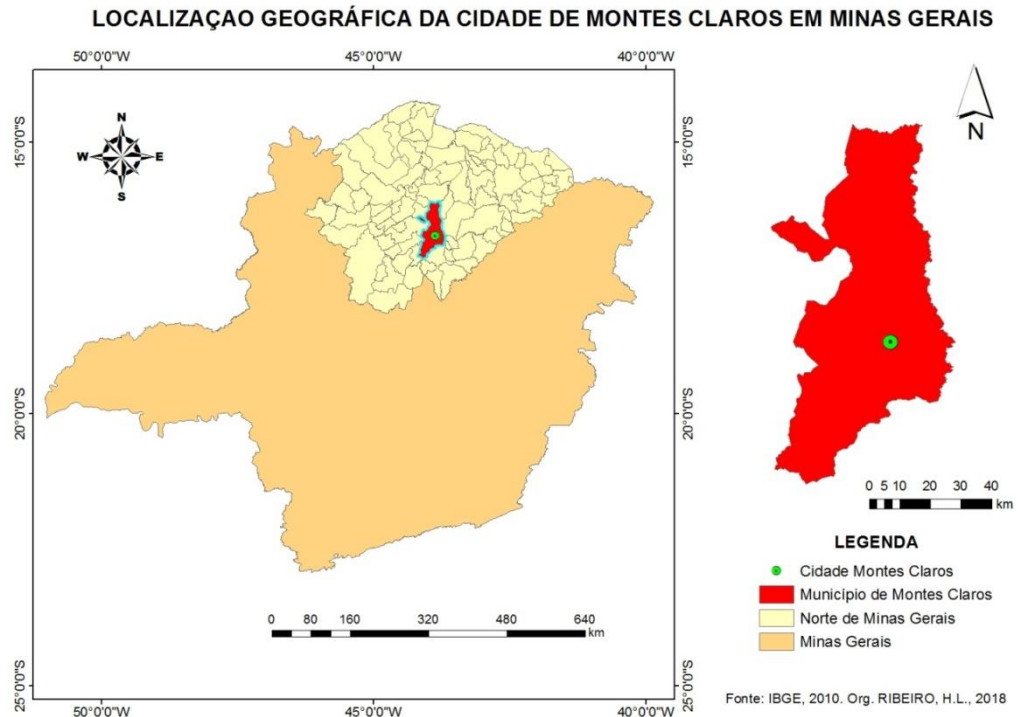
Vale ressaltar que na pesquisa, foram desconsideradas informações sobre crimes que possuem origem diferenciada do que é registrado no sistema REDS, como é o caso dos registros feitos pela Polícia Federal e notícias crimes investigadas pelo Ministério Público.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Caracterização do espaço – Montes Claros/MG

A discussão do conceito de território é complexa e bastante relevante para as mais diversas ciências. Contudo, esta pesquisa não irá buscar conceituar território, mas apenas estudar o fenômeno dos registros de crimes dentro espaço geográfico urbano da cidade de Montes Claros/MG.

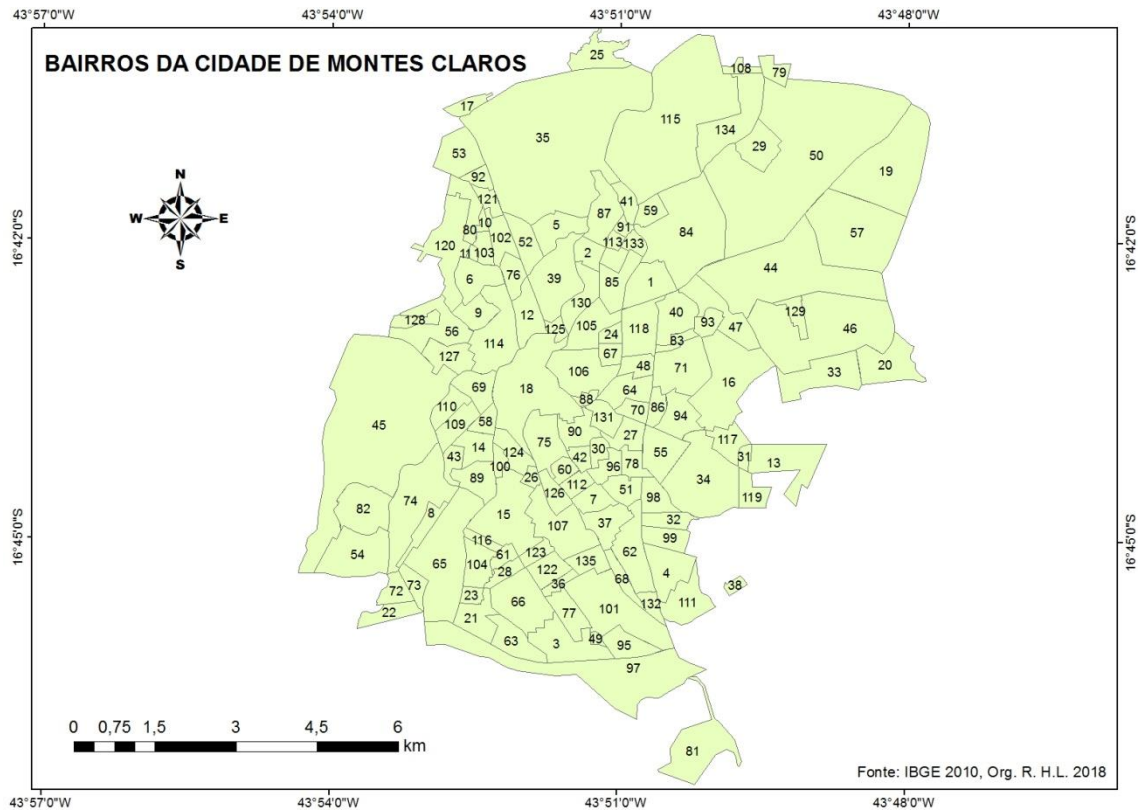
O município de Montes Claros está localizado no Norte de Minas Gerais (Mapa 1), possui uma extensão territorial de 3.568,941 km² figurando no ranking de Minas Gerais na décima sexta posição com maior extensão territorial, com uma população estimada de 402.027 habitantes no ano de 2017. Em 2015, o PIB per capita foi de R\$20.199,41 o salário médio mensal dos trabalhadores formais era de 2,2 salários mínimos e 25,8% da população tinha ocupação formal.



Mapa 1 – Localização geográfica da cidade Montes Claros/MG

A área urbana de Montes Claros possui 135 bairros (mapa 2), conforme IBGE/2010, sendo que com a expansão da cidade a partir da década de 1970, a região oeste veio a ser habitada por uma população de renda mais alta, surgindo novos bairros com melhor infraestrutura. Na região norte foi instalado o parque industrial, originando novos aglomerados com habitações irregulares.

Paralelamente ao crescimento econômico e ao processo de transformação industrial, comércio e serviços que a cidade de Montes Claros foi submetida a partir da década de 1970, vieram o surgimento das favelas/aglomerados. Apesar de haver aglomerados em todas as regiões da cidade, a favelização está presente com maior intensidade nas regiões norte e nordeste, possivelmente em função de ali ter sido criado o distrito industrial e o Presídio Regional, respectivamente.



Fonte: IBGE 2010, Org. R. H.L. 2018

1 - ALCIDES RABELO	24 - CIDADE CRISTO REI	47 - INTERLAGOS	70 - MONTE ALEGRE	92 - SANTA EUGENIA	114 - TODOS OS SANTOS
2 - ALICE MAIA	25 - CIDADE INDUSTRIAL	48 - IPIRANGA	71 - MONTE CARMELO	93 - SANTA LAURA	115 - UNIVERSITARIO
3 - ALTEROSA	26 - CIDADE NOVA	49 - ITATIAIA	72 - MORADA DA SERRA	94 - SANTA LUCIA	116 - VARGEM GRANDE
4 - ALTO BDA VISTA	27 - CINTRA	50 - JARAGUA	73 - MORADA DO PARQUE	95 - SANTA RAFAELA	117 - VENEZA PARQUE
5 - AMAZONAS	28 - CIRO DOS ANJOS	51 - JARDIM ALVORADA	74 - MORADA DO SOL	96 - SANTA RITA II	118 - VERA CRUZ
6 - ANTONIO NARCISO	29 - CLARICE ATAIDE	52 - JARDIM BRASIL	75 - MORRINHOS	97 - SANTO AMARO	119 - VILA ANALIA LOPES
7 - ANTONIO PIMENTA	30 - CLARINDO LOPES	53 - JARDIM ELDOorado	76 - NOSSA SENHORA APARECIDA	98 - SANTO ANTONIO	120 - VILA ATANTIDA
8 - AUGUSTA MOTA	31 - COLORADO	54 - JARDIM LIBERDADE	77 - NOSSA SENHORA DAS GRAÇAS	99 - SANTO ANTONIO II	121 - VILA AUREA
9 - BARCELONA PARK	32 - CONJUNTO BANDEIRANTES	55 - JARDIM PALMEIRAS	78 - NOSSA SENHORA DE FATIMA	100 - SANTO EXPEDITO	122 - VILA CAMPOS
10 - BELA PAISAGEM	33 - DAS ACASSIAS	56 - JARDIM PANORAMA	79 - NOVA AMERICA	101 - SANTO INACIO	123 - VILA GRAICE
11 - BELA VISTA	34 - DELFINO MAGALHAES	57 - JARDIM PRIMAVERA	80 - NOVA MORADA	102 - SANTOS REIS	124 - VILA GUILHERMINA
12 - BRASILIA	35 - DISTRITO INDUSTRIAL	58 - JARDIM SANTA MARIA	81 - PARQUE VERDE	103 - SAO FRANCISCO DE ASSIS	125 - VILA JOAO GORDO
13 - CAMILO PRATES	36 - DONA GREGORIA	59 - JK	82 - PARQUE JARDIM MORADA DO SOL	104 - SAO GERALDO	126 - VILA LUIZA
14 - CANDIDA CAMARA	37 - DOUTOR JOAO ALVES	60 - JOAO BOTELHO	83 - PARQUE PAMPULHA	105 - SAO JOAO	127 - VILA MAURICEIA
15 - CANELAS	38 - DUQUE DE CAXIAS	61 - JOAQUIM COSTA	84 - PLANALTO	106 - SAO JOSE	128 - VILA OLIVEIRA
16 - CARMELO	39 - EDGAR PEREIRA	62 - JOSE CARLOS VALLE DE LIMA	85 - RAUL JOSE PEREIRA	107 - SAO JUDAS TADEU	129 - VILA REAL
17 - CASTELO BRANCO	40 - ESPLANADA	63 - JOSE CORREIA MACHADO	86 - REGINA PERES	108 - SAO LUCAS	130 - VILA REGINA
18 - CENTRO	41 - FLORESTA	64 - LOURDES	87 - RENASCENCA	109 - SAO LUIZ	131 - VILA SAO LUIZ
19 - CHAC RECANTO DOS ARACAS	42 - FRANCISCO PERES	65 - MAJOR PRATES	88 - ROXO VERDE	110 - SAO NORBERTO	132 - VILA TELMA
20 - CHACARA CERES	43 - FUNCIONARIOS	66 - MARACANA	89 - SAGRADA FAMILIA	111 - SION	133 - VILA TIRADENTES
21 - CHACARA DOS MANGUES	44 - GUARUJA	67 - MARCIANO SIMOES	90 - SANTA RITA	112 - SUMARE	134 - VILLAGE DO LAGO
22 - CHACARA PARAISO	45 - IBITURUNA	68 - MARIA CANDIDA	91 - SANTA CECILIA	113 - TANCREDO NEVES	135 - CRISTO REI
23 - CHIQUINHO GUIMARAES	46 - INDEPENDENCIA	69 - MELO			

Mapa – Distribuição dos Bairros da cidade de Montes Claros/MG Identificando os Territórios do Uso e Tráfico de Drogas

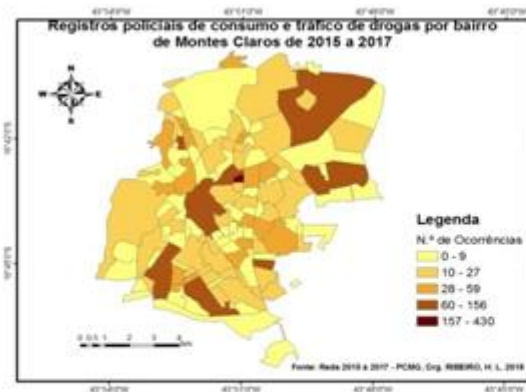
Compreender a rota do tráfico nos centros urbanos é uma tarefa árdua, e na mesma proporção, de fundamental importância no combate à criminalidade, tendo em vista que conhecer o espaço geográfico percorrido pela droga, bem como local onde a mesma é distribuída para o usuário, permite a intervenção pontual dos órgãos de segurança pública, bem como propicia ao governo dados que possam ser utilizados na formulação de políticas públicas de combate ao avanço da criminalidade.

O tráfico de entorpecentes se propaga e instala nos médios e pequenos centros urbanos a cada dia com maior velocidade e consistência, devido a uma série de fatores, entre eles a dificuldade de fiscalização da extensa fronteira do país, descrédito das forças de segurança pública, sensação de impunidade da Justiça, problemas socioeconômicos, alta lucratividade e o grande número de usuários.

Analisando os dados obtidos junto a Polícia Civil de Montes Claros, constata-se que durante no período compreendido entre o ano de 2015 e 2017, o bairro da cidade onde houve o maior número de registros de ocorrências de uso e tráfico de entorpecentes foi no aglomerado Conferência Cristo Rei (mapa 3), localizado

na região central do município. Conforme demonstrado no mapa 3, os registros policiais alusivos ao uso e tráfico de entorpecentes, ocorreram de forma pulverizada nos bairros da cidade, com destaque maior para alguns bairros das regiões nordeste e centro-sul, além do aglomerado Conferência Cristo Rei, onde mais houve registros dos crimes citados.

No período compreendido entre o ano de 2015 e 2017 ocorreram no total de 3035 (três mil e trinta e cinco) registros de ocorrências alusivas ao uso e tráfico de entorpecentes no sistema Reds. Em análise do gráfico 1, constata-se que no ano de 2016 houve uma redução de 0,69 % em comparação ao ano de 2015. Contudo, em 2017 houve um aumento de 1,8 % em comparação ao ano anterior, totalizando 1020 (mil e vinte) registros policiais alusivos ao uso e tráfico de entorpecentes, ou seja, no acumulado do período estudado houve aumento de 0,69% no número dos registros policiais de uso e tráfico de entorpecentes.



Mapa 3– Registros policiais de uso e tráfico de drogas, distribuídos por bairros de Montes Claros/MG

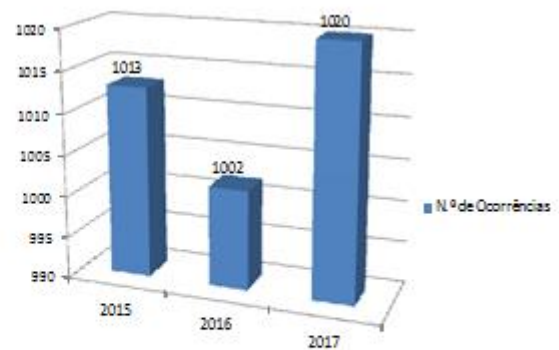


Gráfico 1 – N.º de registros no Reds de Uso e Tráfico de Entorpecentes em Montes Claros 2015-2017

Fonte: Sistema Reds 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO HL., 2018.

Os dados oficiais alusivos a criminalidade que são extraídos somente do sistema REDS podem ter a confiabilidade prejudicada, considerando que a natureza do crime registrada inicialmente pelo policial, nem sempre coincide com o crime que resultou a ação criminal. Pois após os policiais concluírem o registro policial no sistema REDS, o mesmo é encaminhado para o Delegado da Polícia Civil que é o responsável pela investigação, através da instauração de procedimentos investigativos (Inquéritos Policiais e Termos Circunstanciados de Ocorrência). Assim, os registros do sistema REDS que notificam crimes de competência da polícia judiciária estadual, são virtualmente recebidos pelo Delegado de Polícia em outro sistema denominado PCNET, o qual é utilizado somente pela Polícia Civil para a instauração de procedimentos investigativos. De acordo com o entendimento jurídico do Delegado de Polícia, este tipifica a conduta notificada no REDS, que nem sempre é a mesma registrada pelo policial autor do registro, e elenca as tarefas necessárias para apuração da autoria e materialidade do crime ocorrido. Após a conclusão, o procedimento investigativo é remetido ao Promotor de Justiça que também de acordo com o seu entendimento jurídico, que pode ser divergente do Delegado de Polícia, irá denunciar o investigado e concluir qual crime que de fato ocorreu e será julgado pela Justiça Criminal.

Ao compararmos os registros policiais de ocorrências alusivas a uso e tráfico de entorpecentes, no sistema REDS no período compreendido entre os anos de 2015 a 2017, com o número de procedimentos instaurados pela Polícia Civil no Sistema PCNET (gráfico 2), constata-se uma considerável divergência, pois enquanto que no ano de 2017 foram registradas 1.020 ocorrências de natureza de uso e tráfico de entorpecentes no sistema REDS, no sistema PCNET foram instaurados 1.109 procedimentos pela Polícia Civil, correspondendo a uma diferença de 8,73 %. Em relação aos anos de 2016 e 2015, o número de registros no sistema Pcnnet, também foi superior em 3,19% e 4,05%, respectivamente.

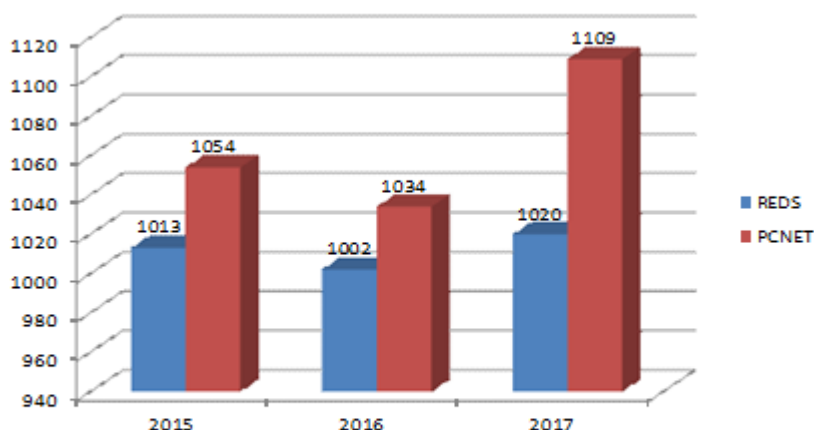


Gráfico 2 – Registros no Reds x Pcnnet em Montes Claros 2015-2017
 Fonte: Sistema Reds 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO H.L., 2018.

Identificando os Territórios de Homicídio

O crime de homicídio, considerado dos mais graves no ordenamento jurídico brasileiro, causa bastante comoção na sociedade, causando sentimento de revolta por parte dos familiares das vítimas e sensação de medo e insegurança na população em geral, fazendo com que os governos constantemente renovem políticas públicas e adotem medidas enérgicas no combate a esse tipo de crime violento.

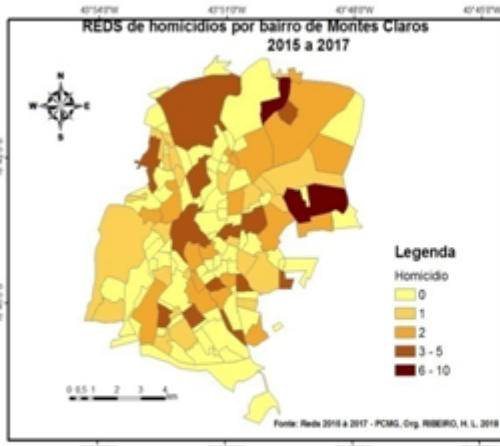
A correlação entre o aumento do crime de homicídio e o aumento dos crimes relacionados a drogas, não é unânime entre os pesquisadores sobre o tema, entretanto a presença de drogas, uso ou tráfico, nos ambientes em que ocorrem homicídios, é bastante significativa, influenciando no comportamento das vítimas e dos autores.

As estatísticas dos locais de onde ocorrem os homicídios nos centros urbanos demonstram que o crime de homicídio em sua maioria é cometido em bairros periféricos dos centros urbanos, onde há maior vulnerabilidade social.

No período compreendido entre os anos de 2015 e 2017, foram registrados no sistema de Registros de Eventos e Defesa Social – REDS, 127 homicídios consumados na cidade de Montes Claros. A região do bairro Village do Lago, localizado na região norte, conforme consta no mapa 3, foi onde registrou o maior número de homicídio consumado no período analisado, sendo no total 10 (dez) homicídios.

Adotar políticas públicas que objetivam o controle e redução do número de homicídios, embasadas somente na extração de dados estatísticos do sistema REDS, pode-se chegar a uma conclusão bastante equivocada e distante da realidade percebida da população, considerando que há diversas outras situações que podem ter havido o crime de homicídio e sido registrado com essa natureza no sistema REDS. Pode-se citar as seguintes situações de exemplo: Uma agressão em que a vítima foi encaminhada para o hospital e veio ao óbito dias após a agressão que foi registrada no sistema REDS com a natureza de lesão corporal ou tentativa de homicídio; A localização de um cadáver, que inicialmente foi registrado no sistema REDS com a natureza encontro de cadáver e com o decorrer das investigações poderá ser confirmado que esse cadáver foi vítima de homicídio; Um corpo encontrado em um rio e/ou piscina, que inicialmente é registrado no sistema REDS como afogamento, e posteriormente com o desenrolar das investigações pode chegar-se a conclusão que houve homicídio.

Analisando o gráfico 3, constata-se que no período compreendido entre os anos de 2015 a 2017, foram registrados no sistema REDS, 127 (cento e vinte e sete) ocorrências de homicídio consumado na cidade de Montes Claros e 260 (duzentos e sessenta) registros de homicídio tentado. É possível que muitas das vítimas dos registros de homicídios tentado, tenham evoluído ao óbito, contudo os registros do sistemas Reds permanecem como homicídio tentado não sendo atualizado com o resultado da ação criminal inicialmente registrada.



Mapa 4 - Registros de homicídio consumado, distribuídos por bairros de Montes Claros/MG
 Fonte: Sistema Reds 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO H.L., 2018

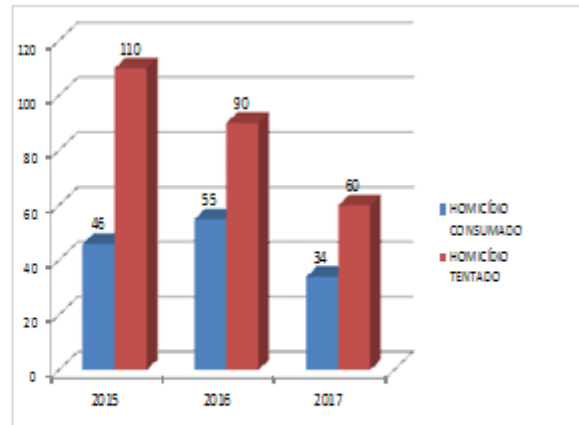


Gráfico 3 – N.º de registros de homicídio consumado e tentado em Montes Claros/MG 2015-2017.
 Fonte: Sistema Reds 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO H.L., 2018

Confrontando os dados oficiais das ocorrências de homicídio consumado em Montes Claros/MG registrados pelas polícias civil e militar no sistema REDS, com os dados alusivos a instauração de inquérito policial no Sistema PCNET, constata-se que no ano de 2016, o número de registros no sistema REDS, coincidiu com o número de inquéritos policiais instaurados pela Polícia Civil no sistema PCNET, contudo em 2015 e 2017, houve divergências, sendo que no sistema PCNET, houve um número maior de instauração de inquérito Policial de homicídio, em comparação aos registros no sistema REDS, destacando o ano de 2017 em que essa diferença foi de 06 registros, conforme demonstra o gráfico 4.

Seguindo a mesma tendência dos registros de homicídio no sistema REDS em relação aos procedimentos instaurados no sistema PCNET, o gráfico 5 apresenta o confronto entre os registros alusivos a homicídio tentado do sistema REDS com os registros de homicídio tentado do sistema PCNET.

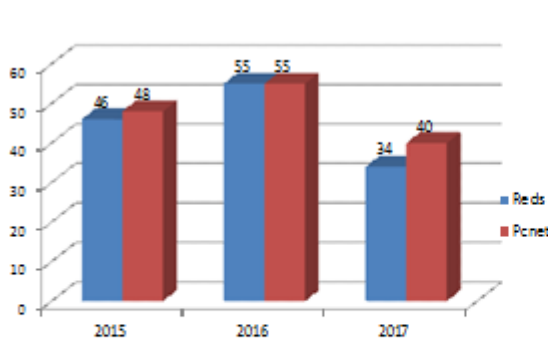


Gráfico 4 – Registros de homicídios consumado no Reds x Instauração de Inquérito Policial no Pcnets em Montes Claros/MG 2015-2017
 Fonte: Sistema Reds 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO H.L., 2018.

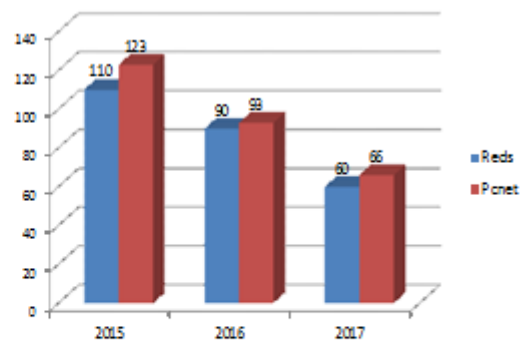


Gráfico 5 - Registros de homicídio tentado no Reds x Instauração de Inquérito Policial no Pcnets em Montes Claros/MG 2015-2017.
 Fonte: Sistema Reds 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO H.L., 2018.

Identificando os Territórios de Roubo

Os crimes contra o patrimônio (principalmente roubo e furto) são os que ocorrem com maior frequência e conseqüentemente são os que proporcionam maior sensação de insegurança para a população e tendem a ocorrer nas regiões onde há maior circulação do capital. No que se refere a crimes contra o patrimônio, a pesquisa estudou somente os registros de roubos na área urbana da cidade de Montes Claros/MG, excluindo, portanto os demais crimes contra o patrimônio e os registros de roubo ocorridos nos distritos, áreas rurais e rodovias do município de Montes Claros/MG;

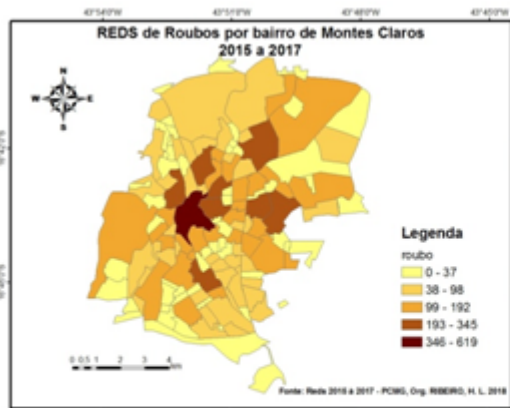
No período compreendido entre os anos de 2015 e 2017, foram registradas no sistema REDS pelas polícias civil e militar, o total de 10.205 (dez mil, duzentos e cinco) ocorrências de roubo, média de 3.401 (três mil, quatrocentos e uma) ocorrências por ano, 283 (duzentos e oitenta e três) ocorrências por mês, ou seja, a cada dia há em média pelo menos 09 (nove) vítimas de roubo na cidade de Montes Claros/MG. Conforme demonstra o mapa 5, grande parte dos registros de roubo foram concentrados nos bairros da região central e

bairros adjacentes. Verifica-se ainda, que nas áreas periféricas e regiões onde há aglomerados, os números de ocorrências de roubo foram inferiores a 99 registros durante o período analisado, bem inferior se comparado a área central.

Ao confrontarmos a localização de onde ocorrem os delitos de homicídio (mapa 4), com os locais que ocorrem os delitos de uso e tráfico de entorpecentes (mapa 3), bem como com os locais dos delitos de roubo (mapa 5), no que se refere ao espaço geográfico, percebe-se que esses crimes não tendem a ocorrer na mesma região, considerando que as regiões de maior incidência de cada delito não coincidem.

Cabe ressaltar que, os registros policiais das ocorrências de roubo podem não coincidir com a sensação percebida pela população, tendo em vista a possibilidade de ter ocorrido a subnotificação dos registros nos casos em que a vítima, por considerar o objeto roubado de pequeno valor, ou por não acreditar que a polícia irá solucionar o seu problema, ou ainda por medo do autor, não tendo acionado os órgãos de segurança pública para efetuar o registro.

Analisando o gráfico 6, constata-se uma considerável diferença entre o número de ocorrências policiais de roubo registrados no sistema REDS no período de 2015 à 2017 e o número de procedimentos instaurados pela polícia Civil no sistema PCNET. Em 2015 o número de procedimentos instaurados no sistema PCNET corresponde a apenas 14,27% do total de registros no sistema REDS, enquanto que nos anos seguintes, 2016 e 2017, correspondem a 12,96% e 14,98%, respectivamente. Percebe-se ainda, que o número de procedimentos investigativos instaurados no sistema PCNET, permaneceu constante entre os anos de 2015 e 2017, enquanto que os registros no sistema REDS apresentaram considerável variação, sendo que 2016 houve um aumento de 24,72% no número de registros de ocorrências de roubo em comparação ao ano anterior, enquanto que em 2017, os registros de roubo reduziram 25,75% em relação ao ano de 2016. No acumulado do período estudado, os registros de roubo reduziram em 7,4%.



Mapa 5-Registros de roubo, distribuídos por bairros de Montes Claros/MG 2015-2017

Fonte: Sistema RedS 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO H. L., 2018.

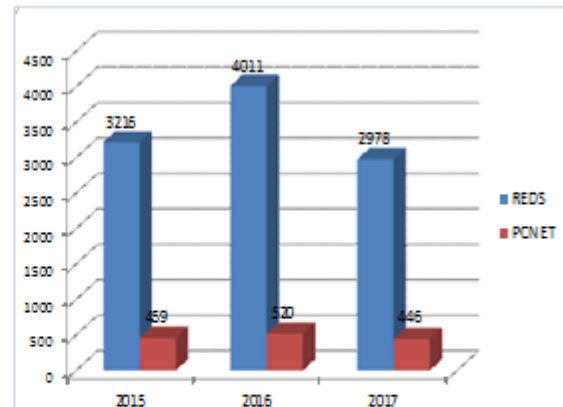


Gráfico 6 – Registros de roubo no sistema RedS x Pcnnet em Montes Claros/MG 2015-2017

Fonte: Sistema RedS 2015-2017 – PCMG 2018. Org. RIBEIRO H. L., 2018.

4.5 Orçamento Público

O orçamento público está previsto na Constituição Federal de 1988, através do planejamento da atividade econômica elaborado pelo Poder Executivo, que tem sua aprovação pelo Poder Legislativo embasadas no PPAG – Plano Plurianual de Ação Governamental e as diretrizes orçamentárias que compõem a LDO – Lei de Diretrizes Orçamentária e LOA – Lei Orçamentária Anual. O PPAG define o escopo de atuação do Estado para um período de quatro anos e é elaborado no primeiro ano de um governo e permanece vigente até o final do primeiro ano do governo seguinte.

É através da análise do orçamento fiscal, que a população estabelece, por meio dos seus representantes, as prioridades dos serviços públicos. Dentre os diversos demonstrativos orçamentários presentes na Lei Orçamentária Anual do Estado de Minas Gerais, a pesquisa fez uma breve análise dos valores orçamentários estabelecidos nas metas do PPAG do período de 2012 a 2017 para investimento em Gestão da Informação e transparência da Polícia Civil no mesmo período, em confronto com a dotação orçamentária executada na Lei Orçamentária Anual.

Analisando o PPAG e a LOA do Estado de Minas Gerais no período de 2012 a 2017, constata-se que com a posse do novo governo de Minas Gerais em 2015, e conseqüentemente acarreta em mudança dos gestores, houve alteração na nomenclatura e aglutinação de algumas contas do orçamento público da Polícia Civil, referentes à Gestão de desenvolvimento da Tecnologia da Informação, comunicação, controle e

transparência. Isso acarretou em dificuldades de avaliar qual a diferença real que de fato ocorreu entre os recursos inicialmente previstos para a transparência no PPAG e os valores executados na dotação orçamentária da LOA. A conta do orçamento da Polícia Civil de Minas Gerais entre os anos de 2012 e 2014, que era relacionada com a finalidade de transparência, denominava Gestão da Informação, contudo a partir de 2015, no orçamento público passou a vigorar com a nomenclatura de Gestão da Tecnologia da Informação e Comunicação.

O gráfico 7 demonstra que apenas nos anos de 2012 e 2016, que coincidem com o primeiro ano de cada governo que assumiu o Estado, a meta prevista para a Gestão de Informação e transparência da Polícia Civil, coincidiu com a dotação orçamentária da LOA. Nos demais períodos, anos de 2013, 2014, 2015 e 2017, os investimentos em transparência executados pela LOA foram bem inferiores ao que inicialmente estava previsto no PPAG, destacando o ano de 2014 em que estava previsto no PPAG o investimento de R\$40.000.000 na gestão de informação e transparência da Polícia Civil, enquanto a execução da dotação orçamentária foi de apenas R\$4.925.964,00, correspondendo há apenas 12,31% da meta prevista.

Essa redução de investimentos no desenvolvimento da gestão de transparência pode implicar diretamente nos métodos adotados para a construção de indicadores de criminalidade, o que pode vir a prejudicar a confiabilidade dos dados oficiais, não coincidindo com a percepção da sociedade.

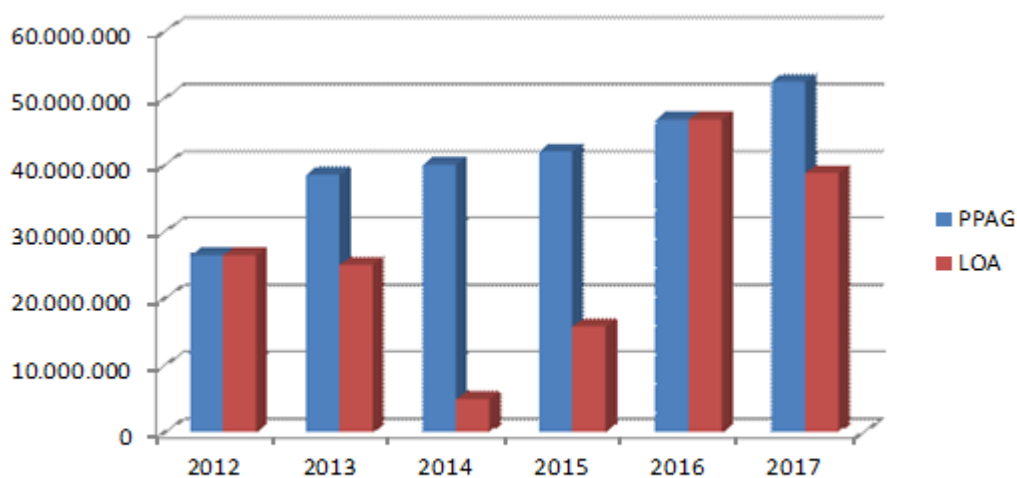


Gráfico 7 – Orçamento Público da Polícia Civil – Gestão da Informação 2012-2017
 Fonte: ALMG-PPAG/LOA 2012-2017 Org. RIBEIRO H.L., 2018.

Confiabilidade dos dados oficiais

Uma política pública elaborada com embasamento em dados que não demonstram a realidade, pode não atingir o seu objetivo final, razão pela qual, os dados estatísticos oficiais devem ser os mais confiáveis possíveis, tendo em vista que as políticas públicas contemporâneas vêm sendo fortemente criadas e implantadas com embasamento em dados estatísticos oficiais.

O governo de Minas Gerais tem dificuldades em obter os dados estatísticos que demonstrem a realidade percebida pela população, em função da ausência de um método de registro e sistema integrado entre os órgãos de segurança pública e justiça criminal, bem como em função das subnotificações e subregistros de crimes. A título de exemplo pode-se citar os registros dos crimes de homicídios que ocorrem na sociedade, em razão da SEDS – Secretaria de Estado de Defesa Social utilizar como dados oficiais os registros do sistema REDS, os quais são inseridos no momento do fato criminoso e não no resultado da ação e das investigações. Assim, o governo deveria priorizar investimentos em pesquisas de metodologias objetivando a criar mecanismos técnicos junto aos órgãos de segurança pública e de justiça criminal, objetivando a padronização de elaboração e divulgação de indicadores criminais, visando propiciar maior transparência na gestão dos órgãos envolvidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os crimes de roubo, homicídio uso e tráfico de drogas comprometem o convívio social causando tumulto e discórdia, culminando no aumento da sensação de insegurança da população. Essa sensação nem sempre vai de encontro aos números da criminalidade divulgados pelos órgãos de segurança pública, tendo em vista que as estatísticas oficiais são sujeitas a subnotificações, subregistros, ausência de integração dos dados

entre os órgãos de segurança pública e justiça criminal, considerando não haver padronização nos critérios de colheita dos dados.

No período estudado, foi constatado que não houve investimentos de forma progressiva na gestão de informação e transparência da Polícia Civil de Minas Gerais. Contrariamente a ideia de investimento em transparência na gestão pública, ao contrário, o que foi possível concluir, é que nem os investimentos iniciais previstos pelo PPAG em gestão da informação e transparência, foram significativamente reduzidos a partir de 2012, o que pode ter implicado negativamente na sociedade no sentido de buscar a transparência na gestão da segurança pública.

A partir da análise desta pesquisa foi possível constatar que a Delegacia Regional de Polícia Civil de Montes Claros não possui autonomia orçamentária, sendo a Superintendência de Planejamento Gestão e Finanças, gestora do orçamento público da Polícia Civil de Minas Gerais, sendo que a mesma não especifica em conta própria os valores dos recursos destinados à Gestão da informação e transparência de cada departamento da Polícia Civil de Minas Gerais. Foi constatado também que a partir de 2015, a conta orçamentária da polícia civil destinada a transparência, passou a denominar Gestão da Tecnologia Informação e Comunicação, a qual possui a finalidade de transparência na gestão pública, e também estão inclusos investimentos em supervisão de atividades operacionais, de informações e tecnologia da informação, concluindo portanto que a prática de *accountability* e transparência na gestão estão prejudicadas.

O modelo de gestão da Polícia civil é orientado por resultados, contudo percebe-se que o termo *accountability* ainda não é efetivamente utilizado na gestão pública da segurança pública do Estado de Minas Gerais, tendo em vista a ausência de um sistema integrado entre os órgãos de segurança pública e justiça criminal, constituído dos valores que permeiam cada instituição, contendo limites de avaliação e os riscos inerentes à formulação de indicadores impróprios e mal construídos, necessitando portanto, de maior atenção por parte dos governos, tendo em vista, entre outros, a ausência de um sistema integrado de informação entre os órgãos de segurança pública e Justiça Criminal, a partir de pesquisas de vitimização e dados socioeconômicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/montes-claros/panorama>> Acesso em 10/03/2018
- [2] POLLITT, C. (1990), **Managerialism and the public services — the angloamerican experience**. Oxford/Massachusetts: Basil Blackwell.
- [3] ABRUCIO, Luiz Fernando. **O impacto do modelo gerencial na Administração Pública**, Cadernos Enap, Editora Vera Lucia Petrucci, 1997.
- [4] DEBUS, I; NASCIMENTO, E. R. **Lei Complementar n.º 101/200: entendendo a Lei de Responsabilidade**. Brasília: ESAF2002.
- [5] CAMPOS, Ana Maria. **Accountability: Quando poderemos traduzi-la para o português?** Revista da Administração Pública. Rio de Janeiro: FGV, fev./abr. 1990
- [6] ROCHA, Arlindo Carvalho: **Accountability na Administração Pública: A atuação dos Tribunais de Contas**. XXXIII EnANPAD. São Paulo, set. 2009.
- [7] O'DONNELL, Guillermo. **Accountability horizontal e novas poliarquias**. Revista Lua Nova. São Paulo: CEDEC, Nº 44, 1998
- [8] ABRUCIO, Fernando Luiz; LOUREIRO, Maria Rita. **Finanças Públicas, Democracia e accountability**. In ARVATE, Paulo Roberto; BIDERMAN, Ciro (orgs.). Economia do Setor Público no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2004
- [9] MIRANDA, Ana Paula Mendes de. **As pesquisas de vitimização e a formulação de políticas públicas. In: Reflexões sobre segurança pública e justiça criminal numa perspectiva comparada**. Roberto Kant de Lima... [ET al.] organizadores. – Brasília: Secretaria Especial de Direitos Humanos, 2008.
- [10] DURKHEIM, Émile. **As Regras do Método Sociológico**. 3ª ed. São Paulo: Editora Nacional, 1963.
- [11] Jannuzzi, Paulo de Martino, **Indicadores socioeconômicos na gestão pública** / Paulo de Martino Jannuzzi. – Florianópolis : Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília] : CAPES : UAB, 2009.
- [12] SISTEMA INTEGRADO DE DEFESA SOCIAL. Disponível em: <<http://web.sids.mg.gov.br/reds>> Acesso em 18 de abril de 2018
- [13] SECRETARIA DE ESTADO DE DEFESA SOCIAL. Disponível em: <<http://www.seds.mg.gov.br/component/gmg/page/356-integração>> Acesso em 05 de abril de 2018
- [14] ILANUD . **Pesquisas de vitimização**. Revista do ILANUD , n. 10. São Paulo: 1998.

- [15] CATÃO, Yolanda. **Pesquisas de vitimização**. In: Cerqueira (Org.); Lemgruber (Org.); Musumeci (Org.). II Encontro do Fórum de Debates sobre Criminalidade, Violência e Segurança Pública no Brasil. Rio de Janeiro: IPEA e CESeC/UCAM, agosto de 2000
- [16] MUSUMECI, Leonarda (Coord.) **Reforma do Estado e proteção social – Subprojeto Segurança Pública**. Relatório de pesquisa. Rio de Janeiro: IE/UFRJ-MARE-CAPES-CNPq, janeiro de 2000 (disponível em <http://www.ie.ufrj.br>)
- [17] PISCITELLI, Roberto Bocaccio; TIMBÓ, Maria Zulene Farias; ROSA, Maria Berenice. **Contabilidade Pública: Uma Abordagem da Administração Financeira Pública**. 7. ed. rev. São Paulo: Atlas, 2002. 364 p
- [18] PEDERIVA, João Henrique. Accountability, **Constituição e Contabilidade**. Revista de Informação Legislativa, Brasília, a. 35, n. 140, out./dez. 1998. P. 17-39.
- [19] PIRES, Lenin. **Efetivos Policiais no Brasil: uma reflexão sobre validade de dados estatísticos e técnicas de pesquisas**. In: Anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, ano 2, 2008.
- [20] GOMES, Pedro Ivo Jorge. **Território, Criminalidade e Tráfico de Drogas Ilícitas em Montes Claros/MG**. Tese: Programa de Pós-Graduação em Geografia– Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia – MG. 2016.
- [21] DURANTE, M.O.; ZAVATARO, B. **Limites e desafios da evolução da gestão em segurança pública no Brasil: a importância do uso de indicadores de avaliação de desempenho**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, Fundação Seade, v. 21, n. 1, p. 76-91, jan./ jun. 2007.
- [22] FELIX, Sueli Andruccioli. **Geografia do Crime**. São Paulo. Revista de Geografia: Editora UNESP. V13, 1996
- [23] FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1975. **Microfísica do Poder**. 18ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1987
- [24] VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatório de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Ed. Atlas, 2000, 3ªed.

ANÁLISE DE NÃO CONFORMIDADES ENCONTRADAS EM PRONTUÁRIOS: UM ESTUDO DE CASO EM UM HOSPITAL PÚBLICO EM MINAS GERAIS

SILVA, Rosiane Ferreira ¹;

VELOSO, Márcio Antônio Alves ²

Resumo

O presente artigo tem como objetivo apresentar os resultados de um estudo a respeito de não conformidades encontradas em prontuários de um hospital público no Norte de Minas. Por não conformidade entende-se os apontamentos/anotações que deixam de ser feitos nos prontuários pelos profissionais que os manuseiam. É uma pesquisa descritiva e exploratória, de abordagens quantitativa e qualitativa, através das quais foram observados, registrados, analisados, classificados e interpretados dados disponibilizados pelo setor de Auditoria da unidade de análise. Para a organização e tabulação dos dados foi utilizado o software MS-Excel. Os resultados obtidos permitiram observar que as não conformidades encontradas nos prontuários que mais se repetiram ao longo dos meses foram a falta de justificativa de procedimento especial, ausência de anotação da enfermagem e documentos trocados. Percebeu-se que tais pendências ocorreram sobretudo por falhas nas execuções de atividades dos profissionais envolvidos. Foram propostas sugestões de melhorias, como treinamento e conscientização daqueles que manuseiam os prontuários médicos; a construção detalhada de um fluxograma do processo de confecção e manuseio dos prontuários, o zelo por uma atuação permanente e continuada do profissional técnico administrativo e uma adaptação no software atualmente utilizado no hospital.

Palavras-chave: Não conformidades; Prontuários Médicos

Introdução

A missão essencial de uma instituição hospitalar é atender a seus pacientes da maneira mais adequada possível. Para tanto, ela deve preocupar-se com a melhoria permanente da qualidade de sua gestão e assistência, buscando uma harmonia das áreas médica, administrativa, econômica, tecnológica, assistencial e – no caso dos Hospitais Universitários – de docência e pesquisa. Manter um adequado nível de organização dos prontuários médicos é, dentre outras, parte essencial desse cenário que a leva a cumprir tal propósito, pois é através desse instrumento que se toma conhecimento das informações, documentos e imagens registradas, gerados a partir de fatos, acontecimentos e situações sobre a saúde do paciente e a assistência a ele prestada desde sua entrada na instituição até a sua alta.

As informações, registros e documentos contidos nos prontuários devem ser de alto nível de qualidade, tratados com seriedade, livres de equívocos, completos e tempestivos. Tal conduta permite a redução do número de prontuários em trânsito pelos setores e profissionais do hospital, possibilita a entrega ao setor de Faturamento em tempo hábil, diminui o volume de trabalho no setor de Auditoria, facilita as atividades do profissional responsável pela organização dos prontuários e contribui para um fluxo de atividades contínuo e proveitoso dentro da organização hospitalar.

Atualmente, porém, no Hospital Universitário Clemente de Faria (HUCF) a maneira como essas informações e documentos são registrados, manuseados, anexados e organizados nos prontuários dos pacientes podem vir a contribuir para que ocorram atrasos, glosas, rejeições e déficits financeiros para a Instituição. Mediante tal cenário, buscou-se com o presente estudo, identificar as incidências de não conformidades em prontuários do HUCF no período de Janeiro a Outubro de 2017, utilizando-se de relatórios do setor de Auditoria, a fim de se buscar origens e frequência das não conformidades apuradas no período, bem como para propor soluções de melhoria para as pendências evidenciadas.

Metodologia

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, de abordagens quantitativa e qualitativa, através das quais foram observados, registrados, analisados, classificados e interpretados dados disponibilizados pelo setor de Auditoria da unidade de análise (HUCF), tendo ainda como unidade de observação o Prontuário Médico e como objeto de estudo o setor de Auditoria.

Utilizou-se como método de coleta de dados a observação não participante e a pesquisa documental. Para a análise dos dados coletados nesse estudo foi utilizado o software MS-Excel, no qual foram feitas tabelas para agrupar todas as informações contidas nos relatórios gerados no setor de Auditoria do HUCF.

Referencial Teórico

Dentre as muitas funções a serem desempenhadas pelo Estado, está a oferta dos serviços públicos, advindos dos direitos sociais que, segundo o artigo 6º da Constituição Federal de 1988, são: a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância e a assistência aos desamparados. (BRASIL, 1988)[1]. Para o presente estudo, destaca-se a prestação dos serviços de saúde, que, feita pelo Estado, se dá através do SUS (Sistema Único de Saúde) nos hospitais públicos e privados.

Para a Política Nacional de Atenção Hospitalar (PNHOSP), no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS), “os hospitais são instituições complexas, com densidade tecnológica específica, de caráter multiprofissional e interdisciplinar, responsáveis pela assistência aos usuários com condições agudas ou crônicas, que apresentem potencial de instabilização e de complicações de seu estado de saúde (...)”(BRASIL, 2018) [2]

No Brasil, os hospitais universitários são entendidos como centros de formação de recursos humanos e de desenvolvimento de tecnologias para a área de saúde, que prestam serviços à população, elaboram protocolos técnicos para diversas patologias e oferecem programas de educação continuada, que permitem atualização técnica dos profissionais do sistema de saúde. São um prolongamento de um estabelecimento de ensino em saúde. (ARAÚJO, 2013) [3]

Por estar inserido na área da saúde pública o HUCF, unidade de análise desse estudo, não visa lucro, mas sim um equilíbrio de suas contas. Um dos setores fundamentais nesse processo é o setor de faturamento que, para MAURIZ *et al apud* SILVA (2015, p.16) [4] é o processo pelo qual se faz a conversão de valores e traduz em moeda corrente todas as operações de serviços assistenciais em saúde, materiais e medicamentos utilizados pelo hospital em seus atendimentos, produzindo-se a conta hospitalar a fim de se resgatar o capital aplicado.

Essa conta hospitalar é gerada a partir da análise minuciosa de um instrumento denominado Prontuário Médico que, segundo Araújo (2013)[3] é o documento que permeia toda a atividade assistencial, de pesquisa e ensino e atividade administrativa. Os registros que nele devem haver, precisam ser feitos tempestivamente, os resultados de exames laboratoriais e de imagem realizados pelo paciente durante sua internação devem estar anexados ao mesmo, as assinaturas e carimbos obrigatórios, bem como as justificativas para procedimentos especiais, para longa permanência e para mudança de procedimento, caso tenham acontecido, também devem constar no prontuário.

Resultados e discussões

Esse estudo teve como principal foco encontrar respostas que visassem a esclarecer o seguinte problema de pesquisa: Quais as não conformidades encontradas com maior incidência em prontuários do HUCF e como mitigá-las? Para a concretização desta proposta, buscou-se conhecer e analisar os relatórios gerados no setor de Auditoria do referido hospital, destacando-se os dados referentes à quantidade apurada das não conformidades, as clínicas onde suas ocorrências fazem-se mais volumosas e quais não conformidades mais se repetiram ao longo do período em análise.

Para cada mês foram feitas duas tabelas - no software MS-Excel - através das quais observou-se que não há um comportamento homogêneo na frequência de incidências mensais das não conformidades, uma vez que houve meses com menos de 500 e meses com mais de 1000 não conformidades, tal fato pode ser exemplificado ao constatar-se que em Junho o número de pendências foi de 406 e em Outubro essa quantidade subiu para 1070. Em contrapartida, com relação às clínicas Bloco Cirúrgico, Cirúrgica e Maternidade, observou-se que há uma constância quase que ininterrupta na frequência de ocorrência das não conformidades.

As clínicas que mais e que menos apresentaram pendências no período em análise foram, respectivamente a Cirúrgica, com um total de 1508 não conformidades e o Bloco Cirúrgico, com 106.

Os resultados obtidos permitiram observar que as não conformidades encontradas nos prontuários que mais se repetiram ao longo dos meses foram a falta de justificativa de procedimento especial (1327), ausência de anotação da enfermagem (785) e documentos trocados (655).

Conclusão e Considerações Finais

Após o tratamento e tabulação dos dados coletados chegou-se às seguintes conclusões: As não conformidades que mais ocorreram no período analisado, foram as mesmas em praticamente todos os meses e suas origens, quase sempre se deram nas mesmas clínicas. As clínicas que configuraram no topo e na base quando da observação das quantidades de não conformidades ocorridas em seus ambientes, foram a Clínica Cirúrgica em 60% das vezes e o Bloco Cirúrgico em 50%, respectivamente. As não conformidades que mais se repetiram ao longo dos meses, se deram principalmente pelo não cumprimento de protocolos preestabelecidos por parte dos profissionais da enfermagem e médicos, além de falta de atenção dos responsáveis por anexar aos prontuários os documentos dos pacientes.

Concluiu-se que há falhas sanáveis no processo pelo qual passa o prontuário médico, uma vez que percebeu-se que suas origens se dão, sobretudo, pela atuação humana. Frente a isso, foram propostas algumas sugestões de melhoria: treinamento e conscientização de todos os que manuseiam o prontuário médico; construção detalhada e precisa de um fluxograma do processo de confecção, manuseio e dos setores por quais passam os prontuários dos pacientes; uma adaptação no software atualmente utilizado no HUCF para que os campos obrigatórios não preenchidos ou preenchidos incorretamente pelo profissional responsável impeçam o seu seguimento para o campo posterior; e o zelo por uma atuação permanente, continuada e constantemente monitorada do profissional técnico administrativo responsável pela organização, guarda e repasse dos prontuários médicos.

Referências

[1] BRASIL, Constituição Federal de 1988. Art. 196.

[2] BRASIL, Ministério da Saúde. Disponível em <http://www.saude.mg.gov.br/sus>. (Acesso em 31/03/2018).

[3] ARAÚJO, Kizi Mendonça de; LETA, Jacqueline. **Os Hospitais Universitários Federais e suas missões institucionais no passado e no presente**. Recebido para publicação em dezembro de 2012. Aprovado para publicação em junho de 2013.

[4] SILVA, Rosiane Ferreira. **A otimização do Tempo de Faturamento Hospitalar no Hospital Universitário Clemente de Faria**, 2015.

REFLEXO DA LEI DA MICROEMPRESA NA EXECUÇÃO DOS CONTRATOS LABORATORIAIS DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO CLEMENTE DE FARIA – HUCF - MONTES CLAROS- MG

**SILVA, Ana Claudia Aparecida da⁹⁷
SANTOS, Otil Carlos Dias dos⁹⁸**

RESUMO: Diante da experiência vivenciada nos processos de licitação no Hospital Universitário na área de Apoio Diagnóstico, surgiu a observação de que havia contratos realizados com micro e pequenas empresas nos quais não eram finalizados, devido ao descumprimento contratual, causando falta de fornecimento de materiais, enquanto outras empresas que não se enquadrava na condição de microempresa mantinha a continuidade do fornecimento. Segundo a Lei 8.666/93 as normas de licitações e contratos devem privilegiar o tratamento diferenciado e favorecido às microempresas e empresas de pequeno porte na forma da lei. Portanto, o objetivo desta pesquisa é discutir o reflexo da legislação da microempresa na execução dos contratos; argumentar sobre a gestão de contratos no serviço público; analisar o nível de cumprimento dos prazos contratuais e verificar os efeitos da legislação na execução dos contratos. A metodologia foi desenvolvida por meio de análise de contratos laboratoriais do período de 2015 a 2017, utilizando-se o a base dados informatizada do setor de contrato por meio do Portal de Compras MG, sistema de gestão de contratos do Estado de Minas, juntamente com legislação de microempresa vigente. Os resultados apurados demonstraram que o principal motivo da descontinuidade dos contratos em relação às microempresas se deu pela falta de pagamento do estado aos fornecedores, os prazos previstos nos mesmos. Desta forma, conclui-se que o governo criou a lei 123/2006 com objetivo de favorecer as micros e pequenas empresas nos processos licitatórios com o intuito de proporcionar o desenvolvimento nacional sustentável o que de certa forma atinge as economias regionais. No entanto, tais empresas têm-se beneficiado da legislação, porém, não possui condições de cumprir com suas obrigações contratuais, causando sérios problemas à Administração Pública e até mesmo interrupção de serviços prestados a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: 1. Administração Pública. 2. Planejamento. 3 Contrato. 4. Microempresa.

ABSTRACT: Experience lived in bidding processes at the University Hospital in the area of Diagnostic Support, an observation emerged that the opportunities of a hospital work were not completed due to contractual noncompliance, lack of supply of materials, while other companies that do not fall under the condition of micro-enterprise-maintained continuity of supply. According to Law 8.666/93, as the rules of bids and contracts must be privileged, the differential and favored treatment of micro and small enterprises in the form of a law. Therefore, the objective is to discuss the reflection of microenterprise legislation in the execution of contracts; to argue about contract management in the public service; the deadline contract and the results of the law in the execution of the contracts. The measure was developed through a laboratory analysis of the period from 2015 to 2017, using a computerized database of the contract sector through the MG Procurement Portal, a system of management of contracts of State of Minas Gerais, of microenterprise in force. The verified results showed that the main reason for the discontinuity of the contracts in relation to the microenterprises was due to the lack of payment of the state to the suppliers, the terms provided in them. In this way, it is concluded that the government created a law 123/2006 with the objective of favoring that the national and small processes are lawful with the purpose of driving the development of national policies. However, such companies have benefited from the legislation, however, impede the fulfillment of their contractual obligations, causing serious problems to the Public Administration and even disruption of services provided to society.

KEY WORDS: 1. Public Administration. 2. Planning. 3 Contract. 4. Microenterprise

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho buscou elucidar de maneira sinóptica o reflexo da legislação 123/2006[1] da microempresa na execução dos contratos do Hospital Universitário Clemente de Faria – HUCF.

O HUCF é um Hospital Universitário e Público, que garante atendimento exclusivamente gratuito à população e integra a estrutura da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes. Faz parte da rede de urgência e emergência da Macrorregião Norte de Minas Gerais, atendendo a mais de 90 municípios e integra a

⁹⁷ Acadêmica de Pós-Graduação em Gestão Pública da UNIMONTES. E-mail: aidualc401@gmail.com

⁹⁸ Professor da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES. E-mail: otil.dias@gmail.com

Rede Cegonha. São mais de 1.300 profissionais, superando 40 mil procedimentos mensais, entre consultas, exames e cirurgias e cerca de 200 partos por mês, com destaque para a Maternidade, reconhecida pelos métodos eficientes prestados à mulher e à criança, que concederam ao hospital títulos como Maternidade Segura, Amigo da Criança e Prêmio Professor Galba de Araújo. Sua estrutura oferece 182 leitos hospitalares para atendimentos de emergência, maternidade, internação em diversas áreas clínicas e cirúrgicas e unidades de tratamento intensivo e semi-intensivo adulto, neonatal e pediátrica. Também dispõe de pronto-socorro 24 horas, UTI Adulto (sete leitos) e UTI Neonatal e Pediátrica, com 20 leitos (10 para tratamento intensivo e 10 para tratamento intermediário), além de 10 leitos de internação hospitalar (HU em Casa).

A justificativa para a pesquisa baseou-se na experiência vivenciada nos processos de licitação no Hospital Universitário na área de Apoio Diagnóstico, na qual, surgiu a observação de que havia contratos realizados com micro e pequenas empresas dos quais não eram finalizados, devido ao descumprimento contratual, causando falta de fornecimento de materiais, enquanto outras empresas que não se enquadrava na condição de microempresa mantinha a continuidade do fornecimento.

O objetivo geral desse trabalho é discutir o reflexo da legislação da microempresa na execução dos contratos. Como objetivos específicos, esse trabalho buscou elucidar sobre a gestão de contratos no serviço público; analisar o nível de cumprimento dos prazos contratuais e verificar os efeitos da legislação 123/2006[1] na execução dos contratos.

Do ponto de vista metodológico, a análise incluída nesta pesquisa é quanti-qualitativa. Os procedimentos metodológicos conduzem para o “Estudo documental”. Segundo Gil (1991[2]), as pesquisas elaboradas a partir de documentos são importantes, não porque respondem definitivamente a um problema, mas, porque proporcionam melhor visão desse problema.

A unidade de análise desta pesquisa são os contratos administrativos de fornecimento de consumos e insumos laboratoriais executados no âmbito do Hospital Universitário Clemente de Faria – Unimontes Montes Claros/MG. Inicialmente, foi feita uma pesquisa documental, com identificação de fontes capazes de fornecer respostas adequadas ao problema, utilizando livros, periódicos científicos, teses, dissertações e legislações.

Logo em seguida realizou-se uma seleção dos contratos laboratoriais executados no período de 2015 a 2017, vinculados às microempresas e empresas de pequeno porte. Posteriormente, analisou-se os prazos de vigência e execução, sendo utilizado o banco de dados do Sistema Integrado de Administração de Materiais e Serviços – SIAD [3] para verificação das vigências, prazos de execução e acompanhamento financeiro dos contratos a fim de confirmar os dados dos relatórios dos fiscais de contrato. E, ainda, a confirmação de que as empresas citadas na pesquisa eram inscritas como porte de micro e pequena empresa na consulta de Certificado de Registro Cadastral do Fornecedor.

Por meio de uma abordagem quantitativa apurou-se o montante de contratos realizados. Foram 39 contratos de aquisição de materiais de consumo, insumos e equipamentos e de serviços, sendo 11 em 2015, 22 em 2016 e 6 em 2017, conforme disponível no site do portal de compras de Minas Gerais, o SIAD e informações fornecidas pelo Setor de Contratos do HUCF.

Conforme já mencionado, anteriormente, o método empregado nesta pesquisa foi a análise de documentos, que no presente estudo abordou os contratos realizados com micro e pequenas empresas, sendo no total 4 de 2015, 13 de 2016 e 3 de 2017. Desses contratos, os não executados foram 2 de 2015, 7 de 2016 e os 3 de 2017. Foram selecionados 1 de 2015, 3 de 2016 e 1 de 2017 para análise da pesquisa. Tal escolha se deu com base nos relatórios dos fiscais de contrato para o ordenador de despesa, informando as causas da falta de fornecimento dos materiais laboratoriais de consumo e insumos dos setores de Laboratório de Análises Clínicas, Agência Transfusional e Patologia, do HUCF.

Na pesquisa pretendeu-se evidenciar os efeitos da legislação da microempresa por meio de informações coletadas de maneira sucinta através da análise e discussão dos resultados, com intuito de realizar uma interlocução da teoria com a prática, bem como a fidedignidade das informações, que na conclusão final deixa claro que os efeitos não foram positivos.

2. ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Ao realizar essa pesquisa é importante discorrer sobre o termo administração pública, pois o órgão a ser estudado está submetido aos conceitos e princípios da mesma. De certo, far-se-à contextualização para compreender a funcionalidade do aparelhamento do Estado.

Segundo Junquillo (2010 [4]) é importante que se entenda o conceito de governo para não confundir com administração pública. No governo estão às responsabilidades políticas das decisões a serem executadas pela Administração Pública. Meirelles (2012, p. 65[5]) completa que “Governo é a soberania posta em ação, ou seja, é toda atividade exercida pelos representantes do Poder”, enquanto que a “Administração

Pública é atividade funcional concreta do Estado que satisfaz as necessidades coletivas de forma direta, contínua e permanente, e com sujeição ao ordenamento jurídico vigente”.

A administração Pública é uma estrutura formalizada através de sistemas de controle capazes de garantir efetividade da execução das ações planejadas. De acordo com Meirelles (2012, p. 65[5]), “a administração não pratica *atos de governo*; pratica, tão somente, *atos de execução*, com maior ou menor autonomia funcional, segundo a competência do órgão e de seus agentes.”

Meirelles (2012, p. 65[5]) relata que a “Administração Pública é, pois, todo o aparelhamento do Estado preordenado à realização de serviços, visando à satisfação das necessidades coletivas”. Dessa forma, a totalidade de serviços e entidades ligadas ao Estado que visa a satisfação do bem comum de seres individuais na coletividade em domínio das esferas Federal, Estadual e Municipal.

A Constituição Federal de 1988 [6] trata a Administração Pública como um conjunto de órgãos e fixa princípios para sua atuação como se lê no artigo 37 “A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.”

Chiavenato, reproduzindo o pensamento de Weber,

[...] a Administração Pública envolve todo o aparato administrativo com que nações, estados e municípios se moldam para cuidar do interesse coletivo e entregar à população uma ampla variedade de serviços públicos capazes de melhorar a qualidade de vida em geral. (CHIAVENATO, 2000 p. 96[7]).

O referido autor demonstra, ainda, que a Administração Pública no Brasil percorreu três formas que se sucedem no tempo, sendo que, a primeira surgiu na época do Império como a *administração pública patrimonialista*, no qual “o aparelho do Estado funciona como uma urna extensão do poder do soberano, e os seus auxiliares, servidores, possuem status de nobreza real. Os cargos são considerados prebendas”, momento marcado pelo nepotismo e corrupção.

Em seguida, a segunda foi *administração pública burocrática*, com a finalidade combater a corrupção e o nepotismo, com “princípios orientadores do seu desenvolvimento a profissionalização, a ideia de carreira, a hierarquia funcional, a impessoalidade, o formalismo, em síntese, o poder racional-legal.” E, ainda, estabelece “controles rígidos dos processos, como por exemplo na admissão de pessoal, nas compras e no atendimento a demandas.”

A partir de 1995 com a formulação do plano diretor, formulado por Fernando Henrique houve a transição para a terceira forma que é a *administração pública gerencial*, a qual utilizou-se de princípios da instituição privada para a pública, mantendo os princípios da profissionalização, impessoalidade e formalismo advindos do modelo burocrático. Além disso, Chiavenato diz que, nessa administração gerencial, a estratégia

[...]volta-se (1) para a definição precisa dos objetivos que o administrador público deverá atingir em sua unidade, (2) para a garantia de autonomia do administrador na gestão dos recursos humanos, materiais e financeiros que lhe forem colocados à disposição para que possa atingir os objetivos contratados, e (3) para o controle ou cobrança a posteriori dos resultados (CHIAVENATO, 2000 p. 107[7]).

Observa-se que, para efetividade da Administração Pública, é necessário o planejamento e controle da mesma. Para tal ação utiliza-se a Contabilidade pública, que para Lima é:

[...] o ramo da Contabilidade que tem por objetivo aplicar os conceitos, Princípios e Normas Contábeis na gestão orçamentária, financeira e patrimonial dos Órgãos e Entidades da Administração Pública, e, como ramo da Contabilidade, oferecer à sociedade, de maneira transparente e acessível, o conhecimento amplo sobre a gestão da coisa pública. (LIMA, 2000 p.16[8])

De certo, para seguir as normas e procedimentos estabelecidos para Administração Pública, que, só pode executar o que estabelece a Lei, e para atender as estratégias, citadas por Chiavenato, anteriormente, faz-se necessário utilizar conceitos da Contabilidade Pública, a fim de obter um planejamento governamental adequado, que descreva a rotina e procedimento para cada atividade a ser desenvolvida na administração para obter o resultado esperado.

2.1 PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO PÚBLICO

O planejamento público é o uso de diversos instrumentos nos quais percebe-se as diretrizes, objetivos, ações e metas governamentais para a realização de serviços à sociedade.

A Constituição Federal [6] por meio do artigo 165 fixa a hierarquia dos processos de planejamento como o Plano Plurianual (PPA) sendo:

[...] o planejamento com características orçamentárias e duração de quatro anos, cuja vigência se estende até o final do primeiro exercício financeiro do mandato presidencial subsequente, objetivando garantir a continuidade dos planos e programas instituídos pelo governo anterior. (LIMA, 2000 p.16[8])

Para Andrade, a função do planejamento na instituição pública diferencia-se em detrimento da privada tendo em vista que:

[...] enquanto na Administração Pública, principalmente na gestão municipal, tem-se o poder de alterar a estrutura organizacional por meio de uma legislação própria, mediante atos normativos do Poder Executivo e do Legislativo, na empresa privada não há uma imposição legal que limita, de certa forma, alguma tentativa de influenciar ou modificar o mesmo ambiente correlacionado. (ANDRADE, 2012.p.23[9])

A Carta Magna Brasileira estabelece, ainda, a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) que compreende as metas e prioridades, incluindo-se as despesas de capital para o exercício financeiro subsequente, orientando a elaboração da Lei Orçamentaria Anual, dispondo sobre as alterações na legislação tributária e estabelecendo a política de aplicação das agencias financeiras oficiais de fomento. (LIMA,2000[8])

E, por fim, a Lei Orçamentária Anual (LOA) que dispõe sobre a previsão da receita e fixação da despesa, contendo programas de ação do governo e os diversos tipos de despesas necessários a cada um desses programas. (ANDRADE, 2012[9]). A metodologia que o Brasil utiliza é *Orçamento-Programa* definido como plano de trabalho expresso por um conjunto de ações a realizar e pela identificação dos recursos necessários à sua execução. Angélico relata que esse orçamento

[...] põe em destaque as metas, os objetivos e as intenções do Governo. Consolida um grupo de programas que o governo se propõe a realizar durante um período. Os planos são expressos em unidades mensuráveis e seus custos definidos. É um programa de trabalho e constitui, portanto, um instrumento de planejamento (ANGÉLICO, 1989 p. 29[10]).

De acordo do Lima (2000[8]), a concretização da execução do orçamento público, estruturado por meio da despesa fixada se dá por meio três fases, dentro do orçamento público: empenho, liquidação e pagamento.

O empenho veja o conceito da Lei 4.320/64 [11] é o compromisso do governo de contratar e realizar o gasto, sendo obrigatório e não pode realizar despesa sem empenho, observando o limite de crédito orçamentário. De acordo com Lima a emissão de empenho,

abate seu valor da dotação orçamentária total do programa de trabalho, tornando a quantia empenhada indisponível para nova aplicação. É uma garantia para o fornecedor ou para o prestador de serviço contratado pela Administração Pública de que a parcela referente a seu contrato foi bloqueada para honrar os compromissos assumidos. (LIMA, 2000 p. 26[8]).

A liquidação é o recebimento dos serviços ou produtos, fase na qual verifica-se o credor cumpriu com o contratado, desempenhando suas obrigações constantes no empenho a fim de extinguir a obrigação, como trata Angélico (1974, p.185[12]) “a liquidação da despesa por fornecimentos feitos ou serviços prestados, terá como base o contrato, ajuste ou acordo respectivo, a nota de empenho e os comprovantes da entrega do material ou da prestação efetiva do serviço”.

Após essa fase é realizada o pagamento que consiste, de acordo com Lima (2000, p. 29[8]), “na entrega de recursos equivalentes a dívida líquida ao credor, mediante ordem bancária” e que se concretiza segundo Angélico (1974, p. 191[12]) em três fases: “liquidação da obrigação; quitação do credor e contabilização”.

Essa fase é considerada a última da operacionalização do processamento da despesa pública, no qual, observa-se que os processos administrativos concluídos.

2.2 PROCESSOS ADMINISTRATIVOS

A efetivação da realização de serviços à sociedade ocorre através de processos administrativos. A Lei 8.666/93 [13] dispõe sobre as normas do processo licitatório para os entes da Administração Pública direta e indireta, além das Leis 10.520/2002 [14] e 14.167/2002 [15] que estabelecem as regras de pregão no Brasil e pregão eletrônico em Minas Gerais, respectivamente.

Para atender os serviços da sociedade tudo se inicia com uma necessidade de compra da Administração Pública realizada por meio da Licitação como trata Meirelles:

É o procedimento administrativo mediante o qual a Administração pública seleciona a proposta mais vantajosa para o contrato de seu interesse, inclusive o da promoção do desenvolvimento econômico sustentável e fortalecimento de cadeias produtivas de bens e serviços domésticos. Como procedimento, desenvolve-se através de uma sucessão ordenada de atos vinculantes para a Administração e para os licitantes, o que propicia oportunidade a todos os interessados e atua como fator de eficiência e moralidade nos negócios administrativos. Tem como pressuposto a competição. (MEIRELLES, 2012 p.287[5])

Começa, então, o planejamento do quê e como contratar e comprar com fase interna ou preparação da licitação que é considerada,

a primeira fase da licitação; constitui-se de uma série de operações preparatórias. As unidades administrativas requisitam materiais, serviços ou obras. Os pedidos devem ser especificados quanto à quantidade, qualidade, requisitos funcionais, medidas, peso e todas as informações necessárias à identificação do que se deseja adquirir (ANGÉLICO, 1989 p. 86[10]).

Segundo Justen Filho (2016, p.111[16]) “reservou-se à Administração a liberdade de escolha do momento da realização da licitação”. O gestor deve elaborar a definição e especificação do objeto a ser comprado, a justificativa, responsabilização das partes, estimativa de custos, cronograma físico financeiro, condições de recebimento, prazos de execução e procedimentos de gerenciamento e fiscalização. Em seguida, como diz Angélico (1989, p.86[10]) “o procedimento será iniciado com a abertura de processo administrativo, autuado, protocolado e numerado, contendo a autorização competente”.

Já a fase externa inicia-se com a publicação do ato convocatório, ou seja, chegou ao conhecimento público. Nesta fase,

na licitação, a vinculação à lei é completada pela vinculação de ato convocatório. A administração dispõe de margem de autonomia para configurar o certame. Mas incumbe à Administração determinar todas as condições da disputa antes de seu início e as escolhas realizadas vinculam a autoridade (e aos participantes do certame). (JUSTEN FILHO, 2016 p. 111[16]).

Após o ato convocatório são realizados os procedimentos, em que, se buscou um compilado de informações, que de acordo com Meirelles (2002[17]), Di Pietro (2005[18]) e Mello (2008[19]) são: a *habilitação* sendo o momento onde a administração certifica as condições técnicas, econômico financeira e legais do licitante; o *juízo* na qual a administração faz o exame das propostas, classificando-as conforme os requisitos descritos no edital/ato convocatório; a *homologação* realizada após o julgamento das propostas, o procedimento é enviado à autoridade superior, a fim de ratificar a contratação e finalmente a *adjudicação* o ato pelo qual a administração declara o vencedor da licitação, admitindo-o a cumprir o contrato administrativo.

O contrato administrativo é de acordo com Meirelles (2012, p.221[5]) “o ajuste que a Administração Pública, agindo nessa qualidade, firma com o particular ou outra entidade administrativa para a consecução de objetivos de interesse público, nas condições estabelecidas pela própria Administração”.

De acordo artigo 2º, parágrafo único da Lei 8.666/93[13] contrato se define ainda, como “todo e qualquer ajuste entre órgãos ou entidades da Administração Pública e particulares, em que haja um acordo de vontades para a formação de vínculo e a estipulação de obrigações recíprocas, seja qual for a denominação utilizada”.

Neste sentido, pode-se dizer que é o instrumento jurídico, que materializa as relações com as empresas que se dispõe a vender bens, serviços e obras para o setor público.

Como forma de melhorar esta relação e como forma de alavancar o desenvolvimento social foi publicada a Lei 123/06 [1] concedendo as microempresas e empresas de pequeno porte tratamento diferenciado neste processo.

2.3 LEI 123/2006 DA MICROEMPRESA E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

O governo criou a lei 123/2006 [1] com objetivo de favorecer a microempresa e empresas de pequeno porte nos processos licitatórios com o intuito de proporcionar o desenvolvimento nacional sustentável o que de certa forma atinge as economias regionais.

Observou-se na Lei 8.666/93[13] que a microempresa, objeto de estudo, encontra-se, respaldadas, especialmente no artigo 3º, inciso 14, que dispõe: “as preferências definidas neste artigo e nas demais normas de licitação e contratos devem privilegiar o tratamento diferenciado e favorecido às microempresas e empresas de pequeno porte na forma da lei.” Há de se ressaltar que tal condição se efetivou com mais afinco por meio Lei Complementar nº 147, de 2014. [20]

Por fim, foi encontrado nessa última lei o fato que se submetem as licitações atuais dos laboratórios do Hospital universitário, objeto deste estudo. De acordo com a referida lei, especialmente, no Art. 48 diz que:

Para o cumprimento do disposto no art. 47 desta Lei Complementar, a administração pública: I - deverá realizar processo licitatório destinado exclusivamente à participação de microempresas e empresas de pequeno porte nos itens de contratação cujo valor seja de até R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) (Redação dada pela Lei Complementar nº 147, de 2014[20]).

Para Justen Filho (2016, p. 140[16]) o “direcionamento das licitações configura-se como um meio de promover a intervenção do Estado nos domínios econômico e social, inclusive para cumprir o desígnio constitucional da redução das desigualdades regionais e da eliminação da pobreza”.

Com isso, percebe-se de forma clara a intensão do governo em conceber às microempresas e empresas de pequeno porte a oportunidade e condições de participar ativamente nos processos de compras do serviço público com o intuito de alavancar o desenvolvimento social.

3. CONSIDERAÇÕES DA ANÁLISE DOS CONTRATOS

A finalidade dessa seção é apresentar de forma descritiva os resultados da análise dos contratos laboratoriais do Hospital Universitário Clemente de Faria (HUCF) nos anos de 2015 a 2017.

O contrato 9050124 firmado entre a Megafarma Distribuidora Ltda – Me, situada à Rua Juramento, 311 - Cintra, CEP 39.400-381, Montes Claros e Universidade Estadual De Montes Claros – UNIMONTES, teve como objeto a Aquisição de Materiais de Consumo de Laboratório de Análises Clínicas, Agência Transfusional e Patologia, foi composto por 16 itens com preço global de R\$ 87.937,55, com vigência de 23/12/2015 a 22/12/2016.

Constou no relatório dos fiscais a sucessão de fatos desse contrato, quando se realizou as autorizações de fornecimento dos materiais de consumo conforme lê-se:

“No dia 04/02/2016 a empresa recebeu autorização de fornecimento (AF) nº 090/2016, (e-mail em anexo), emitida pelo Almoxarifado no valor de R\$ 11.483,50. No dia 29/02/2016 a AF nº 090/2016 foi reencaminhada, sem manifestação por parte da Contratada. No dia 02/03/2016 foi encaminhada a Notificação por Descumprimento de Obrigação Contratual referente à AF nº 090/2016, para a Contratada e, novamente sem retorno. No dia 14/03/2016, foram reencaminhados os e-mails, com retorno imediato da empresa, com os seguintes dizeres “*Confirmamos o recebimento do e-mail na presente data. Iremos providenciar tão logo a entrega dos produtos.*” A empresa entregou parte da mercadoria solicitada na AF nº 090/2016, conforme nota fiscal (NF) nº 000.000.096, emitida em 30/03/2016 (em anexo) e NF nº 000.000.113, em 20/04/2016 emitida em 20/04/2016 (em anexo). Foi solicitada nova AF nº 780/2016 em 06/05/16 e a empresa manifestou em 16/05/2016, solicitando a desistência do **lote 01 Material de laboratório**, fundamentando-se no § 6º, do artigo 43 da lei, alegando que: “*não estamos mais trabalhando com fornecedores da classe de material de laboratório*” e que não “*suporta os prejuízos causados pelo cumprimento do contrato*” (Carta de solicitação de desistência em anexo)” (RELATÓRIO DO FISCAL).

Notou-se que, o tempo de atraso do fornecimento até a solicitação da desistência foi de 77 dias, causando desabastecimento de materiais. As consequências da inexecução desse contrato resultaram em cancelamento de exames, cirurgias e descumprimento de metas pactuadas no âmbito regional, conforme demonstradas no relatório dos fiscais:

“informamos que os produtos que a empresa solicita desistência é de suma importância para atendimento aos usuários deste hospital, e, a falta deles prejudica a realização de exames, pois, dependemos dos materiais contidos nesse lote 01

(tubos de coleta de sangue) para coleta e realização dos exames, imprescindíveis para diagnóstico clínico, prejudicando a realização de cirurgias, atendimento de urgências e emergências e, ainda, atendimentos ambulatoriais nos quais temos pactuação com a Superintendência Regional de Saúde, interferindo no cumprimento de metas do hospital.” (RELATÓRIO DO FISCAL).

Após o levantamento desses dados relatados, houve a necessidade de realizar novo processo licitatório para o suprimento desses materiais. A inexecução desse contrato, também se comprova, ainda, no acompanhamento financeiro no portal de compras SIAD que o valor da despesa liquidada desse contrato foi de R\$ 7.077,95.

O contrato 9085339 com objeto a Aquisição de materiais de consumo de Laboratório de Análises Clínicas firmado entre Scanlab Diagnostica Ltda – EPP, situada na rua Jacutinga, nº 66, Bairro Padre Eustáquio-Belo Horizonte – BH e Universidade Estadual De Montes Claros – UNIMONTES com vigência de 24/11/2016 A 23/11/2017 com valor de R\$ 427.868,00 composto de 22 itens. A referida empresa atrasou a entrega de itens, conforme relatório dos fiscais de contrato:

Verificamos que a instituição tem em aberto os empenhos 1879/2017 (AF 586 emitida em 17/07/17 e confirmada pelo fornecedor em 19/07/2017) e 2032/2017 (AF 630 emitida em 31/07/2017 e confirmada em 02/08/2017), porém a empresa NÃO forneceu os itens solicitados alegando pendências financeiras da UNIMONTES. Informamos ainda, que a fornecedora em questão NÃO tem fornecido os controles e calibradores solicitados, conforme cópia de e-mail anexo. (RELATÓRIO DO FISCAL).

Observou-se nesse caso que a inexecução ocorreu por falta de pagamento da instituição a empresa no prazo de 30 dias. A pendência alegada pela empresa foi devida a nota fiscais de empenhos anteriores não pagos, superiores a 90 dias. Os fiscais relataram as notas para o ordenador de despesa para que fossem liquidadas a fim de normalizar o abastecimento por meio das AF acima citadas. Entretanto, o fornecimento dos itens do contrato conforme relatório:

empresa contratada para fornecimento de materiais de laboratório, suspendeu o fornecimento de todos os itens, ora contratados, alegando o não pagamento das notas de empenho, conforme anexos. Salientamos que todos os exames da imunologia, realizados pelo Laboratório de Análises Clínicas deste hospital, encontram-se suspensos por falta dos reagentes, prejudicando a qualidade e a segurança ao suporte médico hospitalar. (RELATÓRIO DO FISCAL).

Após a liquidação das notas o fornecedor retomou o abastecimento. No entanto, o atraso na execução desse contrato em questão, que foi de 41 dias, acarretou em suspensão de exames aos usuários externos e aos internos do HUCF, causando prejuízos como por exemplo, a longa permanência na internação hospitalar. Ainda, a despesa liquidada total do contrato foi de R\$ 306.949,00 demonstrando a inexecução do mesmo.

O contrato 9057681 firmado entre a Centervida Diagnóstica Ltda, situada em Av. Francisco Sales, 1610 – Santa Efigênia, Belo Horizonte/MG e a Universidade Estadual De Montes Claros – UNIMONTES teve com o objeto o Fornecimento de Materiais de Consumo de Laboratório de Análises Clínicas, Agência Transfusional e Patologia, composto por 58 itens com preço global de R\$ 46.160,00 com vigência de 21/06/2016 a 20/06/2017 deixou de cumprir o fornecimento de itens de acordo com o relatório dos fiscais:

[..] a empresa citada não está fornecendo os seguintes materiais: lote 04, itens 11,12,13,14 e 15, 16,códigos de SIAD 484920, 484903, 1192922, 538914 e 645737, 549312, respectivamente, e ainda, lote 09 - item 61, código do SIAD 467693, lote 11 - item 75, Código do SIAD 437492 e lote 12 - item 77 Código do SIAD 533394 devido a despesa empenhada à essa empresa. (RELATÓRIO DO FISCAL).

Notou-se que a referida empresa alegou a falta da despesa liquidada dos itens fornecidos anteriormente. Notou-se que mesmo após o pagamento, a partir da data de 10/04/2017 não forneceu itens, segundo relato verbal no gestor e fiscal de contrato. Em 05/05/2017 foi emitido outro relatório:

Atualmente temos em aberto as Autorizações de Fornecimento 187 (emitida em 23/03/2017) e 248 (emitida em 05/04/2017), e em ambos os casos apesar de inúmeras cobranças para a entrega das mercadorias, não obtivemos sucesso. Inicialmente a empresa havia manifestado que não entregaria devido ao atraso de pagamentos de notas fiscais em aberto, entretanto, até o presente momento não temos nenhuma nota fiscal em atraso com a referida empresa. (RELATÓRIO DO FISCAL).

No acompanhamento financeiro no portal de compras SIAD, verificou-se que a despesa liquidada desse contato foi de R\$ 30.824,00, comprovando a inexecução do contrato.

O contrato 9077693 firmado entre a Centervida Diagnóstica Ltda, situada em Av. Francisco Sales, 1610 – Santa Efigênia, Belo Horizonte/MG e a Universidade Estadual De Montes Claros – UNIMONTES teve com o objeto o Fornecimento de Materiais de Consumo de Laboratório de Análises Clínicas, Agência Transfusional e Patologia, composto por 18 itens com preço global de R\$ 45.878,70 com vigência de 17/10/2016 a 16/10/2017 deixou de cumprir o fornecimento inicial de itens solicitados de acordo com o relatório dos fiscais:

Verificamos que a empresa NÃO está fornecendo os itens solicitados, contrariando a CLÁUSULA QUARTA – ITEN I. Sugerimos, providências pertinentes urgentes, uma vez que a assistência está sendo prejudicada e ainda, podendo levar a prejuízos financeiros. (RELATÓRIO DO FISCAL).

A cláusula citada trata da entrega de 15 dias dos itens, após realizada a autorização de fornecimento. Segundo o gestor do setor de laboratório a empresa relatou por telefone para o gestor do setor de laboratório que a mesma estava com dificuldades financeiras, devendo regularizar-se para iniciar a entrega. Após essa regularização iniciou a entrega dos itens. No entanto, a despesa liquidada foi de R\$ 13.242,30.

A inexecução dos contratos 9057681 e 9077693 causou prejuízos principalmente ao setor da Agência Transfusional, sendo necessário, o cancelamento de cirurgias eletivas no HUCF, devido à falta de reagentes para realizar as provas de tipagem de sangue.

O contrato 9144011 firmado entre a JP CIRÚRGICA LTDA, situada à Rua Niquelina, 1470, Loja 12, Paraíso, Belo Horizonte/MG e a Universidade Estadual De Montes Claros – UNIMONTES teve com o objeto o Fornecimento de Materiais de Consumo de Laboratório de Análises Clínicas, Agência Transfusional e Patologia, composto por 18 itens com preço global de R\$ 52.028,04 com vigência de 27/06/2017 a 26/06/2018 deixou de cumprir o fornecimento inicial de itens solicitados de acordo com o relatório dos fiscais emitido em 08/08/2017:

Verificamos que a instituição tem em aberto o empenho 1854/2017 (AF 571 emitida em 17/07/17 e confirmada pelo fornecedor em 20/07/2017), porém a empresa NÃO forneceu os itens solicitados até a presente data. Salientamos que o Laboratório está ficando desabastecido, principalmente a Microbiologia que tem como papel fundamental o monitoramento de infecções, conseqüentemente sem a coleta de swabs e vigilância, não é possível o controle das infecções hospitalares. (RELATÓRIO DO FISCAL).

E, ainda, em relatório de 24/08/2017:

Verificamos que a instituição tem em aberto o empenho 1854/2017 (AF 571 emitida em 17/07/17 e confirmada pelo fornecedor em 20/07/2017), porém a empresa NÃO forneceu os itens solicitados até a presente data (24/08/27) gerando um atraso de 34 dias e ferindo a Cláusula Quarta item I. (RELATÓRIO DO FISCAL).

Lembrando que a cláusula citada trata da entrega de 15 dias dos itens, após realizada a autorização de fornecimento. O prejuízo da inexecução desse prazo no contrato acarretou em desabastecimento do Laboratório, principalmente na área da Microbiologia que tem como papel fundamental o monitoramento de infecções, não sendo possível o controle das infecções hospitalares durante o período de 62 dias, quando normalizou a entrega dos itens. A despesa liquidada foi de R\$ 17.218,38.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

À guisa de conclusão, buscou-se analisar o reflexo da legislação da microempresa nos contratos pesquisados, baseado no que Marçal Justen Filho sintetiza sobre contratações públicas, nas quais apresentam finalidade microeconômicas e macroeconômica:

Sob o prisma microeconômico, as contratações destinam-se a assegurar a satisfação das necessidades estatais com a maior eficiência possível. Trata-se de buscar a maior vantagem, o que significa obter a prestação mais adequada mediante o menor desembolso possível. Sob o enfoque macroeconômico, as contratações públicas são instrumentos para promover o desenvolvimento nacional sustentável. Isso significa que as contratações públicas serão um meio para fomentar e assegurar o emprego da mão de obra brasileira e o progresso da indústria nacional, mas preservando o equilíbrio do meio ambiente. (JUSTEN FILHO, 2016 p. 103[16])

Ficou evidenciado nos contratos analisados que não houve eficiência na execução desses contratos, devido aos prejuízos causados pela interrupção de serviços prestados à sociedade.

Na legislação 123/2006[1] pretendeu-se fomentar a economia regional. No entanto, observou-se, que tal intenção não se aplicou aos contratos vistos, principalmente no primeiro contrato da microempresa Megafarma, notou-se que era a única em Montes Claros e não teve condições de manter as obrigações contratuais, culminando na sua desistência de itens do contrato. Nos outros três, apesar da manutenção do contrato é possível identificar, pelo acompanhamento financeiros, os prejuízos financeiros, tanto para os fornecedores quanto para instituição.

Nos contratos da empresa CenterVida evidenciou que a descontinuidade dos fornecimentos se deu pela falta de pagamento dentro de 30 dias. Apesar da lei 8666/93 dizer que o fornecedor só poderá deixar de executar o fornecimento ou rescindir um contrato com a Administração Pública se o pagamento for superior a 90 (noventa) dias, observou-se que a microempresa em questão não possuiu condições de continuidade de fornecimento.

Ainda, de acordo com Marçal Justen Filho:

A aplicação das preferências poderá gerar a ampliação dos gastos públicos. Afinal, se as ME e EPP tivessem condições de formular a proposta de menor valor econômico, não seria necessário o tratamento privilegiado. Elas obteriam vitória no procedimento licitatório usual. (JUSTEN FILHO 2000 p.140[16])

Conclui-se que os quatro contratos geraram aumento de gasto público, haja vista que, foi necessário realizar novo processo licitatório para aquisição dos tubos existentes no contrato da Megafarma e, ainda, elevação de custos para o HUCF, devido ao prolongamento de pacientes internados por falta de realização de exames, principalmente, no período do atraso do contrato com a JP cirúrgica, contrariando, dessa forma, o menor desembolso possível.

Por fim, não se vê como positivo nessa pesquisa, a preferência das micro e pequenas empresas, conforme a legislação 123/2006[1], para a execução desses contratos, tendo em vista, ainda, que a instituição deixou de cumprir pactuações de realização de exames e de cirurgias eletivas que gerariam receita para o HUCF.

REFERÊNCIAS

- [1] **LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999.** Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em 24/05/2018
- [2] GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo. Atlas, 1991.
- [3] Sistema Integrado de Administração de Materiais e Serviços – SIAD. Disponível em <http://www.compras.mg.gov.br/>. Acesso em: 16/02/2018
- [4] JUNQUILHO, Gelson Silva. **Teorias da Administração Pública**. Departamento de Ciências da Administração/ UFSC, Florianópolis, 2010
- [5] MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Administrativo Brasileiro**. 38ª Edição. Atualizada até a Emenda Constitucional 68, de 21.12.2011 por Délcio Balestero Aleixo e José Emmanuel Burle Filho. Malheiros Editores. São Paulo, 2012.
- [6] **Constituição Da República Federativa Do Brasil De 1988**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 24/05/2018
- [7] CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública**. Idalberto Chiavenato. - 2.ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- [8] LIMA, Diana Vaz de. **Contabilidade pública: integrando União, Estados e Municípios (Siaf e Siafem)** /Diana Vaz de Lima, Róbison Gonçalves de Castro. São Paulo: Atlas, 2000.
- [9] ANDRADE, Nilton de Aquino. **Contabilidade Pública na Gestão Municipal**. 4 eds. São Paulo, Atlas, 2012.
- [10] ANGÉLICO, João. **Contabilidade pública**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- [11] LEI Nº 4.320, DE 17 DE MARÇO DE 1964. **Estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Leis/L4320.htm. Acesso em: 30/05/2018
- [12] ANGÉLICO, João. **A contabilidade na administração pública**. São Paulo: Atlas, 1974.
- [13] **LEI Nº 8.666, DE 21 DE JUNHO DE 1993. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/l8666cons.htm. Acesso em: 24/05/2018.
- [14] LEI Nº 10.520, DE 17 DE JULHO DE 2002. **Institui, no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, nos termos do art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, modalidade de licitação denominada pregão, para aquisição de bens e serviços comuns, e dá outras providências**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10520.htm. Acesso em: 24/05/2018
- [15] LEI 14167, DE 10/01/2002. **Dispõe sobre A Adoção, No Âmbito Do Estado, Do Pregão Como Modalidade De Licitação Para A Aquisição De Bens E Serviços Comuns E Dá Outras Providências**. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=14167&ano=2002>. Acesso em: 24/05/2018

- [16] JUSTEN FILHO, Marçal. **Comentários à lei de licitações e contratos administrativos**. 17. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.
- [17] MEIRELLES, H. L. **Licitação e Contrato Administrativo**. 13. ed. São Paulo: Malheiros, 2002.
- [18] DI PIETRO, M. S. Z. **Direito Administrativo**. 18. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- [19] MELLO, C. A. B. de. **Curso de Direito Administrativo**. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2008.
- [20] LEI COMPLEMENTAR Nº 147, DE 7 DE AGOSTO DE 2014,
Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, e as Leis nos 5.889, de 8 de junho de 1973, 11.101, de 9 de fevereiro de 2005, 9.099, de 26 de setembro de 1995, 11.598, de 3 de dezembro de 2007, 8.934, de 18 de novembro de 1994, 10.406, de 10 de janeiro de 2002, e 8.666, de 21 de junho de 1993; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp147.htm#art10.. Acesso em 24/05/2018.

ANÁLISE DO FLUXO EM UMA EMPRESA PÚBLICA

Miralda Rodrigues Xavier
Felipe Fróes Couto

RESUMO:

Objetivou-se neste artigo realizar uma pesquisa em uma empresa pública buscando perceber como são utilizadas as ferramentas da qualidade no trabalho e como poderiam auxiliar no trabalho do dia a dia. Como metodologia, foi utilizada a pesquisa bibliográfica, juntamente com a pesquisa de campo, com entrevistas gravadas com 01 (um) gestor e 07 (sete) servidores, acerca do trabalho na instituição. Por questões éticas, não serão revelados os nomes dos servidores entrevistados e nem do local pesquisado, utilizando-se um nome fictício – Central de Emergência Médica Estadual – CEME – para a empresa. O marco teórico aponta para a necessidade da utilização das ferramentas da qualidade nos processos das empresas, para a obtenção de ajustes e melhorias nos processos. Como resultado, percebeu-se que algumas ferramentas gerenciais poderiam ser utilizadas para que se pudesse melhorar os processos da Central de Emergência Médica Estadual – CEME. As conclusões foram que, a utilização de um Fluxograma de Trabalho, realizado pelos servidores, pela gerência e pelo setor de Tecnologia de Informação – TI poderia sanar os problemas detectados, proporcionando também uma maior aproximação dos setores e profissionais envolvidos. A ferramenta Folha de Verificação ou Check-List também seria importante, pois mostraria com mais agilidade os períodos e a frequência com que os problemas acontecem.

1. A HISTÓRIA DE LAYLA

O conto em questão que será relatado de forma fictícia, tanto para o nome dos entrevistados quanto para o nome da empresa que foi pesquisada, por motivos éticos, a fim de preservar a instituição e os atores envolvidos na pesquisa. Trata-se de um fato ocorrido em uma empresa no município de Montes Claros, localizado na região Norte de Minas Gerais.

A Central de Emergência Médica Estadual - CEME é um órgão público de saúde, vinculado ao Estado de Minas Gerais, e que realiza atendimentos para diversas especialidades médicas. O órgão funciona em

um prédio de 12 andares, onde em cada andar, é oferecido atendimento à determinada especialidade. Nesse ambiente, existe um número de 30 servidores e colaboradores que trabalham em atividades de atendimento ao público, para que possa oferecer um bom atendimento à sociedade.

O caso relatado é o da servidora Layla Oliveira, que trabalha na Central de Emergência Médica Estadual - CEME há 23 anos, no setor de faturamento. Todas as vezes que ela chega para trabalhar, ela se depara com uma rotina parecida: os funcionários são os mesmos, as histórias contadas são parecidas, e as rotinas são quase que repetidas diariamente.

Acontece que no seu trabalho, Layla se depara com erros constantes, e gostaria de fazer algo para minimizá-los. Ela encontra erros nos prontuários e nas fichas dos pacientes, que acontecem devido a problemas no programa informatizado e também devido a erros humanos. Para melhor executar o seu trabalho, ela necessita do sistema informatizado que funcione adequadamente e de uma assistência técnica eficiente, além de servidores comprometidos com um bom padrão de qualidade, e que estejam dispostos a aperfeiçoar as suas técnicas laborais no dia a dia.

Um problema ocorrido com Layla e também com demais servidores são os erros constantes que acontecem no sistema informatizado que ela utiliza para lançamento dos dados, além dos próprios erros dos servidores. Quando isso ocorre, o trabalho fica prejudicado, pois acontece um acúmulo de tarefas pendentes, e os chamados solicitados para a correção do problema junto ao setor de Tecnologia de Informação – TI não são atendidos em tempo hábil, deixando a servidora Layla sem um devido retorno, e prejudicando o atendimento aos pacientes.

Apesar do esforço da servidora, muitas vezes o seu serviço fica comprometido e se agrava, devido à falta desse serviço. Para amenizar a situação, Layla percebeu que seria necessário um profissional da área de informática para estar sempre presente ou próximo do prédio da CEME para solucionar questões de ordem técnica, juntamente com um treinamento para os servidores no que diz respeito ao preenchimento das fichas e dos prontuários. Dessa forma, a servidora resolveu realizar uma pesquisa, a fim de que possa ajudar na resolução dos problemas da Central de Emergência Médica Estadual – CEME, e com isso, podendo ajudar também os seus

colegas de serviço e os pacientes que utilizam os serviços de saúde da instituição.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

O caso da servidora Layla merece atenção especial, pois se trata de uma questão conflitual que já havia sido constatada pelos demais servidores da Central de Emergência Médica Estadual – CEME, mas que ainda não foi resolvido, pois carece de uma pesquisa abrangente e de ações por parte de todos os atores envolvidos. O que se pode aprender nesse caso seria a percepção dos conflitos de interesses distintos entre o gestor e servidores, e também entre os próprios servidores, que fazem com que as relações de trabalho e o próprio fluxo do trabalho fiquem comprometidos, dificultando assim o bom andamento do processo.

3. FONTE DOS DADOS

Os dados obtidos para este trabalho foram adquiridos a partir de entrevistas semiestruturadas com os servidores da Central de Emergência Médica Estadual - CEME e com informações do gestor da instituição. Para Triviños (1987), uma entrevista semiestruturada deve ter questionamentos básicos, orientados por teorias e hipóteses pertinentes ao tema, sendo que o pesquisador é figura atuante na busca por informações. De acordo com Manzini (2003), a entrevista semiestruturada deve fazer parte do assunto, e deverá ter um roteiro de perguntas que podem extrapolar as respostas, fazendo emergir informações preciosas para uma pesquisa. Dessa forma, a pesquisa em questão se utilizou da entrevista semiestruturada, deixando margem para novas perspectivas de respostas, tendo a presença do pesquisador como norteador e para o esclarecimento de dúvidas que possam vir a surgir. A pesquisa foi realizada por meio de gravação em vídeo, com a elaboração prévia de um roteiro de perguntas, e as respostas dos entrevistados foram transcritas em um editor de texto para posterior análise do pesquisador.

4. ASPECTOS PEDAGÓGICOS

O caso que acontece na Central de Emergência Médica Estadual – CEME, com a servidora Layla, com o gestor e com os demais servidores, serve para promover um debate sobre as questões sociais e conflitos vivenciados dentro das organizações. Esse caso poderia ser trabalhado em sala de aula, dividindo-se a sala em dois grupos, no qual um grupo iria representar e defender os interesses dos servidores, e o outro grupo representaria e defenderia os interesses da gerência. Posteriormente seriam levantadas as informações sobre os conflitos e quais as possíveis soluções para a amenização da situação relatada, bem como quais as ferramentas da gestão que poderiam ser empregadas.

5. QUESTÕES PARA DISCUSSÃO

1. Quais seriam as causas e os efeitos gerados, caso as reclamações de Layla não fossem ouvidas pelo gestor?
2. Em qual parte do fluxograma de trabalho da Central de Emergência Médica Estadual – CEME está ocorrendo o erro, e como ele poderá ser corrigido?
3. Como os demais servidores poderiam ajudar na resolução do caso relatado por Layla?
4. De que forma seria a abordagem da Gerência com os demais Diretores, caso o setor de Tecnologia de Informação – TI não resolvesse o problema?
5. Como você agiria, caso estivesse no lugar de Layla?

6. REVISÃO DE LITERATURA

Segundo Bauman (2003) houve grandes mudanças nas empresas, que antes eram consideradas sólidas, isto é, algo fixo, imóvel, que tem pouco movimento; para as empresas modernas, que são consideradas líquidas, ou seja, não tem forma definida, pode fluir e se

adaptar de várias formas. Essa fluidez fez com que as empresas extrapolem as suas fronteiras e pudessem expandir as suas redes de negócios por todo o mundo.

Para Couto e Saraiva (2015), as empresas e o capital extrapolaram as suas fronteiras, mas ainda existem fronteiras para as pessoas, como as barreiras culturais e os processos de socialização, que dependerá de fatores diversos e de treinamento para os funcionários. Com isso, as empresas procuram transferir essa dificuldade de adaptação para os seus funcionários, colocando-os em outras realidades, de acordo com a necessidade organizacional. E ao se deparar com novas culturas, esse funcionário se deparará com culturas dominantes, podendo haver um choque cultural entre o país “dominante” e o país “dominado”, ou seja, aquele que está em uma posição superior e detém mais poder, em oposição daquele que ainda está em um patamar considerado inferior. Uma forma de diminuir essa tensão seria o respeito à cultura e à subjetividade do indivíduo, no qual a empresa ajudasse nessa inclusão e na transparência de seus propósitos.

Para ser competitiva, uma empresa deve ter em mente a cultura da qualidade. Mas essa cultura não deve ter por objetivo eliminar a criatividade dos profissionais, ao contrário, deverá ajudar a desenvolvê-la. Existem sete ferramentas de qualidade que podem ajudar a melhorar o planejamento e a encontrar soluções para diversos problemas. As ferramentas são: Diagrama de Pareto; Histograma; Diagrama de Causa e Efeito; Folha de Verificação; Gráficos de Dispersão; Fluxogramas e Cartas de Controle.

Conforme Yoshinaga (1988), as ferramentas servem como um meio para o atingimento das metas, pois elas são utilizadas para melhorar a qualidade. Já as metas seriam o lugar onde se pretende chegar, ou seja, os objetivos que a empresa pretende alcançar utilizando as ferramentas de qualidade.


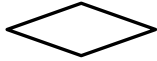


FLUXOGRAMA

Sobre a ferramenta Fluxograma, trata-se de um diagrama que representa um processo por meio de uma representação gráfica, com a utilização de símbolos e descrição do fluxo de um processo (OLIVEIRA, 2009).

A sua forma é simples e ele é bastante útil para verificar a rotina do processo. Para uma melhor confecção do fluxograma, na sua elaboração, é necessário que toda a equipe que executará determinado trabalho ajude na sua criação. Dessa forma, o fluxograma seria uma construção conjunta, podendo unir a equipe aos seus objetivos, e seria um instrumento personalizado para cada tipo de realidade.

Os símbolos em um fluxograma mostram a origem, o processo e o destino dos componentes do sistema administrativo. Na Figura 01 abaixo, verificar-se-á a descrição do significado dos principais símbolos que poderão compor o fluxograma, sabendo que existem diversos símbolos para diferentes realidades encontradas nas diversas instituições.

Figura 01 – Principais símbolos de fluxograma utilizado em processos

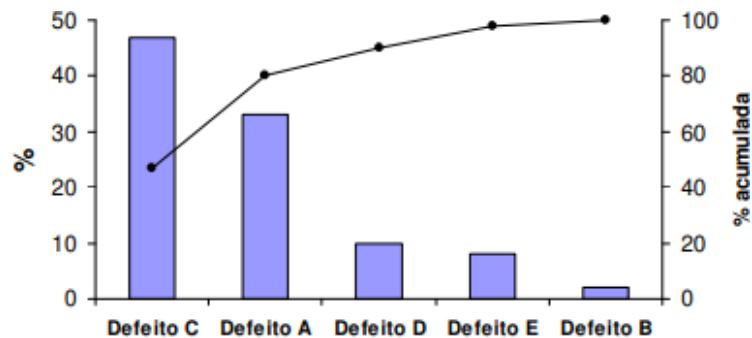
Símbolo	Processo	Descrição
	Início / Final	Todas as vezes que iniciar ou terminar o fluxograma de um determinado processo.
	Decisão	Todo processo existe um ponto de decisão que dependendo da situação ou decisão tomada poderão sinalizar dois ou mais caminhos.
	Processo	É o símbolo mais utilizado, pois indica as etapas no fluxo contínuo do processo.
	Fluxo de linha	Utilizado como conector entre os símbolos de um processo. Serve para indicar a direção em que os processos ocorrem.

Fonte: Peinado e Graeml (2007) (Adaptado).

DIAGRAMA DE PARETO

Em relação ao Diagrama de Pareto, Rotandaro (2002) diz que ele foi inventado por um economista italiano no século XIX chamado Vilfredo Pareto. Ele pesquisou a distribuição de riqueza da sociedade e descobriu que 20% da população detinha 80% da riqueza. A curva da porcentagem seria útil para verificar os defeitos e atacá-los, para que se consiga atingir o resultado. O Diagrama de Pareto, segundo Marques (2012), trata-se de um gráfico de barras para a ordenação da ordem das frequências das ocorrências. Esse gráfico permite uma rápida visualização das causas e dos problemas de maior importância.

Figura 02 – Exemplo de Gráfico de Pareto

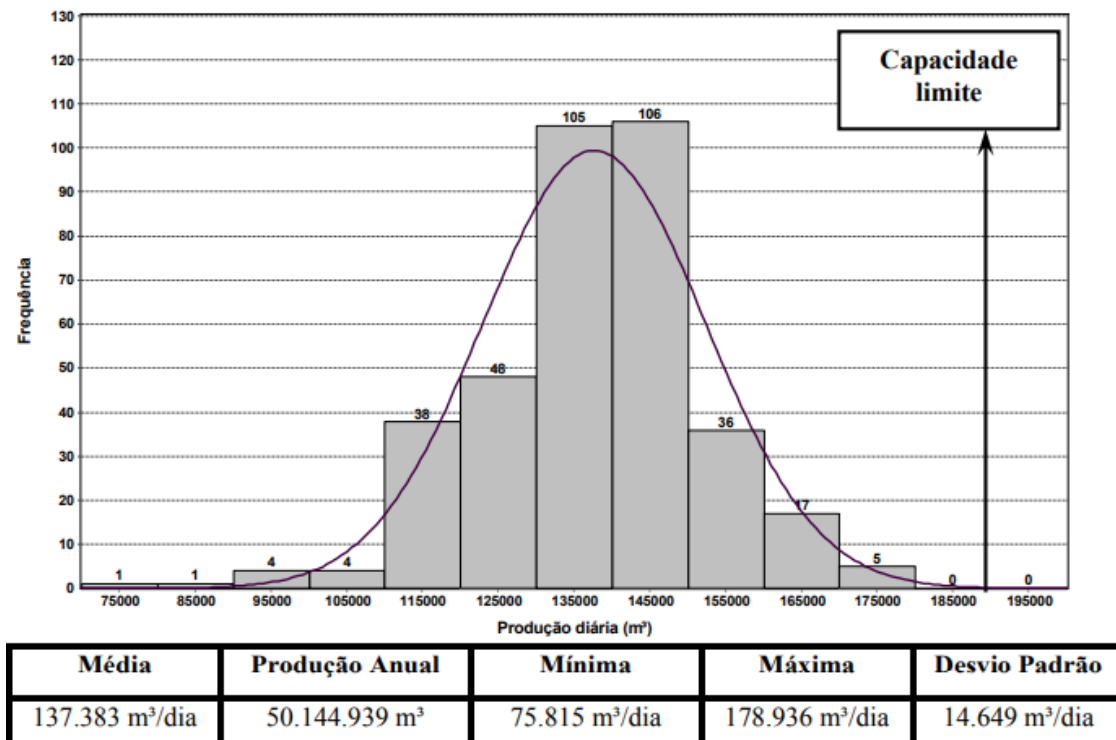


Fonte: Marques (2012).

HISTOGRAMA

O histograma faz parte das ferramentas da qualidade e mostra a frequência de uma ocorrência em um intervalo de classe. Foi criado por Guerry em 1833 para analisar dados de um crime, depois utilizado nas mais diversas áreas. Lins (1993) afirma que se trata de um gráfico de barras verticais e seus valores são agrupados por faixas. Na visualização de um fenômeno, o gráfico mostra uma noção de frequência. Marques (2012) diz que a base do histograma são os intervalos de classes, e a altura significa a frequência com que determinado evento ocorre.

Figura 03 – Exemplo de Histograma representando a produção diária da ETA João Leite no ano de 1998.

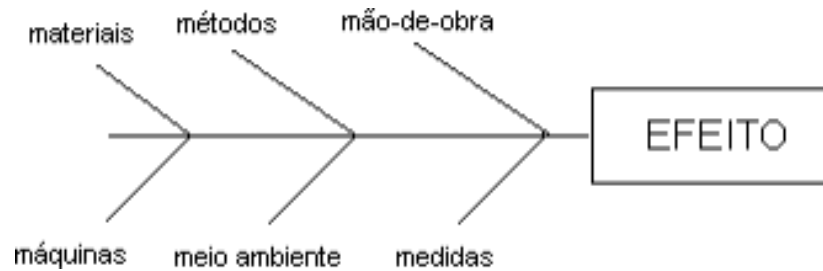


Fonte: Kurokawa; Bornia (2002).

DIAGRAMA DE CAUSA E EFEITO OU ISHIKAWA

O Diagrama de Causa e Efeito, também conhecido por diagrama de Ishikawa ou diagrama Espinha de Peixe, conforme Marques (2012) foi criado por Kaoru Ishikawa em 1953, em Tóquio. Esse diagrama serve para visualizar melhor um conjunto de causas e os efeitos que elas produzem. O diagrama mostra que, para cada efeito produzido, existem várias causas dentro das categorias. Para que o método funcione, deve-se selecionar as causas mais prováveis para que possam ser analisadas e trabalhadas para a solução de falhas existentes dentro de um processo ou de vários processos.

Figura 04 – Exemplo de Diagrama de Ishikawa



Fonte: Campos (1999)

FOLHA DE VERIFICAÇÃO OU CHECK-LIST

Sobre a ferramenta Folha de Verificação ou Check-List de Processos, Marcondes (2016) diz que se trata de formulários planejados, cujo dados coletados são preenchidos de maneira mais fácil e rápida. Ao fazer a verificação visual, tem-se uma rápida percepção do real e da situação, auxiliando na minimização de erros e confusões que possa vir a aparecer. A ferramenta é utilizada para distribuir o processo de produção, verificar itens defeituosos, localizar os defeitos e as suas causas, verificar a frequência de determinada irregularidade, dentre outras, por exemplo.

Segundo o autor, as Folhas de Verificação questionam o processo e são importantes para o alcance da qualidade nos locais de trabalho, pois no seu uso os dados são de fácil obtenção e utilização; são colocados de forma organizada; é utilizada no processo de produção para coleta de dados da amostra de produção; pode auxiliar na verificação de itens com defeito e suas causas; compara os limites de especificação; investiga os defeitos; determina em qual período o problema ocorreu; e serve para criar outras ferramentas, como o diagrama de Pareto, diagrama de dispersão, histograma e outros.

Figura 05 – Exemplo de uma Folha de Verificação

Folha de Verificação		
TIPO DEFEITO	VERIFICAÇÃO	TOTAL
Trinca	//// //	15
Risco	//// // // // // ////	30
Mancha	//// //	10
Folga	//// // // // // // // //	27
TOTAL		90

Fonte: Marcondes (2016).

GRÁFICO DE CONTROLE

Na gestão da qualidade detecta-se, muitas vezes, uma diminuição da eficiência nas inspeções dentro dos processos. Isso ocorre porque numa inspeção, não há 100% de precisão, uma vez que existem falhas por parte dos inspetores que são designados para esse serviço. Se, por exemplo, uma inspeção for 80% precisa, isso significa que, a cada 05 (cinco) itens enviados a um cliente, 01 (um) poderá apresentar defeito. Por isso, para tentar obter um valor zero de defeito no processo de produção, foram criados os gráficos de controle (GAIG, 2004).

Dessa forma, os gráficos de controle ou cartas de controle farão a verificação se o processo está ou não sob controle. Para isso, utilizar-se-á de métodos estatísticos para verificar, por meio de dados amostrais, as mudanças no processo. Os gráficos darão informações de como será o comportamento do processo em determinado tempo e se tudo está dentro dos limites pré-determinados, conforme foi planejado.

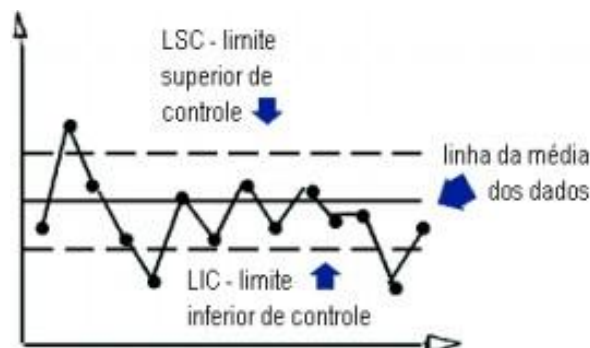
Nos gráficos de controle existem três linhas paralelas, sendo que cada uma representa um limite. A linha central será o valor médio da qualidade; a linha superior o limite superior do controle e, a linha inferior, representará o limite inferior do controle. Os pontos que estiverem fora das linhas estabelecidas, ou seja, do limite superior ou do limite inferior do controle, deverá ser analisado para que se possa realizar a correção.

As Cartas de Controle, segundo Marques (2012), são uma modalidade de gráfico que é utilizada para acompanhar um processo no qual existe uma faixa de tolerância, que é uma linha superior ou inferior, que determina um limite. Esse método seria utilizado para facilitar a supervisão do sistema, e objetiva fazer um controle sobre o processo.

Para Silveira (2018), as Cartas de Controle são uma das ferramentas da qualidade mais utilizada nas empresas e indústrias, pois capta melhor as informações de como está a situação de um processo. Essa ferramenta detecta alterações que não se deseja em um processo e, qualquer mudança, aparecerá nos pontos anormais do gráfico. Na construção das Cartas deve haver: coleta de dados, a partir da definição do tamanho da amostra; cálculo das médias das amostras; cálculo da média do processo; e a escolha do tipo da Carta.

Segundo o autor, as vantagens na utilização das cartas de controle seria o conhecimento das causas dos problemas no processo; a formalização dos registros nas ocorrências; o registro do esforço da equipe para o controle do processo; o aperfeiçoamento do processo; e a melhoria na qualidade.

Figura 06 – Exemplo de Gráfico de Controle



Fonte: Marques (2012).

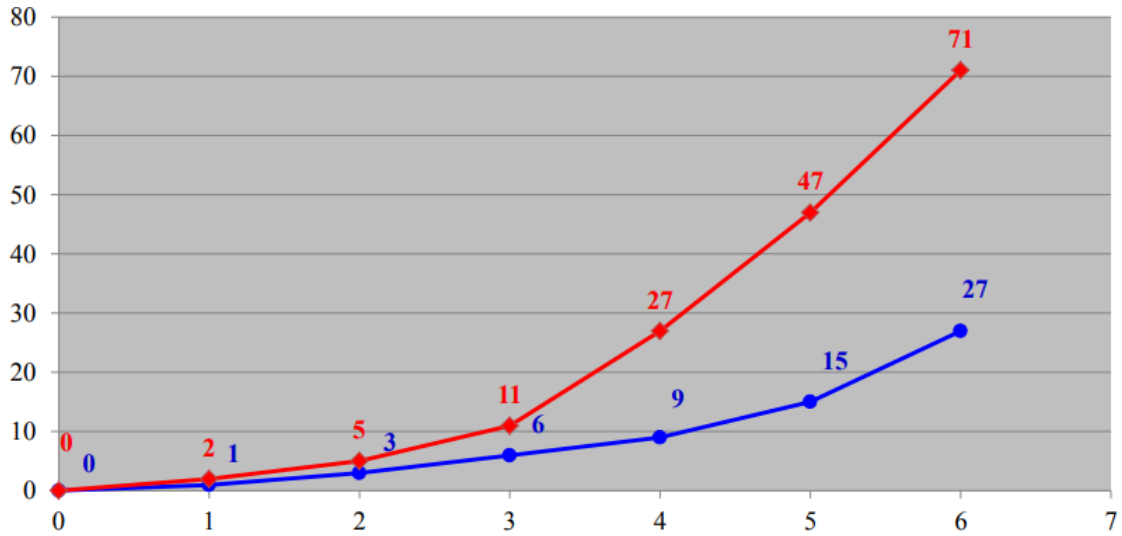
GRÁFICO DE DISPERSÃO

De acordo com Vieira, Wada (1995), os Gráficos de Dispersão são bastante utilizados para mostrar e comparar valores numéricos, tendo como exemplos os dados científicos, os dados estatísticos e os dados da engenharia. Os Gráficos de Dispersão são compostos por dois eixos de valores ou pontos, que demonstram vários dados numéricos ao longo do seu eixo horizontal, e dados ao longo do eixo vertical. Essa combinação de valores, mostrará os dados únicos e exibirá os intervalos irregulares, ou os agrupamentos.

Segundo os autores, os gráficos de dispersão foram citados pela primeira vez por Francis Galton, e servem para verificar a relação de causa e efeito entre duas variáveis de natureza quantitativa. Essa verificação servirá para constatar se existe uma relação entre os dados e a intensidade da relação entre eles. Os gráficos podem ser feitos também em forma somente de pontos e cores distintas, para que se possa ter uma visualização mais rápida do que se pretende analisar.

O gráfico de dispersão pode, por exemplo, verificar a relação de duas variáveis e qual o comportamento entre elas. Um modelo para explicar essa relação seria correlacionar a queda na venda de determinado produto, com o aumento do desemprego. Quanto mais cresce o nível de desemprego, menor seria a compra de determinado produto. Dessa forma, verifica-se que essas variáveis seriam negativamente correlacionadas. Quando as variáveis são positivamente correlacionadas, o aumento de ambas as variáveis tendem a crescer. Um exemplo seria o aumento das vendas de ares condicionados, associado ao aumento da temperatura no verão.

Figura 07 – Exemplo de Gráfico de Dispersão

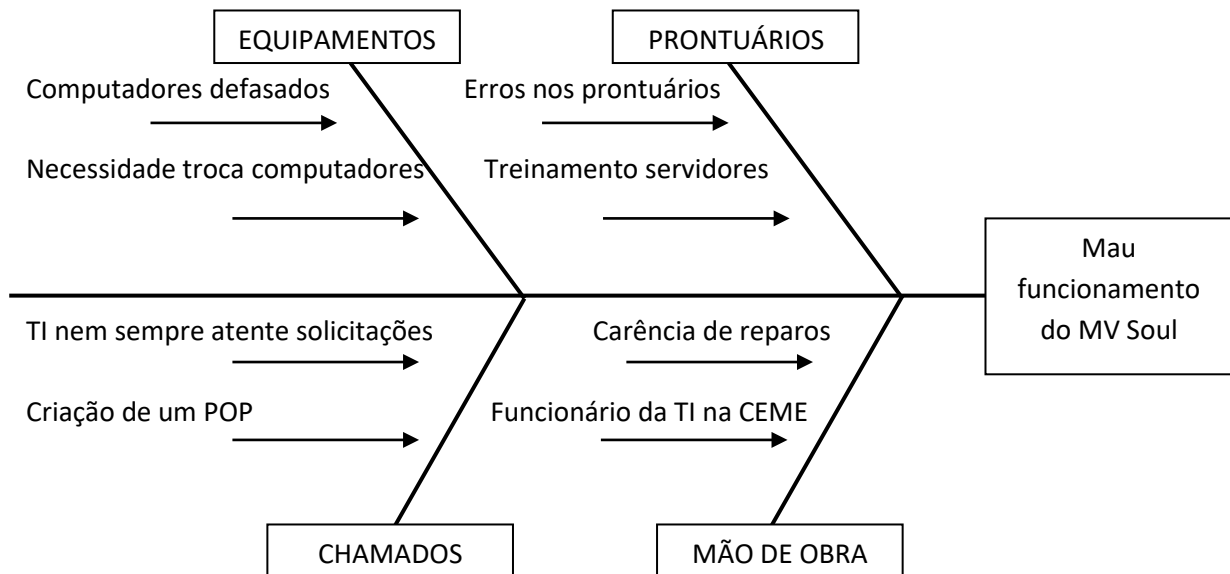


Fonte: Vieira, Wada (1995).

7. ANÁLISE DO CASO

No caso apresentado por Layla, após uma pesquisa de campo gravada com 07 (sete) servidores e 01 (um) gestor, percebeu-se que a ferramenta Diagrama de Causa e Efeito, conhecida também por Diagrama de Ishikawa, poderia ser utilizada no trabalho realizado na Central de Emergência Médica Estadual – CEME, visando detectar as principais causas e efeitos relativas aos problemas encontrados, para posterior análise e solução. Esse trabalho deverá ser realizado de forma conjunta, entre servidores, gerência e, se possível, os servidores da área de Tecnologia da Informação, pois esses são de fundamental importância para a manutenção dos equipamentos e acompanhamento dos defeitos que possam vir a ocorrer no Sistema MV. Dessa forma, foi criado um Diagrama de Ishikawa para a Central de Emergência Médica Estadual – CEME, a fim de verificar os principais erros ocorridos nos processos, e as possíveis soluções encontradas pelos servidores, conforme se pode visualizar na figura 08.

Figura 08 – Diagrama de Ishikawa para a CEME

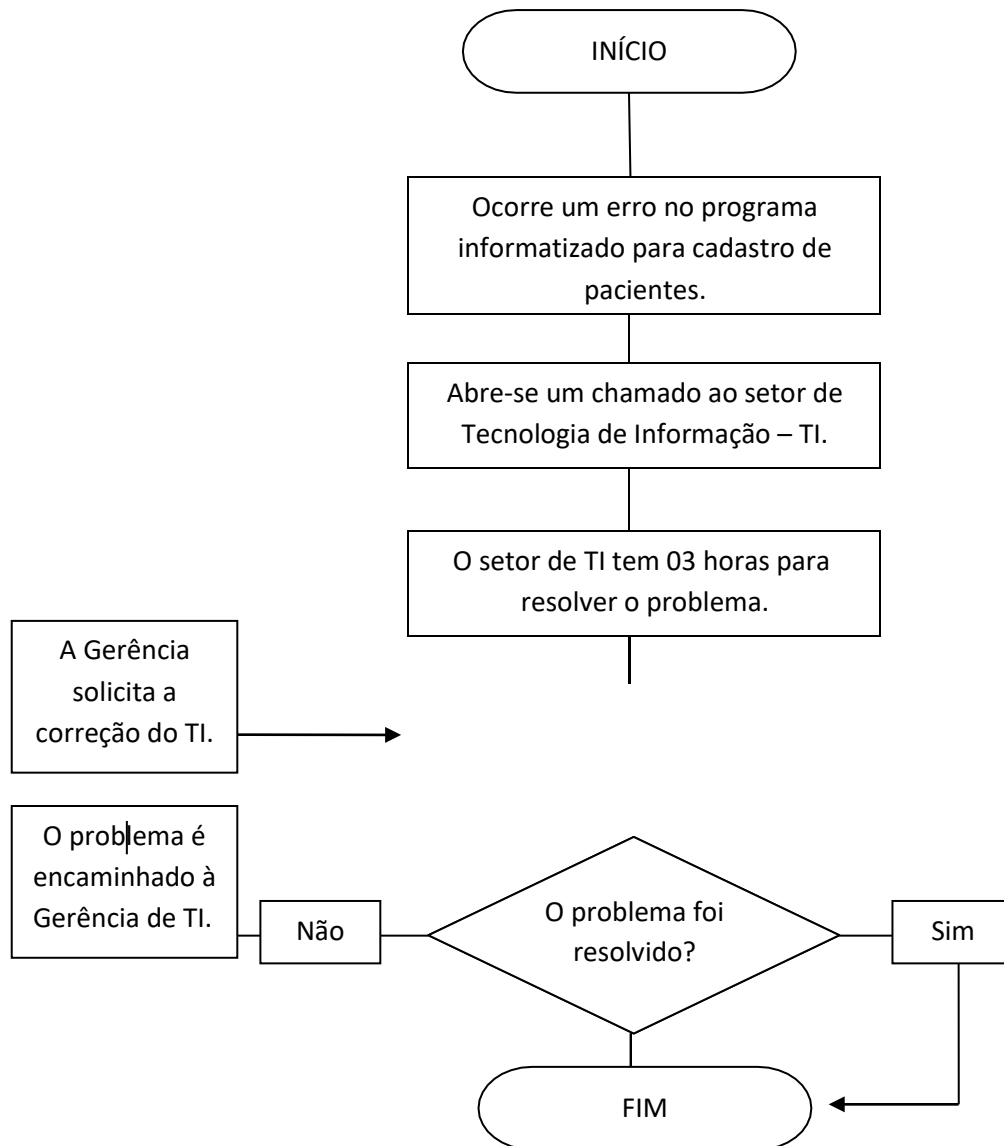


Fonte: Próprios autores.

Outra ferramenta que poderia ser utilizada na Central de Emergência Médica Estadual – CEME pela servidora Layla e demais servidores, seria o Fluxograma, pois a representação do fluxograma por meio de símbolos, poderia auxiliar nos fluxos e no processo, diminuindo os erros, e auxiliando a equipe na sua socialização e na execução das suas tarefas. Com a construção do fluxograma pelos diversos setores e atores envolvidos, poderia chegar a um acordo, assinado pelas partes, para que o instrumento possa de fato vir a ser implantado e funcionar devidamente, realizando a sua função para o qual foi criado.

Abaixo, Figura 08, com o fluxo do processo de trabalho que poderia ser empregado no setor de Layla.

FIGURA 09 – Fluxograma de Trabalho



Fonte: próprios autores.

A terceira ferramenta que poderia ser utilizada na Central de Emergência Médica Estadual – CEME seria a Folha de Verificação. Na entrevista, foi perguntado aos 07 (oito) servidores e ao gestor quais são os principais problemas ocorridos nos setores, relativos à: problemas na utilização apresentados pelo Sistema Soul MV; dificuldades na utilização do Sistema Soul MV; e sobre o funcionamento adequado do Sistema Soul MV. A partir das respostas mencionadas nas entrevistas, os dados foram lançados no instrumento para uma possível verificação.

Figura 10 – Exemplo de uma Folha de Verificação

FOLHA DE VERIFICAÇÃO		
TIPO DE RECLAMAÇÃO	VERIFICAÇÃO	TOTAL
Problema no Soul MV	////	05
Dificuldade em relação ao suporte técnico	//// /	06
Sistema Soul MV funciona adequadamente	//// /	06

Fonte: Próprios autores.

Como a Folha de Verificação ou Check-List é um instrumento de rápida percepção e visualização dos problemas, percebe-se, a partir das respostas dos servidores, que o Sistema Soul MV apresenta problemas no seu funcionamento e dificuldades de suporte técnico, mas que funciona adequadamente, e para isso, deverá ocorrer alguns ajustes. Esses ajustes seriam repassados aos demais setores e atores envolvidos, para que possam ser solucionados de forma conjunta, a fim de que os processos possam se adequar.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema relatado por Layla e demais servidores da Central de Emergência Médica Estadual – CEME poderia ser solucionado, se o setor adotasse e seguisse um fluxograma de trabalho. Para isso, seria necessário que essa ferramenta fosse construída em conjunto, com o auxílio dos servidores, da gerência e do setor de Tecnologia de Informação – TI. Realizada dessa forma, a ferramenta além de ajudar a detectar onde e como resolver os problemas, ela também seria uma forma de aproximação dos setores e dos profissionais envolvidos, para que houvesse uma maior precisão na resolução e uma maior interação das pessoas. O registro e assinatura dos atores envolvidos seria importante, para que o instrumento pudesse ser implantado e seguido de maneira correta. Caso contrário, se uma das partes não cumprir com o acordado, o instrumento poderia apresentar falas e não funcionar devidamente.

Outra ferramenta da qualidade que poderia ajudar na solução do processo é a Folha de Verificação ou Chek-List de processos. Por se tratar de uma ferramenta de fácil manuseio, os problemas poderão ser verificados de forma mais rápida. Quando ocorresse com Layla e com a equipe de servidores algum problema no sistema informatizado que prejudicasse o

preenchimento de dados importantes para o atendimento aos clientes, o mesmo seria lançado na Folha de Verificação, que mostraria em quais períodos e quantas vezes o problema ocorre, por exemplo, levantando dados importantes, como falhas no preenchimento das fichas dos pacientes, para que o problema possa ser resolvido de forma mais assertiva.

A ferramenta Diagrama de Ishikawa seria importante para a Central de Emergência Médica Estadual – CEME, pois mostraria as causas dos problemas encontrados e os efeitos produzidos pelas mesmas. Se o sistema MV Soul travar, por exemplo, e os servidores não conseguirem lançar os dados nos prontuários, será necessário a intervenção do pessoal de Tecnologia de Informação. Caso o problema não seja resolvido por esse setor, poderá ocorrer atrasos nos prontuários, conflitos entre servidores, gerência, médicos e pacientes, sendo que o maior prejudicado seriam os pacientes, que teriam que aguardar por um longo período de tempo ou, até mesmo, terem as suas consultas remarcadas para outra data. Caso este paciente seja oriundo de outra cidade, ele teria ônus com alimentação, transporte, levaria mais tempo para resolver o seu problema de saúde e ficaria frustrado com o atendimento recebido pela Central de Emergência Médica Estadual – CEME.

Percebe-se com isso que para cada ação realizada pelos servidores e demais atores envolvidos, haverá uma reação. Se essa ação for realizada de forma assertiva e em conjunto com os demais setores, utilizando-se as ferramentas da qualidade, poderá trazer grandes contribuições para a instituição. Mas se a ação for feita de forma negativa, pouco profissional e individualista, toda a instituição correrá o risco de ser considerada como algo burocrático, e será menosprezada por todos os usuários que utilizam a saúde pública.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CAMPOS, V. F.. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia**. Minas Gerais; INDG Tecnologia e Serviços Ltda., 1999.

COUTO, F. F.; SARAIVA, L. A. S. **Um estranho no ninho ou um ninho estranho?** Caso de socialização no processo de expatriação. *Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração*. Vol. 5, nº 2, jul/dez, 2015.

CRAIG, D. J. **Stop depending on inspection**. *Quality Progress*, v. 37, p. 39- 44, Jul. 2004.

KUROKAWA, E.; Bornia, A. C. **Utilizando o histograma como uma ferramenta estatística de análise de produção de água tratada de Goiânia**. XXVIII Congresso Interamericano de Ingeniería Sanitaria y Ambiental. Cancún, México, 27 al 31 de octubre, 2002.

LINS, B. F. E. **Ferramentas básicas da qualidade**. Ci. Inf., Brasília, 22(2): 153-161, maio/ago, 1993.

MANZINI, E.J. **Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada**. In: MARQUEZINE: M. C.; ALMEIDA, M. A.;

MARCONDES, J. S. **Folha de verificação como ferramenta da qualidade**. Disponível em: <https://www.gestaodesegurancaprivada.com.br/folha-de-verificacao-qualidade/>. Acesso em: 18 abr. 2018.

MARQUES, J. C. et al. **Ferramentas da Qualidade. Universidade da Madeira**, 2012. Disponível em: https://www.ecrconsultoria.com.br/sites/default/files/Ferramentas_da_Qualidade.pdf. Acesso em: 16 abr. 2018.

OLIVEIRA, J. W. **Sistema de Informação**. 2009. Disponível em: <http://xa.yimg.com/kq/groups/22755187/1481008806/name/Proc.Neg.Atividade.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2018.

OMOTE; S. (Orgs.) **Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial**. Londrina:eduel, 2003.

PEINADO, J.; GRAEML, A. R. **Administração da produção: operações industriais e de serviços**. Curitiba : UnicenP, 2007.

ROTONDARO, R. G. **Seis Sigma: Estratégia Gerencial para a Melhoria de Processos, Produtos e Serviços**. 1. Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A. 2002.

SILVEIRA, C. B. **Cartas de controle**. Disponível em: <https://www.citisystems.com.br/cartas-de-controle/>. Acesso em: 20 abr. 2018.

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

VIEIRA, S.; WADA, R. **As 7 ferramentas estatísticas para o controle da qualidade**. Brasília: QA&T, 1995.

YOSHINAGA, C.: **Qualidade total: a forma mais prática e econômica de implementação e condução**; São Paulo; 1988.

ACESSIBILIDADE NO ENSINO SUPERIOR CASO UNIMONTES: O PONTO DE VISTA DE ACADÊMICOS COM DEFICIÊNCIA

COUTO, Felipe Frés⁹⁹
OLIVEIRA, Rogério de Jesus¹⁰⁰

Resumo: O presente trabalho tem por objetivo examinar a acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência na Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES), a partir do ponto de vista de seis acadêmicos com deficiência matriculados na instituição em questão. Para embasamento dessa pesquisa o marco teórico foi composto por um breve histórico da Unimontes, pela abordagem de alguns instrumentos legais a respeito da temática, além de uma contextualização a respeito da inclusão de pessoas com deficiência no ensino superior. Trata-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa. A coleta de dados ocorreu no mês de maio de 2018, mediante entrevistas semiestruturadas e aplicação de questionário onde o entrevistado deveria valorar uma série de questões numa escala de zero a dez, onde zero equivale a concordo totalmente, um equivale a não soube responder e dez a concordo totalmente, o fechamento do roteiro contou com duas perguntas onde o participante poderia acrescentar alguma informação que julgasse importante, por fim, também foi utilizada a gravação de voz em alguns casos específicos. Os dados obtidos foram tabulados e analisados a fim de alcançar os objetivos pretendidos. Notou-se que a questão da acessibilidade na Unimontes no aspecto arquitetônico é sentida de maneira diferente por cada participante de acordo a sua deficiência, no aspecto pedagógico, mesmo que exista um esforço por parte dos professores em minimizar as dificuldades dos acadêmicos com deficiência, ainda é insuficiente a disponibilidade de tecnologias assistivas e apoio em sala de aula, já no aspecto atitudinal, a maior parte dos entrevistados afirmou que o tratamento que recebem não é igual ao recebido pelas pessoas que não possuem alguma deficiência. Conclui-se que a Unimontes caminha em passos lentos em relação à acessibilidade, logo é essencial a promoção de políticas acessíveis que promovam a inclusão de fato do acadêmico com deficiência.

Abstract: The present study aims to examine the accessibility and inclusion of people with disabilities at the State University of Montes Claros (UNIMONTES), from the point of view of six academics with disabilities enrolled in the institution in question. To base this research, the theoretical framework was composed by a brief history of Unimontes, the approach of some legal instruments on the subject, and a contextualization about the inclusion of people with disabilities in higher education. This is a qualitative and quantitative research. The data collection took place in May 2018, through semi-structured interviews and questionnaire application where the interviewee should assess a series of questions on a scale of zero to ten, where zero is totally agree, one is equivalent to not answering and ten I fully agree, the closing of the script had two questions where the participant could add some information that he thought important, finally, was also used voice recording in some specific cases. The data obtained were tabulated and analyzed in order to achieve the desired objectives. It was noted that the issue of accessibility in the architectural aspect of Unimontes is felt differently by each participant according to their disability, in the pedagogical aspect, even if there is an effort on the part of the teachers to minimize the difficulties of the academics with disabilities, still the availability of assistive technologies and support in the classroom is insufficient, since in the attitudinal aspect, most of the interviewees stated that the treatment they receive is not the same as that received by people who do not have a disability. It is concluded that Unimontes is walking slowly in terms of accessibility, so it is essential to promote accessible policies that promote the inclusion of fact of the academic with disabilities.

Palavras chave: Inclusão Social, deficiência, acessibilidade.

Key words: Social inclusion, disabilities, accessibility.

Introdução

Acessibilidade é um direito inerente a todas as pessoas considerando o uso de lugares de uso comum, partindo do direito de ir e vir pertencente a todo cidadão conforme é preconizado em Brasil (2012, p. 13) [1], quando diz que "é livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens". Partindo do tema abordado pelo texto é oportuno trazer o conceito de acessibilidade o qual pode ser entendido como a

[...] possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de

⁹⁹ Professor da Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES. E-mail: felipe.froes@outlook.com

¹⁰⁰ Acadêmico de Pós-Graduação em Gestão Pública da UNIMONTES. E-mail: rogeriozero10@gmail.com

espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida. (BRASIL, 2015) [2].

Pensar a acessibilidade como uma forma de inclusão social, que segundo Sasaki (1997, p.41) [3], é “o processo pelo qual a sociedade se adapta para poder incluir, em seus sistemas sociais gerais, pessoas com necessidades especiais e, simultaneamente, estas se preparam para assumir seus papéis na sociedade.”, é conscientizar do fato de que é preciso que os educadores estejam, de forma permanente, informados acerca dos processos educacionais, bem como das necessidades especiais das pessoas com deficiência, além do mais, segundo Miranda e Rocha(2009) [4], para garantir à pessoa com deficiência possibilidades maiores de comunicação, mobilidade, habilidades de aprendizado, trabalho, integração com a sociedade, e conseqüentemente a independência e qualidade de vida, é imprescindível a criação e o aperfeiçoamento de tecnologias assistivas, que podem ser entendidas como:

[...] uma área do conhecimento, de característica interdisciplinar, que engloba produtos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivam promover a funcionalidade, relacionada à atividade e participação, de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social. (CORDE, 2007, p. 5; *apud* ITSBRASIL, 2008, p. 10) [5].

A acessibilidade mencionada não se restringe apenas a sua dimensão arquitetônica, que segundo o ItsBrasil (2008, p. 10) [5] é aquela que “elimina barreiras em todos os ambientes físicos (internos e externos) da escola, incluindo o transporte escolar”, mas também na sua dimensão atitudinal, que é aquela que “extingue todos os tipos de atitudes preconceituosas que impeçam o pleno desenvolvimento das potencialidades da pessoa com deficiência”. (ITSBRASIL, 2008, p. 10) [5].

Nesse sentido, pensar a inclusão envolve pensar em diversos desafios e diversas possibilidades. Considerando os fazeres, os contextos, as condições que são oferecidas às pessoas com deficiência, somos levados a pensar a inclusão como processo e acontecimento no social, a partir da convivência das pessoas com os desafios, além das possibilidades. Para o atendimento do princípio educacional do acolhimento das diferenças é necessário o desenvolvimento de políticas de inclusão social que garantam, além do acesso de pessoas com deficiência no ensino superior, também a sua permanência na instituição de ensino por meios de ações que possibilitem a acessibilidade aos acadêmicos com deficiência.

Para Albino e Melo (2011) [6] vivemos em um momento de mudança histórica no qual o papel social da instituição escolar ganha força de tal forma que é concretizado a função de ser um espaço para difusão do combate às atitudes discriminatórias e para a construção da cultura inclusiva, universalizando assim a educação.

Partindo desse pressuposto, onde a educação inclusiva é vista como um novo princípio, no qual a diversidade é entendida como algo a ser valorizada, as Instituições de Ensino Superior devem participar ativamente desse processo, avançando da simples formalidade, expressa na legislação, para um cenário concreto de educação inclusiva, de forma gradativa, contínua, sistemática e planejada (ALBINO; MELO, 2011) [6].

O presente trabalho tem como objetivo geral examinar a acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência na Universidade Estadual de Montes Claros. Os objetivos específicos são os seguintes: verificar as barreiras pedagógicas e atitudinais presentes na Unimontes; verificar as barreiras que comprometem a acessibilidade física no transporte coletivo das cidades de Montes Claros-MG; verificar as barreiras que comprometem a acessibilidade física na Unimontes.

O problema identificado é como têm sido garantidos os direitos relacionados à acessibilidade e inclusão de estudantes com deficiência na Universidade Estadual de Montes Claros?

A universidade enquanto instituição de ensino superior (IES) é uma transformadora da sociedade, uma vez que universaliza o conhecimento e disponibiliza novos profissionais para a sociedade, assumindo assim o seu papel social. Democratizar o acesso é fundamental para potencializar o caráter universal da universidade. O Censo da Educação Superior (INEP, 2015) [7] mostrou um aumento de matrículas de alunos com deficiência nos cursos de graduação presenciais e a distância, passando de 29.034, em 2013, para 37.927, em 2015, o que representa um crescimento de 30,6%. Mas mais possibilitar o acesso é necessário garantir a permanência desse pública até a conclusão do curso. Assim, o presente trabalho se justifica pela necessidade de identificar os principais limitadores que dificultam a permanência do estudante com deficiência na Unimontes, para a partir disso pensar em políticas acessíveis voltadas para o público em questão.

Referencial teórico

Unimontes

A Unimontes é uma Universidade Pública inserida em vasta região do Estado. Está localizada numa área de 120.000 Km², o que corresponde a quase 30% do total do Estado, alcançando mais de 336 municípios do Norte de Minas e dos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri, abrangendo uma clientela que, em potencial, ultrapassa a dois milhões de habitantes.

Breve Histórico da Unimontes

A Unimontes resultou da transformação da Fundação Norte Mineira de Ensino Superior – FUNM, através do artigo 82, parágrafo 3º, do “Ato das Disposições Constitucionais Transitórias”, da Constituição Mineira de 21/09/89. Por meio da Constituição Estadual de 1989, a FUNM foi transformada na Universidade Estadual de Montes Claros, instituída através do Decreto Estadual nº 30.971, de 09/03/1990. Porém, somente a partir 01/08/1990, ocorreu de fato a integração da Unimontes como ente público (autarquia), quando os servidores da extinta FUNM foram incorporados ao quadro pessoal do Estado. O primeiro estatuto da Universidade foi aprovado através do Decreto Estadual nº 31.840, de 24/09/1990.

De acordo com o Regimento Geral da Unimontes, aprovado em reunião extraordinária do Conselho Universitário realizada em 20/12/1999, a Universidade tem como finalidade “contribuir para a melhoria e a transformação da sociedade, atender às aspirações e aos interesses de sua comunidade e promover o ensino, a pesquisa e a extensão com eficácia e qualidade.” (UNIMONTES, 1999, artigo 2º) [8]

A instituição tem como objetivos:

Desenvolver, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, a técnica, a ciência e as artes; Preparar e habilitar os acadêmicos para o exercício crítico e ético de suas atividades profissionais; Incentivar a comunidade no desenvolvimento da pesquisa e da produção científica; Irradiar e polarizar, com mecanismos específicos, a cultura, o saber e o conhecimento regional; Atender à demanda da sociedade por serviços de sua competência, em especial, os da saúde, de educação e de desenvolvimento social e econômico, vinculando-os sempre às atividades de ensino, pesquisa e extensão. (UNIMONTES, 1999, artigo 3º) [3]

Com *campus* principal em Montes Claros a Unimontes possui *campi* em Almenara, Bocaiúva, Brasília de Minas, Espinosa, Janaúba, Janaúria, Joaíma, Paracatu, Pirapora, Salinas, São Francisco e Unaí. Nos quais oferece hoje 58 cursos regulares de graduação, Modulares, Seqüenciais e na modalidade à distância pelo convênio com a UAB – Universidade Aberta do Brasil, além dos cursos de Pós-Graduação “Lato sensu” e Pós-Graduação “Stricto sensu” – Mestrado e Doutorado. A Unimontes oferece ainda cursos médios e profissionalizantes (técnicos) através do Centro de Educação Profissional e Tecnológica e em convênio com o programa federal E-TEC.

NUSI – Núcleo de Sociedade Inclusiva

O Núcleo de Sociedade Inclusiva da Universidade Estadual de Montes Claros foi criado em 2005, por meio da Resolução nº 120 - CEPEX 2005 em atendimento a lei de nº 15.259/2004 a qual estabelece o sistema de reserva de vagas. O NUSI é vinculado ao Departamento de Educação.

Do direito: aspectos legais

Em relação à legislação sobre o tema tratado no referido artigo, no Brasil, a questão começa a tomar corpo a partir da Constituição Federal de 1988. Com as garantias proporcionadas pela Constituição os movimentos das pessoas com deficiência passaram a lutar pelo cumprimento dos seus direitos, dentre eles os a acessibilidade em edificações e transportes (ARAUJO, 2015) [9].

No art. 227 da Constituição Federal de 1988 é especificado que é dever da família, da sociedade e do Estado a garantia da educação, sendo repudiado qualquer forma de negligência e discriminação. Seguindo o mesmo artigo, no seu § 1º, Inciso II, fica estabelecido a criação de programas de caráter preventivo e que atendam de forma especializado as pessoas com deficiência física, sensorial ou mental, além de assegurar a integração social do jovem portador de deficiência, mediante a “facilitação do acesso aos bens e serviços coletivos, com a eliminação de obstáculos arquitetônicos e de todas as formas de discriminação” (BRASIL, 2012, p. 129) [1].

O § 2º do art. 227 trata da acessibilidade arquitetural bem como nos transportes coletivos, quando diz que:

A lei disporá sobre normas de construção dos logradouros e dos edifícios de uso público e de fabricação de veículos de transporte coletivo, a fim de garantir acesso adequado às pessoas portadoras de deficiência. (BRASIL, 2012, p. 129) [1].

O art. 244 traz em seu conteúdo a adaptação dos logradouros, dos edifícios públicos e transportes coletivos já existentes visando a acessibilidade dos mesmos. Ainda segundo a Carta Magna, em seu art. 24, fica sobre a competência da União, dos Estados e do Distrito Federal legislar concorrentemente sobre a proteção e integração das pessoas com deficiência. (BRASIL, 2012) [1].

Após a CF de 1988 surgiram outros instrumentos nacionais que têm como pretensão a aproximação da educação com os pressupostos e com a prática pedagógica da educação inclusiva.

Nesse sentido, o primeiro instrumento a ser citado é a Lei nº 7.853/89, que Dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência, sua integração social, sobre a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência - Corde, institui a tutela jurisdicional de interesses coletivos ou difusos dessas pessoas, disciplina a atuação do Ministério Público, define crimes, e dá outras providências (BRASIL, 1989) [10].

Outro instrumento é o Decreto nº 3.298/1999 que regulamenta a Lei nº 7.853/89 e que dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências.

A Seção II – art. 24, VI § 5º do Decreto citado é abordado a questão da acessibilidade em espaços educacionais, discorrendo que “quando da construção e reforma de estabelecimentos de ensino deverá ser observado o atendimento as normas técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT relativas à acessibilidade”. (BRASIL, 1999) [11].

Vale lembrar que quando se refere à acessibilidade física, no caso da eliminação das barreiras, o Decreto nº 3.298/1999 trata apenas da escolas e instituições de educação profissional, não abordando a educação superior. O Decreto nº 5.290/2004 revogou os textos do Decreto nº 3.298/1999 que mencionavam a acessibilidade da administração pública federal (ARAÚJO, 2015) [9].

Ainda no ano de 1999, foi publicado pelo Ministério da Educação a Portaria nº 1679, por meio da qual foi definido que os cursos de nível superior deveriam se adequar a fim de receber deficientes físicos através de adaptações, tais como rampas de acesso, vagas de estacionamento, banheiro adaptado, telefones, bebedouros com altura própria para cadeirantes. Para os deficientes visuais foi estipulado adaptações estruturais como acervo bibliográfico em braille, softwares adaptados, além de máquina de datilografia braille. Já para os deficientes auditivos foi exigido intérprete de libras, flexibilidade na correção das provas e informações aos professores a respeito das dificuldades apresentadas pelos alunos (ALENCAR, 2013) [12].

No ano estabelece 2000 a Lei nº 10.098/00 normas gerais e critérios básicos com intuito de promover a acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida e dá outras providências. Em seu capítulo IV é tratado da acessibilidade nos edifícios públicos ou de uso coletivo, sendo parte as universidades públicas.

Com um vasto número de Leis, decretos, portarias, resoluções e instruções no âmbito da legislação federal, as instituições de ensino começam a se organizar para receberem os alunos com deficiência. A circular n. 277 MEC/GM(anexo A) de 1996, encaminhada aos reitores das Instituições de Ensino Superior pelo então ministro da Educação Paulo Renato de Souza, estabelece que as IES desenvolvam ações que favoreçam a flexibilização dos serviços educacionais, de infra-estrutura, de capacitação de recursos humanos, de maneira que possam garantir uma permanência de qualidade a esse alunado (MIRANDA; ROCHA, 2009) [4].

Apesar da legislação estabelecer normas de acessibilidades arquitetônicas, atender apenas a esse critério não diminui a exclusão dos alunos com deficiência no ensino superior. Questões como condições didático-pedagógica de trabalho de professores, falta de tecnologias de ajuda no processo de aprendizagem e inclusão do aluno com deficiência são dificuldades que precisam de atenção (MIRANDA; ROCHA, 2009) [4].

A Inclusão de pessoas com deficiência no ensino superior

Duarte e Cohen (2004, p. 2) citado por Queiroz e Souza (2015, p. 5) [13] afirmam que a restrição de acesso a qualquer setor da universidade, imposta tanto por alguma barreira física quanto social, faz com que a função educadora da instituição seja posta em dúvida.

Em um levantamento estatístico com dados retirados do Censo da Educação Superior (Inep, 2015) [7], foi possível fazer uma análise em relação ao número de matrículas de alunos com deficiência nos cursos de graduação presenciais e a distância. Constatou-se um aumento de matrículas, passando de 29.034, em 2013, para 37.927, em 2015, o que representa um crescimento de 30,6%. Em relação aos números de 2015, 58,5% das matrículas são de Instituições privadas de ensino, totalizando um número de 22.175, já as matrículas do ensino superior público totalizam um valor de 15.752, representando 41,5%, sendo que dessas, 81,8% estão em IES federais, 16,2% em IES Estaduais e 2,0% em IES Municipais. Nota-se também que houve um avanço no número de matrículas em IES Estaduais, já que passou de 2.051, em 2013, para 2.560, em 2015, representando um crescimento de 24,8%.

O levantamento evidencia o crescimento do número de matrículas de estudantes com deficiência no ensino superior e também mostra que o maior número dessas matrículas está em instituições privadas de ensino superior.

Outra questão é discrepância observada na comparação do número de alunos com deficiência matriculados em Instituições de ensino superior com o total de matrículas no ensino superior da população em geral, considerando o ano de 2015 (Inep, 2015) [7], sendo que o primeiro corresponde apenas a 0,47% do número total de matrículas da população em geral que corresponde a um número de 8.027.297, dos quais 1.214.635 são de instituições federais, 618.633 de instituições estaduais, 118.877 de instituições municipais e ainda 6.075.152 de IES privadas.

Apesar do aumento quantitativo no número de matrículas, ainda persiste o desafio de uma educação inclusiva na educação superior que alcance dados qualitativos, já que segundo Miranda e Rocha (2009, p. 5) [4] "falta concretizar políticas que atendam e respeitem as especificidades de cada aluno com deficiência, medidas que atendam a diversidade."

Pensando nesse sentido, Silva (2016) [14] afirma que desde meados de 1990 a questão da educação

inclusiva vem sendo discutida, porém, foi a partir de 2008, por meio da Política Nacional de educação Especial na Perspectiva da Educação inclusiva (BRASIL, 2008) [15] que foi formalizado o atendimento de pessoas com deficiência na educação superior. Mesmo trazendo discussões abrangentes a respeito da universidade, o texto citado é um marco quando se fala de políticas que tem como propósito a orientação da educação para pessoas com deficiência, já que

contempla ações que possibilitam o acesso ao conhecimento de maneira justa, pois sabe-se que para que seja possível a inclusão dessas pessoas, muito mais que estar de acordo com a legislação vigente, é preciso eliminar barreiras no processo de acesso e permanência, com qualidade, no ensino superior.

São barreiras atitudinais, pedagógicas, arquitetônicas, entre outras, que se sobrepõem ao acesso de pessoas com deficiência ao ensino superior e que seriam superadas se fossem cumpridas as normas de acessibilidade a esse nível de ensino. (MIRANDA; ROCHA, 2009, p. 6) [4]

De acordo com Araujo (2015) [9], no Brasil, as discussões em torno da inclusão no ensino superior ainda são fracas, fato que pode ser confirmado pela pouca produção acadêmica sobre o tema. Nesse sentido, em 2005 é firmada a política de acessibilidade no ensino superior, por meio da criação do "Programa Incluir", situado no eixo "Acesso à Educação" do "Plano Nacional dos Direitos das Pessoas com Deficiência - Viver sem Limites".

O Programa de Acessibilidade na Educação Superior (Incluir) propõe ações que garantem o acesso pleno de pessoas com deficiência às instituições federais de ensino superior (Ifes). O Incluir tem como principal objetivo fomentar a criação e a consolidação de núcleos de acessibilidade nas Ifes, os quais respondem pela organização de ações institucionais que garantam a integração de pessoas com deficiência à vida acadêmica, eliminando barreiras comportamentais, pedagógicas, arquitetônicas e de comunicação. (BRASIL, 2013) [16].

Desde 2005, o programa publica editais visando ao apoio de projetos de criação ou reestruturação dos núcleos de acessibilidade nas Ifes. Os núcleos possibilitam a melhora do acesso das pessoas com deficiência a todos os espaços, ambientes, ações e processos desenvolvidos na instituição, sempre almejando a integração e articulação das demais atividades para a inclusão educacional e social dessas pessoas. Universidades do Brasil inteiro enviam propostas, contudo somente as que estão dentro das exigências do programa são selecionadas para receber o apoio financeiro do MEC. (BRASIL, 2013) [16].

O INCLUIR concretiza a política de educação especial na perspectiva sob a ótica da educação inclusiva na educação superior, e além do mais busca:

[...] promover ações que garantem o acesso e permanência de pessoas com deficiência nas Instituições Federais de Educação Superior (IFES); fomentar a criação e/ou consolidação de núcleos de acessibilidade nas instituições federais de ensino superior; promover a eliminação de barreiras atitudinais, pedagógicas, arquitetônicas e de comunicações. (ARAUJO, 2015, p. 41) [9]

Araujo (2015) diz que o INCLUIR tem no seu entendimento que a inclusão de pessoas com deficiência no ensino superior deve ser fator de desenvolvimento pessoal, social e profissional, não excluindo atais pessoas de certos ambientes e atividades devido a sua deficiência.

Nesse sentido, é perceptível que para construir uma educação inclusiva é necessário que aja uma reestruturação dos sistemas de ensino, os quais devem organizar-se a fim de dar respostas às necessidades educacionais de todos os alunos. Partindo desse entendimento as universidades devem assumir seu papel social, não sendo indiferente à diferença, sempre buscando um processo educacional justo e democrático. Além do mais o estado também deve assumir seu papel, não apenas com aspectos legais, mas também com políticas públicas voltadas para o investimento na qualificação de professores, em recursos tecnológicos, além da assistência estudantil nas universidades públicas em especial, garantindo assim a permanência desses estudantes.

Aspectos metodológicos

Foram adotadas as metodologias de pesquisa qualitativa, que conforme Freitas e Prodanov (2013, p.70) [17], na pesquisa qualitativa “o ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. Tal pesquisa é descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente.”, e também a pesquisa quantitativa, que segundo Freitas e Prodanov (2013, p.69) [17], “requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (porcentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc)”. Como instrumentos de pesquisa foram aplicadas entrevistas semiestruturadas, que de acordo com Triviños (1987) [18] os

questionamentos são baseados em teorias e hipóteses que têm relação ao tema da pesquisa e esses questionamentos dão frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. Também foi usado como método de pesquisa o questionário.

Participaram da pesquisa seis estudantes da graduação de diferentes cursos. O número baixo da amostra se deu pela indisponibilidade de respondentes e da dificuldade destes serem encontrados, visto que não fora identificado registro ou cadastro formal na Unimontes acerca de estudantes declaradamente com deficiência.

A localização de parte dos participantes foi feita por meio de consulta ao banco de dados do NUSI, como não são todos os acadêmicos com deficiência que estão cadastrados no NUSI, como são os alunos que devem procurar o setor, nem todos fazem esse processo, sendo assim, a localização dos participantes também contou com a indicação dos próprios acadêmicos que participaram da pesquisa.

A fim de explicitar o sigilo das informações prestadas e garantir a utilização dos dados apenas para fins científico, os participantes assinaram Termo de Consentimento de Livre e Esclarecido, seguindo orientações do Comitê Nacional de Ética/ Resolução 196/96, que trata de pesquisas que envolvem seres humanos. No momento das entrevistas, o pesquisador apresentou os objetivos da pesquisa aos entrevistados para que estes se sentissem mais à vontade para responder as perguntas.

O roteiro da entrevista foi formulado em quatro partes, sendo que a primeira diz respeito ao preenchimento de informações sobre a identificação e aspectos socioeconômicos do entrevistado. A segunda parte contempla as dificuldades e a avaliação dos entrevistados a respeito do transporte coletivo, a biblioteca Antônio Jorge, o restaurante universitário, os departamentos e edifícios do campus, aos acessos aos edifícios do campus, nesses quesitos foram avaliados basicamente aspectos arquitetônicos. Já a terceira parte da entrevista traz uma avaliação teórica que contempla aspectos pedagógicos e atitudinais, além de questões referentes ao NUSI. Na segunda e terceira parte os participantes avaliaram cada item numa escala de zero a dez, onde o zero corresponde a discordo totalmente, o número um a não soube responder e dez a concordo totalmente. O fechamento do roteiro contou com duas perguntas abertas onde o participante poderia acrescentar alguma informação que julgasse importante, por fim, também foi utilizada a gravação de voz no caso específico dos acadêmicos com deficiência visual. A Tabela 1 mostra o perfil dos participantes.

A elaboração da entrevista contou com diversos itens que possibilitaram a identificação das dificuldades no transporte coletivo, na biblioteca professor Antônio Jorge, no restaurante universitário, na parte interna dos edifícios do campus e nos acessos externos aos prédios. A elaboração dos itens relacionados aos aspectos arquitetônicos teve embasamento na NBR9050/2015, já em relação ao transporte coletivo, o embasamento foi na NBR14022/2011.

Após a coleta dos dados os mesmos passaram pela fase de tabulação, que segundo Lakatos e Marconi (2003) [19] “é a disposição dos dados em tabelas, possibilitando maior facilidade na verificação das inter-relações entre eles. no processo de transcrição do áudio foi utilizado procedimentos de conferência de fidedignidade, que segundo Duarte (2004, p. 220) [20] se baseia em: “ouvir a gravação tendo o texto transcrito em mãos, acompanhando e conferindo cada frase, mudanças de entonação, interjeições, interrupções etc.”

A análise dos dados será feita conforme a média, mediana e desvio-padrão.

Resultados e Discussão

Os resultados foram ordenados de forma a identificar as principais dificuldades enfrentadas pelos estudantes com deficiência no que tange a aspectos arquitetônicos, atitudinais e pedagógicos.

Tendo em vista a quantidade alta de itens avaliados, e conseqüentemente a quantidade de diagnósticos obtidos, será feita uma discussão de forma sucinta, detalhando apenas os aspectos mais relevantes dentro de cada ambiente avaliado.

Em relação à acessibilidade no transporte coletivo foram avaliados 21 itens dos quais os que obtiveram resultados mais relevantes são apresentados conforme a Tabela 2.

Tabela 2 : Acessibilidade no transporte coletivo

Item	SR	NSR	Média	Mediana	Desvio- Padrão
Disponibilidade de barras de apoios com solicitação de parada diferenciada	4	2	3,25	1,50	4,71
Disponibilidade de comunicação visual interna (identificação de assentos preferenciais, identificação das áreas reservadas)	4	2	7,33	10	4,61
Quantidade de ônibus que circulam pela área interna do campus	4	2	1,25	0	2,50
Conforto nos bancos	4	2	3,75	2,50	4,78
Quantidade de bancos destinados à pessoas com deficiência	3	3	2,33	2	2,51
Estado de conservação dos ônibus	4	2	4	5	
Disponibilidade de dispositivos de sinalização visual, tátil e auditiva, nos pontos de parada, com a informação das	3	3	0	0	0

respectivas linhas de ônibus					
Disponibilidade de piso tátil direcional nos pontos de parada	3	3	0	0	0

Fonte: própria, jun, 2018

* (SR) souberam responder (NSR) não souberam responder

Os itens apresentaram valores baixos em quase sua totalidade, sendo que o que apresentou um valor maior foi a questão da comunicação interna com uma média de 7,33 e mediana no valor 10.

A respeito do item que avaliou a questão do conforto nos bancos foi relatado que houve um acidente devido às más condições dos bancos, nesse sentido, conforme P3 “[...] o guarda-mão geralmente tá estragado, eu já machuquei minha mão por exemplo, uma parte ali não estava protegido, eu bati a machuquei”.

O número de bancos destinados às pessoas com deficiência foi considerado baixo tendo em vista que também são reservados para outros públicos preferenciais, conforme P3 “a parte da frente costuma ter três bancos bem disputados com os idosos.

A ausência de dispositivos de sinalização visual, tátil e auditiva nos pontos de parada é um limitador para quem necessitaria fazer uso dos mesmos, já que causa uma grande dificuldade para chegar até ele. Perguntada sobre a disponibilidade da sinalização especificada acima P3 diz que “não, isso não existe[...], inclusive quando vamos pegar o ônibus na praça é muito complicado porque vem três ônibus ao mesmo tempo e no meu caso que não enxergo é um Deus nos acuda porque devia ter uma forma de ter um piso tátil.”

Outro grande limitador é a própria atitude das outras pessoas que acabam obstruindo a passagem de quem faz uso do piso tátil nos poucos espaços onde é notada sua instalação, fato que pode ser ilustrado quando P3 diz que “as bolinhas identificam parada, uma porta, alguma coisa [...] só que as pessoas têm uma compreensão diferente sobre para que serve o piso tátil, eles costumam ficar confraternizando em cima dele.”

Em relação à biblioteca Antônio Jorge foram avaliados 16 itens sendo que os que apresentaram valores mais notáveis são apresentados na Tabela 3 abaixo:

Tabela 3: Acessibilidade na biblioteca Antônio Jorge

Item	SR	NSR	Média	Mediana	Desvio-Padrão
Disponibilidade de tecnologia assistiva(teclado adaptado, lupa eletrônica, impressora em braile, software de leitura de tela, plano inclinado)	4	2	3,66	4	3,51
Disponibilidade de obras em braile ou áudio	4	2	0	0	0
Organização dos livros nas estantes	4	2	8,33	8	1,52
Adaptação dos banheiros	3	3	4	4	5,65
Adaptação do sistema de empréstimo de livro	4	2	5,33	8	4,61
Disponibilidade de elevador(es) para acesso ao andar superior	2	4	10	10	-

Fonte: própria, jun, 2018

* (SR) souberam responder (NSR) não souberam responder

A biblioteca apresentou valores baixos na avaliação. Um aspecto abordado na entrevista está relacionado às tecnologias assistivas. Os valores baixos na avaliação causa preocupação considerando que tecnologias assistivas são meios capazes de propiciar acessibilidade aos deficientes. Observou-se uma ausência de obras em braile e áudio, em contrapartida, a existência e a condição do elevador foram bem avaliadas. Foi relatado que o NUSI dispõe de algumas tecnologias como leitores de tela, *scanner*, impressoras braile, porém a falta de um profissional com formação na área acaba dificultando o uso dos mesmos:

Olha, aqui, como existe o NUSI, os computadores têm leitores de tela, mas em contrapartida tem uma impressora braile mas não existe alguém pra revisar esse material em braile, “[...]. Eu prefiro mesmo em Word [...], mas tem um *scanner* que as meninas trabalham com ele aqui [NUSI], ele converte o material em áudio”. (P3)

O NUSI assume um papel importante no apoio aos acadêmicos com deficiência que estão cadastrados no mesmo, uma exemplo é aplicação de provas que é feita em alguns casos, como por exemplo no caso de P3 que ao ser questionada onde realizava as provas respondeu: “[...] aqui, são aplicadas aqui”[NUSI]”

O restaurante universitário obteve uma boa avaliação num contexto geral. Foram avaliados 14 itens dos quais são mostrados alguns, conforme Tabela 4 abaixo:

Tabela 4: Acessibilidade no restaurante universitário

Item	SR	NSR	Média	Mediana	Desvio-Padrão
Sinalização por meio de piso tátil na área externa	4	2	6,75	8,50	4,71
Sinalização por meio de piso tátil na parte interna	3	3	3,33	0	5,77
Disponibilidade de exemplares de cardápio em braile	3	3	0	0	0
Altura da bancada de alimentos	5	1	9,40	10	1,34
Altura dos lavatórios	5	1	8,40	10	2,30
Altura da bancada de bandejas e talheres	5	1	8,60	10	2,19
Disponibilidade de mesas para cadeirantes	3	3	10	10	0
Disposição de roletas e acessos	5	1	9,20	10	1,09
Amplitude do espaço entre as mesas	5	1	8,60	10	2,19

Fonte: própria, jun, 2018

* (SR) souberam responder (NSR) não souberam responder

A questão da disponibilidade de sinalização por meio de piso tátil na área externa ao restaurante universitária foi razoavelmente avaliada apresentando uma média de 6,75 e mediana de 8,50. Indagada sobre essa questão P3 afirma que “eu acredito que existe esse acesso[...] consegue chegar até lá sozinho, eu nunca tentei. “

Foi constatada a indisponibilidade de cardápios em braile para uso de pessoas com deficiência visual.

A avaliação da acessibilidade em relação aos prédios dentro do campus baseou-se no prédio onde cada acadêmico entrevistado faz o seu respectivo curso, nesse sentido os prédios avaliados foram o Centro de Ciências Biológicas e da Saúde (CCBS), Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) e o Centro de Ciências Humanas (CCH), que mesmo não sendo o prédio onde nenhum dos participantes estuda, é muito frequentado por eles, isso porque é onde fica o NUSI e também umas das lanchonetes. Foram avaliados 17 itens dos quais são citados os seguintes, conforme Tabela 5:

Tabela 5: Acessibilidade nos edifícios do campus

Item	SR	NSR	Média	Mediana	Desvio-Padrão
Disponibilidade de rampas para acesso aos andares superiores	4	2	6,25	7,50	4,78
Inclinação das rampas	4	2	4,50	4	5,25
Altura dos degraus das escadas	3	3	3,33	0	5,77
Disponibilidade de elevador(es) para acesso aos andares superiores	4	2	2,50	0	5
Adaptação dos banheiros	4	2	4,5	4	5,25
Sinalização por meio de piso tátil	4	2	4	3	4,89
Disponibilidade de identificação de salas em placas escritas em braile alto relevo	3	3	0	0	0

Fonte: própria, jun, 2018

* (SR) souberam responder (NSR) não souberam responder

A disponibilidade de rampas nos prédios analisados teve uma avaliação razoável, porém, no que se refere à inclinação das mesmas a avaliação foi baixa apresentando uma média de 4,5 e mediana de 4. A altura dos degraus das escadas também não foi bem avaliada, apresentou uma média de 3,33 e mediana 0. A respeito da disponibilidade de elevadores a avaliação foi ainda pior, sendo 2,5 de média e mediana igual a 0, isso porque o CCH e o CCBS não têm elevador e o CCSA tem um parado, em fase de construção.

Sobre o piso tátil a avaliação baixa se deu por causa da disponibilidade somente no CCH e mesmo assim não atende de forma plena quem faz uso dele.

Eu tenho dificuldade com o piso tátil na verdade, infelizmente a gente dificilmente encontra ele colocado de uma forma que realmente atende [...]. Eu acho que onde ele tá de uma forma mais positiva é aqui no prédio 2 (CCH), mas não tem sinalização pro banheiro, nem pra lanchonete e nem pro bebedouro. (P3)

Ouro limitador é a indisponibilidade, nos prédios analisados, de placas escritas em braile alto relevo para identificação de salas, o acadêmico com deficiência visual não têm independência nenhuma para transitar em todos os prédios, conforme afirma P3 “no prédio 1[CCSA] tranquilo, eu tenho domínio total, eu tenho dificuldade em outros prédios[...] pra localizar as coisas”.

Com relação à acessibilidade nos acessos externos aos edifícios dentro do campus 18 itens foram analisados, alguns deles estão na Tabela 6 abaixo:

Tabela 6: Acessibilidade em relação ao acesso aos edifícios do campus

Item	SR	NSR	Média	Mediana	Desvio-Padrão
Disponibilidade de rampas	4	2	6,25	7,50	4,78
Disponibilidade de corrimãos nas rampas	4	2	5,75	6,50	4,34
Inclinação das rampas	4	2	4,75	4,5	5,50
Conservação das escadas	2	4	2	2	2,82
Nivelamento do piso	4	2	3,75	2,50	4,78
Estado de conservação do piso	4	2	4,75	4,50	4,11
Sinalização por meio de piso tátil	4	2	5,25	5,50	4,27
Rebaixamento das calçadas	3	3	6	8	5,29
Amplitude das calçadas	3	3	6	8	5,29

Fonte: própria, jun, 2018

* (SR) souberam responder (NSR) não souberam responder

Num aspecto geral a avaliação dos acessos externos aos prédios não foi a ideal, basta tomar como base a questão do estado de conservação do piso que teve uma média de 4,75 e mediana igual a 4,50, além do mais o nivelamento do piso também não foi bem avaliado, o cenário é explicado a partir dos relatos de problemas enfrentados devido à situação do piso:

[...] lá fora eu acho que ele tá bem maltratado. Quando eu venho ali do estacionamento pro prédio 1, tem uma parte que tem um degrau que tá bem estragado e depois vem a rampa e eu soube que tem uma parte, que eu jamais vou, que tem um degrau sem proteção nenhuma, então, é bem perigoso lá fora.(P3)

Sobre a disponibilidade do piso tátil na parte externa do campus a avaliação se manteve na média, com um número de 5,25 e mediana valendo 5,50, contudo, houve relatos que denunciam o atendimento como não sendo o ideal, “bem precária, bem precária, muito precária. Tem só nos canteiros e em alguns lugares tá praticamente impossível identificar.”(P3).

Na avaliação teórica foram feitas 15 premissas onde os participantes valoraram o quanto concordavam com a afirmação feita, a seguir, na Tabela 7, são descritas algumas das premissas:

Tabela 7: Avaliação teórica

Item	SR	NSR	Média	Mediana	Desvio-Padrão
Disponho de serviço de monitoria na sala de aula	3	3	3,33	0	5,77
A Unimontes dispõe de intérprete de libras para me acompanhar nas minhas atividades acadêmicas	1	5	10	10	0
Há um esforço para inclusão de pessoas com deficiência na UNIMONTES	5	1	6	7	3,80
Me sinto plenamente integrado às atividades desenvolvidas no âmbito da UNIMONTES	5	1	3,20	0	4,38
O tratamento que recebo na UNIMONTES é equivalente ao tratamento de qualquer outra pessoa sem deficiência.	5	1	3,80	5	3,63
As pessoas estão capacitadas para tratar adequadamente as diferenças das pessoas com necessidades especiais.	5	1	4,20	5	4,08
O ambiente favorece o meu melhor desempenho.	5	1	3,8	0	5,21
Os professores oferecem adaptações de provas e apoios necessários para as pessoas com deficiência, incluindo tempo adicional para realização das provas, em função das necessidades específicas apresentadas pelo acadêmico	5	1	8,40	10	2,30
Consigo acompanhar as disciplinas do curso dentro do prazo regular.	6	0	7,50	10	4,18
Todos os professores conhecem e/ou consideram as minhas necessidades educacionais e as consideram no planejamento das atividades/aula na sala	5	1	8,40	10	2,60

Fonte: própria, jun, 2018

* (SR) souberam responder (NSR) não souberam responder

Esta categoria buscou identificar o recebimento de apoio para a realização das atividades acadêmicas, percepções sobre o processo de ensino e aprendizagem durante a realização da graduação.

Pela baixa avaliação, tendo uma média de 3,33 e mediana valendo 0, nota-se que há necessidade de melhora na disponibilidade de um serviço de monitoria na sala de aula, já que praticamente não existe esse serviço, a não ser pela disponibilidade de intérprete de libras que acompanha a participante P4 em todas as suas atividades no âmbito da Unimontes.

Outro aspecto avaliado foi a questão da prática das atividades acadêmicas que apresentou valores baixos, fato que vai de encontro com a percepção de acessibilidade no ponto de vista de P5,

Além de todas as adaptações físicas necessárias para que o deficiente possa realizar todas as atividades que é capaz sozinho, a universidade acessível conta com profissionais capacitados para ajudar o deficiente, um planejamento das aulas que permita ao portador de necessidades especiais participar plenamente das atividades acadêmicas[...]

Ainda nesse sentido, pôde-se notar que existem práticas metodológicas que prejudicam a integração do acadêmico com deficiência, conforme relatado por P3, "os professores na verdade acabam usando muito *data show* e se tem é um recurso que pra mim não existe[...]". No ponto de vista de P1, irá contribuir para uma maior integração a existência de "[...]conteúdos suficientes necessários em braile e em áudio".

Uma questão bastante relatada pelos participantes foi em relação ao preparo das pessoas para lidar com quem tem alguma deficiência, que de acordo com a avaliação, com média de 4,20 e mediana de igual a 5, é um fator que precisa ser melhorado, isso também pode ser comprovado na fala de P1, "[...]e os pontos negativos é a falta de capacitação dos professores e acadêmicos.", na mesma linha P4 sugere que "os funcionários da Unimontes poderiam saber a língua de sinais, libras, para poderem comunicar melhor com os surdos. A unimontes poderia abrir aulas de libras para os funcionários saberem comunicar, isso seria uma boa acessibilidade", por fim, P2 afirma que tem "[...] problema de comunicar com os funcionários. Os funcionários têm que aprender libras, só o básico, para poderem comunicar com as pessoas surdas".

Contudo, na perspectiva de P1 um fator positivo é que "na universidade [...] o deficiente tem tratamento igualitário como todos os que não têm deficiência."

O ambiente acadêmico não foi bem avaliado, teve uma média de 3,80 e mediana no valor 0, segundo P5 "a falta de adaptação[...] no campus prejudica meu aprendizado".

Durante a entrevista, houve relato a respeito de barreiras atitudinais, que assim como nos aspectos arquitetônicos, também contribuem para um distanciamento de uma acessibilidade efetiva. Nesse sentido, P3 afirma que acessibilidade

envolve não tão somente a questão da estrutura física que é a qual as pessoas mais se preocupam, mas eu acho que, eu acho não, eu tenho certeza, a atitude das outras pessoas contam muito porque não adianta você adaptar pisos, é como eu disse, as pessoas usam muito o piso tátil pra se confraternizarem, não estão preocupados [...], então eu acho que tem que ser um conjunto de atitudes com estrutura física, isso sim promoveria a acessibilidade.

Mas ainda que existam muitas barreiras a serem vencidas, estamos em um processo de mudança em que é percebida uma evolução ao longo do tempo no tratamento para com as pessoas com deficiência, pois conforme P3 "[...] já foi bem pior, eu acho que essa ascensão é muito nova [...], durante muito tempo a pessoa que tinha algum tipo de deficiência pedia esmola, a família fazia um quatinho escondido, eu acho que a gente reclama, mas tá mudando sim".

Nesse mesmo sentido, P5 afirma que a "vontade de ajudar, por parte dos acadêmicos e profissionais da Universidade, ajuda a superar essas dificuldades". Além do mais, P3 conta que "teve um seminário do cerrado, foi lá na quadra, é tudo muito difícil, eu tenho que contar e conto, graças a Deus, com a ajuda de colegas mesmo."

Considerando aspectos relacionados aos professores, como adaptações de provas e apoios necessários para as pessoas com deficiência, incluindo tempo adicional para realização das provas, planejamento de atividades na sala de aula, a avaliação foi positiva num contexto geral, apresentando média de 8,40 e mediana valendo 10. Partindo desse pressuposto, P6 afirma ser um ponto positivo "estudar em uma instituição pública e ter uma equipe de professores no curso de serviço social engajada, compromissada em meio a tantas lacunas que dificultam o trabalho."

Apesar do esforço por parte de alguns professores, foi relatado que ainda existem dificuldades pedagógicas e atitudinais, mesmo que involuntárias, devido às metodologias de alguns professores.

Havia uma professora que qualquer rabisco que ela fazia no quadro ela falava do que se tratava, os outros escrevem, depois falam: - isso se adéqua ali, bate no quadro[...] fazem anotações no quadro que ficam alheias a mim[...]. Outro dia o professor, estávamos em um número pequeno na sala, e ele queria distribuir um trabalho, ele falou assim: - olha, são sete conjuntos, eu vou colocar aqui sete papéis com os números [...], e as pessoas iam pegar e definir o seu grupo, aí foi pra lá, eu acho que tinha três grupos definidos, ou seja, ele foi com quatro papéis e não veio me entregar o papel, sentou e começou a falar: - nesse aí é fulano, fulano, e eu fiquei sozinha. Eu falei: - professor, você não trouxe papel pra mim, ele ficou

meio sem graça, aí eu brinquei: - o papel tá em braille? Ele: - não, você tem que confiar em mim, aí eu falei: - tudo bem. Ou seja, pelo fato de eu ser cega ele achou que eu não podia fazer o sorteio e criar meu grupo[...]. (P3)

Diante dos resultados apresentados, é possível notar que as garantias de acesso no caso estudado requerem mudanças por parte da Unimontes, e deve-se ressaltar que não basta apenas preceitos legais, é preciso que haja uma mudança de atitude para com as pessoas com deficiência para garantir a acessibilidade e conseqüentemente uma inclusão plena. Assim, ser uma universidade que permite o uso igualitário e amplia o significado da palavra universal, conforme afirma P6, é “respeitar a diversidade humana, proporcionando a inclusão das pessoas. É proporcionar um espaço adequado para receber as pessoas com qualquer tipo de deficiência para a sua permanência até a conclusão do curso”

Conclusão

A preocupação com uma educação superior acessível a todos tem sido ponto de destaque entre os profissionais que pesquisam e legislam sobre o direito básico do acesso à educação. O desenvolvimento de políticas públicas que buscam por meio de ações afirmativas minimizar as condições de desigualdade e exclusão de pessoas com deficiência, como é o caso do público investigado, tem sido fundamental na eliminação de barreiras que impedem ou trazem alguma dificuldade na participação do referido público na universidade.

No entanto, apesar da formulação de políticas públicas com foco no apoio à inclusão e acessibilidade de pessoas com deficiência na universidade, segundo dados do censo da educação superior (INEP, 2015) [7], ainda é baixo o número de matrículas de estudantes com deficiência (37.927) no ensino superior.

A pesquisa em questão buscou entrevistar uma pequena amostra de acadêmicos com deficiência matriculados na Unimontes, a partir disso foi possível fazer levantamentos importantes acerca dos níveis de acessibilidade oferecidos ao público citado. A importância se dá no momento em que a pesquisa contextualiza o ponto de vista daqueles que vivenciam o universo universitário e conhecem quais são as barreiras arquitetônicas, pedagógicas e atitudinais existentes na instituição investigada.

Percebeu-se que o NUSI tem participação importante no apoio aos acadêmicos com deficiência no oferecimento de algumas tecnologias assistivas e apoio em atividades pedagógicas, apesar de não contar com servidores que tenham formação na área de atuação para com as pessoas com deficiência.

As respostas obtidas por meio das entrevistas mostraram a necessidade de melhorias nos acessos externos aos prédios (como conservação dos pisos, adequações à normalização), além de instalação de dispositivos para permitir o acesso dentro dos prédios analisados (como elevadores, banheiros adaptados). Ainda no aspecto arquitetônico, viu-se que as barreiras são sentidas de forma distinta de acordo com a deficiência de cada entrevistado. Teve destaque o restaurante universitário com uma boa avaliação em um contexto geral. Com relação à acessibilidade pedagógica, constatou-se que existe um esforço por parte dos professores em minimizar as dificuldades enfrentadas pelos acadêmicos com deficiência nas atividades acadêmicas, no entanto, em alguns relatos observou-se que é necessário que alguns docentes promovam mudanças nas suas práticas para pôr fim nos possíveis obstáculos postos aos alunos com deficiência. É necessário que haja uma orientação aos docentes em relação aos processos de aprendizagem dos deficientes, e que tenham em mente que cada aluno requer uma atenção especial, de acordo com sua deficiência.

Sobre a acessibilidade atitudinal observada nos relatos, presume-se que essa seja a maior barreira a ser vencida já que depende de uma mudança de cultura que muitas vezes já está enraizada nas atitudes de cada um.

Referências

[1] BRASIL [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil : texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais nos 1/1992 a 68/2011, pelo Decreto Legislativo nº 186/2008 e pelas Emendas Constitucionais de Revisão nos 1 a 6/1994. – 35. ed. – Brasília : Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012. 454 p. – (Série textos básicos ; n. 67)

[2] BRASIL (2015). Ministério da Educação. *Lei Brasileira de Inclusão – Estatuto da pessoa com deficiência*, nº 13.146 de 06 de julho de 2015. Brasília: MEC, 2015. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm.

[3] SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão: construindo uma sociedade para todos**. Rio de Janeiro: WVA, 1997.

[4] MIRANDA, Theresinha Guimarães.; ROCHA, Telma Brito. Acesso e permanência do aluno com deficiência na instituição de ensino superior. Revista “**Educação Especial**”, Santa Maria, v. 22, n. 34, p. 197-212, 2009. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/revistaeducacaoespecial>>

[5] ITS BRASIL, Instituto de Tecnologia Social. **Tecnologia assistiva nas escolas: Recursos básicos de acessibilidade sócio-digital para pessoas com deficiência**. São Paulo, 2008.

- [6] ALBINO, Ivone Braga; MELO, Francisco Ricardo Lins Vieira. **Inclusão do Estudante com Deficiência no Ensino Superior: algumas reflexões**. INTERFACE, Natal, RN, v.8, n. 2. jul/dez 2011
- [7] INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Sinopse Estatística da Educação superior 2015**. Brasília: Inep, 2016. Disponível em: <[HTTP://portal.inep.gov.br/basica-censo-escolar-sinopse-sinopse](http://portal.inep.gov.br/basica-censo-escolar-sinopse-sinopse)>. Acesso em: 17 05. 2018.
- [8] UNIMONTES. **Regimento Geral**, aprovado em reunião extraordinária do Conselho Universitário realizada em 20/12/1999. Disponível em: <<http://www.unimontes.br/arquivos/legislacao/regimentogeral.pdf>>. Acesso em: 28 de maio de 2018.
- [9] ARAUJO, Eliece Helena Santos. **Acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência na faculdade de direito da UFBA**. 2015. Disponível em < <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/20772> >. Acesso em: 25 de maio de 2018.
- [10] BRASIL (1989). Lei nº 7.853, de 24 de outubro de 1989. Lei dos portadores de deficiência. Brasília, DF, out 1989. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7853.htm>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- [11] BRASIL (1999). Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999. Regulamenta a Lei nº 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências. Brasília, DF, dez 1999. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- [12] ALENCAR, Paula Maciel Mourão. **Acessibilidade no ensino superior: o caso da UFJF**. 2013. Disponível em < >. Acesso em: 31 de maio de 2018.
- [13] QUEIROZ, Elbio Gonçalves.; SOUZA, Felipe Maciel dos Santos. **A acessibilidade na universidade como fator de inclusão social da pessoa com deficiência física**. 2015. Disponível em <https://www.unigran.br/interletras/ed_anteriores/n21/conteudo/artigos/7.pdf>. Acesso em: 31 de maio de 2018.
- [14] SILVA, Kele Cristina. **Condições de acessibilidade na universidade: o ponto de vista de estudantes com deficiência**. 2016. Disponível em <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/138845>>. Acesso em: 31 de maio de 2018.
- [15] BRASIL (2008). Portaria nº 555/2007, de 05 de junho de 2007. Prorrogada pela Portaria nº 948/2007, entregue para o Ministério da Educação em 07 de janeiro de 2008. Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva. **Diário Oficial da União**. Brasília: MEC/SEESP, Brasília, DF, 2008.
- [16] BRASIL (2013). Ministério da Educação. **Programa INCLUIR: acessibilidade na educação superior**. Brasília, 2013 a. Disponível em: <<portal.mec.gov.br>>. Acesso em: 01 jun.2018.
- [17] FREITAS, Ermani Cesar; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2013. Disponível em < <https://books.google.com.br/books?id=zUDsAQAAQBAJ> >. Acesso em: 10 de jun de 2018.
- [18] TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- [19] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas 2003.
- [20] DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar**, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Editora UFPR 215p.

ANEXO A

Tabela 1: Perfil dos participantes

Participante	Idade	Sexo	Curso	Ingresso	Deficiência	Condição
P1	49 anos	mas	Direito	2012	C - Visual	Cegueira
P2	34	fem	Odontologia	2016	C - Auditiva	Surdez
P3	40	fem	Direito	2014	DR - Visual	Cegueira
P4	24	fem	Odontologia	2016	A - Auditiva	Surdez
P5	19	mas	Medicina	2017	A - Física	Paraplegia
P6	38	fem	Serviço Social	2016	DR - Física	Síndrome de Guillain-Baré / Mielorradiculopatia

Fonte: própria, jun, 2018

Legenda: Congênita(C), Adquirida(DA), Hereditária(H), Doença rara (DR)

O *ETHOS MILITAR* NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE OFICIAIS DA PMMG.

SILVA, Michael Stephan da¹
ALVES, Simone Tiessa de Jesus²

RESUMO

Trata-se de um estudo sobre o *Ethos Militar* enfocando o processo de formação de Oficiais da Polícia Militar de Minas Gerais no século XXI. A pesquisa foi realizada por meio de levantamento bibliográfico e documental, análise e interpretação de dados obtidos na Academia de Polícia Militar, mais especificamente no Centro de Ensino de Graduação. Foram aplicados questionários aos Oficiais que fazem parte do processo pedagógico e também aos discentes dos Cursos de Formação de Oficiais e Curso de Habilitação de Oficiais, que são parte essencial deste trabalho. Aborda o viés da “Cultura Militar” que difere em emprego e função devotada às Forças Armadas pelo “papel” que desenvolve na sociedade contemporânea. Demonstra como no cotidiano acadêmico essa cultura castrense é concebida. Aos discentes são propostas situações em que valores e virtudes militares devem ser postos, visando à prática profissional do policiamento ostensivo como prestação de serviços à sociedade. Objetiva, ainda, identificar a relevância da “Cultura Militar” na formação dos futuros Oficiais, compreendendo como a estética a ritualística militar na Polícia podem auxiliar no desenvolvimento desse processo. Estuda as virtudes militares de modo que continuem a nortear a formação dos talentos humanos, responsáveis pela preservação da paz social. Sem o desenvolvimento dessas virtudes, muito provavelmente, não seria íntegra a formação de um policial-militar para agir em prol do bem social e do ser humano. Por fim, conclui-se que é importante a “Cultura Militar” como elemento essencial para assimilação das virtudes militares. Será relevante para direcionar o militar estadual, em um momento de crise de valores e princípios morais de uma sociedade. Pois essa é parceira no processo de mediação de conflitos, na resolução de problemas e no policiamento preventivo.

Palavras-chave: valores militares, formação, cultura, virtudes, Cadete.

ABSTRACT

This is a study of the military ethos focusing on the process of training of Officers of the Military Police of Minas Gerais in the nineteenth century. The research was conducted through a literature review and documentary analysis and interpretation of data obtained from the Academy of Military Police, specifically the Center for Graduate Education. Questionnaires were given to officials who are part of the learning process and also to students of the Training Courses for Officers Course and Qualification of Officers, which are an essential part of this work. It addresses the bias of the "Military Culture" that differs in function and employment devoted to the armed forces by "paper" that develops in contemporary society. Shows that in the daily academic culture that is designed castrense. Students are proposed to situations in which military values and virtues should be made, aimed at the professional practice of patrolling and providing services to society. It aims also to identify the relevance of the "Military Culture in the training of future officers, including as a aesthetics ritual in military Police may assist in the development of this process. Study the military virtues so that they continue to guide the training of human talent, responsible for preserving social peace. Without the development of these virtues, most likely would not be fair, the formation of a military-police to act for the social good and human. Finally, it appears that it is important to "Military Culture" as essential for assimilation of military virtues. It will be important to direct the state military in a time of crisis of values and moral principles of a society. Because this is a partner in the process of mediation, problem solving and crime prevention.

Keywords: military values, training, culture, virtues, Cadete.

1 INTRODUÇÃO

Pretende-se com este, investigar a relevância do *Ethos Militar* no processo de formação dos futuros Oficiais. Compreender a identificação desses militares em formação com a cultura em estudo; identificar quais as

¹ Acadêmico do Curso de Especialização Lato Sensu em Gestão Pública Unimontes

² Professora do Curso de Especialização Lato Sensu em Gestão Pública Unimontes

virtudes e quais os valores militares são desenvolvidos na Academia de Polícia Militar de Minas Gerais; elencar algumas que se tornam primordiais para aplicação e continuidade do tema aqui estudado. Busca-se, também compreender, a percepção que Oficiais do CEG e alunos do curso têm da aplicação do “Espírito Militar” no âmbito cultural; tentar perceber os motivos que levaram a mudança dessa visão, bem como tem sido qualitativa essa aplicação da “Nova “Cultura Militar””.

Outrossim será como o sentido disciplinar e organizacional se construiu, para poder conscientizar aos militares, a que tenham consigo o porquê de alguns hábitos e costumes a serem aplicados. Para discorrer sobre a temática levantada, foram realizadas investigações nos cursos de formação e de habilitação. Também, indagando aos discentes, avaliou-se a percepção desses para que pudessem pensar sobre o assunto. E, assim, obter conclusões, mesmo que, parciais, sobre o objeto de estudo. Esta é uma pesquisa que requer trabalho com os grupos em estudo e que tem a contribuir para o entendimento do processo de formação do Oficial numa vertente muito peculiar. Portanto, não há espaço mais adequado para a realização de tal estudo do que no centro onde tudo se constrói: Academia de Polícia Militar do Prado Mineiro: A Escola de Comandantes.

O tema tratado é o *Ethos Militar* no Processo de Formação de Oficiais da PMMG no século XXI: uma análise de como o discente está percebendo e internalizando a “Cultura Militar”; a identificação da relevância dessa cultura bem como sua aplicação na Academia. Busca-se com este identificar a relevância da “Cultura Militar” no processo de formação dos futuros Oficiais da PMMG. Para isso foi problematizada a seguinte pergunta: qual é a relevância da “Cultura Militar” no processo de formação de Oficiais da PMMG? Tem se em hipótese que no processo de formação de Oficiais a “Cultura Militar” é relevante porque são propostas “situações”, em que os valores e virtudes militares devem ser postos em prática; cultuados e aplicados de modo coerente com os princípios militares da Instituição; visando à prática profissional do policiamento ostensivo como prestação de serviços à sociedade. Desse modo a estética e as virtudes militares transcendem a instituição militar, no sentido das forças militares policiais. De modo que o *Ethos Militar* voltado para a polícia é importante, quando se pensa o papel do militar do Estado na sociedade.

O *Ethos Militar* no processo de formação dos Oficiais da PMMG no século XXI e a percepção do universo militar, com foco no processo pedagógico, são aspectos que se pretendeu estudar nesse trabalho. Porquanto se percebe que a sociedade, ainda, não tem uma noção precisa do que seja a “Cultura Militar” voltada à polícia. E é por isso que se verificam, ainda hoje, conceitos inadequados a respeito da matéria militar, aplicada a esse profissional, responsável pela Segurança Pública. A partir de então, busca-se compreender a relevância da “Cultura Militar”. Compreender que o *ethos* voltado para a PM é um indicador da identidade desse círculo profissional. Para que, de certa forma, indique motivos, pelos quais deve perdurar o desenvolvimento da instituição militar e oferecer subsídios para se pensar a viabilidade do modelo.

As funções inerentes a um futuro Oficial de polícia são diversas e versáteis. O PM, em suas ações, deverá se pautar no que prevê o regulamento institucional, sendo coerente com o que vige a instituição a que serve. Para, dessa forma, contribuir para o crescimento institucional. Assim estará demonstrando em suas ações a missão, a visão e os valores que a PMMG possui. Uma vez que neste momento se remete a instituição militar, se faz necessário pensar aspectos relevantes, como: hierarquia e disciplina, os quais são pilares básicos da “Cultura Militar”. A disciplina implica no pronto atendimento a ordens, no cumprimento delas de forma fiel.

2 O ETHOS E A “CULTURAMILITAR”

O termo *ethos* faz alusão aos costumes e hábitos de uma classe, de um meio social ou profissional. Pode-se, por vezes, confundir os significados de *ethos* e de cultura, por retratarem um ambiente específico com suas qualidades, normas e formas de agir. Sendo assim, faz-se necessária essa diferenciação. Alinhando-se esses termos, remete-se, inicialmente, a etimologia de *ethos*, em que se insere a ética. Zajdsznajder¹ *apud* Valla (2000, p.16) argumenta que:

Não distinguimos a moral da ética. A palavra ‘ética’ vem do grego *ethos*, que quer dizer caráter ou hábito, e também morada. Quando os romanos a traduziram, fizeram uso do termo *mores*, que significa costumes. As duas expressões buscam captar algo que é complexo e multifacetado: um todo que contém pelo menos as seguintes partes:

1. Um conjunto de normas codificadas ou não sobre como devem se conduzir as pessoas e as instituições nas diversas situações que se apresentam na vida, servindo para distinguir o que é um bom ou um mau comportamento e estabelecendo de algum modo o que seria um comportamento correto ou ideal;
2. Um conjunto de idéias acerca de como deve ser conduzida a vida humana para que seja considerada boa ou feliz;
3. **A maneira como as pessoas e instituições comportam-se realmente na prática;**

¹ ZAJDSZNAJDER, Luciano. *Ser ético*. Rio de Janeiro: Gryphus, 1994.

4. A reflexão e o raciocínio que ocorrem quando se tomam decisões ou se resolve agir, segundo o que é correto ou incorreto, no sentido de bom ou mau;
5. Os sentimentos das pessoas diante de seus próprios comportamentos ou de outros com vergonha, remorso, piedade, orgulho;
6. As reflexões sobre a origem das normas, o seu fundamento, a sua justificativa.

Como se poderá observar, autores podem se divergir ou mesmo contribuir para o esclarecimento de conceitos, a que se quer buscar um sentido, um significado. Então, se referencia aqui, mais um autor que discorre sobre o termo em estudo. Houaiss (2004) ensina que:

Éthos s.m 1 conjunto dos costumes e hábitos fundamentais, no âmbito do comportamento e da cultura (valores, idéias ou crenças), característicos de uma determinada coletividade, época ou região (o é. da Antiguidade grega, do povo brasileiro, dos nordestinos). 1.1 Antropol- na antropologia norte-americana, reunião de traços psicossociais que definem a identidade de uma determinada cultura; personalidade de base. 2 RET- parte da retórica clássica voltada para o estudo dos costumes sociais. 3 conjunto de valores que permeiam e influenciam uma determinada manifestação (obra, teoria, escola etc.) artística, científica ou filosófica [...].

O *ethos* encontra-se presente no cotidiano, nas práticas simbólicas, ritualísticas e pedagógicas. Desde as primeiras manifestações humanas, com a tradição, com a identidade forma-se o ambiente militar. Também nas participações históricas, bem como no presente em construção e em transformação de aplicação dos eixos, de técnicas e táticas profissionais. Cotta (1997, p. 7) define o seguinte:

Muito mais que a cultura, valores, crenças, rituais, procedimentos legitimados e repetidos por determinado grupo de pessoas, o “*ethos*” é uma reflexão crítica sobre tais ações, percepções e visão de mundo. Como este arcabouço é reapropriado, resignificado em perspectivas espaço-temporais diferenciadas. Como ele é perpassado por exigências sócio-culturais mais amplas, que extrapolam o “universo castrense”. O “*Ethos Militar*” busca identificar o cerne, a essência numa perspectiva ontológica, do que faz o militar ser militar e este terreno é área da deontologia e da axiologia, dos valores da ética e da moral. Pertence à formação do caráter impregnado por uma visão de mundo “*sui generis*”, que se traduzirá na maneira de se colocar e estar no mundo.

2.1 Hábitos e Costumes: A construção da cultura e do *Ethos Militar*

O espaço militar pode parecer discrepante, pelo pretexto de que transpareça burocrático, pelo cultivo excessivo de rituais simbólicos ou, ainda, que não seja adaptável aos dias atuais. Em que se necessite de agilidade, rapidez, fluidez para a resolução de problemas, no entanto Camargo (1999, p. 73) vem contradizer esse pensamento:

Acusam também as estruturas militares de serem excessivamente burocráticas pesadas e lentas, impróprias para organizações que, para a prestação de determinados serviços públicos, devam ser, sobretudo, ágeis. Convém destacar, de início, que burocrática, pesada e lenta não são características necessárias das organizações militares e não têm relação com a estética militar. Ao contrário, os órgãos civis integrantes da Administração Pública são muito mais burocráticos, pesados e lentos, tanto que o governo sempre se socorre das organizações militares, em momentos de crise, para desempenhar mesmo, ou simplesmente auxiliar o desempenho das atividades dos órgãos civis. Todos os órgãos da Administração Pública, civis e militares, devem ser continuamente aperfeiçoados, com vistas à agilidade necessária à prestação do serviço público.

Provindo desse universo militar, outro predicado bastante peculiar, àquele que busca a atitude militar, é que, não raras vezes, ele trabalhará, ordinariamente, em grupo ou equipe. O militar estadual (ME), em razão da complexidade de sua função, deve ser empregado, segundo o preceito legal e regulamento institucional. Que prevê a supremacia de forças, isto é, deve atuar em maior número de recursos de pessoal e equipamentos. Para agir num comungar de raciocínio e pensamento “sintonizado um no outro”. Cada um deve ter em mente o que fazer, onde, quando e como aplicar tática e/ou estratégia planejada. A atuação do policial-militar deve ser sempre pautada nos princípios legais, destarte de modo profissional.

Conhecer a profissão é um dever. Mas esse conhecimento não se limitará ao superficial e ao rotineiro; o bom policial procurará atingir as minúcias e segredos da profissão, sempre se esforçando por ampliar seus conhecimentos. Orgulhar-se-á de possuir em sua biblioteca particular os melhores manuais pertinentes ao ensino profissional, que compulsará com freqüência. Na era atual da civilização, não pode existir empirismo na polícia, nem tão pouco se acomodarem os policiais aos estreitos conhecimentos da rotina; estes têm de aperfeiçoar-se, desenvolver-se, crescer em virtude e sabedoria. (SANTOS, 1962, p. 29).

Também é nesse parâmetro que reside o *Ethos Militar*: no aperfeiçoamento técnico e moral, na disciplina, na coragem e iniciativa, nas normas pré-determinadas, nos hábitos característicos e emanáveis do militar da polícia ostensiva; da maneira de intuir o que outros, possam não compreender por não conviver no mesmo *ethos*. Assim se pode dizer que o policial estadual-militar carece compreender a idéia habitual da “Cultura Militar” porque, essa o traz para a sua identidade social profissional, de se inserir completamente àquele meio. Terá de decidir, muitas vezes, de

maneira rápida. Por isso necessitará de um treinamento diferenciado, de um uniforme que o diferencie. Terá, então de agir de maneira caracterizada; terá de ter astúcia, perspicácia, criatividade, iniciativa, pró-atividade para lidar com os fatos e com o próprio cidadão. Conforme Valla (1999, p. 27):

[...] pode-se dizer que o caráter militar se define em quatro diferentes planos: o ético, o educacional, o jurídico e o técnico. A técnica militar é comum ao integrante da força armada e da força policial. A educação militar é comum na sua filosofia e na sua metodologia, mas têm diferentes conteúdos, dadas as diferenças nos planos jurídico e técnico.

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do artigo, utilizou-se o método de abordagem hipotético-dedutivo. Segundo Lakatos e Marconi (1991), o método-hipotético dedutivo é aquele “que se inicia pela percepção de uma lacuna nos conhecimentos acerca da qual formula hipóteses e, pelo processo de ingerência dedutiva, testa a predição da ocorrência de fenômenos abrangidos pela hipótese (...)”. Quanto aos objetivos a pesquisa foi aplicada, haja vista que o investigador realizou este estudo no escopo de contribuir para fins práticos, buscando soluções para problemas concretos. Quanto à natureza foi descritiva por caracterizar-se por pesquisa de fatos e fenômenos físicos e humanos sem que o pesquisador interfira, mas tão somente consiga através de observações e outras avaliações resultados para o desenvolvimento do estudo. Quanto aos dados coletados foi quantitativa, pois prevê a mensuração das variáveis pré-estabelecidas, procurando verificar e explicar sua influência sobre outras variáveis, mediante a análise da frequência de incidências e correlações preestabelecidas. Também quantitativa, pois a interpretação dos dados, é permeada por algo que transcende os números.

A coleta de dados foi através de documentação direta extensiva em que é feita por meio de questionários, com questões abertas e fechadas, que foram aplicados aos Oficiais e discentes dos cursos em discussão. Também através de documentação direta intensiva em que foi realizada por meio de questionários com os Oficiais do Centro de Ensino de Graduação e aos discentes que iniciam no primeiro ano de curso, os Cadetes do último ano do CFO e os alunos do CHO, para confrontar os resultados obtidos e verificar uma conclusão objetiva. A análise e interpretação dos dados, foi obtida por meio de questionários. O questionário, cujos dados são tabulados a seguir, constam no apêndice deste trabalho. Trata-se de um questionário respondido por 135 (cento e trinta e cinco) Cadetes do atual terceiro ano, do primeiro ano, alunos do curso de Habilitação de Oficiais e Oficiais, chefes e coordenadores de curso do CEG com 50% de discentes de cada grupo amostral.

Através do referido questionário, buscou-se levantar opiniões dos discentes acerca da importância da “Cultura Militar” inserida no *Ethos Militar* no processo de formação de Oficiais da PMMG; sobre as virtudes militares, a importância desses princípios morais no que tange ao policiamento ostensivo junto à sociedade. Buscou-se também, comparar as opiniões de discentes formandos e Oficiais formadores a respeito do tema.

O “método estatístico” também foi usado, pois “significa a redução de fenômenos sociológicos, políticos, econômicos, a termos quantitativos, e a manipulação estatística, que permite comprovar as relações e fenômenos entre si e obter generalizações sobre sua natureza, ocorrência ou significado.” (LAKATOS, MARCONI, 2007, p. 108). O objeto de estudo deste estudo, *ethos* e cultura militar, foi observado a partir de amostras dos participantes do corpo de Oficiais detentores de autoridade de linha e disciplina na formação dos discentes do CEG, referentes a dois postos que lidam diretamente com o Cadete e Aluno do CHO (Capitães e Tenentes).

Esses Oficiais formam o Grupo A de nove Oficiais verificados no processo de formação. Grupo B: Cadetes do último ano do Curso de Formação de Oficiais. Objetivou-se pesquisar o universo de 36 Cadetes do CFO 3. Este número equivale a 50% dos Cadetes do CFO do terceiro ano. Grupo C: Alunos do Curso de Habilitação de Oficiais da PMMG, o equivalente a 50% do universo. Pretendeu-se obter informações a respeito, também do *Ethos Militar* no processo de formação, haja vista que são policiais-militares com mais de dezesseis anos na corporação. Grupo D: Cadetes do primeiro ano do CFO/CBCM, com 50% do universo desse grupo.

O CFO do segundo ano não foi pesquisado, por compreender que esse grupo se encontra, em momento de transição, ou seja, com “vícios do ambiente” que poderiam prejudicar, de certa forma a pesquisa. Esse grupo não está no início do curso, e não está ao término dele. A amostragem foi aleatória em que se analisou através de 50% de cada grupo pesquisado. Foram pesquisados Oficiais do CEG responsáveis diretos pelos discentes do Curso de Formação de Oficiais, Cadetes do CFO 3, CHO e CFO 1. Após a análise de conteúdo das estatísticas, documentos e entrevistas, procedeu-se triangulação das três fontes de dados a fim de comparar os resultados.

3.1 Pesquisa realizada com Oficiais e discentes do CEG

A seguir, são tabulados os dados obtidos como resposta aos questionamentos realizados, sendo tais respostas analisadas por meio de gráficos explicativos. O título dos gráficos representa o conteúdo de cada pergunta do questionário. A análise foi feita conforme o gráfico e tabelas que se seguem, sendo a pesquisa desenvolvida no decorrer de outubro de 2009. Esta pesquisa foi desenvolvida no decorrer de outubro de 2009. O total de discentes em formação à época era de 270 (duzentos e setenta) sendo que 50% do montante de cada grupo aqui representado foi utilizado para a amostra da pesquisa. Em um total de 100% verificamos que 7%, do total pesquisa equivale a 9 (nove) dos militares pesquisados que representam os Oficiais do CEG, responsáveis pela formação dos futuros Oficiais, o menor efetivo da amostra. Já 27%, 36 (trinta e seis) militares representam o CFO 3. Em seguida 44%, 60 (sessenta) representam os discentes do CHO. E por fim com 22%, 30 (trinta) dos discentes representam o CFO 1.

TABELA 1 PERCEPÇÃO DOS OFICIAIS, CFO 3, CHO E CFO 1 SOBRE O QUE PODE SER CONSIDERADO "ETHOS MILITAR NA APM – OUTUBRO 2009.

PERCEPÇÃO SOBRE O ETHOS MILITAR NA APM	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Hábitos e costumes militares	5	55,56	26	68,42	30	46,88	17	56,67	78	55,32
Ética e deontologia militares	4	44,44	10	26,32	31	48,44	10	33,33	55	39,01
Treinamento para o confronto bélico	-	-	1	2,63	-	-	1	3,33	2	1,42
Desenvolver espírito militar	-	-	1	2,63	3	4,69	2	6,67	6	4,26
TOTAL	9	100	39	100	64	100	30	100	141	100

Fonte: Dados de pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Os dados apresentados na tabela 1 ilustram o conhecimento que os discentes e Oficiais têm do conceito de *Ethos Militar*. Foi perguntado o que poderia ser considerado como *Ethos Militar* na APM. Foi facultada a escolha de mais de uma opção como resposta, o que gerou um total de respostas diferenciadas. Desse modo os dados foram analisados, separadamente. Destacam-se os hábitos e costumes militares, na qual 55,56% dos Oficiais pesquisados optaram por essa resposta. De maneira decrescente foi optado como resposta a ética e deontologia como sendo considerado o *ethos* militar, com 44,44% das respostas. Infere-se da mesma tabela sobre a visão do CFO 3 sobre o *Ethos Militar* na APM, quando 68,42% optaram pela resposta que trata do *Ethos* como hábitos e costumes e 26, 32 como sendo ética e deontologia militares.

Continuando a interpretação da tabela 1 percebe-se que o CHO optou com 46,88% pelos hábitos militares sendo o *Ethos Militar* e 48,44% como sendo a ética e deontologia militares. O CFO 1 na mesma tabela optou como resposta o item que se refere aos hábitos e costumes com 56,67% e na sequência o item que considera o *Ethos Militar* como sendo ética e deontologia militares. Portanto, o item que trata dos hábitos e costumes militares foi quem teve maior número. Com 55, 32% de respostas e sendo coerente com o conceito do que seja o termo *ethos*. Oficiais e Discentes demonstram ter opiniões semelhantes a respeito do assunto.

TABELA 2 PERCEPÇÃO DOS OFICIAIS DO CEG, CFO 3, CHO E CFO 1 SOBRE O ETHOS MILITAR NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DOS FUTUROS OFICIAIS – OUTUBRO 2009.

PERCEPÇÃO SOBRE O ETHOS MILITAR	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Nas normas militares cumpridas pelos discentes.	3	33,33	10	27,78	31	49,21	12	40	56	40,58
Na filosofia ensinada de repressão ao "inimigo" da PM.	-	-	-	-	1	1,59	-	-	1	0,72
Na formação voltada para o confronto militar.	-	-	1	2,78	2	3,17	1	3,33	4	2,90
Na identificação do discente pelos valores e estética militar.	6	66,67	25	69,44	29	46,03	17	56,67	77	55,80
TOTAL	9	100	36	100	63	100	30	100	138	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Buscou-se saber na pergunta seguinte, representada na tabela 2, como se poderia perceber no processo de formação de Oficiais o *Ethos Militar*. A resposta que teve maior concentração, no percentual marcada pelos Oficiais, foi a que trata do *Ethos Militar* na identificação do discente pelos valores e estética militar com 66,67%. Em seguida, com 33,33%, pesquisados optaram pelo que trata do *ethos* nas normas militares cumpridas pelos discentes. Pelo CFO 3 a opção dada como resposta no que trata a mesma tabela foi, foi a que trata do *Ethos Militar* na identificação do discente pelos valores e estética militar com 69,44%. Em seguida, com 27,78 pesquisados optaram pelo que trata do *ethos* nas normas militares cumpridas pelos discentes.

O CHO, no que trata a tabela 2, optou como resposta a que trata do *Ethos Militar* nas normas militares cumpridas pelos discentes com 49,21% e em seguida a que trata do *Ethos Militar* na identificação do discente pelos valores e estética militar com 46,03% das respostas. Pelo CFO 1 a opção dada como resposta no que trata a mesma tabela foi, foi a que trata do *Ethos Militar* na identificação do discente pelos valores e estética militar com 56,67%. Em seguida, com 40% pesquisados optaram pelo que trata do *ethos* nas normas militares cumpridas pelos discentes.

TABELA 3 A VIRTUDE PRIMORDIAL QUE UM MILITAR EM FORMAÇÃO DEVE CULTIVAR APRESENTADA A OFICIAIS DO CEG, CADETES DO CFO 3, CFO 1 E ALUNOS DO CHO – OUTUBRO 2009.

A VIRTUDE PRIMORDIAL DE UM MILITAR EM FORMAÇÃO	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
A coragem para enfrentar os desafios da profissão.	-	-	6	15,38	10	16,39	6	20	22	15,83
A disciplina – estrita sujeição aos preceitos regulamentares.	1	11,11	6	15,38	4	6,56%	3	10	14	10,07
A respeito às normas de hierarquia e fidelidade à instituição e à sociedade.	8	88,89	26	66,67	47	77,05	21	70	102	73,38
Não acredito nas virtudes militares.	-	-	1	2,56	-	-	-	-	1	0,72
TOTAL	9	100	39	100	61	100	30	100	139	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

A tabela 3 ilustra o estudo a respeito de a virtude militar primordial que seria necessária ao militar em formação deve cultivar. Os dados foram analisados e detectou-se que com 88,89 dos Oficiais concederam como resposta, que o aluno deve primar pelo respeito às normas de hierarquia e fidelidade a instituição e à sociedade. Logo em seguida, efetivou-se que 11,11 optaram como primordial ao aluno, a disciplina-estrita sujeição aos preceitos regulamentares. Na mesma tabela tem se que o CFO 3 com 66,67% concederam como resposta, que o aluno deve primar pelo respeito às normas de hierarquia e fidelidade a instituição e à sociedade.

Logo em seguida, efetivou-se que 15,38% optaram como primordial ao aluno, a disciplina-estrita sujeição aos preceitos regulamentares e com o percentual escolhido, a coragem para enfrentar os desafios da profissão. Com referência ainda a tabela 3 o CHO com 77,05% concederam como resposta, que o aluno deve primar pelo respeito às normas de hierarquia e fidelidade a instituição e à sociedade. Logo em seguida, efetivou-se que 16,39% optaram pela coragem como virtude primordial para enfrentar os desafios da profissão. Ainda na mesma tabela tem se que o CFO 1 com 70% concederam como resposta, que o aluno deve primar pelo respeito às normas de hierarquia e fidelidade a instituição e à sociedade. Logo em seguida, efetivou-se que 20% optaram pelo item que trata da coragem para enfrentar os desafios da profissão.

TABELA 4 PERCEPÇÃO DOS OFICIAIS DO CEG, CADETES DO CFO 3, CFO 1 E CHO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA “CULTURA MILITAR” NO AUXÍLIO À RESOLUÇÃO DE UMA OCORRÊNCIA E MAUS TRATOS A UMA CRIANÇA – OUTUBRO 2009.

APLICAÇÃO DA “CULTURA MILITAR” APRENDIDA NA ACADEMIA AUXILIARA:	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Sim, pois para atuar em uma ocorrência desse aspecto terei de ser paciente, ter iniciativa, estar atento a características que são reforçadas como profissional de Polícia Militar.	6	66,67	19	52,78	42	68,85	16	53,33	83	61,03
Não, pois essa é uma situação que cada policial resolve a sua maneira, como entender melhor.	-	-	1	2,78	-	-	3	10,0	4	2,94
Não, pois ser militar ou não é algo que não interfere na resolução daquela ocorrência.	-	-	3	8,33	1	1,64	1	3,33	5	3,68
Sim, pois posso aliar às características que foram intensificadas na formação policial-militar com meus conhecimentos prévios de mundo.	3	33,33	13	36,11	18	29,51	10	33,33	44	32,35
TOTAL	9	100	36	100	61	100	30	100	136	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Em relação ao emprego das virtudes militares na tabela 4, em uma ocorrência, quando atendida. Foi mencionado que, ao atender a uma ocorrência de desentendimento entre moradores de um bairro, um vizinho teria ensinado maus-tratos a um filho do outro morador. Foi perguntado em que a “Cultura Militar”, aprendida na Academia poderia auxiliar na resolução desse conflito. Chegou-se a conclusão que segundo o que se teve como opção 66,67 dos Oficiais pesquisados, entendeu que a “Cultura Militar” auxiliaria sim, pois para atuar em uma ocorrência desse aspecto teria de ser paciente, ter iniciativa, estar atento às características que são reforçadas como profissional de Polícia Militar. Com um pouco menos no percentual, 33,33% concordaram que a cultura o auxiliaria sim, pois poderia se aliar as características que foram intensificadas na formação policial-militar com meus conhecimentos prévios de mundo.

Em relação a mesma tabela foi perguntado ao CFO 3 em que a “Cultura Militar”, aprendida na Academia poderia auxiliar na resolução daquele conflito. Chegou-se a conclusão que segundo o que se teve como opção 52,78 dos pesquisados, entendeu que a “Cultura Militar” auxiliaria sim, pois para atuar em uma ocorrência desse aspecto teria de ser paciente, ter iniciativa, estar atento às características que são reforçadas como profissional de Polícia Militar. Com um percentual de 36,11% concordaram que a cultura o auxiliaria sim, pois poderia se aliar as características que foram intensificadas na formação policial-militar com meus conhecimentos prévios de mundo.

Com relação ao CHO, ainda, na tabela 4 é compreendido que 68,85 dos pesquisados, entendeu que a “Cultura Militar” auxiliaria sim, pois para atuar em uma ocorrência desse aspecto teria de ser paciente, ter iniciativa, estar atento às características que são reforçadas como profissional de Polícia Militar. Com um pouco menos no percentual, 29,51% concordaram que a cultura o auxiliaria sim, pois poderia se aliar as características que foram intensificadas na formação policial-militar com meus conhecimentos prévios de mundo. O CFO 1 na mesma tabela optou com 53,33 dos pesquisados, entendeu que a “Cultura Militar” auxiliaria sim, pois para atuar em uma ocorrência desse aspecto teria de ser paciente, ter iniciativa, estar atento às características que são reforçadas como profissional de Polícia Militar. Com um pouco menos no percentual, 33,33% concordaram que a cultura o auxiliaria sim, pois poderia e aliar as características que foram intensificadas na formação policial-militar com meus conhecimentos prévios de mundo.

TABELA 5 PERCEPÇÃO DOS OFICIAIS DO CEG, CFO 3, CHO E CFO 1 SOBRE A “CULTURA MILITAR” – OUTUBRO 2009.

PERCEPÇÃO SOBRE A “CULTURA MILITAR”	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Um diferencial na atividade policial, contribuindo positivamente para que ela seja exercida.	7	77,78	15	41,67	29	47,54	15	50	66	48,53
Entediante, pois é exigida do profissional uma postura, compostura e ações que não condizem com o dia-a-dia na sociedade.	-	-	2	5,56	-	-	3	10	5	3,68
É característica importante ao policial, porque hoje a sociedade em geral não dá importância a alguns valores morais que são primordiais na vida de um cidadão.	2	22,22	17	47,22	28	45,90	11	36,67	58	42,65
É desnecessária visto que a sociedade quer seus problemas solucionados de maneira célere (rápida).	-	-	2	5,56	4	6,56	1	3,33	7	5,15
TOTAL	9	100	36	100	61	100	30	100	136	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Na tabela 5 pode se perceber que foi perguntado a respeito do que se poderia considerar como sendo relevante na “Cultura Militar”. Foi dado como resposta e selecionado por 77,78% dos Oficiais pesquisados concordaram que essa “Cultura Militar” é um diferencial na atividade policial, contribuindo positivamente para que ela (atividade policial) seja exercida. Por conseguinte com 22,22% responderam, como opção, que é característica importante ao policial, porque hoje a sociedade em geral não dá importância a alguns valores morais que são primordiais na vida de um cidadão.

Na mesma tabela, foi também questionado ao CFO 3 a respeito do que se poderia considerar como sendo relevante na “Cultura Militar”. Compreende-se que 47,22% responderam como opção, que é característica importante ao policial, porque hoje a sociedade em geral não dá importância a alguns valores morais que são primordiais na vida de um cidadão. Por conseguinte foi dado como resposta e selecionado por 41,67% dos pesquisados concordaram que essa “Cultura Militar” é um diferencial na atividade policial, contribuindo positivamente para que ela (atividade policial) seja exercida. Também na tabela 5 o CFO foi apresentado com respostas dadas ao questionário com foi perguntado a respeito do que se poderia considerar como sendo relevante na “Cultura Militar”.

Foi dado como resposta e selecionado por 50% concordaram que essa “Cultura Militar” é um diferencial na atividade policial, contribuindo positivamente para que ela (atividade policial) seja exercida. Por conseguinte com 36,67% respondeu como opção, que é característica importante ao policial, porque hoje a sociedade em geral não dá importância a alguns valores morais que são primordiais na vida de um cidadão.

TABELA 6 A OPÇÃO DE SER POLICIAL-MILITAR PELOS OFICIAIS DO CEG, CFO 3, CFO 1 E CHO – OUTUBRO 2009.

A OPÇÃO DE SER POLICIAL-MILITAR	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Poderá servir à sociedade e é uma profissão admirada pelos valores que agrega.	7	77,78	13	35,14	23	36,51	12	40	55	39,57
Poderá utilizar da autoridade de polícia para outros fins.	-	-	1	2,70	-	-	-	-	1	0,72
Sente emoção da atividade policial.	1	11,11	8	21,62	4	6,35	4	13,33	17	12,23
A profissão possui estabilidade e possibilidade de ascensão.	1	11,11	15	40,54	36	57,14	14	46,67	66	47,48
TOTAL	9	100	39	100	63	100	30	100	139	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Percebe-se na tabela 6 que foi questionado aos Oficiais do CEG sobre o motivo pelo qual se optou por ser policial-militar. Como resposta se obteve que 77,78 responderam a opção que com a profissão de PM poderão servir à sociedade e porque é uma profissão admirada pelos valores que agrega. Com 11,11% optaram pelo item que trata da

escolha da profissão pela emoção na atividade policial e com o mesmo percentual optaram pelo item que trata da escolha da profissão pela estabilidade e ascensão na carreira.

Em interpretação a mesma tabela o CFO 3 optou como resposta o que 40,54 optaram pelo item que trata da escolha da profissão pela estabilidade e ascensão na carreira. Outros 35,14% responderam a opção que com a profissão de PM poderão servir à sociedade e porque é uma profissão admirada pelos valores que agrega. Com 21,62% optaram pelo item que trata da escolha da profissão pela emoção na atividade policial e com o mesmo percentual.

Observou-se que, também, na tabela 6 o CHO optou pela resposta que trata optou como resposta o que 57,14 optaram pelo item que trata da escolha da profissão pela estabilidade e ascensão na carreira. Outros 36,51% responderam a opção que trata que com a profissão de PM poderão servir à sociedade e porque é uma profissão admirada pelos valores que agrega.

Visualiza-se, ainda, nesta tabela que o CFO 1 com 46,67% optou pela resposta que trata da escolha da profissão pela estabilidade e ascensão na carreira. Outros 40% responderam a opção que trata que com a profissão de PM poderão servir à sociedade e porque é uma profissão admirada pelos valores que agrega.

TABELA 7 PERCEPÇÃO MAIS APROXIMADA QUE OS OFICIAIS DO CEG, CFO 3, CHO E CFO 1 TÊM SOBRE A PMMG EM RELAÇÃO AOS VALORES MILITARES – OUTUBRO 2009.

PERCEPÇÃO SOBRE A PM E VALORES MILITARES	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Ela prega algo ultrapassado, que não cabe na era atual da sociedade.	-	-	5	14,71	4	6,56	6	20	15	11,19
Os princípios e valores cultuados pela PM são para a sociedade uma orientação sobre a lei, moral, ética.	2	22,22	15	44,12	24	39,34	14	46,67	55	41,04
Ser militar é estar à margem do contexto de sociedade.	-	-	-	-	-	-	1	3,33	1	0,75
Ela faz parte da história e da tradição do povo mineiro e deve ser reconhecida como orgulho dessa sociedade, por trabalhar com motivação, com coragem e justiça.	7	77,78	14	41,18	33	54,1	9	30	63	47,01
TOTAL	9	100	34	100	61	100	30	100	134	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Da análise da tabela 7 é compreendido que com relação aos valores militares, a visão mais aproximada que os Oficiais do CEG teriam da PMMG. Foi obtida como resposta a opção com 77,78%, responderam que a PMMG faz parte da história e da tradição do povo mineiro e deve ser reconhecida como orgulho dessa sociedade, por trabalhar com motivação, com coragem e justiça. Outra resposta optada é que 22,22% responderam que os princípios e valores cultuados pela PM são para a sociedade uma orientação sobre a lei, moral, ética.

Em outro momento se teve como resposta pelo CFO3 que com 44,12%, optaram pelo item que prediz que os princípios e valores cultuados pela PM são para a sociedade uma orientação sobre a lei, moral, ética. Outros optaram pela resposta que com 41,18% que a PMMG faz parte da história e da tradição do povo mineiro e deve ser reconhecida como orgulho dessa sociedade, por trabalhar com motivação, com coragem e justiça. Com um percentual também expressivo, com 14,71% optaram pela resposta que expõe que a PM prega algo ultrapassado, que não cabe na era atual da sociedade.

Verifica-se, ainda, na tabela 7 que o CHO optou por responder com 54,10% que a PMMG faz parte da história e da tradição do povo mineiro e deve ser reconhecida como orgulho dessa sociedade, por trabalhar com motivação, com coragem e justiça. Outra resposta marcada foi a que trata da que os princípios e valores cultuados pela PM são para a sociedade uma orientação sobre a lei, moral, ética com 39,34% das opções.

Inferre-se, também, da mesma tabela, que o CFO 1 marcou como resposta, com 46,67 o item que trata da que os princípios e valores cultuados pela PM são para a sociedade uma orientação sobre a lei, moral, ética. E também, com 30% das respostas marcadas a que trata que a PMMG faz parte da história e da tradição do povo mineiro e deve ser reconhecida como orgulho dessa sociedade, por trabalhar com motivação, com coragem e justiça. E também

como uma expressiva opção de resposta com 20% o item que versa que a PM prega algo ultrapassado, que não cabe na era atual da sociedade.

TABELA 8 A PERCEÇÃO DOS OFICIAIS DO CEG, CFO3, CHO E CFO 1 SOBRE A ADEQUAÇÃO DOS VALORES MILITARES NA APM NO SÉCULO XXI – OUTUBRO 2009.]

A PERCEÇÃO DA ADEQUAÇÃO DOS VALORES MILITARES	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Sim, hoje os valores morais na sociedade estão em descrédito e é preciso uma instituição “forte” que tenha valores “solidificados” para transmiti-los aos discentes.	3	33,33	17	48,57	20	32,26	6	20,69	46	34,07
Não, todo o desenvolvimento social e tecnológico que a sociedade vivencia dispensa os cerimoniais, regras e rituais implementados pela estética militar.	-	-	4	11,43	6	9,68	4	13,79	14	10,37
Sim, os valores militares são relevantes para a formação e atuação dos futuros Oficiais da PMMG na sociedade como profissionais de polícia preventiva.	6	66,67	13	37,14	29	46,77	17	58,62	65	48,15
Não, os costumes e hábitos militares são dogmáticos e severos, por isso não têm importância frente às transformações pelas quais a sociedade é acometida (cultural, econômica, política, socialmente, etc.).	-	-	1	2,86	7	11,29	2	6,90	10	7,41
TOTAL	9	100	35	100	62	100	29	100	135	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Em análise a tabela 8 percebe-se que foi questionado sobre a importância das transformações globais, mundiais, tecnológicas e de informação em relação à aplicação dos valores militares na Academia se adequada ao século XXI. Foi tido como resposta que 66,67% dos Oficiais do CEG pesquisados responderam afirmativamente, que os valores militares são relevantes para a formação e atuação dos futuros Oficiais da PMMG na sociedade como profissionais de polícia preventiva. Que 33,33% optaram pelo item que aborda afirmativamente que hoje os valores morais na sociedade estão em descrédito e é preciso uma instituição “forte” que tenha valores “solidificados” para transmiti-los aos discentes e a sociedade.

Segundo a mesma tabela tem-se que 48,57% do CFO 3 optaram por responder que hoje os valores morais na sociedade estão em descrédito e é preciso uma instituição “forte” que tenha valores “solidificados” para transmiti-los aos discentes e a sociedade. Outros 37,14% optaram pelo item que considera que os valores militares são relevantes para a formação e atuação dos futuros Oficiais da PMMG na sociedade como profissionais de polícia preventiva.

Ainda em análise da tabela 8 tem-se que o CHO optou, com 46,77% pelo item que aborda que considera que os valores militares são relevantes para a formação e atuação dos futuros Oficiais da PMMG na sociedade como profissionais de polícia preventiva. Outro montante deste grupo optou como resposta, com 32,26% que hoje os valores morais na sociedade estão em descrédito e é preciso uma instituição “forte” que tenha valores “solidificados” para transmiti-los aos discentes e a sociedade.

Segundo a mesma tabela apreende-se que o CFO 1 optou, com 58,62% pela resposta que aborda que considera que os valores militares são relevantes para a formação e atuação dos futuros Oficiais da PMMG na sociedade como profissionais de polícia preventiva. Outros com 20,69% optaram por responder que hoje os valores morais na sociedade estão em descrédito e é preciso uma instituição “forte” que tenha valores “solidificados” para transmiti-los aos discentes e a sociedade.

TABELA 9 PERCEPÇÃO MAIS ADEQUADA DOS OFICIAIS DO CEG, CFO 3, CHO E CFO SOBRE O CONCEITO DE SER MILITAR DE POLÍCIA ESTADUAL – OUTUBRO 2009.

DO CONCEITO DE MILITAR DE POLÍCIA	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Saber obedecer e saber comandar.	-	-	1	2,78	5	8,47	1	3,45	7	5,26
Ter caráter, disciplina e decisão.	9	100	33	91,67	52	88,14	24	82,76	118	88,72
Ser ríspido, frígido e rigoroso.	-	-	-	-	-	-	1	3,45	1	0,75
Estar bem fardado, prestar continência e marchar.	-	-	2	5,56	2	3,39	3	10,34	7	5,26
TOTAL	9	100	36	100	59	100	29	100	133	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Em prosseguimento a análise dos dados, na tabela 9 compreende-se que foi questionado aos Oficiais, o que mais seria adequado ao conceito de ser militar de polícia estadual. Está pergunta foi direcionada para que fosse escolhida uma opção e que se respondesse de maneira subjetiva, como seria o pensamento próprio de quem a respondesse. Obteve-se como resposta que foi concentrada em 100% optaram por responder que ao conceito explanado, ter caráter, disciplina e decisão se adéquam ao conceito de ser militar. Com 91,67% optaram o CFO 3 optou pelo mesmo item como resposta; o CHO com 88,14% comunga da opção dos outros grupos pesquisados e também o CFO 1, com 82,76%, em maioria, optou pelo mesmo itens dos grupos pesquisados anteriormente.

TABELA 10 A PERCEPÇÃO DOS OFICIAIS DO CEG, CFO 3, CHO E CFO 1 A RESPEITO DA FORMAÇÃO DA POLÍCIA MILITAR EM RELAÇÃO À SOCIEDADE DO SÉCULO XXI – OUTUBRO 2009.

A PERCEPÇÃO SOBRE A FORMAÇÃO DA PM DO SÉCULO XXI	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
E ultrapassada na sua conduta militar.	-	-	8	22,22	13	22,41	8	27,59	29	21,97
Adapta-se às transformações sócio-culturais.	2	22,22	12	33,33	16	27,59	5	17,24	35	26,52
Qualifica os seus servidores para prestação de serviços.	7	77,78	12	33,33	21	36,21	14	48,28	54	40,91
Não tenho opinião formada.	-	-	4	11,11	8	13,79	2	6,90	14	10,61
TOTAL	9	100	36	100	58	100	29	100	132	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Na tabela 10 observa-se que foi questionado, também, a respeito da visão que se pode conceber a respeito da formação do policial-militar em relação à sociedade do século XXI. Para conferir a resposta optada pelos Oficiais do CEG, obteve-se 77,78% optaram por responder que a Polícia Militar qualifica os seus servidores para a prestação de serviços, sendo que 22,22% responderam pela opção que versa sobre a PM adaptar-se às transformações socioculturais.

Visualiza-se nesta tabela que o CFO 3 optou como resposta os itens que abordam que a Polícia Militar qualifica os seus servidores para a prestação de serviços, com 33,33% e igualmente como o mesmo percentual pela opção que versa sobre a PM adaptar-se às transformações socioculturais. Outra opção, com percentual expressivo de 22,22% das respostas, é a que versa que a PM é ultrapassada na sua conduta militar.

Ainda em análise a tabela 10 o CHO optou com 36,21% pelo que trata que a Polícia Militar qualifica os seus servidores para a prestação de serviços, sendo que 27,59% optaram pelo que trata da PM adaptar-se às transformações socioculturais. E outro grupo ainda optou pelo que diz que a PM é ultrapassada na sua conduta militar, com 22,41% das respostas.

Examina-se ainda na mesma tabela que o CFO 1 optou como resposta, com 48,28% pelo que trata que a Polícia Militar qualifica seus servidores para a prestação de serviços. Outra opção expressiva foi a que trata de a conduta militar da PM ser ultrapassada, com 27,59% das respostas daquele grupo.

TABELA 11 A VIRTUDE MILITAR ESSENCIAL ATRIBUÍDA PELOS OFICIAIS DO CEG, CFO 3, CHO E CFO 1 A UM CADETE QUE PRETENDE SE FORMAR OFICIAL DA PM – OUTUBRO 2009.

A VIRTUDE MILITAR ESSENCIAL AO CADETE	Oficiais		CFO 3		CHO		CFO 1		TOTAL	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Caráter	8	80	28	77,78	41	68,33	17	58,62	94	69,63
Disciplina	1	10	6	16,67	14	23,33	11	37,93	32	23,7
Coragem	1	10	2	5,56	3	5,00	1	3,45	7	5,19
Nenhuma das opções acima	-	-	-	-	2	3,33	-	-	2	1,48
TOTAL	10	100	36	100	60	100	29	100	135	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Sinal convencional utilizado: (-) dado numérico igual a zero, não resultante de arredondamento.

Em sequência, na tabela 11 compreende-se a análise do questionário que foi perguntado qual seria a virtude militar que se poderia atribuir como essencial a um Cadete que pretende se formar Oficial da PM. Obteve-se como resposta, pelos Oficiais, o item que trata sobre a virtude militar de caráter, com 80% das respostas. Que 77,78% do CFO 3, também marcou como resposta, a mesma opção com 16,67% pela disciplina como essencial.

O CHO optou como resposta o percentual, 68,33% para o caráter como virtude primordial, sendo que 23,33% optaram pela resposta do item que trata da disciplina como primordial ao discente no curso de formação. O CFO 1 concentrou suas opções também no caráter, com 58,62% e com 37,93 na disciplina como virtude essencial.

Em outro questionamento² foi dado ao pesquisado o direito de se manifestar a respeito do assunto, se gostaria de colocar acrescentar algo que, por ventura, não tivesse sido citado e que se julgasse importante. Foi colocada uma pergunta “aberta” para que o pesquisado participasse ativamente na pesquisa, emitindo sua opinião. Foram obtidos como resposta alguns julgamentos que serão descritas neste momento, de modo literal, isto é, serão transcritas as respostas como foram dadas. Seguem abaixo as respostas escritas pelos pesquisados da maneira como relataram na pesquisa.

Para iniciar essa parte, serão transcritas as respostas inicialmente que foram dadas por alunos do Curso de Habilitação de Oficiais:

“Há de se considerar os aspectos deontológicos (dever, obrigação, competência, qualificação e etc.) e axiológicos (estudo dos valores)”.

“A condução de militar é importante, mas não é essencial à prestação do serviço policial, entretanto há de se encontrar um ponto de equilíbrio por uma melhor formação do Oficial da PMMG.”

“Ser transparente, ser honesto, procurar se profissionalizar sempre, evitar abaixar a cabeça e ser submisso”.

² Enunciado do questionário de número 12.

“Penso que a personalidade não pode ser mudada com ensinamentos militares. É importante, no entanto, a sensibilidade para absorver as mudanças benéficas ao seu comportamento enquanto ser humano”.

“Para mim, o essencial a um Cadete é a capacidade de absorver (agregar) conhecimentos ref. Leis, normas e regras, as quais vão retornar à sociedade em forma de prestação de serviço, dentro da premissa de servir e proteger, considerando, portanto, o subordinado hierárquico como integrante desta sociedade.”

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pretendeu-se com este trabalho indagar a respeito da compreensão do *Ethos Militar* voltado para a Polícia Militar, o foco de emprego para conscientizar os discentes sobre como devem empregar a “Cultura Militar” bem como utilizar dela para o aperfeiçoamento técnico profissional no que tange ao policiamento ostensivo preventivo, ao conceito que se tem de polícia, ao que prevê a função e emprego da Polícia Militar no ambiente atual de sociedade referente à Polícia Comunitária, gestão pública de resultados e Direitos Humanos.

Como se buscou compreender, a “Cultura Militar” é relevante ao neófito no ambiente castrense no processo de formação de Oficiais é concebida no cotidiano acadêmico de maneira que aos discentes são propostas situações em que esses valores e virtudes devem ser postos em prática, cultuados e aplicados de modo coerente com os princípios militares da instituição, visando à prática profissional do policiamento ostensivo como prestação de serviços à sociedade. Se bem aplicadas e entendidas, as virtudes militares devem continuar a nortear a formação dos talentos humanos responsáveis pela preservação da Paz Social.

A estética e as virtudes militares transcendem a instituição militar no sentido das forças militares policiais, de modo que o *Ethos Militar* voltado para a polícia é importante por avocar uma identidade que se preserva no reconhecimento que a comunidade tem quando avista um PM, seja por sua postura, por sua ostensividade e por seu uniforme.

Sugerimos ainda que se realize um seminário, ou um colóquio, podendo ser, ainda, um ciclo de palestras. Que sejam ministradas por autoridades tanto civis ou da área militar. Que possam expor a importância do *Ethos Militar* para a formação dos discentes. Realizando exposições, então, bem aparente, sobre quais são os valores que a Polícia Militar adota como referência para o andamento da Instituição. Assim se poderiam ser numerados pontos positivos e/ou negativos sobre “Cultura Militar” relacionada ao emprego e função que a Instituição assume no momento contemporâneo, bem como a relevância de se cultivar esses princípios morais militares no século XXI. Para demonstrar a relevância dos deveres e como eles, dessa forma, findam por se tornar valores, a serem buscados pelo militar de polícia. Com o escopo de especificação dos deveres da profissão, bem como transmitir um direcionamento moral e ético.

Esses valores militares a que estudamos se tornam um direcionamento moral ao militar, que, por conseguinte, por seu exemplo, os transmite a sociedade. Para o embasamento na atuação com o ser humano, como no ato da cidadania, da busca pela busca dos direitos e dos deveres do cidadão. A presença de autoridades civis, assistindo às palestras, bem como autoridades civis que tenham conhecimento técnico de policiologia militar. Para trazer, à tona, não somente a importância tradicional e simbologia da ritualística da “Cultura Militar”, mas a importância prática, no que tange, à aplicação dos conceitos de virtudes morais, valores éticos e deontológicos. Para a prevenção da criminalidade e para a repressão e minimização de problemas sociais e da criminalidade geográfica.

Por outro lado, um ciclo de estudos voltados para Academia, com esse âmbito, pode conscientizar os servidores da Instituição estadual militar para com sua profissão. De uma maior identificação com o seu círculo sócio-profissional para que possam se sentir, também, mais motivados à conduta positiva do próprio ofício. Seria também relevante que discentes do processo de formação pudessem se preparar para demonstrar a sociedade, também ministrando palestras, oficinas. Apresentando amostras prática, da necessária importância da Polícia sendo Militar em relação às transformações socioculturais que a sociedade perpassa cotidianamente.

REFERÊNCIAS

AFONSO, Archanjo Leonel, Cel. PMMG. *Polícia Militar e Constituinte*. Belo Horizonte, 1986.

ALVES, Alexandre Lucas. *Ética Militar na Guarnição de Belo Horizonte*: Percepção, ética e administração da disciplina. 2006. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica de Segurança Pública) – Centro de Pesquisa e Pós-Graduação da Academia de Polícia Militar/Escola de Governo da Fundação João Pinheiro, Belo Horizonte, 2006.

ASSIS, Jorge Cesar de. *Lições de direito para a atividade das polícias militares e das forças armadas*. / 6 ed. Curitiba: Juruá, 2005.

- ASSUMPTÃO, Coronel PM Eduardo. **Centro de Formação de Soldado. Manual Técnico Polícia Militar de São Paulo.** Imprensa Oficial do Estado S. A. IMESP, São Paulo, 1995.
- ATHAYDE, Celso, BILL, MV e SOARES, Luiz Eduardo. **Cabeça de porco.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.
- BENGOCHEA, Jorge Luiz Paz; GUIMARAES, Luiz Brenner; GOMES, Martin Luiz and ABREU, Sérgio Roberto de. **A transição de uma polícia de controle para uma polícia cidadã.** *São Paulo Perspec.* [online]. 2004.
- BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- BRODEUR, Jean-Paul. **Por uma Sociologia da Força Pública: considerações sobre a força policial e militar.** *Open Journal Systems*, Brasília, DF, 17.42, 30 08 2006. Disponível em: <<http://www.cadernocrh.ufba.br/viewarticle.php?id=33>>. Acesso em: 20 ago. 2009.
- BRASIL, Constituição da República Federativa do. Brasília: Senado Federal, 1988.
- BUENO, Francisco da Silveira. **Minidicionário da Língua Portuguesa;** Ed. Ver. E atual. por Heleno Bonito C. Pereira, Rena Signer – São Paulo: FTD: LISA, 1996.
- CAMARGO, Carlos Alberto de. Estética Militar e instituições policiais. **O Alferes**, Belo Horizonte, v.14, n.49, p.55-108, abr. /jun. 1998.
- CASTRO, Celso. **O Espírito Militar: Um Estudo de Antropologia Social na Academia Militar das Agulhas Negras,** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.
- CASTRO, João Bosco de. **Glorioso Tormentório** (Essência Doutrinária 4). Belo Horizonte: Oficina Redatorial “Guimarães Rosa”, 2002.
- CASTRO, João Bosco de. **O Sepulcro da Verdade** (análise de uma pesquisa). Belo Horizonte, Oficina Redatorial Guimarães Rosa, 2008.
- COTTA, Francis Albert. A crise da modernidade e a insegurança social. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 10, n. 855, 5 nov. 2005. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=7461>>. Acesso em: 05 ago. 2009.
- COTTA, Francis Albert. **Breve História da Polícia Militar de Minas Gerais.** Belo Horizonte: Crisálida, 2006.
- FINCO, Wagner Michel. **Cultura e Formação: A construção da identidade do Soldado na Academia da Polícia Militar do Estado do Espírito Santo.** Vitória, 2007. Monografia (Especialização em Segurança Pública da Secretaria Nacional de Segurança Pública /Ministério da Justiça, ministrado no Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo.). Espírito Santo, 2007.
- FLORO, Leozitor. **Manual de História Militar: Geral e do Brasil.** Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais, 1972.
- FRANÇA, Júnia Lessa. **Manual para Normalização de Publicações Técnico-Científicas.** 6 ed. Editora UFMG. Belo Horizonte, 2003.
- GRILO, A. J. R. (2003) **Deontologia Militar** - Percepção dos elementos caracterizadores da cultura e ambiente militar para o Século XXI, Lisboa: Instituto de Altos Estudos Militares.
- HOUAISS, Antonio, VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário HOUAISS da Língua Portuguesa.** Elaborado no Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Maria de Andrade. **Metodologia do trabalho científico.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- MEDNICK, Sarnoff A. Aprendizagem. Curso de Psicologia Moderna. Zahar Editores, Rio de Janeiro, 1964.
- MENDES, Jerônimo. **Gestão da Carreira por Maurício de Paula Coach.** Disponível em: <http://www.gestaodecarreira.com.br/reflexao/875-principios-valores-e-virtudes>. Acesso em: 07set. 2009.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. **Código de Ética e Disciplina dos Militares do Estado de Minas Gerais.** Belo Horizonte: Centro de Pesquisa e Pós-Graduação, 2006.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. Comando Geral. M663 – **Plano Estratégico – CG: Planejamento Estratégico da PMMG, para vigência no período de 2009-2011.** Belo Horizonte: Comando Geral, Assessoria da Gestão para Resultados, 2009.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. Comando Geral: Diretrizes da Educação de Polícia Militar – Resolução Nº 4.023/09. Belo Horizonte, 2009.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. **Diretriz para Produção de Serviços de Segurança Pública – DPSSP 01/02 – CG.** Belo Horizonte, 2002.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. **Edital DRH/CRS Nº 05/2009, de 18 de Março de 2009.** Concurso Público para admissão ao curso de formação de Oficiais/ curso de bacharelado em ciências militares – área de defesa social, da Polícia Militar de minas gerais, para o ano de 2010 (CFO/CBCM-2010). Belo Horizonte, 2009.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. Estado Maior: **Padronização de uniforme e comportamento de policiais-militares em solenidades e bailes de formatura referentes à conclusão dos cursos de Educação Profissional na PMMG.** Memorando nº 5.353/09-EMPM. Belo Horizonte, 2009.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. **Instrução nº 02: Cotidiano Acadêmico no Centro de Ensino de Graduação.** Belo Horizonte, 2008.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. **Manual de Prática Policial.** Belo Horizonte. 2002.
- MINAS GERAIS, Polícia Militar. **Resolução Nr 3.747,** de 02 de fev. 2004. Estabelece as diretrizes de Educação de Polícia Militar e dá outras providências, Belo Horizonte: Comando-Geral. 2004.
- PASSARINHO, Jarbas Gonçalves. **Liderança Militar,** BIBLIEX: Rio de Janeiro, 1987.
- RIBEIRO, Ricardo Santos. **Metodologia do Trabalho Científico: Normalização.** Belo Horizonte: 2008.
- ROLIM, Marcos. **A síndrome da rainha vermelha: policiamento e segurança pública no Século XXI.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor/ Centre for Brazilian Studies-University of Oxford, 2006.

SANTOS, Antônio Norberto dos. Policiamento. Belo Horizonte, 1962.

SÃO PAULO, Polícia Militar de. **Academia de Polícia Militar do Barro Branco. I Congresso Brasileiro de Deontologia Policial-militar.** São Paulo, 1998.

SCHIRMER, Pedro. **Das Virtudes Militares.** Rio de Janeiro: BIBLIEX: 1987.

SILVA NETO, Severo Augusto. “**Ideologia e cultura organizacional da polícia militar – Diagnóstico e viabilidade**”. Academia de Polícia Militar de Minas Gerais/ Fundação João Pinheiro. Monografia Curso Superior de Polícia, 1995.

SILVA, Carlos Alberto da. **A História da Academia de Polícia Militar:** uma breve abordagem através de seus vários comandos. Belo Horizonte: PMMG, 1998.

SPIEGEL, Murray Ralph. **Estatística: resumo da teoria, 875 problemas resolvidos, 619 problemas propostos:** tradução de Pedro Cosentino; ed. rev. por Carlos José pereira de Lucena. São Paulo: McGraw-hil do Brasil, 1977.

SILVA, Marcelo Gomes. Policial-militar e Polícia Militar vítimas de dano moral. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 3, n. 32, jun. 1999. Disponível em: doutrina 02 jul. 2008.

SILVA, Sandro Luiz da. **A Ética das Virtudes de Aristóteles.** Dissertação (mestrado)-Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Filosofia, 2008.

SOARES, Luiz Eduardo. **Meu casaco de general:** 500 dias no front da segurança pública no Rio de Janeiro. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

VALLA, Wilson Odirley. **Deontologia Policial-militar. Ética Profissional.** Vol. 2. Ed 2. Paraná, 2000.

VALLA, Wilson Odirley. **Doutrina de Emprego de Polícia Militar e Bombeiro Militar.** Curitiba, Associação da Vila Militar Publicações Técnicas, Curitiba: 1999.

VILA NOVA, Sebastião. **Introdução à sociologia.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

WIKIPEDIA: a enciclopédia livre. [S.l.]: [s.n.], 2009. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_principal>. Acesso em: 16 ago. 2009.

XAVIER, Fábio Manhães, Cel PM. **Discurso de Posse de Comando da Academia de Polícia Militar de Minas Gerais.** Belo Horizonte: Academia de Polícia Militar de Minas Gerais, 2009.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

Senhores,

Como Cadete do 3º ano do Curso de Formação de Oficiais da Polícia Militar de Minas Gerais estou desenvolvendo um estudo monográfico sobre o tema: O *Ethos*³ Militar no Processo de Formação de Oficiais da PMMG no século XXI.

Este questionário tem por objetivo subsidiar a minha pesquisa científica, que é requisito básico para a conclusão do curso. Conto com a sua colaboração para que as perguntas sejam respondidas da forma mais sincera possível. Não é necessário identificar-se.

Obrigado.

Michael Stephan da Silva, Cad PM

01) Pode ser considerado como sendo *Ethos Militar* na APM:

- a) hábitos e costumes militares;
- b) ética e deontologia militares;
- c) treinamento para o confronto bélico;
- d) desenvolver espírito militar.

02) O *Ethos Militar* pode ser percebido no curso de formação de Oficiais da PMMG:

- a) nas normas militares cumpridas pelos discentes;
- b) na filosofia ensinada de repressão ao “inimigo” da PM;
- c) na formação voltada para o confronto militar;
- d) na identificação do discente pelos valores e estética militar.

03) A virtude primordial que um militar em formação deve cultivar:

- a) a coragem para enfrentar os desafios da profissão;
- b) a disciplina – estrita sujeição aos preceitos regulamentares;
- c) o respeito às normas de hierarquia e fidelidade à instituição e à sociedade;
- d) não acredito nas virtudes militares.

Obs: _____

04) Ao atender a uma ocorrência de desentendimento entre moradores de um bairro, um vizinho teria ensejado maus-tratos a um filho de outro morador. Para resolver essa situação a “Cultura Militar”, aprendida na Academia, o auxiliará:

- a) sim, pois para atuar em uma ocorrência desse aspecto terei de ser paciente, ter iniciativa, estar atento a características que são reforçadas como profissional de Polícia Militar;
- b) não, pois essa é uma situação que cada policial resolve a sua maneira, como entender melhor;
- c) não, pois ser militar ou não é algo que não interfere na resolução daquela ocorrência;

³Houaiss (2004) ensina que “*Éthos* é o conjunto dos costumes e hábitos fundamentais, no âmbito do comportamento e da cultura (valores, idéias ou crenças), característicos de uma determinada coletividade, época ou região”.

d) sim, pois posso aliar às características que foram intensificadas na formação policial-militar com meus conhecimentos prévios de mundo.

05) Considera-se que a “Cultura Militar” é:

- a) um diferencial na atividade policial, contribuindo positivamente para que ela seja exercida;
- b) entediante, pois é exigida do profissional uma postura, compostura e ações que não condizem com o dia-a-dia na sociedade;
- c) é característica importante ao policial, porque hoje a sociedade em geral não dá importância a alguns valores morais que são primordiais na vida de um cidadão;
- d) é desnecessária visto que a sociedade quer seus problemas solucionados de maneira célere (rápida).

06) O(a) senhor(a) optou por ser PM pois:

- a) poderá servir à sociedade é uma profissão admirada pelos valores que agrega;
- b) poderá utilizar da autoridade de polícia para outros fins;
- c) sente emoção da atividade policial;
- d) a profissão possui estabilidade e possibilidade de ascensão.

07) Com relação aos valores militares, a visão mais aproximada que o(a) senhor(a) tem da PMMG é que:

- a) ela prega algo ultrapassado, que não cabe na era atual da sociedade;
- b) os princípios e valores cultuados pela PM são para a sociedade uma orientação sobre a lei, moral, ética;
- c) ser militar é estar à margem do contexto de sociedade;
- d) ela faz parte da história e da tradição do povo mineiro e deve ser reconhecida como orgulho dessa sociedade, por trabalhar com motivação, com coragem e justiça.

08) Relevando as transformações globais, mundiais, tecnológicas e de informação, o senhor(a) considera que a aplicação de valores militares na Academia é adequada ao século XXI?

- a) Sim, hoje os valores morais na sociedade estão em descrédito e é preciso uma instituição “forte” que tenha valores “solidificados” para transmiti-los aos discentes.
- b) Não, todo o desenvolvimento social e tecnológico que a sociedade vivencia dispensa os cerimoniais, regras e rituais implementados pela estética militar;
- c) Sim, os valores militares são relevantes para a formação e atuação dos futuros Oficiais da PMMG na sociedade como profissionais de polícia preventiva;
- d) Não, os costumes e hábitos militares são dogmáticos e severos, por isso não têm importância frente às transformações pelas quais a sociedade é acometida (cultural, econômica, política, socialmente, etc.).

09) O que mais se adéqua ao seu conceito de ser militar de polícia estadual é:

- a) saber obedecer e saber comandar;
- b) ter caráter, disciplina, decisão;
- c) ser ríspido, frígido, rigoroso;
- d) estar bem fardado, prestar continência e marchar.

10) Qual visão se pode conceber a respeito da formação PM em relação à sociedade do século XXI?

- a) É ultrapassada na sua conduta militar;
- b) Adapta-se às transformações socioculturais;
- c) Qualifica os seus servidores para prestação de serviços;
- d) Não tenho opinião formada.

11) Qual a virtude militar que se pode atribuir como essencial a um Cadete que pretende se formar Oficial da PM?

- a) Caráter;
- b) Disciplina;
- c) Coragem;
- d) Nenhuma das opções acima.

12) Caso haja algum aspecto, relacionado ao assunto, que não se tenha abordado neste questionário, esteja à vontade para fazê-lo.

DESEMPENHO DE GESTÃO DE REGIMES SEMI-ABERTOS: O ESTUDO COMPARADO DO IMPACTO DA TECNOLOGIA NAS UNIDADES DA POLÍCIA MILITAR

JOSÉ CLAUDINEI SILVA LEITE¹⁰¹

Pós Graduando em gestão Pública da UNIMONTES

SIMONE TIÊSSA DE JESUS ALVES¹⁰²

Professora de Pós Graduação em Gestão Pública da UNIMONTES

RESUMO: O presente trabalho teve como objetivo analisar os resultados e avaliar a gestão de condenados postos em liberdade, beneficiários da execução penal, a fiscalização *in loco* das condições impostas a estes, pela Polícia Militar de Minas Gerais – PMMG, a importância da utilização da tecnologia para a efetividade das fiscalizações na comarca de Montes Claros e os impactos na reincidência criminal. Objetivou-se, ainda, analisar a viabilidade e a legalidade da participação da PMMG no monitoramento e fiscalização de condenados em liberdade. Por meio de uma visão sistematizada e ordenada da literatura, foi elaborada pesquisa bibliográfica e documental com a finalidade de subsidiar a análise qualitativa e quantitativa de dados dos sistemas utilizados: os Registros Eventos de Defesa Social-REDS e Sistema Integrado de Gerenciamento de Benefícios de Execução-SIGBEP. Comprovou-se neste estudo a legalidade e viabilidade das fiscalizações *in loco* pela PMMG e a contribuição de tais fiscalizações para a efetividade da reabilitação, controle e estudo da reincidência criminal. Evidenciou-se, contudo, que a redução da reincidência criminal e a importância da fiscalização *in loco* dos beneficiários, só foi possível em virtude de uma intervenção direta feita pela PMMG e com uso da tecnologia (SIGBEP) que proporcionou trabalho articulado e eficiente da Polícia Militar, Ministério Público de Minas Gerais (MPMG), Tribunal de Justiça de Minas Gerais (TJMG) e Secretaria de Estado de Administração Prisional (SEAP), além da necessidade da unificação do SIGBEP com o Sistema Eletrônico de Execução Unificado (SEEU) Conselho Nacional de Justiça (CNJ).

Palavras-chave: Execução Penal; Polícia Militar de Minas Gerais; Tecnologia; Reincidência.

ABSTRACT: The objective of this study was to analyze the results and evaluate the management of sentenced prisoners, beneficiaries of criminal execution, the on-site supervision of the conditions imposed on them by the Military Police of Minas Gerais - PMMG, the importance of using technology for the effectiveness of inspections in the region of Montes Claros and the impact on criminal recidivism. The objective was also to analyze the feasibility and legality of PMMG's participation in the monitoring and supervision of convicted persons in freedom. Through a systematized and ordered view of the literature, bibliographical and documentary research was elaborated with the purpose of subsidizing the qualitative and quantitative analysis of data of the systems used: the Records of Social Defense-REDS and the Integrated System of Management of Execution Benefits -SIGBEP. This study showed the legality and feasibility of on-site inspections by the PMMG and the contribution of such inspections to the effectiveness of rehabilitation, control and study of criminal recidivism. However, it was evident that the reduction of criminal recidivism and the importance of the on-site supervision of the beneficiaries was only possible due to a direct intervention by the PMMG and the use of technology (SIGBEP), which provided an articulated and efficient work of the Police (PMMG), the Minas Gerais Court of Justice (TJMG) and the State Department of Prison Administration (SEAP), and the need to unify SIGBEP with the Electronic Unified Execution System (SEEU) National Council of Justice (CNJ).

Keywords: Criminal Execution; Military Police of Minas Gerais; Technology; Recidivism.

I. INTRODUÇÃO

A Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG) realiza imprescindível papel na garantia da preservação e na manutenção da ordem pública, dos Direitos Humanos e da democracia, tendo evidenciado, como instituição bisseccular, sua capacidade de adaptação às mudanças no cenário estadual.

¹⁰¹ Pós Graduando em Gestão Pública pela UNIMONTES

¹⁰² Professora Ms. do Curso de Pós Graduação em Gestão Pública da UNIMONTES

Em face de uma deficiência na gestão de regimes semi-abertos e da fiscalização ineficiente do cumprimento das sanções dos beneficiários. A PMMG lançou a fiscalização *in loco* em Montes Claros, aliada a uma da tecnologia para a gestão dos beneficiários.

Apesar de a Lei de Execução Penal (2017) e o próprio Código Penal (1940) imporem condições para manutenção dos benefícios da execução penal, inclusive com medidas de sustação dos benefícios em caso de descumprimento, não está previsto a quem cabe a fiscalização *in loco* de tais medidas. É inegável que o legislador não se atentou para a necessidade de se criar cargos públicos de agentes de acompanhamento e fiscalização do apenado, funcionário público semelhante, por exemplo, ao *probation officer* Americano, “profissional que trabalha no sistema de Justiça penal Americano que tem a função de supervisionar e de fiscalizar os requisitos para que o apenado permaneça no gozo de algum benefício penal, seria um funcionário que, investiga a história, o ambiente social em que vive, mantendo registros atualizados para subsidiar as decisões do juízo da execução penal.

Diante desta realidade, tornou-se necessário que alguma organização, dentro do sistema de segurança pública, assumisse a fiscalização *in loco* como condição sem a qual não à efetividade do disposto na sentença ou decisão judicial, para informar aos juízos de execução, em tempo hábil e os descumprimentos das condições legalmente impostas.

Para a efetividade da fiscalização, a Polícia PMMG buscou uma atuação integrada com o MPMG, TJMG e SEAP, em algumas Comarcas do Estado como as de Montes Claros e Janaúba, onde se passou a realizar fiscalizações *in loco*. Comunicando aos juízes de execução criminal eventual descumprimentos, o que tem contribuído para o processo de reabilitação desses reeducados e para o controle da reincidência criminal.

Como facilitador da gestão dos serviços foi criado o Sistema Integrado de Gerenciamento de Benefícios da Execução Penal. Este, alimentado pela Vara de Execução Criminal (condições da prisão domiciliar e livramento condicional) e pelo Presídio Alvorada de Montes Claros, permitiu aos agentes da fiscalização o acesso a informações fidedignas, bem como o registro dos descumprimentos constatados e, conseqüentemente, a adoção das providências legais pelo promotor de justiça e juiz de direito, atuantes no juízo de execução penal.

Este artigo tem como objetivo analisar o desempenho na gestão de regimes semi-abertos, avaliar a fiscalização *in loco* dos beneficiários da execução penal feita pela polícia militar, seus resultados e a importância do uso da tecnologia na comarca de Montes Claros.

II. REFERENCIAL TEÓRICO

Desde a antiguidade diversos filósofos vêm discutido e conceituando o que é conhecimento. No entanto, a utilização do conhecimento como ferramenta de gestão estatal, ainda clama por uma definição mais consistente. Existe uma gama de enfoques preceituando sobre o que seria gestão de conhecimento, (PEREIRA *et al.*, 2005).

Em um enfoque mais técnico, como o que buscamos neste trabalho, o termo gestão do conhecimento será usado para descrever qualquer processo ou prática de criar, adquirir, capturar, compartilhar e usar o conhecimento, onde quer que ele resida, para melhorar o desempenho nas organizações, (PRUSAK, 1997). Assim, a gestão na produção conhecimento estaria centrada na busca de “estocagem” de conhecimento, valendo-se de técnicas de armazenamento e recuperação de dados, associadas às tecnologias da informação, (SCARBROUGH *et al.* 1999).

Uma gestão com eficiência deve ser pautada por um Plano Estratégico, que envolve um processo lógico e analítico de escolha da posição da empresa que se quer alcançar no ambiente, que tem como objetivos combater a obsolescência tecnológica e saturação do crescimento. Por outro lado, a Administração Estratégica tem enfoque novo que consiste na Administração da Postura Estratégica e na Administração de Questões em tempo real (ANSOFF; MCDONNELL, 1993).

Diante disso, a administração estratégica traz um enfoque sistemático, importante e cada vez mais essencial: posicionar e relacionar a empresa a seu ambiente de modo que garanta seu sucesso continuado e a coloque a salvo de eventuais surpresas, (ANSOFF; MCDONNELL[1], 1993).

Diversas são as teorias do controle social que têm por fundamento, essencialmente, a idéia de que qualquer pessoa é um criminoso em potencial, e nelas, o fator oportunidade da prática do crime, é o maior incentivador. Em apertada síntese, as formas de controle existentes serão decisivas para a prevenção do crime. Dentre as teorias do controle, destaca-se a Teoria das Oportunidades ou das Atividades Rotineiras, originada no trabalho de (LAWRENCE COHEN e MARCUS FELSONL, 1979).

Pela perspectiva da Teoria das Oportunidades ou das Atividades Rotineiras, a fiscalização feita pela PMMG das condições impostas aos beneficiários da execução penal interfere em pelo menos duas das circunstâncias da tríade necessária à ocorrência do crime: motivação do autor e ausência do guardião.

Sabe-se que o poder punitivo do Estado, último e o mais gravoso instrumento de controle social, culmina-se na execução da sanção penal. Atingindo esse ponto, é sinal que falharam as instâncias informais de controle, sejam de ordem familiar, educacional ou social. A punição, entretanto, só se legitima quando associada à busca pela recuperação e reinserção social do sentenciado, (MARCHI JÚNIOR, 2014).

Apesar de a Lei de Execução Penal e o próprio Código Penal brasileira estabelecer condições para manutenção dos benefícios da execução penal e sanções em casos de descumprimento, não está previsto a quem cabe a fiscalização presencial. Com a inexistência da vigilância direta, é inevitável concluir que a fiscalização da regularidade do cumprimento da pena dependerá do acaso (CABRAL, 2014).

A inovação da fiscalização in loco realizada pela PMMG em Montes Claros aliada a tecnológica é algo de suma importância e no cenário atual, contudo, cabe ressaltar a necessidade da instituição investir em um modelo de gestão de desempenho, coletando e transmitindo dados para avaliar o desempenho das atividades propostas. “Um modelo de gestão de desempenho é mais racional do que o modelo tradicional de comando e controle e pode aumentar a consistência no gerenciamento da polícia, coletando e reportando sistematicamente fluxos de dados para medir o desempenho, em vez de depender da conformidade mecânica”, (JON M SHANE, 2010).

No serviço policial eficiência e eficácia significa salvar vidas, onde cada segundo é precioso, principalmente numa realidade atual em que a incidência de violência e da criminalidade é algo recorrente, aliar as atividades e serviços de fiscalização de beneficiários da execução penal ao emprego das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são fundamentais, pois proporcionam uma série de facilidades para a administração, gestão, melhoria dos serviços, por consequência a vida dos cidadãos.

A utilização de (TIC) é um meio de trabalho que começou a ser adotado por outras corporações há alguns anos, que segundo (BARROS, 2015), é um meio eletrônico com sistemas de checagens que proporcionarão o aumento da eficiência e eficácia da atividade policial.

É importante salientar que numa instituição nem todas as ações desencadeadas são resultantes de planejamento formal. Por vezes ações estratégicas surgem de demandas do dia a dia ou em resposta a demandas de fatores externos. Assim, como, afirma (MINTIZBERG, 2010), há diferenças entre estratégias planejadas - que podem ou não ser realizadas - e estratégias emergentes - que resultam da dinâmica das organizações e que são representadas por padrões de comportamentos ainda não externados.

A decisão de inovar geralmente ocorre sob grande incerteza, (ROSENBERG, 1994). O desenvolvimento futuro em conhecimento e tecnologia, demanda de produtos, mercados, e uso de potenciais tecnologias podem ser imprevisíveis. A adoção de novos produtos ou processos, bem como, a busca e a coleta de informações relevantes podem consumir muito tempo e muitos recursos.

A abordagem dos sistemas de inovação (LUNDEVALL, 1992; Nelson, 1993) estuda a influência das instituições externas, de forma ampla, sobre as atividades inovadoras de empresas e outros atores. Nela enfatiza-se a importância da troca e da difusão de experiências, conhecimentos, idéias e informações de vários tipos.

Portanto, em um cenário, onde os órgãos que compõem o Sistema de Defesa Social tem suas ações comprometidas em face de deficiência na gestão de regimes semi-abertos e da fiscalização ineficiente do cumprimento das sanções dos beneficiários. A fiscalização in loco realizada pela PMMG em Montes Claros, aliada a uma tecnologia de um sistema informatizado, surgiu como um método eficaz e promissor para a aplicação das leis que beneficiam os condenados. Corroborando para a efetividade da reintegração gradativa dos apenados a sociedade e na produção de indicadores de produtividade das ações desenvolvidas e avaliação de resultados.

III. A GESTÃO DO REGIME SEMI-ABERTO PELA PMMG

O comando da PMMG ainda não institucionalizou o monitoramento e a fiscalização de condenados em liberdade e beneficiários da execução penal, existindo tão somente as iniciativas locais. Não obstante, reconheceu a sua importância e a sua necessidade na definição da competência do Grupo Especial de Resposta Imediata (GERI). Este grupo foi criado, no âmbito de cada Região da Polícia Militar, a partir do Programa de Acompanhamento e Apoio aos Policiais Militares (PRÓ-APOIO). Em seu regulamento, instituído através da Resolução nº 4.346, de 18 de setembro de 2014, previu como competência do GERI o acompanhamento sistemático de autores de crimes contra policiais militares, (MINAS GERAIS. Polícia Militar, 2014b).

A missão constitucional das polícias militares é bem ampla, abrangendo a realização do policiamento ostensivo, com ênfase na prevenção da criminalidade e da violência, promoção da cidadania e garantia da ordem, higiene, saúde e bem-estar da coletividade. E, segundo (LAZZARINI, 1991), engloba todas as atribuições de preservação da ordem pública que não sejam atribuições dos demais órgãos públicos elencados no Art. 144 da

Constituição Federal de 1988, inclusive em caso de suas falências ou inoperância. Assim, a ação de fiscalização de condenados em liberdade pelas polícias militares encontra lastro legal na sua missão constitucional de preservação da ordem pública.

Especificamente, a inovação da fiscalização de condenados em liberdade consiste não no ineditismo da ação, mas na geração do conhecimento, produto da integração e colaboração de seus componentes e de parceria com outras organizações.

As referidas fiscalizações encontram respaldo nos pressupostos básicos de emprego da PMMG de polícia comunitária e de atuação integrada no Sistema de Defesa Social, na estratégia de policiamento orientado ao problema, bem como nos seus fundamentos de excelência em gestão de atuação em rede e inovação.

A Polícia Militar na 8ª Região Integrada de Segurança Pública de Minas Gerais, em Governador Valadares, mantém a Patrulha de Atenuação de Risco Social (PARIS), cujo objetivo remonta justamente à fiscalização do cumprimento das condições de recolhimento e de horário da prisão domiciliar, do livramento condicional e das saídas temporárias.

Em Montes Claros, o Comando da PMMG, juntamente com o MPMG, o TJMG e a SEAP, através dos titulares da 11ª RPM, 6ª e 14ª Promotoria de Justiça, Vara de Execução Criminal e Tribunal do Júri e Presídio Alvorada, respectivamente, idealizaram e criaram um *Programa Ressocializar*, de monitoramento e fiscalização de condenados em liberdade.

Quadro 1: Situação atual de fiscalizações realizadas pela Polícia Militar em Minas Gerais

RPM	Fiscalização de Condenados em Liberdade		Observação
	Sim	Não	
1ª		X	
2ª		X	
3ª	X		Realiza a fiscalização de beneficiários da execução penal nas comarcas de Santa Luzia e Nova Lima, em cumprimento a requisições judiciais do PJ.
4ª		X	
5ª		X	
6ª	X		Realiza a fiscalização de beneficiários da execução penal na comarca de Três Pontas, em cumprimento a requisições judiciais do PJ.
7ª		X	
8ª	X		Realiza a fiscalização de beneficiários da execução penal na comarca de Governador Valadares ⁴⁸ .
9ª		X	
10ª	X		Realiza a fiscalização de beneficiários da execução penal na comarca de Patos de Minas através do Projeto Colheita ⁴⁹ .
11ª	X		Realiza a fiscalização de beneficiários da execução penal nas comarcas de Montes Claros e Janaúba através do Programa Ressocializar ⁵⁰ .
12ª		X	
13ª	X		Realiza a fiscalização de beneficiários da execução penal, de penas restritivas de direitos e de liberdade assistida a menores, na comarca de Congonhas, através do Projeto Andando na Linha ⁵¹ .
14ª		X	
15ª		X	
16ª	X		Realiza a fiscalização de beneficiários da execução penal nas comarcas de Unaí, Paracatu, João Pinheiro e Buritis ⁵² .
17ª		X	
18ª		X	
19ª		X	

Fonte: Dados da pesquisa em unidades da PMMG.

Como evidenciado no quadro acima, pouco mais de uma dezena de comarcas de Minas Gerais, de um total de 296, há efetiva fiscalização *in loco* de beneficiários da execução penal. Uma triste realidade que se apresenta em face do alcance da ação à reabilitação de condenados.

3.1 Programa Ressocializar

Sabedores que “uma prática sem um programa que a oriente é um caminhar às cegas, sem rumo [...], puro improvisado, [...], sobretudo na área de segurança” (SOARES, 2006, p. 16), foi criado pela PMMG em Montes Claros, o *Programa Ressocializar*: Prevenção à Reincidência Criminal, Proteção e Ressocialização de Condenados e Egressos do Sistema Prisional, construído após muitos diálogos entre as organizações parceiras, bem como a partir de uma troca de experiências com outras regiões do estado de Minas Gerais e outras unidades da federação.

Um grande desafio da parceria foi o desenvolvimento de um software que permitisse uma comunicação rápida e precisa entre as organizações, utilizando-se de informações confiáveis sobre os beneficiários da execução penal e as condições legalmente impostas a estes. Até então, os sistemas disponíveis, ISP e INFOPEN, não davam segurança as informações.

Figura 1: Tela de acesso do SIGEBEP.



Fonte: PMMG/11ª Região da Polícia Militar. Seção de Planejamento e Emprego Operacional.

3.2. Fiscalização e adoção de providências

No primeiro contato da equipe policial militar de fiscalização com o beneficiário da execução penal, esta informa a ele, e se possível a sua família, quem é a sua atribuição de assegurar o efetivo cumprimento das condições legalmente impostas, bem como garantir proteção a ele e seus familiares contra eventuais ações criminosas perpetradas por desafetos, possibilitando, assim, sua harmônica integração social.

Toda fiscalização realizada pela equipe policial militar é registrada no Sistema Integrado de Gerenciamento de Benefícios da Execução Penal. Além disso, todos os registros de boletins de ocorrência, que envolvam algum beneficiário da execução penal cadastrado, serão também inseridos dados no Sistema pelas Seções de Inteligência das Unidades de Execução Operacional da cidade (10º Batalhão, 50º Batalhão e 11ª Cia de Policiamento Especializado da Polícia).

Por sua vez, o Sistema Integrado de Gerenciamento de Benefícios da Execução Penal informará à Promotoria de Execução Penal as irregularidades constatadas, tanto pela equipe policial militar especialmente treinada, quanto pelas Seções de Inteligência. Bastando ao representante do Ministério Público imprimir o boletim de ocorrência que foi registrado descrevendo a irregularidade constatada (que será anexado no próprio Sistema de Gerenciamento da Execução Penal) e fica a disposição do sistema judiciário.

O registro do descumprimento de condições é encaminhado à Vara de Execução Criminal, que, após receber os pedidos formais do Ministério Público e deliberar a respeito, tais deliberações são registradas no Sistema Integrado de Gerenciamento de Benefícios da Execução Penal, inclusive eventuais revogações de benefícios e expedição de mandados de prisão/recaptura.

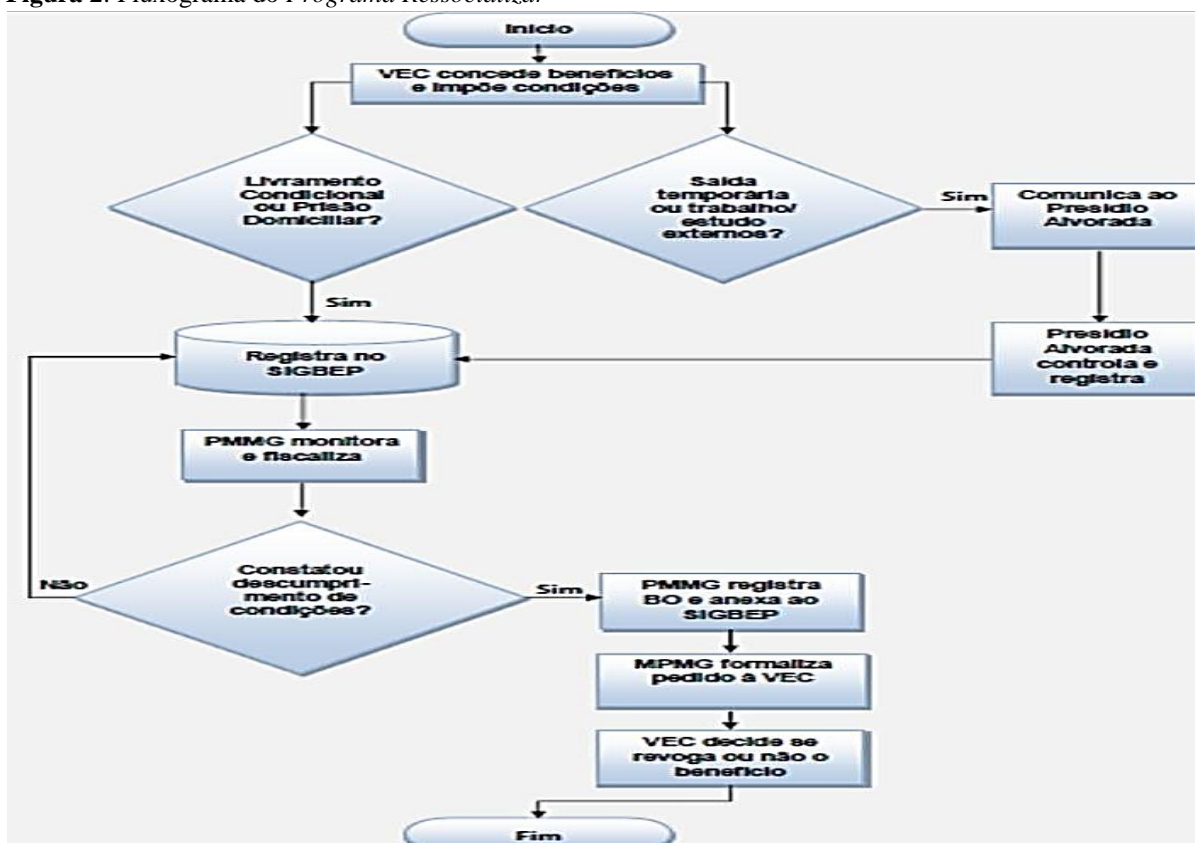
A comunicação entre os parceiros do *Programa Ressocializar* se dá via web, realizada totalmente através do SIGBEP, o que proporciona maior celeridade à atuação integrada de monitoramento e fiscalização dos beneficiários da execução penal.

Para o adequado funcionamento do *Programa Ressocializar*, imprescindível foi a eficiente articulação entre a PMMG e os órgãos do Sistema de Justiça Criminal, cada qual cumprindo suas atribuições legais, com uma visão sistêmica do circuito polícia-justiça-prisão para a manutenção da tranquilidade pública.

Foram definidas as atribuições de cada organização parceira, formalizadas na Instrução Conjunta nº 001/2015.

Abaixo, de maneira pormenorizada, o fluxo do funcionamento do referido Programa:

Figura 2: Fluxograma do Programa Ressocializar



Fonte: MINAS GERAIS. Polícia Militar, 2015b.

Toda essa sistemática de alimentação do Sistema Integrado de Gerenciamento de Benefícios da Execução Penal possibilita informações fidedignas aos agentes de fiscalização e, conseqüentemente, maior probabilidade de atingimento dos objetivos propostos.

3.3 Sistema Eletrônico de Execução Unificado (SEEU)

O Poder Judiciário mineiro, a partir da concepção pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em cooperação técnica com o Tribunal de Justiça do Paraná, ensejou o processo eletrônico da execução penal, através de *software* satélite ao Processo Judicial Eletrônico, criando o Sistema Eletrônico de Execução Unificado (SEEU), que viabilizou o processamento digital das execuções penais. O SEEU possibilita, ainda, a agilização da apreciação de benefícios, a partir de um sistema de alerta de benefícios vencidos na tela de entrada (MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça, 2016).

O SEEU, está sendo implantado gradativamente nas comarcas do Estado de Minas Gerais e possibilita, inclusive, o registro de irregularidades verificadas pela PMMG nas fiscalizações dos condenados em liberdade, beneficiários da execução penal. Tal possibilidade reforça o entendimento de (Cabral 2014) e (Gonçalves 2017) da legalidade e viabilidade da participação da PMMG na fiscalização das condições impostas a condenados em liberdade, ferramenta indispensável para o desenvolvimento e ampliação do *Programa Ressocializar*.

Entretanto, o SEEU não foi concebido com a visão de atender a fiscalização e registro de descumprimentos de condições legalmente impostas a condenados em liberdade, pois, ao contrário do Sistema Integrado de Gerenciamento de Benefícios da Execução Penal (SIGBEP), não possui funcionalidades que permitem o acesso fácil e otimizado pela equipe de fiscalização. Tal situação tem obrigado a equipe policial do *Programa Ressocializar*, atuante na comarca de Montes Claros, a operar conjuntamente os dois sistemas.

IV. METODOLOGIA

O objetivo desta seção é discorrer sobre o problema central da pesquisa, bem como sobre a sua hipótese, as variáveis e a metodologia utilizada.

O problema central da pesquisa foi demonstrar a importância gestão dos beneficiários da execução penal e verificar os resultados e se a fiscalização *in loco* dos condenados em liberdade com uso da tecnologia, feita pela PMMG, na comarca de Monte Claros/MG, contribuiu para a redução do cometimento de novos delitos

por esses condenados, Sob a hipótese de que a ausência de monitoramento e fiscalização in loco de condenados em liberdade gera nos apenados sentimento de impunidade, que favorece o cometimento de delitos.

Foi realizado um estudo descritivo e documental, quantitativo e qualitativo na modalidade de Estudo de Caso, oferecendo possibilidade ao pesquisador delimitar os dados obtidos, e para fundamentação teórica, utilizada pesquisa bibliográfica cujo intuito é colocar o pesquisador face às informações mais pesquisadas e publicadas (MARCONI e LAKATOS, 2011). Onde os sujeitos do estudo foram dos beneficiários da progressão de regime na comarca de Montes Claros face às fiscalizações regulares de condenados que gozam destes benefícios desde ano 2015 até o ano 2017, para avaliação dos efeitos advindos da implementação da regular fiscalização in loco implantada pela Polícia Militar, utilizando-se da tecnologia.

Utilizou-se para a coleta de dados os bancos de dados da PMMG e da SESP, INFOPEN e Pastoral Carcerária e Sistema Registro de Eventos de Defesa Social (sistema REDS), relativos à reincidência criminal dos apenados monitorados, com a qualificação dos beneficiários selecionado.

Para tal, foram considerados apenas os registros de cada beneficiário com o mesmo lapso temporal antes e depois da implementação da regular fiscalização. Por exemplo: se o condenado gozava de um benefício desde dois anos antes, pelo menos, e até dois anos depois, pelo menos, de iniciada a regular fiscalização, foram considerados os crimes e contravenções por ele cometidos, e se o beneficiário gozava do benefício, o que permitiu a verificação dos percentuais de reincidência criminal.

Neste artigo, foi adotada como critério para avaliação da reincidência criminal, a reincidência restrita ao público alvo, ou seja, avaliou-se o cometimento de um novo delito por condenados em liberdade, beneficiários da execução penal, a partir de registros oficiais de ocorrências.

Quanto aos objetivos, a pesquisa tratou-se como explicativa. Quanto à natureza, tratou-se como quantitativa e qualitativa, pois verificou como a fiscalização in loco das condições impostas aos condenados em liberdade, beneficiários da execução penal, na Comarca de Montes Claros, feita pela PMMG e se ela tem contribuído para a redução do cometimento de novos delitos.

Realizada análise dos bancos de dados da PMMG e da SESP e Pastoral Carcerária de Montes Claros, fez-se a tabulação dos dados obtidos, relativos à reincidência criminal dos apenados monitorados, no intuito de enfatizar as informações e sua importância para o artigo. Os dados foram trabalhados através do software Excel, buscando-se uma correlação com a hipótese estabelecida. Após este tratamento, foram produzidas tabelas no intuito de dar maior destaque às informações obtidas, com base na estatística descritiva proposta na pesquisa.

V. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta pesquisa, o condenado em liberdade, no gozo de algum dos benefícios da execução penal que cometeu uma nova infração penal registrada em boletim de ocorrência policial.

Para avaliação da reincidência em crimes dos beneficiários, utilizou-se dados de indivíduos presos sistema tecnológico da PMMG e da SESP e relatórios da Pastoral Carcerária no período dos últimos cinco anos, sendo utilizando os seguintes indicadores: Número de presos; Número de presos envolvidos em reincidência; Taxa de reincidência, considerando reincidente, conforme tabela abaixo:

Tabela 1. Número de presos/Reincidências em crimes diversos.

Ano	Nº. Presos	Nº. Reincidências	Taxa
2013	985	260	26%
2014	1000	220	22%
2015	898	197	22%
2016	921	249	27%
2017	1213	276	23%

Fonte: Pastoral Carcerária de Montes Claros e SEAP. (2018).

Avaliando os últimos dois anos posteriores a implantação das fiscalizações in loco, percebe-se que reincidência em crimes no primeiro ano (2016) foi de 27%, enquanto que no ano (2017) a reincidência foi de 23%, ou seja, uma redução de 4%. Neste último ano o número de presos na comarca de Montes Claros teve um aumento considerável, passando de 921 para 1213 presos, que reafirma a importância da fiscalização.

Já em uma análise específica do desempenho e resultados da fiscalização dos beneficiários da execução no que tange ao descumprimento de condições impostas a garantia dos direitos dos beneficiários, percebe-se a importância da fiscalização, pois mais da metade dos beneficiários descumpriram as condições impostas.

Tabela 2. Número de fiscalizações/Descumprimento das condições.

Ano	Nº. Fiscalizações	Descumprimento das condições	Taxa
2015	163	95	58%
2016	249	158	63%
2017	156	97	61%

Fonte: Sistema de Gerenciamento de Benefícios da Execução Penal (SIGEBEP).

VI. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pressupor que para conter os índices de criminalidade e reincidência criminal seria necessário puramente atacar suas causas estruturais e sociais apenas, pode levar os órgãos de fiscalização ao imobilismo, uma vez que, dificilmente poderiam ser contidos, pelo menos no curto prazo que a situação exige. É fato que não se pode desprezar a explicação sociológica do crime a partir da desorganização social. Lado outro, não se pode de maneira alguma deixar de lado a dimensão da escolha racional da ação de infratores da lei, mesmo que resultante de uma perspectiva essencialmente prática, sem uma fundamentação teórica irrefutável.

Os dados apurados comprovam essa hipótese, haja vista que se constatou que o monitoramento dos condenados em liberdade, na comarca de Montes Claros, contribuiu para a efetiva aplicação da lei penal e também para uma redução da reincidência criminal.

Dessa forma, o problema proposto para o artigo foi respondido, bem como os objetivos da pesquisa foram alcançados, pois se mostrou, sem desprezar a importância das demais ações controle da criminalidade, que as fiscalizações *in loco* pela PMMG das condições impostas aos beneficiários da execução penal, amparadas legalmente pela sua missão constitucional de preservação da ordem pública, na comarca de Montes Claros e aliada a tecnologia, contribuem para a redução da reincidência criminal, sem a pretensão de findar a possibilidade de aprofundamento dos estudos nesta área, considerando a limitação espaço-temporal deste artigo, bem como a possibilidade de sua ampliação qualitativa junto aos condenados e aos atores atuantes na execução penal e os principais achados e conclusões deste estudo permitem sugerir:

- a) a articulação para a imediata institucionalização, pela PMMG, MPMG, TJMG e SEAP, de uma metodologia de monitoramento e fiscalização *in loco* das condições legalmente impostas a condenados em liberdade, beneficiários da execução penal, nos benefícios de suspensão condicional da pena, saídas temporárias, trabalho e estudos externos ao cárcere, prisão domiciliar e livramento condicional, como estratégia de proteção e reabilitação de condenados e redução da reincidência criminal, a partir de benchmarking do *Programa Ressocializar* e demais iniciativas indicadas;
- b) a articulação com o TJMG para a criação de funcionalidades no Sistema Eletrônico de Execução Unificado (SEEU) que facilitem a pesquisa e o registro de descumprimentos de condições dos beneficiários da execução penal, pelas equipes policiais militares, a partir de interação no SIGBEP;
- c) a realização de estudos, em conjunto com o TJMG e o MPMG, para se verificar a viabilidade da institucionalização do monitoramento e fiscalização de condenados a penas restritivas de direitos; os beneficiários de medidas cautelares diversas da prisão; e a agressores atingidos pelas medidas protetivas de urgência da Lei Maria da Penha;
- d) a articulação para criação, no médio prazo, de estrutura adequada, no âmbito da Secretaria de Estado de Administração Prisional, para que as fiscalizações *in loco* das condições impostas a beneficiários da execução penal sejam realizadas por equipes de agentes prisionais da SEAP.

Neste contexto, a implementação do *Programa Ressocializar: Prevenção à Reincidência Criminal, Proteção e Ressocialização de Condenados e Egressos do Sistema Prisional*, num trabalho integrado do Poder Judiciário, do Ministério Público, da Secretaria de Defesa Social e da Polícia Militar, contribuirá decisivamente para o atingimento do objetivo da execução penal: efetivação das disposições da sentença ou decisão criminal e condições para a harmônica integração social do condenados e por outro lado o trabalho integrado é questão de sobrevivência institucional. É preciso romper paradigmas!

VII – REFERÊNCIAS

- _____. Diretriz para a Produção de Serviços de Segurança Pública nº 3.01.06/2011-CG: Regula a aplicação da filosofia de Polícia Comunitária na Polícia Militar de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2011.
- _____. Lei nº 7.210, de 11 de julho de 1984. Institui a Lei de Execução Penal. Brasília, DF, 1984. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L7210.htm>. Acesso em: 14 jun. 2018.
- _____. Ministério da Justiça. Levantamento nacional de informações penitenciárias –Infopen, Dezembro 2014.
- _____. Polícia Militar. 11ª Região da Polícia Militar. Programa Ressocializar: prevenção à reincidência criminal, proteção e ressocialização de condenados e egressos do sistema prisional. Montes Claros, 2015b.
- _____. Polícia Militar. 15º Batalhão de Polícia Militar. Termo de cooperação mútua 15º BPM/10ª DRPC/MPMG/PJ/SUAPI: Projeto Colheita. Patos de Minas, 2016c.
- _____. Polícia Militar. 16ª Região da Polícia Militar. Plano Operacional. Unaf, 2016e.

- _____. Polícia Militar. 24º Batalhão de Polícia Militar. Memorando nº 3.055/2015-151ª Cia PM: procedimento para fiscalizações de medidas cautelares. Três Pontas, 2015d.
- _____. Polícia Militar. Diretriz nº 3.01.01/2016-CG-DGEOp: regula o emprego operacional da Polícia Militar de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2016a.
- _____. Polícia Militar. Diretriz para a excelência da gestão da Polícia Militar de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2016b.
- _____. Polícia Militar. Plano Estratégico 2016-2019 da Polícia Militar de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2015a.
- _____. Polícia Militar. Resolução nº 4.314/2014: Programa de Acompanhamento e Apoio aos Policiais Militares. Belo Horizonte, 2016.
- _____. Tribunal de Justiça. Sistema Eletrônico de Execução Unificado. Belo Horizonte, 2016.
- ARAGÃO, Alexandre Santos de. O princípio da eficiência. *Revista de direito administrativo*, v. 237, p. 1-6, 2005.
- BARATTA, Alessandro. Ressocialização ou controle social: uma abordagem crítica da reintegração social do sentenciado. 1990. Disponível em: <www.juareztares.com/textos/baratta_ressocializacao.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2018.
- BARROS, Juliana Vasconcelos de Souza. Ações e perspectivas do Programa de Reintegração Social do Egresso do Sistema Prisional no combate à vulnerabilidade social.
- BATISTA JÚNIOR, Onofre Alves. Princípio Constitucional da Eficiência Administrativa. 2ª. ed. Belo Horizonte: Mandamentos, 2012.
- BECCARIA, Cesare. Dos delitos e das penas. Torrieri Guimarães (trad.). São Paulo: Martin Claret, 2001.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF, 2015.
- COHEN, Lawrence E. e FELSON, Marcus. Social change and crime rate trends: a Conselho da Comunidade da Comarca de Montes Claros. Relatório de visita do Conselho da Comunidade da Comarca de Montes Claros aos Presídios de Montes Claros PRMOC e PRALV: junho de 2018. Montes Claros, 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 13Jun. 2018.
- FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir. 39 ed., Petrópolis: Vozes, 2011.
- <http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>. Acesso em: 28Jun. 2018.
- JON M. SHANE (John Jay College of Criminal Justice, New York, New York, USA.
- <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/13639511011020575>. Acesso em: 29 jun. 2018.
- MINAS GERAIS. Polícia Militar. Diretriz para a produção de serviços de Segurança Pública nº 04/2002: A Filosofia de Polícia Comunitária na Polícia Militar de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2002.
- MIRABETE, Júlio Fabbrini. Manual de Direito Penal: parte geral – Arts. 1º a 120 do CP. 17 ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2001.
- MIRABETE, Júlio Fabbrini; FABBRINI, Renato N. Execução penal: comentários à Lei n. 7.210, de 11-07-1984. 12. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.
- NUCCI, Guilherme de Souza. Leis penais e processuais penais comentadas. 2 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007a.
- PEREIRA, Maria Cecília; SANTOS; BRITO, Mozar José de. Tecnologia da informação e gestão do conhecimento em uma organização militar: uma abordagem interpretativa. *Gestão.Org*, v. 3, n. 3, set./dez. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/viewFile/21474/18168>.
- PRUSAK, L. Knowledge in Organizations. Orford: Butterworth-Heinemann, 1997.
- SCARBROUGH, H.; SWAN, J. Preston, J. Knowledge management and the learning organization. London: IPD, 1999.

ANÁLISE FINANCEIRA DA EMPRESA CIELO – PRIMEIROS SEMESTRES DOS ANOS 2015 A 2017.

Amanda Fróes Cordeiro¹
Camila Fernanda Alves Dionísio¹
HayalaThays Cardoso Gomes¹
Roberto César Faria e Silva²

RESUMO: O aumento de endividamento e desemprego na população brasileira significa um retrato da crise financeira de 2008. Diante disso, surge a possibilidade de uma análise sobre o desempenho e situação financeira da empresa de cartão de créditos Cielo mediante a crise econômica, visto que grande parte da população adotou o parcelamento de suas dívidas como maneira de sobrevivência. O propósito do trabalho é analisar através dos levantamentos dos dados financeiros da empresa, entre o primeiro e o segundo trimestre de 2015 a 2017, qual a real situação da organização perante a crise, evidenciando se diante deste cenário houve queda ou aumento no desempenho da empresa e qual posição esta ocupa no segmento de pagamentos eletrônicos. A metodologia utilizada ocorreu por meio de um estudo de caso baseado em um método de abordagem de investigação, além de pesquisas feitas de base exploratória dos Balanços Patrimoniais (B.P.) e das Demonstrações de Resultados do Exercício (D.R.E.) da empresa Cielo, utilizou-se a pesquisa quantitativa para desenvolver a análise os índices financeiros. Os resultados obtidos mostraram que a empresa Cielo é uma empresa rentável, ainda que não tenham sido evidenciados índices de liquidez e endividamento favoráveis. A organização ainda é considerada uma das melhores empresas deste segmento, uma vez que diante deste cenário ainda consegue se manter em ótimo patamar. Diante das informações coletadas foi possível identificar que embora a Cielo tenha apresentado baixos índices nos anos (2015 a 2017) a mesma continua a ocupar sua posição de destaque no segmento de pagamentos de eletrônicos, já que a organização é vista como propícia a investimento devido possuir um alto valor de mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Finanças, cartão de crédito, crise econômica, Cielo

ABSTRACT: The increase in indebtedness and unemployment in the Brazilian population means a picture of the 2008 financial crisis. In light of this, the possibility of an analysis of the performance and financial situation of the credit card company Cielo can be seen through the economic crisis, since much of the population adopted the installment of their debts as a way of survival. The purpose of the study is to analyze the company's financial situation, between the first and second quarter of 2015 to 2017, as the actual situation of the organization in the face of the crisis, evidencing whether there was a fall or an increase in the performance of the company and what position it occupies in the segment of electronic payments. The methodology used was based on a case study based on a research approach method, in addition to research carried out on an exploratory basis of the Balance Sheets and the Statement of Results of the Year of Cielo, the quantitative research to develop the financial indexes analysis. The results obtained showed that Cielo is a profitable company, even though no favorable liquidity and indebtedness indices have been shown. The organization is still considered one of the best companies in this segment, since in this scenario it still manages to remain at a good level. In view of the information collected, it was possible to identify that although Cielo presented low rates in the years (2015 to 2017), it

continues to occupy its position of prominence in the segment of payments of electronics, since the organization and view as it propitiates the investment due to own a high market value.

KEY-WORDS: Finances, credit card, economic crisis, Cielo

INTRODUÇÃO:

Uma vez que se tornou uma forma de pagamento mais acessível a grande parte da população, as empresas de pagamento eletrônico cresceram consideravelmente em participação no cotidiano econômico brasileiro. Os cidadãos do país têm se sentido mais à vontade para utilizar o dinheiro de plástico e começa a deixar de lado os cheques, especialmente nas compras a prazo, as quais têm sido mais procuradas diante o cenário da crise financeira. De acordo com o Relatório de Vigilância do Sistema de Pagamentos Brasileiro 2015, foram realizadas 5,7 bilhões de transações com cartões de crédito e 6,5 bilhões com cartões de débito emitidos no País, cerca de 3% e 15% de crescimento em relação a 2014 (BRASIL, 2016).

Para tanto, este modelo de pesquisa será voltado particularmente à Cielo—segundo seu website, foi fundada em 1995 e é uma empresa de capital aberto sediada em São Paulo. Sendo essa, a organização principal do setor em toda a América Latina, em termos de volume financeiro de transações é a maior companhia do ramo de cartão de crédito, faz-se interessante analisar – para compreender sua posição no mercado - o desempenho financeiro dessa empresa diante da crise financeira enfrentada no país. Ela procede sendo uma das responsáveis pela captura, transmissão e liquidação financeira de transações com cartões de crédito e débito. Além disso, é uma das encarregadas pelo credenciamento do comércio do Brasil a sua rede de pagamentos, bem como pela captura, transmissão, processamento e liquidação financeira das transações feitas com cartões de plástico.

Diante disso, este artigo buscará analisar os índices financeiros da empresa e sua capacidade econômica, bem como identificar os fatores de crescimento ou decréscimo diante do cenário da economia no país, além analisar a situação da organização e seu posicionamento no segmento de pagamentos eletrônicos.

REFERENCIAL TEÓRICO:

A temporada de insegurança econômica no Brasil, entre os anos de 2014 e 2016, forçou os cidadãos a alterar seus costumes de comprar e entender a forma mais adequada de

utilizar as linhas de crédito com juros muito altos, como o cartão de crédito e o cheque especial. De acordo com o consultor econômico Nicola Tingas, da ACREFI – Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento, a crise financeira sucedeu em alterações positivas na maneira dos consumidores, fazendo-os entenderem o risco de optar por financiamentos e empréstimos. E ainda, segundo o jornal de notícias na internet R7 (2017), atualmente os consumidores pesquisam mais antes de comprar e realizam o controle do orçamento para conseguir com que o salário rende até ao final do mês.

Segundo a coordenadora de Contas Nacionais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE – Rebecca Palis (2017, *apud* Saraiva e Sales, 2017), os anos de 2015 e de 2016 foram os primeiros da série histórica de contas nacionais a apresentarem resultados negativos anuais consecutivos desde 1948. Se olharmos o biênio 2015-2016, houve uma queda acumulada de 7,2% no PIB. Ainda, segundo a mesma, nunca houve diminuição mais intensa ao avaliar os resultados do produto interno bruto.

É inegável que a recessão brasileira teve causas domésticas muito significativas. Uma comparação com o desempenho de outros países deixa isso claro, segundo Paulo Picchetti (2017), economista da FGV.

Diante disso, faz-se necessário buscar formas de entender a situação de mercado da Cielo – empresa elencada para este artigo - na literatura financeira. Sendo assim, a respeito das demonstrações de resultados, Gitman (2010), afirma que:

As mais comuns abrangem um período de um ano encerrado numa data específica, normalmente 31 de dezembro de cada ano. Muitas grandes empresas, contudo, operam num ciclo financeiro de 12 meses, chamado de ano fiscal, que se encerra em alguma outra data. Além disso, é comum elaborar demonstrações de resultados mensais para uso da administração e obrigatório fornecer aos acionistas de companhias abertas demonstrações de resultados trimestrais (GITMAN, 2010, p. 41).

De acordo com Gitman (2010, p. 43), “o balanço patrimonial é uma descrição resumida da posição financeira da empresa em uma certa data”. Este consiste em outra base de dados utilizada para análise.

Ainda, o mesmo autor define as análises dos índices:

A análise de índices não se refere apenas ao cálculo de um determinado índice. Mais importante do que isso é a interpretação do valor do índice. É necessário que haja uma base de significativa para a comparação, para responder a perguntas como “está alto ou baixo demais?” e “isso é bom ou ruim?” (GITMAN, 2010, p.48, **grifo do autor**).

A respeito da prática, Gitman (2010) define: “a liquidez de uma empresa é medida em termos de sua capacidade de saldar suas obrigações de curto prazo à medida que se tornam devidas” (GITMAN. 2010, p.51). Então, é preciso procurar os valores correspondentes aos índices da liquidez da empresa, a fim de identificar a capacidade de pagamento de seus gastos imediatos. Nesse sentido é possível inferir que: “O objetivo do estudo da liquidez é avaliar o grau de solvência da empresa, ou seja, capacidade financeira para saldar seus compromissos” (SILVA, 2012 p. 138).

O autor ainda complementa:

muitas pessoas confundem índices de liquidez com os índices de capacidade de pagamento. Os índices de liquidez não são índices extraídos do fluxo de caixa que comparam as entradas com as saídas de dinheiro. São índices que, a partir do confronto dos Ativos Circulantes com as Dívidas, procuram medir quão sólida é a base financeira da empresa. Uma empresa com bons índices de liquidez tem condições de ter uma boa capacidade de pagar as suas dívidas, mas não estará, obrigatoriamente, pagando as suas dívidas em dia em função de outras variáveis como prazo, renovação de dívida, etc. (MATARAZZO, apud SILVA, 2012 p. 138)

Além disso, a liquidez pode ser calculada como circulante, seca ou imediata. No que se refere à capacidade da empresa de pagar suas obrigações de curto prazo, diz respeito ao índice de liquidez circulante. A liquidez seca “assemelha-se ao de liquidez corrente, mas exclui do cálculo o estoque, o que costuma ser o menos líquido dos ativos circulantes” (GITMAN. 2010, p.52). Por fim, o índice de liquidez imediata está relacionado com as disponibilidades da empresa, como caixa e banco, e o passivo circulante, que são suas dívidas no curto prazo.

Entretanto, para analisar financeiramente uma empresa é necessário um maior embasamento teórico, ou seja, maiores informações a respeito. Desta forma, deve-se levar em consideração o tema do endividamento:

A situação de endividamento de uma empresa indica o volume de dinheiro de terceiros usado para gerar lucros. De modo geral, o analista financeiro está mais preocupado com as dívidas de longo prazo porque estas comprometem a empresa com uma série de pagamentos contratuais ao longo do tempo. Quanto maior o endividamento, maior o risco de que ela se veja impossibilitada de honrar esses pagamentos contratuais. (GITMAN. 2010, p. 55).

Assim, o endividamento possui um índice geral, o qual “mede a proporção do ativo total financiada pelos credores da empresa. Quanto mais elevado, maior o montante de capital de terceiros usados para gerar lucros” (GITMAN. 2010, p.55). Quando no curto prazo, o endividamento é obtido através do passivo circulante e o ativo total. Também, é possível

identificar através das dívidas no curto prazo e o passivo total, a composição do endividamento.

Com relação à Composição do Endividamento, a proporção favorável seria de maior participação de dívidas a longo prazo, favorecendo à empresa tempo maior para gerar recursos que saldarão os compromissos.

Se a composição do endividamento apresentar significativa concentração no Passivo Circulante (curto Prazo), a empresa poderá ter reais dificuldades num momento de reversão de mercado (o que não aconteceria se as dívidas estivessem concentradas no Longo Prazo). (MARION, 2007, p. 106)

Por fim, com o propósito identificar a qualidade da renda adquirida pela empresa, faz-se necessário completar a análise financeira através dos índices de rentabilidade, que

permitem aos analistas avaliar os lucros da empresa em relação a um dado nível de vendas, um dado nível de ativos ou o investimentos dos proprietários. Se não houvesse lucro, uma empresa não atrairia capital externo. Proprietários, credores e administradores dão muita atenção à expansão dos lucros por causa da grande importância que o mercado lhes atribui. (GITMAN. 2010,p. 58)

Um destes índices de rentabilidade corresponde à margem de lucro bruto, que “mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que permanece após a empresa deduzir o valor dos bens vendidos. Quanto maior a margem de lucro bruto, melhor (isto é, menor o custo das mercadorias vendidas)” (GITMAN. 2010, p.58).

Além deste, há a margem de lucro líquido, podendo ser definida como

A margem de lucro líquido mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas remanescente após a dedução de todos os custos e despesas, inclusive juros, impostos e dividendos de ações preferenciais. Quanto mais elevada a margem de lucro líquido de uma empresa, melhor (GITMAN. 2010, p.59).

Para completar, existe a margem de lucro operacional, que pode ser entendida como

A margem de lucro operacional mede a porcentagem de cada unidade monetária de venda remanescente após a dedução de todos os custos e despesas exceto juros, imposto de renda e dividendos de ações preferenciais. Representa o “lucro puro” obtido sobre cada dólar de vendas. Os lucros operacionais são ditos “puros” porque medem apenas o lucro sobre as operações e desconsideram juros, impostos e dividendos de ações preferenciais. É preferível uma margem de lucro operacional elevada (GITMAN, 2010, p.58 e 59).

A fim avaliar os lucros da empresa em relação às vendas, os ativos ou investimento dos proprietários – ou seja, a rentabilidade – há o retorno sobre o ativo (ROA) calculado

através da razão entre o lucro líquido e o ativo, e o retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) calculado através da razão entre o lucro líquido e o patrimônio líquido.

A rentabilidade é medida em função dos investimentos. As fontes de financiamento do Ativo são Capital Próprio e Capital de Terceiros. A administração adequada do Ativo proporciona maior retorno para a empresa. (MARION, 2007 P.141).

O Retorno sobre Investimento é considerado por muitos analistas como a melhor medida de eficiência operacional e de fácil entendimento. Relaciona o lucro operacional com o valor do investimento médio expressando quanto a empresa obtém de lucro em relação ao que foi investimento.

METODOLOGIA:

A metodologia utilizada neste trabalho foi um estudo de caso, em que se baseia em um método de abordagem de investigação. Este, pode ser definido por:

Método de pesquisa que considera parte do universo ou população, sem uso do critério estatístico para definição da amostra representativa. Para coleta de dados podem ser utilizados em várias fases do processo da pesquisa as técnicas de observação, análise de documentos, o grupo foco e entrevistas. (DUARTE & FURTADO, 2014, p. 20 e 21)

Além disso, as pesquisas feitas foram de base exploratória, que enfatiza a descoberta de ideias, proporciona a familiaridade com o problema de forma a delimitá-lo e auxilia na formulação de hipóteses. Normalmente, antecede outras pesquisas com planejamento e estrutura mais sistematizados. (DUARTE & FURTADO, 2014, p.25). Também, a pesquisa quantitativa – a qual busca traduzir em números as opiniões e informações para então obter a análise dos dados e, posteriormente, chegar a uma conclusão – e a pesquisa bibliográfica foi utilizada como embasamento teórico para aplicação dos resultados das demonstrações financeiras:

é o estudo sistematizado desenvolvido a partir do material já produzido e publicado para outras finalidades, constituindo-se em fontes secundárias para o pesquisador. Compreende a consulta principalmente de livros e artigos científicos, material impresso, teses, monografias e outros, geralmente encontrados nas bibliotecas e redes eletrônicas, acessíveis ao público em geral. (DUARTE & FURTADO, 2014, p.28)

O autor Gitman (2010) apresenta um importante trabalho sobre o assunto das finanças, e serve como base teórica para a construção do conhecimento acerca do tema. Além disso, a

tabulação dos dados e cálculos foram através do editor de planilhas Microsoft Office Excel, baseado na coleta de informações da empresa Cielo durante o primeiro e o segundo trimestre de 2015 a 2017.

RESULTADOS E DISCUSSÕES:

Segundo Gitman (2010), “A liquidez de uma empresa é definida em sua capacidade de saldar obrigações a curto prazo à medida que se tornam devidas”, sendo considerados acima de 1,0 uma boa liquidez visto que isso permite a empresa quitar sua dívida, diante disto e perante os dados analisados, a Cielo manteve-se com índices de liquidez em crescimento entre o 2º semestre de 2015 e o 2º semestre de 2016. Comparando o 2º trimestre de 2016 com o 2º trimestre de 2017 evidencia-se um persuasivo declínio em todos os índices demonstrados, levando a empresa a manter em alerta mediante toda a sua liquidez, uma vez, que ainda que se consiga saldar suas dívidas, o essencial é que seus índices se mantenham de forma crescente, e não em constante declínio.

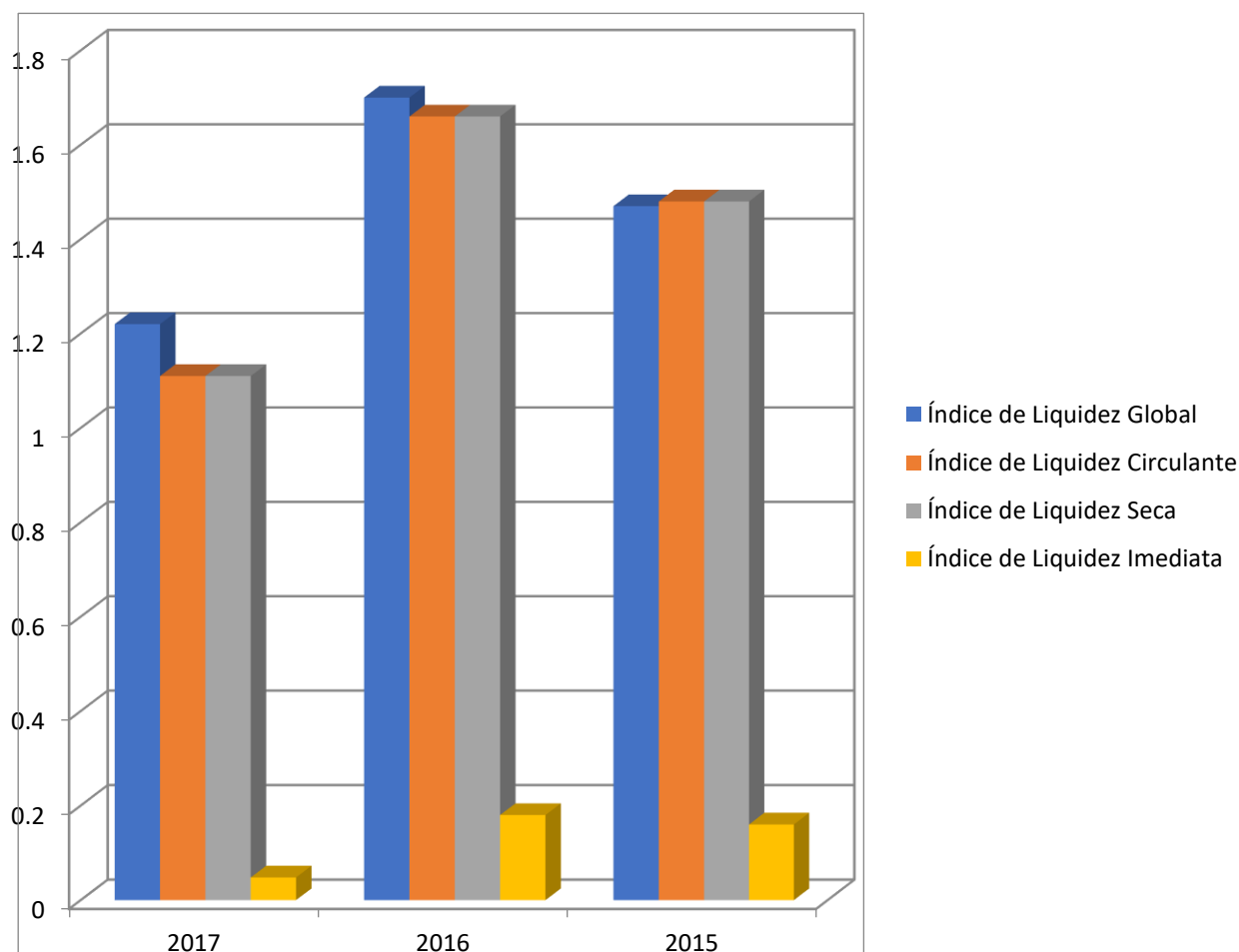
O Índice de Liquidez Imediata (capacidade de saldar dívidas com o que se tem disponível: caixa, saldos bancários e aplicações financeiras) de uma empresa varia de acordo com as circunstâncias do mercado financeiro e da situação econômica do país, que podem ou não estimular investimentos, ou recomendar cautela. Com a crise vivenciada no país, a liquidez imediata da empresa encontra-se baixa, agravando-se ainda mais dos anos 2016 a 2017, levando a tomar decisões cautelosas na tentativa de conter sua liquidez. Mediante a análise feita, nota-se que a situação da empresa com os índices de liquidez encontra-se sólida, uma vez, que a maioria dos seus índices a possibilita cumprir com suas obrigações, mesmo contendo o Índice de Liquidez Imediata com baixas porcentagens, já que considera-se que geralmente as disponibilidades de uma empresa não são suficientes para cobrir suas obrigações de curto prazo, o que não torna este índice um fator preocupante para a mesma, pois este não leva em consideração os Direitos a Receber. Desta forma, mesmo diante dos baixos valores encontrados neste índice isto não significa que a Cielo esteja passando por problemas financeiros.

Tabela 1- Índices de Liquidez da Cielo - 2º Trimestre

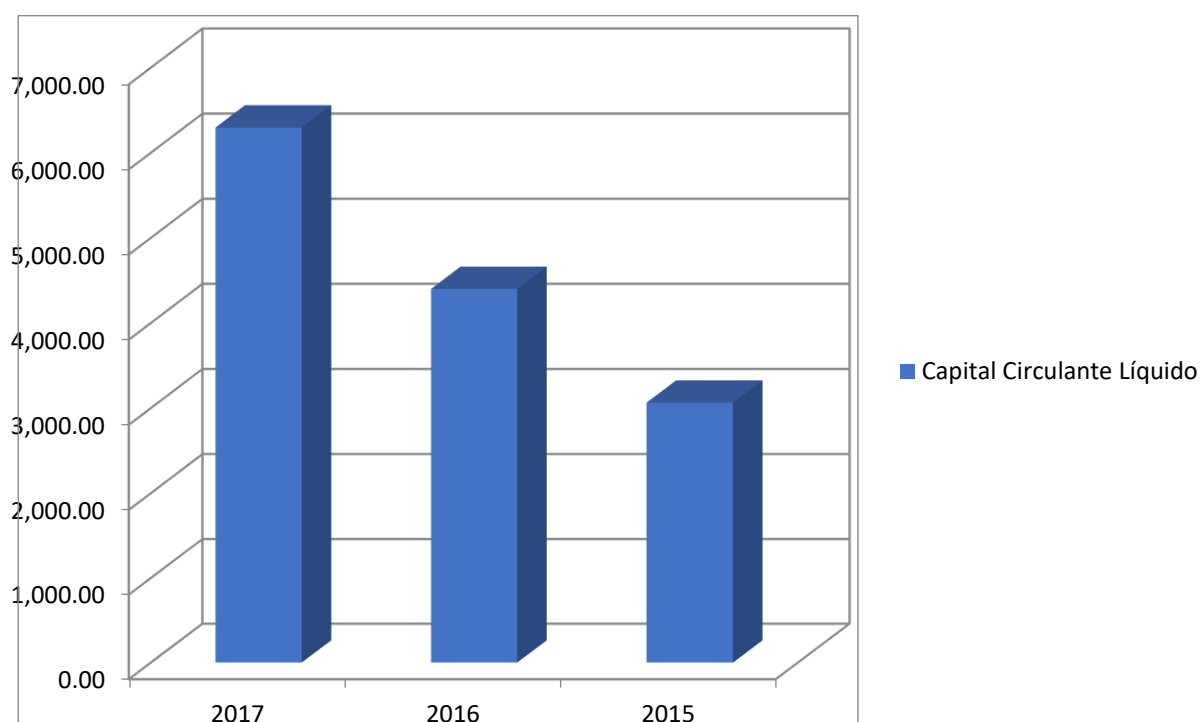
ÍNDICES	30/06/2017	30/06/2016	30/06/2015
Índice de Liquidez Global	1,22	1,7	1,47
Índice de Liquidez Circulante	1,11	1,66	1,48
Capital Circulante Líquido	6.296,5 M	4.399,2 M	3.062,7 M
Índice de Liquidez Seca	1,11	1,66	1,48
Índice de Liquidez Imediata	0,048	0,18	0,16

Fonte: Autores

Gráfico 1: Índices de Liquidez da Cielo- 2º Trimestre



Fonte: Autores

Gráfico 2: Capital Circulante Líquido da Cielo-2º Trimestre

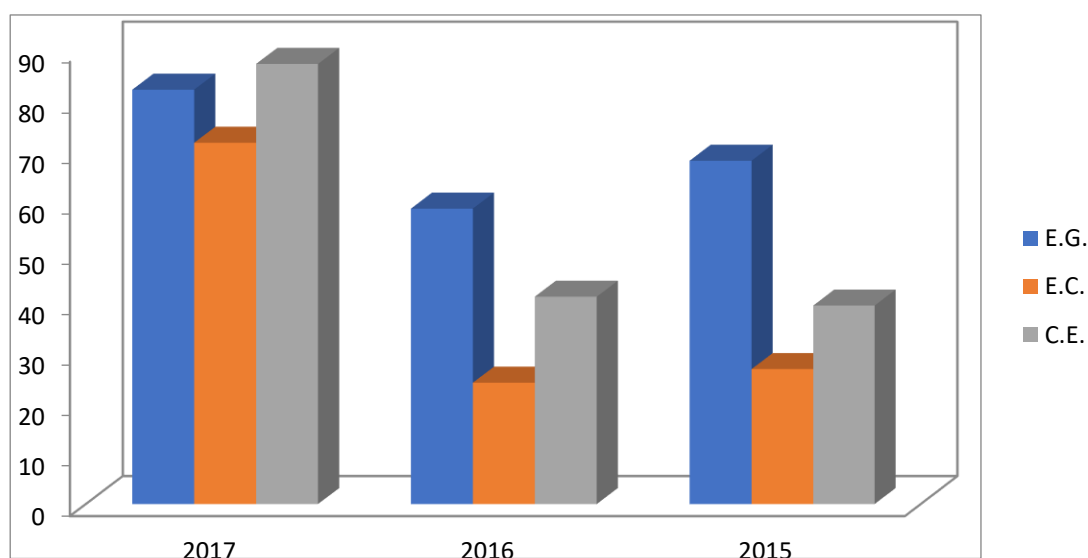
Fonte: Autores

Segundo Gitman (2010), “A situação de endividamento de uma empresa indica o montante de recursos de terceiros que está sendo usado na tentativa de gerar lucros”, nesse sentido no que se refere ao endividamento global da Cielo, é possível afirmar que, a partir dos resultados obtidos, houve um aumento expressivo do 2º trimestre de 2016 para o 2º trimestre de 2017. Em relação ao Endividamento no Curto Prazo, a empresa obteve um decréscimo do 2º trimestre de 2015 para o 2º trimestre de 2016 e um aumento significativo para o 2º trimestre de 2017. A Composição do Endividamento elevou-se do trimestre de 2015 para 2016 e aumentou-se de maneira expressiva no 2º trimestre de 2017. A partir dos dados analisados, infere-se que a empresa se encontra com índices de endividamento altos, uma vez que a maior parte de suas dívidas estão no curto prazo.

Tabela 2 - Índices de Endividamento da Cielo - 2º Trimestre

ÍNDICES	30/06/2017	30/06/2016	30/06/2015
Endividamento Global	82,09%	58,53%	68,02%
Endividamento Curto Prazo	71,58%	24,04%	26,74%
Composição do Endividamento	87,20%	41,08%	39,32%

Fonte: Autores

Gráfico 3: Índices de Endividamento da Cielo – 2º Trimestre

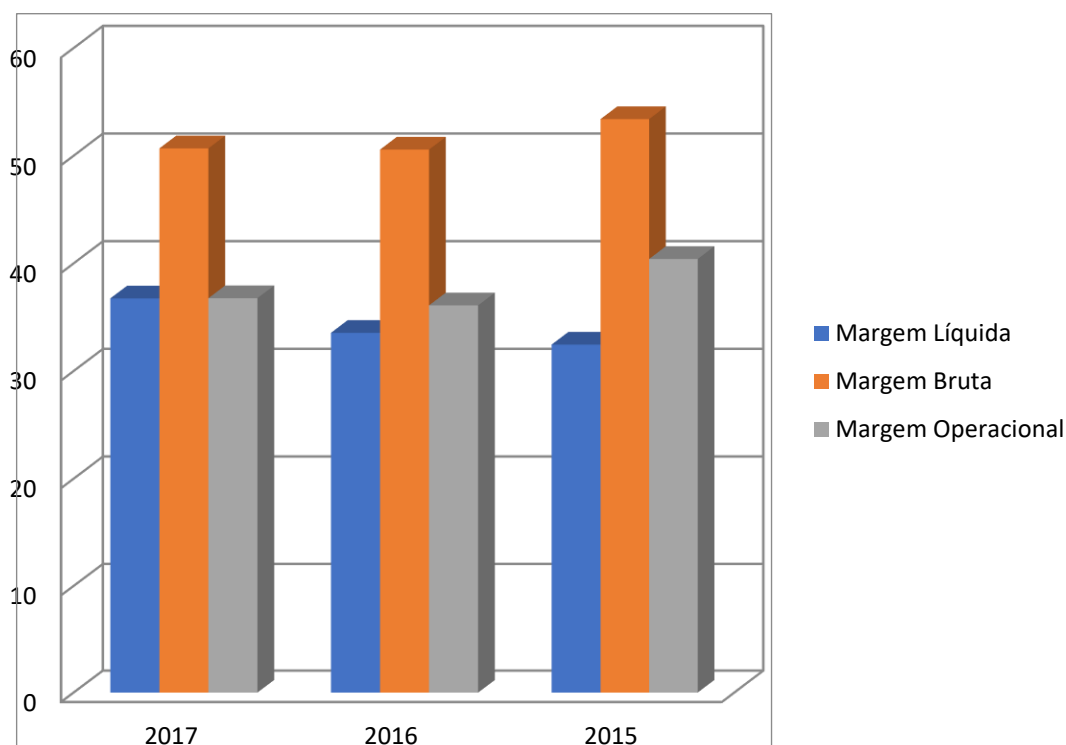
Fonte: Autores

Os índices de rentabilidade de uma empresa demonstram qual o retorno sobre os capitais investidos, e por consequência, define o grau de êxito econômico da empresa. A margem líquida da organização indica o percentual de ganho sobre suas vendas, após a dedução de todas as despesas, inclusive despesas com juros e imposto de renda. A partir dos resultados obtidos, é possível inferir que a empresa possui um aumento considerável na Margem Líquida, ou seja, apresenta resultados positivos em relação à lucratividade da organização. Em relação à Margem Bruta, a empresa obteve um declínio do 2º trimestre de 2015 para 2016, e um acréscimo relativamente baixo do 2º trimestre de 2016 para 2017.

Tabela 3 - Índices de Rentabilidade da Cielo - 2º Trimestre

ÍNDICES	30/06/2017	30/06/2016	30/06/2015
Margem Líquida	36,75%	33,55%	32,46%
Margem Bruta	50,68%	50,57%	53,40%
Margem Operacional	36,77%	36,10%	40,41%
ROA (Retorno sobre o Ativo)	1,30%	3,70%	3,24%
ROE (Retorno sobre o Patrimônio Líquido)	7,26%	8,92%	10,13%

Fonte: Autores

Gráfico 4: Índices de Rentabilidade da Cielo – 2º Trimestre

Fonte: Autores

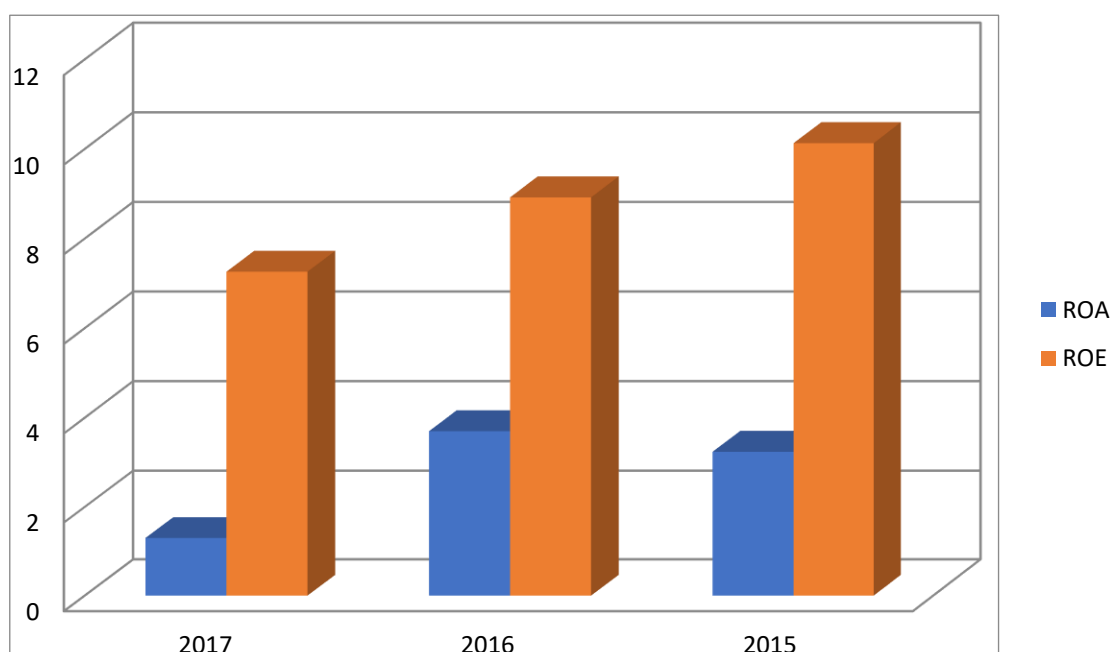
Por fim, a Margem de Lucro Operacional identifica o desempenho das operações de uma empresa antes do impacto das despesas com juros e imposto de renda, isto é, ela mede a eficiência operacional da organização. No caso da Cielo, sua Margem Operacional apresenta uma queda do 2º trimestre de 2015 para 2016, e um aumento do 2º trimestre de 2016 para

2017. Nesse sentido, a empresa comporta uma margem líquida positiva, e por consequência possui uma rentabilidade favorável, diante do mercado ao qual ela está inserida.

O ROA demonstra a capacidade dos ativos da empresa em gerar resultados, através dele é possível transmitir uma noção do quanto à empresa consegue fazer a partir daquilo que ela possui. A partir dos resultados obtidos, é possível verificar que a empresa Cielo apresenta um aumento do ROA em relação ao 2º trimestre de 2015 para 2016, mas possui uma queda nesse índice no 2º trimestre do ano de 2017, dessa forma infere-se que o retorno do ativo sobre o lucro líquido é inferior e assim a empresa não possui eficiência na geração de lucros a partir de seu ativo disponível, o que pode ser considerado como algo negativo para a organização, pois compromete a lucratividade da empresa.

O ROE também é considerado um índice muito importante, pois mede a capacidade da empresa de agregar valor a ela mesma utilizando recursos próprios, fazendo com que ela cresça usando somente aquilo que ela já tem. A Cielo obteve um decréscimo no seu ROE, comparado os trimestres de 2015 a 2017, fator este que pode ser considerado como um alerta para a empresa, visto que, o retorno do Patrimônio Líquido sobre o Lucro Líquido, encontra-se atualmente inferior aos demais anos.

Gráfico 5: Retorno sobre o Ativo e Retorno sobre o Patrimônio Líquido/Cielo-2º Trimestre



Fonte: Autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Este artigo buscou detectar através dos levantamentos dos dados financeiros da Cielo, entre os primeiros semestres de 2015 a 2017, qual a situação da empresa perante a crise econômica enfrentada no Brasil, sendo para isso, necessário analisar seus índices de liquidez, endividamento e rentabilidade.

Desta forma, embora tenha sido evidenciado através dos cálculos e análises feitas da empresa, a Cielo não se encontra com índices de liquidez e endividamento favoráveis, mas possui uma Margem Líquida favorável.

Portanto, a empresa pode ser considerada rentável, já que também, ainda é considerada uma das melhores empresas deste segmento, uma vez que diante deste cenário ainda consegue se manter em ótimo patamar. Isto ocorre quando uma organização, ainda que tenha baixos índices (liquidez, ROE, ROA), possui alto valor de mercado. Assim, as pessoas se dispõem a pagar altos preços por suas ações, pois são consideradas empresas propícias a investimento, já que se consideram que haverá um rápido retorno, logo, são empresas bem vistas no mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Banco Central. **Relatório de Vigilância de Pagamentos Brasileiros**. ed. 2015. Brasília. Abril 2016

CIELO. **Quem é a Cielo**. Disponível em: <www.cielo.com.br>. Acesso em 09/07/2017 às 17:19.

DUARTE, Simone; FURTADO, Maria Sueli. **Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Saraiva, 2014.

ECONOINFO. **Demonstrações**. Disponível em: <www.econoinfo.com.br/financas-e-mercados/demonstracoes?codigoCVM=21733>. Acesso em 01/07/2017 às 17:16.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Queda do PIB brasileiro só pode ser comparada com países em grave crise**. São Paulo, 08/03/2017, Mercado.

GARCIA ALEXANDRE. **Crise fez brasileiro aprender “na marra” a usar o cartão de crédito**. Notícias R7 Online, São Paulo, 31/07/2017, Economia. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/economia/crise-fez-brasileiro-aprender-na-marra-a-usar-o-cartao-de-credito-31072017>>. Acesso em: 20/08/2017 às 16:01.

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

ISTOÉ. **Cielo: 2016 foi ano desafiador; 2017 é de transição com retomada**. São Paulo, 31/01/2017, Economia.

MARION, José Carlos. **Análise das Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.

SARAIVA, Alessandra; SALES, Robson. **PIB do Brasil cai 7,2% em dois anos, pior recessão desde 1948**. Valor Econômico Online, São Paulo, 07/03/2017, Brasil. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4890366/pib-do-brasil-cai-72-em-dois-anos-pior-recessao-desde-1948>>. Acesso em: 20/08/2017 às 17:03.

SILVA, Alexandre Alcântara da. **Estrutura, Análise e Interpretação das Demonstrações Contábeis**. 3ª edição. Editora Atlas, São Paulo, 2012.

APÊNDICE A - DOCUMENTAÇÃO FOTOGRÁFICA DO EVENTO

