

ESTUDOS E NEGÓCIOS

Revista da STRONG ESAGS

Julho a Dezembro de 2020 | nº 29 | Ano 15
ISSN 1981-3791

Novas perspectivas à trajetória
de desenvolvimento econômico:
**PROVOCAÇÕES FRENTE
A REALIDADE BRASILEIRA**

TC
ARTIGO
CIM
TAICON

CAPA
ESPECIAL
ENTREVISTA
E MUITO MAIS...



EXPEDIENTE

Estudos e Negócios I 2020 - n° 29

ISSN 1981-3791

Publicação da STRONG ESAGS

Ano 15 - n° 29 | Julho a Dezembro

Conselho Editorial

Período de vigência: Julho a Dezembro de 2020

Mantenedor

Prof. Sergio Tadeu Ribeiro

Diretor Acadêmico

Prof. Eduardo Becker

Coordenadores de Curso

Prof. Antonio Saporito

Prof. Edson Paiva Dias

Profa. Danielle Guglieri Lima

Prof. Rogério Salles (Santos)

Profa. Solange Cristina da Silva

Conselho Editorial

Prof. Alexandre de Almeida

Prof. Cláudio César Gonçalves

Profa. Danielle Guglieri Lima

Prof. Luciano Schimitz

Prof. Marcos Calil

Coordenação Editorial e Editora

Profa. Danielle Guglieri Lima

Apoio Editorial

Mônica Patricia Monteiro

Projeto Gráfico e Editoração

Studio Vibrare

Estudos e Negócios

Revista da STRONG ESAGS

Santo André

Av. Industrial, 1455 - Bairro Jardim

09080-500 - Santo André - SP

Tel.: 55 11 4433.6161

estudosenegocios@esags.edu.br

Santos

Av. Conselheiro Nébias, 159 - Paquetá

11015-001 - Santos - SP

Tel: 55 13 2127-0003

www.esags.edu.br

A STRONG ESAGS, em suas revistas, respeita a liberdade intelectual dos autores, publicando integralmente os originais enviados, sem com isto, concordar ou discordar com as opiniões expressas.

SUMÁRIO

EDITORIAL	05	CEN	94
TC - ADM - ABC	06	Consultoria Meraki	
Cantina Verde		Bela Tintas Santo André	
> Bruna dos Santos, Jéssica Hellen Da Silva, Jéssica Xavier Da Silva, Lucas Almeida Freitas		> Alessandra Vespero Euzebio, Ana Paula Dias Romeu, Izabelle Godoy Bedim, Maísa Gonçalves Antelmo, Matheus do Amaral Cortez	
TCC - CONTABILIDADE	17	CEN	98
Estudo Comparativo entre a Rentabilidade de Seis Empresas no Mercado de Ações pela Escola Fundamentalista e Técnica		Empresa Morado Santos	
> Elisabeth Sales, Stefanny Queiroz e Hélem Ulian Almagro		> Amanda Alencar, Beatriz Sallée e Milany Juvenal	
TAICON	33	EJS	102
Duratex		Nasce A ESAGS Júnior – STRONG	
> Jennifer Amaro Dias e Sabrina Silva Arakaki		> Leonardo Pereira Conejeros, Adnan Yunes Sleman Issa	
ARTIGO	42	ARTIGO	106
Bert Hoselitz, Desenvolvimento Econômico e Mudança Cultural		Tecnologias Aplicadas na Área de Manufatura: Scania	
> Prof. Ph.D Pedro Carvalho de Mello		> Prof. Esp. Valmir A. Conde, Professor da STRONG ESAGS	
IC	49	ARTIGO	107
Utilização de Ferramentas Tecnológicas no Processo de Recrutamento e Seleção		> Corporate Relations Scania Latin America	
> Johnson Paulino da Silva, Thayná Siqueira, Mayara de Holanda, Rafaella Borges, Michelle Santos e Murilo Ferrari		ENTREVISTA	115
IC	54	Prof. Raphael Bicudo	
Live: Nova Oportunidade de Divulgação de Marcas e Produtos		> Prof. Dra. Claudia Monteiro	
> Allan Cardoso de Freitas		ARTIGO PUBLICIDADE E PROPAGANDA	125
IC	60	TCC Clockwork / Startup Quinto Andar	
Esags Case de Sucesso na Educação em Período de Pandemia: Qualidade e Excelência do Ensino Superior na Baixada Santista		> Prof. Dra. Cláudia Monteiro	
> Felipe da Silva Pires, Camila Alves Vieira, Lucas Freitas Chaves, Adriana Letícia Corrêa Cruz		ESAGS NEWS	130
CAPA	71	ENSAIO	134
Novas Perspectivas à Trajetória de Desenv. Econômico: Provocações Frente a Realidade Brasileira		Como Será a Sociedade Após a Pandemia do Covid-19	
> Prof. Dr. Sandro Renato Maskio		> Allan David Silva de Andrade, Lucas Jansen Pereira, Rodrigo Machado	
CIM	80	> Vitória Barsaneli de Souza e Maria Eduarda Barsaneli de Souza	137
Os Impactos da Desindustrialização na Região do Grande ABC		ESPECIAL	139
> Henrique Silva dos Santos, Jonathan da Silva Ernesto, Lucas Gomes da Silva, Maria Eduarda Barsaneli de Souza, Saimon Gustavo Neves Camargo		O Equivalente Imoral da Guerra	
CEN	90	> Profa. Ph.D Deirdre Nansen McCloskey	
Consultoria Wisdom		DICA DO ESPECIALISTA	150
Acisa Santo André		Como Reconhecer o Indispensável Versus o Prescindível na Gestão do Seu Negócio Pós-Pandemia	
> Giulia Marchetti, Lucas Vieira, Matheus Borges, Matheus Russafa, Tamires Marcatti		> Profa. Ma. Lara Mato	
		FILOSOFANDO	152
		O Martírio de Hipátia	
		> Prof. Me. Getúlio Pereira Junior	
		NORMAS PARA APRESENTAÇÃO DE ARTIGOS	155

FGV EM CASA COM A QUALIDADE DE SEMPRE

CURSOS DE MBA E PÓS NAS ÁREAS DE:

- Gestão Empresarial, Negócios e Serviços
- Finanças e Controladoria
- Projetos e Processos
- Tecnologia da Informação
- Gestão da Inovação
- Big Data
- Gestão de Pessoas
- Marketing e Mídias Digitais
- Saúde
- Comércio Exterior e Logística
- Negócios de Incorporação e Construção Imobiliária
- Direito

CONHEÇA TAMBÉM OS CURSOS DE MBA FGV LIVE,
CURTA E MÉDIA DURAÇÃO FGV PRESENCIAL OU LIVE.

SANTO ANDRÉ | (11) 4433-3222
SANTOS | (13) 2127-0000
SÃO CAETANO | (11) 3996-5668

 **STRONG**
Educacional
CONVENIADA

MBA  **FGV**
É MAIS QUE MBA. É FGV.

EDITORIAL

Caros leitores é com grande satisfação, que apresento o vigésimo nono número da Revista Estudos e Negócios – Revista da STRONG ESAGS, cujo tema de capa, conta com o texto **Novas perspectivas à trajetória de Desenvolvimento Econômico: provocações frente a realidade brasileira**. Escrito pelo Prof. Dr. Sandro Maskio, do curso de Economia, com o objetivo provocar a reflexão sobre as alterações ao modelo de desenvolvimento econômico.

Contamos sempre com a coluna do professor Dr. Pedro Mello, intitulada **Bert Hoselitz, Desenvolvimento Econômico e Mudança Cultural**, que, segundo ele “busca homenagear o Prof. Hoselitz, ressaltar sua relevância para os dias de hoje” pode ser lida na íntegra. O mesmo professor traduz o trabalho especial desta edição, escrito pela Profa. Ph. D Deirdre Nansen McCloskey, especialmente para a Estudos e Negócios, intitulado, em português, **O Equivalente Imoral da Guerra**, pois segundo ela “estamos numa guerra, assim dizem todos os presidentes”.

Duas novidades deste número foram: o texto enviado pelo Corporate Relations Scania Latin America, contando a história **SCANIA: do Início à Indústria 4.0**; bem como a autorização do prof. Dr. Raphael Bicudo da publicação aqui da **Entrevista**, acerca de seus estudos, concedida à UNISINOS, em 26 de maio, que trata de temas muito interessantes que cercam a economia de nosso país.

A Prof. Ma Ana Yara Paulino apresenta dois **Ensaio**s reflexivos de grupos de alunos sobre a questão da Pandemia e o futuro. E ainda há o TCC de Administração de Santo André, denominado **Cantina Verde**, orientado pelo prof. Dr. Eduardo Villas Boas, com o objetivo de criar um restaurante com temática natural, que proporciona uma experiência diferente para seus clientes; e o TCC premiado pela revista ODILES de contabilidade, com o título **Estudo comparativo entre a rentabilidade de seis empresas no mercado de ações pela escola fundamentalista e técnica**, orientado pelo Prof. Dr. Marcelo Rabelo Henrique.

De contabilidade ainda, orientado pelos professores Prof. Dr. Mário Kuniy, Prof. Me. Wendell Soares, Prof. Dr. Antonio Saporito e Prof. Ma. Ivone Maria de Andrade Beloto foi produzido o TAICON **Duratex**, que apresenta a análise das demonstrações financeiras e notas explicativas da empresa de capital aberto Duratex S.A.

Apresentamos três trabalhos que merecem destaque na Iniciação Científica, a saber: **Utilização de ferramentas tecnológicas no processo de recrutamento e seleção**; orientado pela prof. Dra. Tatiana Dutra; **ESAGS: case de sucesso na educação em período de pandemia: qualidade e excelência no ensino superior da BS**, orientado pelo professor Dr. Fabio Pires e **LIVE: nova oportunidade de divulgação de marcas e produtos**, orientado pela Profa. Dra. Danielle Guglieri Lima.

A Coluna Dica do especialista, conta com um texto muito atual intitulado: **Como reconhecer o indispensável versus o prescindível na gestão do seu negócio pós-pandemia**, e assinado pela professora da casa, a Ma. Lara Matos, que orienta também o CEN premiado Morato, o qual apresenta o plano de negócios da empresa em questão, fornecedora de soluções integradas para empresas do segmento de saúde e beleza.

O CIM, **Os impactos da desindustrialização na região do grande ABC**, orientado pelo prof. Dr. Luciano Schimitz, analisa os impactos da desindustrialização vivenciada na região, buscando explicar a fuga de investimentos nas últimas duas décadas.

O CEN de Santo André, nesta edição, apresenta dois cases, orientados pelo prof. Esp. Valmir Conde, a saber: **Bela tintas** e **ACISA**. O referido professor também apresenta a formação e os primeiros passos da **ESAGS JUNIOR**, bem como seus primeiros trabalhos nesta nova formação.

O artigo de Publicidade e Propaganda, assinado pela prof. Dra. Cláudia Monteiro, intitulado **PP: TCC Clockwork / Startup Quinto Andar** apresenta o planejamento e execução de uma campanha publicitária elaborada para a Quinto Andar e, como não podemos deixar de lado, a coluna Filosofando, do nosso professor Me. Getúlio Pereira Júnior, conta com o inteligente texto **Hannah e o homem na cabine de vidro**, que deve ser lido na íntegra!

As páginas desta Estudos e Negócios, mesmo em tempos de isolamento continuam a ser um convite à reflexão e de maneira alguma refletem a opinião da instituição ou editora, visto que se constituem como um espaço livre de apresentação de ideias. Se você tem algo a apresentar aqui, fale com seu professor, leia as normas de publicação e submeta seus trabalhos.

Boa leitura a todos!

Até a próxima!

Profa. Dra. Danielle Guglieri Lima
Editora



TC ADMINISTRAÇÃO ABC

Autores: Bruna dos Santos; Jéssica Hellen da Silva; Jéssica Xavier da Silva; Lucas Almeida Freitas

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas, Docente do curso de Administração da STRONG ESAGS

CANTINA VERDE

Resumo:

O objetivo deste plano de negócios é analisar a criação de um restaurante com temática natural, que proporciona uma experiência diferente para seus clientes, com um cardápio vegetariano e sem glúten. O foco é atingir consumidores que possuem algum tipo de restrição alimentar, ou aqueles que buscam se alimentar de forma saudável devido à dietas ou ao estilo de vida.

Palavras-chave: Cantina Verde, vegetariano, celíaco, alimentos.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este plano de negócios será utilizado para analisar a criação de um restaurante para vegetarianos e celíacos em um shopping na cidade de Santo André, cujo nome será Cantina Verde. Mesmo com o crescimento desse público no Brasil ele ainda enfrenta dificuldade para encontrar locais em shoppings centers que sirvam alimentos de acordo com suas dietas.

BUSINESS MODEL CANVAS

A ferramenta Business Model Canvas foi utilizada para auxiliar os empreendedores no entendimento estratégico da Cantina Verde e para fazer uma análise prévia da viabilidade do negócio antes de iniciar a elaboração do plano de negócio. A Figura 1 mostra o resultado da aplicação dessa ferramenta.

PARCEIROS CHAVE	ATIVIDADES CHAVE	PROPOSTA DE VALOR	RELAÇÃO COM CLIENTES	SEGMENTO DE MERCADO
FORNECEDORES VERDURAS E LEGUMES FRESCOS	AQUISIÇÃO DE INGREDIENTES	PRODUTOS VEGETARIANOS	REDES SOCIAIS, E-MAILS E SITE COM INFORMAÇÕES E DICAS	ATENDER VEGETARIANOS
FORNECEDORES DE FARINHAS E CONDIMENTOS	PREPARO MASSAS/RECHEIOS	PRODUTOS SEM GLÚTEN	PAINEL PARA FOTOS E HASHTAG OFICIAL (#CANTINAVERDE)	ATENDER CELÍACOS
DELIVERY'S TERCEIRIZADOS	INCENTIVO A ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	RESPEITO A VIDA ANIMAL	FUNCIONÁRIOS INCENTIVADORES	ATENDER PESSOAS QUE BUSCAM POR ALIMENTOS MAIS SAÚDAVEIS EM GERAL
FORNECEDORES DE EMBALAGENS	RECURSOS CHAVE	LOJA TEMÁTICA	CANAIS	
	PROCESSO DE PRODUÇÃO	INCENTIVO A ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	LOJAS	
	INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	AMBIENTE DE INCLUSÃO	DELIVERY	
	FUNCIONÁRIOS TREINADOS		SITE	
	PRODUTOS COMPLEMENTARES		PUBLICIDADE	
ESTRUTURA DE CUSTOS		RECURSOS CHAVE		
VARIÁVEIS: INSUMOS GERAIS E EMBALAGENS		VENDAS NAS LOJAS		
FIXOS: ALUGUEL, ÁGUA, ENERGIA, MANUTENÇÃO, SALÁRIOS, INTERNET, MÁQUINAS DE CARTÕES, CAMPANHAS E TAXA DELIVERY		ENTREGAS DELIVERY		

Figura 1: Business Model Canvas Cantina Verde
Fonte: do Autor, 2020.

1. ANÁLISE DO MERCADO

Segundo dados de pesquisa do IBOPE de 2018¹, no Brasil 14% da população se declara vegetariana. Nas cidades de São Paulo, Curitiba, Recife e Rio de Janeiro o percentual é ainda maior, 16%. Pesquisa semelhante realizada pelo IBOPE em 2012² apresentou um percentual de 8%, ou seja, houve um crescimento no número de pessoas que se declaram adeptos a esta opção alimentar de 75% em 6 anos. Hoje, esse percentual representa quase 30 milhões de brasileiros. Também foi possível obter informações de que cerca de 55% dos entrevistados declararam que consumiriam mais se houvessem mais produtos vegetarianos/veganos nos comércios, com indicações mais precisas nas embalagens, e se o preço destes fossem mais acessíveis comparado ao dos produtos de origem animal.

A maioria dos adeptos ao vegetarianismo defendem sua escolha devido à criação intensiva de animais para abate, que se tornou desumana e antiética,

além disso cada vez mais ficam evidentes os efeitos de ordem ecológica causado pelo consumo e criação excessiva de animais. Um estudo feito pela FAO (*Food and Agricultural Organization*), da Nações Unidas, intitulado *Livestock's Long Shadow*³ (A Grande Sombra da Pecuária), concluiu que o consumo de carne tem um maior impacto nas alterações climáticas do que todos os meios de transporte do mundo juntos.

2. CONCEITO DO NEGÓCIO

A Cantina Verde contará inicialmente com uma loja dentro de um shopping em Santo André, no ABC Paulista. Para atingir seu público-alvo, a ideia é estar onde esses clientes não encontram um lugar para se alimentar da forma satisfatória. Canais de comunicação como e-mail marketing, site, redes sociais e propagandas serão utilizados para compartilhar com o público a proposta da Cantina Verde, e chamar atenção dos consumidores.

¹ Pesquisa 2018 do IBOPE. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana/>
² Pesquisa 2012 do IBOPE. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/dia-mundial-do-vegetarianismo-8-da-populacao-brasileira-afirma-ser-adepta-do-estilo/>

³ Livestock's Long Shadow. Disponível em: <http://www.fao.org/3/a-a0701e.pdf>

1.1. Sobre a Marca

Em relação ao nome foi escolhido a palavra cantina em referência às cantinas italianas – restaurantes que servem pratos de massas, já que todos os produtos comercializados pela Cantina Verde oferecem algum tipo de massa. A palavra verde novamente se remete a cor, e seu significado já foi explicado anteriormente. O logo da empresa e suas características podem ser observados na Figura 2.



Figura 2: Logo Cantina Verde
Fonte: do Autor, 2020.

1.2 Posicionamento da Marca

A Cantina Verde adotará a estratégia genérica de Porter de enfoque, pois seus produtos e serviços são voltados para um grupo determinado de compradores (vegetarianos e celíacos), atuando assim em um nicho específico do mercado. A marca à princípio terá abrangência apenas local, iniciando apenas com uma unidade no ABC Paulista.

A sustentabilidade e a inclusão são dois dos principais pilares da empresa. Sustentabilidade, pois a Cantina Verde acredita que o consumo desenfreado de proteína animal afeta de forma significativa o meio ambiente e as condições climáticas. E inclusão, porque a Cantina irá fornecer para essa parcela pequena, po-

rém crescente da população, um ambiente agradável onde ela possa realizar suas refeições quando forem ao shopping.

A ideia da marca é, ao decorrer dos anos, adicionar novas linhas de produtos para novos públicos, como por exemplo, os veganos. Com isso, a empresa ainda estará em linha com seus ideais, e expandindo ainda mais seu nicho de atuação.

O principal diferencial será o foco em produtos que se dirigem à um nicho específico. Ou seja, além da temática vegetariana, os produtos da Cantina Verde focam também no público celíaco que na pesquisa primária realizada, apontou a falta de um ambiente que preze para esse tipo de segmento dentro de shoppings. Desta forma pode-se concluir que um dos maiores motivos para consumo dos produtos será a diferenciação e a inclusão de nichos que são pouco explorados, mas que atualmente estão crescendo. A qualidade dos produtos e serviços, alinhados a um preço mais acessível também são pontos a serem destacados, já que, produtos do nicho acabam por terem preços mais altos e pouca variedade em cardápio.

3. OS CONCORRENTES

A Cantina Verde conta com concorrência moderada no segmento de restaurantes vegetarianos e com produtos sem glúten na região do ABC Paulista. Foram analisados todos os restaurantes da região que se denominam como vegetarianos ou saudáveis, observados os cardápios e selecionados como concorrentes apenas os que possuem pratos sem adição de proteína animal.

Na tabela 1 é possível identificar os três principais concorrentes que seguem a mesma proposta e possuem o mesmo público alvo da Cantina Verde. Através da tabela, pode-se verificar os diferenciais que cada um possui. Os principais diferenciais da Cantina Verde com eles são a customização da loja e a localização em shopping.

Concorrente	Localização	Diferencial
Viva Bem	São Caetano do Sul	Diversidade de atendimento (Quitanda, Empório, Bistrô)
Raízes	São Bernardo do Campo	Baixos preços das refeições
Natural Jardim	Santo André	Self Service

Tabela 1: Localização dos Concorrentes
Fonte: do Autor, 2020.

Os preços dos concorrentes são acima da média de um restaurante de alimentação sem restrições, porém buscam chamar atenção dos clientes com serviços diferenciados. Todos possuem sites e plataformas digitais atrativas, com fotos dos alimentos dos cardápios, promoções e informações para os clientes.

O restaurante que possui mais seguidores em suas plataformas digitais, atingindo a marca de 18 mil, é o Natural Jardim. Que pode ser decorrente, da diversidade de plataformas de vendas: Quitanda, Empório e Bistrô. O atendimento prestado, de acordo com os comentários dos clientes nas plataformas digitais, é de ótima qualidade. Os clientes afirmam que todas as dúvidas sobre ingredientes são sanadas e podem visitar a cozinha em caso de dúvidas, principalmente se tratando de contaminação cruzada envolvendo celíacos.

4. OS CONSUMIDORES E SUAS PARTICULARIDADES

Para conhecer melhor os possíveis consumidores do nicho que a Cantina Verde pretende explorar foi realizada uma pesquisa de mercado utilizando um questionário virtual elaborado no Google Forms que obteve 128 respostas. A proporção de respostas foi de 77,4% vegetarianos e 22,6% celíacos, sendo estes pertencentes em sua maioria às classes C e D, seguidos da classe B, segundo as Classes Sociais por Faixas de Salário-Mínimo do IBGE⁴. Em relação à idade dos respondentes, 57% dos vegetarianos se concentram entre 21 e 30 anos. Já no caso dos celíacos, a maioria dos respondentes está entre 21 e 30 anos de idade, e vale ressaltar que esta doença demora a ser descoberta, principalmente em crianças, quando os sintomas são muito comuns e confundidos com diversas outras doenças, por isso, existem pessoas intolerantes a glúten que simplesmente ainda não descobriram a doença, segundo a própria FENACELBRA. Esses dados são apresentados nos gráficos 1 e 2.

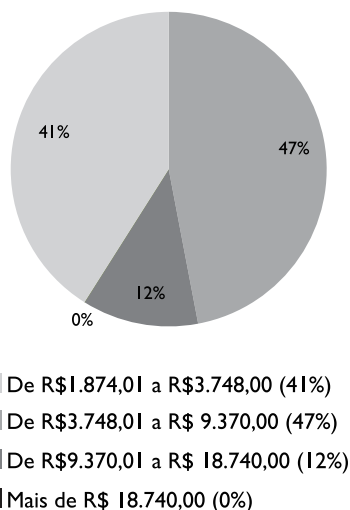


Gráfico 1: Renda Familiar dos Consumidores
Fonte: do Autor, 2020.

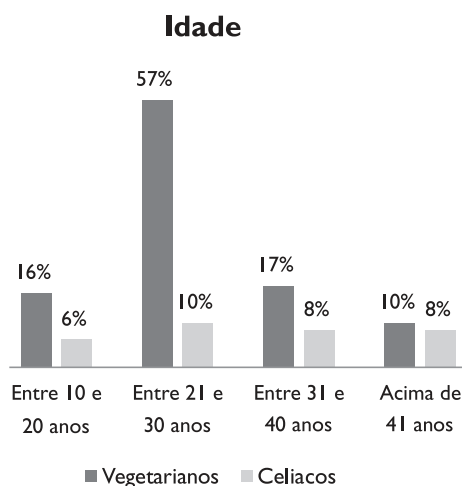


Gráfico 2: Idade dos Consumidores
Fonte: do Autor, 2020.

Uma das concepções anteriores à realização da pesquisa era de que atualmente as redes de shoppings não apresentam opções diversificadas para vegetarianos e celíacos em seus cardápios. Na pesquisa foi questionado quantas vezes as pessoas destes dois segmentos costumavam realizar refeições no shopping. As respostas foram para ambos: “Raramente”, 82% das vezes para vegetarianos e 95% das vezes para celíacos, destacando a falta de locais apropriados para esse público, conforme gráfico 3.

⁴ IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>

Frequência de refeições no shopping

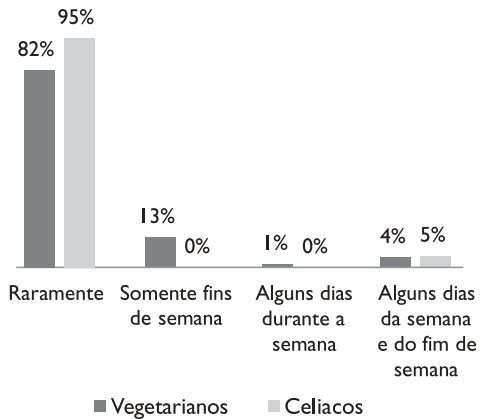


Gráfico 3: "Com que Frequência você Costuma Fazer Refeições no Shopping?"
 Fonte: do Autor, 2020.

Outra pergunta realizada foi a respeito do gasto médio com cada refeição no shopping. As respostas se concentraram em gastos de R\$ 10,00 a R\$ 30,00 e R\$ 31,00 a R\$ 60,00, como pode ser visto no gráfico 4. Essa pergunta foi feita com a intenção de ter uma média de gastos das pessoas no shopping, para que assim seja possível calcular os preços que serão praticados na Cantina Verde, bem como o ticket médio gasto. Como a ideia é manter os preços dos produtos justo e acessível, é plausível concluir que manter o ticket médio dos clientes entre R\$ 10,00 a R\$ 30,00 é o ideal.

Gasto médio com refeições

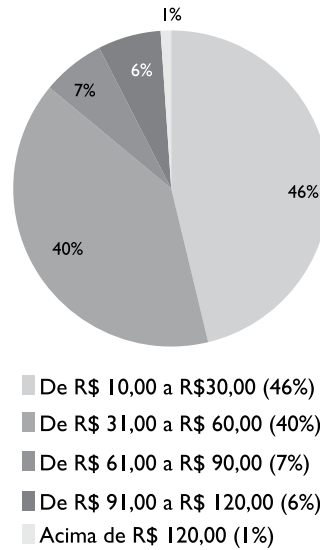


Gráfico 4: "Quanto em média você gasta com uma refeição no shopping?"
 Fonte: do Autor, 2020.

Quando perguntados a respeito dos locais onde costumavam buscar por refeições adequadas para sua dieta, foram oferecidas algumas situações para a escolha, conforme mostrado no gráfico 5.

As respostas mostram que vegetarianos e celíacos costumam fazer suas refeições em casa, cozinhando seus próprios alimentos ou comprando de marcas confiáveis, já que 35% dos vegetarianos e 43% dos celíacos preferem os supermercados, 19% e 24% as lojas de produtos naturais e 19% e 14% as feiras orgânicas.

Busca por refeições adequadas

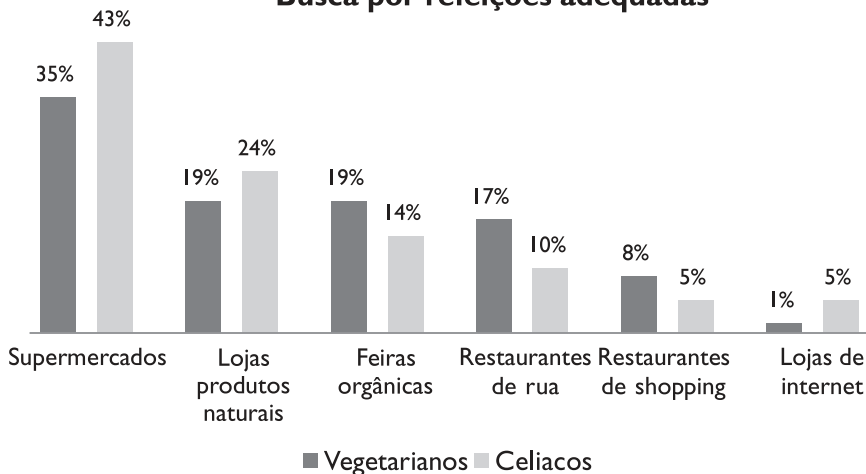


Gráfico 5: Locais onde Encontram Refeições Adequadas
 Fonte: do Autor, 2020.

5. MARKETING

Todas as massas que irão compor os produtos da Cantina Verde serão feitas com farinhas não oriundas do trigo, garantindo assim com que todo seu cardápio atenda ao público celíaco. Da mesma forma, todos os recheios e ingredientes não irão conter proteína animal, visando atender as necessidades do público vegetariano.

Os produtos oferecidos serão:

- Mini pizzas (Salgadas e Doces);
- Coxinhas (Jaca e Legumes);

- Crepe;
- Nhoque;
- Lasanha de berinjela;
- Refrigerante Coca-Cola;
- Sucos (Laranja, Limão e Polpas Diversas).

A metodologia adotada para definir os preços de venda dos produtos será o *markup*. O valor utilizado para os alimentos sólidos será de 3, e para as bebidas, 4. Após multiplicação, é realizado o arredondamento dos números obtidos para fins de padronização de preços no cardápio. Pode-se observar a formação de preço na tabela 2.

Produto	Custo Médio Unitário	Markup	Preço de Venda	Preço de venda Ajustado
Pizza salgada	R\$ 3,35	3	R\$ 10,05	R\$ 10,00
Pizza doce	R\$ 3,28	3	R\$ 9,84	R\$ 10,00
Crepe	R\$ 1,16	3	R\$ 3,48	R\$ 4,00
Coxinha Legume	R\$ 0,79	3	R\$ 2,37	R\$ 3,00
Coxinha Jaca	R\$ 1,03	3	R\$ 3,09	R\$ 4,00
Lasanha Berinjela (pedaço)	R\$ 3,70	3	R\$ 11,10	R\$ 12,00
Nhoque (porção)	R\$ 3,03	3	R\$ 9,09	R\$ 10,00
Sucos polpa (300 ml)	R\$ 1,50	4	R\$ 6,00	R\$ 6,00
Suco laranja (300 ml)	R\$ 1,20	4	R\$ 4,80	R\$ 5,00
Suco limão (300 ml)	R\$ 0,80	4	R\$ 3,20	R\$ 4,00
Refrigerante Coca Cola	R\$ 2,25	4	R\$ 9,00	R\$ 9,00

Tabela 2: Preço
Fonte: do Autor,2020.

As estratégias promocionais da Cantina Verde terão como objetivo dar visibilidade e reconhecimento à marca, atrair novos potenciais clientes e, consequentemente, gerar receitas para o negócio. As promoções serão feitas por marketing digital, Google Ads, Instagram e cupons de desconto.

Na tabela 3 estão consolidados todos os custos para implementar a estratégia promocional. Esses investimentos serão estáticos durante os 5 primeiros anos.

Descrição	Fornecedor	Valor Mensal	Valor Anual
Anúncios Online	Google Ads	R\$ 2.336,00	R\$ 28.032,00
Anúncios Instagram	Influenciadores	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
Site	Locaweb	R\$ 14,90	R\$ 178,80
Cupons/ Panfletos	360Imprimir	R\$ 84,90	R\$ 1.018,80
Total	-	R\$ 4.435,80	R\$ 53.229,60

Tabela 3: Custo Propaganda Anual
Fonte: do Autor,2020.

Para calcular a demanda corrente e futura da Cantina Verde, foi utilizado como base pesquisa do IBOPE 2018, citada previamente que afirma que 14% da população brasileira é adepta ao vegetarianismo, e considerado o aumento na ordem de 75% entre as duas últimas pesquisas realizadas (2012 - 2018), foi aplicado a mesma ordem de crescimento para realizar as projeções de demanda. Segundo outra pesquisa, realizada pela Federação Nacional das Associações de Celíacos do Brasil (Fenacelbra) estima-se que hoje o Brasil te-

na aproximadamente duas milhões de pessoas que possuam algum grau de intolerância ao glúten (nesse caso, foi mantido o percentual de 1% da população brasileira como celíaca). O ano base utilizado foi 2018, pois foi o ano de realização das pesquisas. Para realizar os cálculos de 2019 a 2025, foram utilizadas as projeções de crescimento populacional do IBGE⁵, conforme pode-se observar na tabela 4.

⁵ IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>

Ano	Projeção IBGE População Brasileira	Projeção População Vegetariana	%	Projeção População Celíaca	%	Projeção População Veg. + Celíaca	%
2018	208.494.900	30.000.000	14%	2.000.000	1%	32.000.000	15%
2019	210.147.125	33.261.510	16%	2.015.849	1%	35.277.359	17%
2020	211.755.692	36.867.720	17%	2.031.279	1%	38.898.999	18%
2021	213.317.639	40.853.629	19%	2.046.262	1%	42.899.892	20%
2022	214.828.540	45.257.289	21%	2.060.756	1%	47.318.045	22%
2023	216.284.269	50.120.360	23%	2.074.720	1%	52.195.079	24%
2024	217.684.462	55.489.315	25%	2.088.151	1%	57.577.466	26%

Tabela 4: Demanda
Fonte: do Autor, 2020.

Além disso, foram utilizadas algumas das respostas obtidas através da pesquisa de mercado realizada pelos empreendedores da Cantina Verde e o número

médio de visitantes mensais do Grand Plaza Shopping, conforme se pode observar na tabela 5.

Ano	Projeção População Veg. + Celíaca	%	Fluxo Mensal Visitantes - Shopping Abc Plaza	Tamanho de Mercado	% dos entrevistados que disseram comer regularmente em shoppings	Mercado Potencial
2018	32.000.000	15%	-	-	-	-
2019	35.277.359	17%	-	-	-	-
2020	38.898.999	18%	1.350.000	247.992	35%	86.797
2021	42.899.892	20%	1.350.000	271.496	35%	95.024
2022	47.318.045	22%	1.350.000	297.350	35%	104.073
2023	52.195.079	24%	1.350.000	325.790	35%	114.027
2024	57.577.466	26%	1.350.000	357.075	35%	124.976

Tabela 5: Mercado Potencial
Fonte: do Autor, 2020.

Tentando obter números mais próximos da demanda real, foram realizadas algumas comparações lineares. Inicialmente, multiplicou-se a porcentagem da população celiaca e vegetariana (em relação a população total) pela média de visitantes do Grand Plaza Shopping (1.300.000 pessoas/mês), local onde o negócio será aberto. Dessa forma, foi adotado que a porcentagem de pessoas vegetarianas e céticas também se aplica aos visitantes do shopping, definindo assim o tamanho do mercado potencial à ser atingido pela Cantina Verde. Bem como, foi extraído da pesquisa primária realizada pelos empreendedores, 35% dos entrevistados disseram comer regularmente quando vão ao shopping. Multiplicando essa porcentagem pelo tamanho do mercado, foi obtido o mercado potencial da Cantina Verde.

6. OPERACIONAL

Para produção serão necessários alguns equipamentos: tais como um forno de esteira para assar pizzas após serem montadas, um forno para assar os salgados e aquecer a lasanha e o nhoque, um fogão elétrico de duas bocas para o cozimento da massa de crepe, uma batedeira e liquidificador para ajudar na produção das massas dos produtos, uma máquina extratora de suco para oferecer suco de laranja e limão naturais e dois freezers verticais para armazenamento dos produtos.

Com isso, a capacidade produtiva é de 70 mini pizzas por hora e cerca de 240 coxinhas por hora, ou ainda, 21.000 pizzas e cerca de 86.400 coxinhas por mês. Para calcular a capacidade de atendimento da loja, foi considerado que a loja ficará aberta 12 horas por dia e 30 dias ao mês, portanto a capacidade de atendimento diário de clientes na loja será em média de 240 clientes por dia, considerando um tempo médio de atendimento de 3 minutos por pessoa.

Quanto ao espaço do restaurante a ideia é localizar a loja fora da praça de alimentação do shopping, deixando-a mais reservada e diferente da imagem das demais redes de restaurantes e lanchonetes da praça de alimentação. Para a decoração a ideia é criar um ambiente agradável e *clean*, com objetos decorativos e ornamentos mais simplistas e voltados à natureza e aos animais, esta decoração possibilita um ambiente mais confortável com menos gastos, devido a utilização de itens decorativos como pallets, ou até mesmo com a criação de uma arte em giz na parede.

7. RECURSOS HUMANOS

Para o funcionamento da Cantina Verde, foram separadas as seguintes atividades a serem desempenhadas:

- Atendimento em loja – A Cantina Verde contará com funcionários específicos para realizar o atendimento aos clientes. Esses funcionários serão responsáveis por anotar os pedidos, dar o input no sistema, repassar os pedidos para os funcionários da cozinha que farão a preparação, assim que a refeição estiver pronta entregar ao cliente que está aguardando, seja por senha ou diretamente na mesa, de acordo com o fluxo do clientes aguardando, esclarecer dúvidas dos clientes acerca dos ingredientes do cardápio, cobrar os pedidos dos clientes, realizar o fechamento do caixa no final do dia e manter a limpeza da loja assim que cada cliente sair.
- Preparo das refeições – Os funcionários que ficarão responsáveis pelo preparo das refeições dentro da cozinha, também farão a guarda dos alimentos que chegarem de acordo com a especificidade de cada um, irão organizar de acordo com a data de validade dos alimentos, observar quais alimentos precisam ser repostos em casos esporádicos de alta demanda e manterão a limpeza e organização da cozinha sempre impecável.
- Compras e relacionamento com fornecedores – Um dos sócios da Cantina Verde, inicialmente ficará responsável pela aquisição dos ingredientes do cardápio e negociação com fornecedores. Irá planejar a demanda, programar as compras e as entregas de acordo com cada fornecedor.
- Marketing, pós-vendas e relacionamento com os clientes – O funcionário responsável pelo marketing será contratado através de uma empresa terceirizada e ficará focado na publicidade da marca para obtenção de novos clientes. Um dos sócios será responsável por gerenciar o marketing e mensurar o aumento das vendas, para identificar se o retorno está ocorrendo conforme o esperado.
- Financeiro – Um dos sócios será responsável por realizar o planejamento financeiro da Cantina Verde, analisando as projeções futuras e divulgando os relatórios financeiros para os outros sócios. Assim como, analisando os indicadores financeiros

e orçamentários. A parte contábil dos balanços patrimoniais e demonstrações de resultado do exercício ficará sob responsabilidade de uma empresa terceirizada que por sua vez, um dos sócios irá lidar diretamente com as demandas e comunicação.

- Recursos Humanos – Um dos sócios ficará responsável pela gestão de pessoas, incluindo: contratação de novos funcionários, treinamento e desenvolvimento, benefícios, entrevistas e divulgação de novas vagas e gestão da empresa terceirizada.
- Gerência do estabelecimento – O gerente da Cantina Verde ficará responsável pelo planejamento e execução das tarefas do dia a dia dos funcionários. Irá verificar se estará tudo em ordem relacionado a limpeza, mercadorias, balcão, estoque,

interior da cozinha e exterior da loja. O gerente irá cuidar controlar as entregas, verificar se os funcionários estão atendendo bem os clientes e se precisarão ser reorientados ou treinados. Observar diariamente os artigos que mais vendem e menos vendem e realizar reuniões com os sócios para planejamento de novas receitas e medidas para melhoria de performance de vendas.

Visando à redução de custos o *headcount* inicial da Cantina Verde, será enxuto e contará com o apoio inicial do capital intelectual de cada sócio. O sócio administrativo será detentor de 26% do capital e os 74% restantes divididos igualmente entre os outros 3 sócios. O quadro da empresa será organizado de acordo com a tabela 6.

Atividade	Responsável
Compras	Sócio 1
Recursos Humanos	Sócio 2
Financeiro	Sócio 3
Marketing, pós -venda e relacionamento com o cliente	Sócio 4
Gerente de Loja	1 Funcionário
Atendentes de Loja	2 Funcionários
Auxiliares de cozinha	2 Funcionários

Tabela 6: Atividades
Fonte: do Autor, 2020.

A estrutura organizacional irá contar com a mão de obra inicial dos sócios, que receberão pró-labore, pois desempenharão funções de analistas na Cantina Verde. A definição de cada função, será realizada de acordo com as aptidões, experiências e especialização de cada um. Os funcionários irão trabalhar com uma tabela de revezamento de acordo com os horários de funcionamento do shopping,

A Cantina Verde contará nessa fase inicial da empresa, com uma folha de pagamento enxuta, pois terá uma equipe de trabalho reduzida. Essa equipe será remunerada de acordo com a média de salário do segmento e os sócios com o pró-labore oriundo da execução de suas funções de gestão.

Será considerado um valor de R\$3.000 para definição do pró-labore dos sócios, e conforme a empresa

der lucro, serão realizadas retiradas anuais. O pró-labore será ajustado em 5% anualmente, com possibilidade de mudança de acordo com o volume de vendas e faturamento da empresa.

8. FINANCEIRO

Por fim, a análise financeira teve como premissas:

- Foi considerado um aumento anual (5,59%), em todos os custos condizentes, com base na média dos últimos 5 (cinco) anos da inflação;
- O regime tributário utilizado pela Cantina Verde será o Simples Nacional;
- Os fluxos de caixa foram calculados prevendo os recebimentos no mês seguinte, já os pagamentos - pelo regime de competência;

Para criar a Cantina Verde será necessário o investimento total de R\$ 674.838,21, que está detalhado na tabela 7.

Descrições	Valores
Investimentos Operacionais	R\$ 70.019,50
Capital de Giro	R\$ 604.818,82
Total	R\$ 674.838,32

Tabela 7: Estimativa de Investimento Total
Fonte: do Autor,2020.

- Investimento Operacional: pintura, instalações, custos de decoração, maquinários e equipamentos, criação do site e parcela de contrato com Shop-ping;

- Necessidade de Capital de Giro: resultado estipulado com base no Demonstrativo do Fluxo de Caixa, garantindo o sustento da empresa em seus primeiros anos.

Foi realizada também uma projeção do faturamento da empresa para os próximos 5 anos. Os cálculos foram baseados na previsão de demanda e no ticket médio. Os dados são apresentados na tabela 8.

MÊS	ANO 1		MÊS	ANO 2		MÊS	ANO 3		MÊS	ANO 4		MÊS	ANO 5	
	QTDE	VALOR R\$		QTDE	VALOR R\$		VALOR R\$	VALOR R\$		VALOR R\$	VALOR R\$			
Mês 1	868	R\$13.020,00	Mês 1	2851	R\$45.159,84	Mês 1	5204	R\$87.062,92	Mês 1	7982	R\$140.962,12	Mês 1	11248	R\$209.775,20
Mês 2	1026	R\$15.390,00	Mês 2	3023	R\$47.884,32	Mês 2	5393	R\$90.224,89	Mês 2	8189	R\$144.617,74	Mês 2	11475	R\$214.008,75
Mês 3	1184	R\$17.760,00	Mês 3	3196	R\$50.624,64	Mês 3	5582	R\$93.386,86	Mês 3	8398	R\$148.308,68	Mês 3	11702	R\$218.242,30
Mês 4	1341	R\$20.115,00	Mês 4	3369	R\$53.364,96	Mês 4	5771	R\$96.548,83	Mês 4	8604	R\$151.946,64	Mês 4	11930	R\$222.494,50
Mês 5	1499	R\$22.485,00	Mês 5	3542	R\$56.105,28	Mês 5	5961	R\$99.727,53	Mês 5	8811	R\$155.602,26	Mês 5	12157	R\$226.728,05
Mês 6	1657	R\$24.855,00	Mês 6	3715	R\$58.845,60	Mês 6	6150	R\$102.889,50	Mês 6	9018	R\$159.257,88	Mês 6	12384	R\$230.961,60
Mês 7	1815	R\$27.225,00	Mês 7	3887	R\$61.570,08	Mês 7	6339	R\$106.051,47	Mês 7	9226	R\$162.931,16	Mês 7	12611	R\$235.195,15
Mês 8	1973	R\$29.595,00	Mês 8	4060	R\$64.310,40	Mês 8	6528	R\$109.213,44	Mês 8	9433	R\$166.586,78	Mês 8	12838	R\$239.428,70
Mês 9	2130	R\$31.950,00	Mês 9	4233	R\$67.050,72	Mês 9	6717	R\$112.375,41	Mês 9	9640	R\$170.242,40	Mês 9	13066	R\$243.680,90
Mês 10	2288	R\$34.320,00	Mês 10	4406	R\$69.791,04	Mês 10	6907	R\$115.554,11	Mês 10	9848	R\$173.915,68	Mês 10	13293	R\$247.914,45
Mês 11	2446	R\$36.690,00	Mês 11	4578	R\$72.515,52	Mês 11	7096	R\$118.716,08	Mês 11	10055	R\$177.571,30	Mês 11	13520	R\$252.148,00
Mês 12	2604	R\$39.060,00	Mês 12	4751	R\$75.255,84	Mês 12	7285	R\$121.878,05	Mês 12	10262	R\$181.226,92	Mês 12	13747	R\$256.381,55
TOTAL	20831	R\$312.465,00		45611	R\$722.478,24		74933	R\$1.253.629,09		109466	R\$1.933.169,56		149971	R\$2.796.959,15

Tabela 8: Estimativa do Faturamento Mensal para os Próximos 5 anos
Fonte: do Autor,2020.

Foi elaborada uma DRE e um demonstrativo de fluxo de caixa para os próximos 5 anos. Esse demons-

trativo é apresentado na tabela 9.

DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA	Investimentos	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Saldo Inicial						
Caixa		-R\$70.019,50	-R\$404.472,61	-R\$200.346,21	R\$94.940,70	R\$516.999,53
Entradas						
(+) Vendas Realizadas		R\$312.465,00	R\$722.478,24	R\$1.253.629,09	R\$1.933.169,56	R\$2.796.959,15
Aporte de Capital		R\$70.019,50	R\$404.472,61	R\$200.346,21	-	-
Saldo Inicial + Vendas		R\$312.465,00	R\$722.478,24	R\$1.253.629,09	R\$2.028.110,26	R\$3.313.958,68
Saídas Operacionais						
(-) Pqto Investimentos	-R\$70.019,50	-	-	-	-	-
(-) Pqto de MPD		-	-	-	-	-
(-) Pqto MOD		R\$92.597,70	R\$213.310,53	R\$359.439,37	R\$572.951,45	R\$822.667,20
(-) Pqto CIF (s/depreciação)		R\$295.358,80	R\$309.585,06	R\$324.653,76	R\$361.340,42	R\$379.303,37
(-) Pqto Despesas Administrativas (s/depreciação)		R\$276.941,56	R\$288.071,14	R\$302.329,69	R\$317.301,18	R\$333.021,24
(-) Pqto. Despesas Comerciais (s/depreciação)		R\$29.229,60	R\$34.552,55	R\$38.127,25	R\$42.509,88	R\$47.916,69
(-) Pqto. Despesas Financeiras		-	-	-	-	-
(-) Simples Nacional		R\$22.809,95	R\$77.305,17	R\$134.138,31	R\$217.007,80	R\$487.151,93
Alíquota Simples Nacional		7,30%	10,70%	10,70%	10,70%	14,30%
Saídas Operacionais	-R\$70.019,50	R\$716.937,61	R\$922.824,45	R\$1.158.688,39	R\$1.511.110,73	R\$2.070.060,43
Saldo Disponível	-R\$70.019,50	-R\$404.472,61	-R\$200.346,21	R\$94.940,70	R\$516.999,53	R\$1.243.898,25

Tabela 9: Demonstrativo de Fluxo de Caixa
Fonte: do Autor,2020.

- A partir das projeções do fluxo de caixa apresentados foram calculados os indicadores VPL, TIR e *Payback* para auxiliar na análise da viabilidade econômica da Cantina Verde. Os resultados são apresentados a seguir:

- Valor Presente Líquido (VPL): R\$ 1.328.211;
- Taxa Interna de Retorno Modificada (TIRM): 23%;
- *Payback*: 3,13 anos.

Com isso, é possível concluir que a Cantina Verde é um negócio que alcançará lucro a partir do 3º ano de atividade em um cenário realista, com um VPL e TIRM positivos. A empresa pode ser considerada atrativa para os investidores tanto financeiramente quanto em relação ao seu ambiente e consumidores interessados. Esse plano de negócios demonstra, portanto a viabilidade do negócio Cantina Verde segundo as premissas apresentadas.

REFERÊNCIAS

EUROPEIA, União. **Livestock's long shadow**. Reino Unido: Lead, 2006. 416 p. Disponível em: <http://www.fao.org/3/a-a0701e.pdf>. Acesso em: 20 maio 2020.

IBGE. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>. Acesso em: 20 maio 2020.

INTELIGÊNCIA, Ibope. **14% da população se declara vegetariana**. 2018. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana/>. Acesso em: 21 maio 2019.

_____. **Dia Mundial do Vegetarianismo: 8% da população brasileira afirma ser adepta do estilo**. 2012. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/dia-mundial-do-vegetarianismo-8-da-populacao-brasileira-afirma-ser-adepta-do-estilo/>. Acesso em: 05 mar. 2020.



TCC CIÊNCIAS
CONTÁBEIS

Autoras: Elisabeth Sales, Stefanny Queiroz e Héllem Ulian Almagro

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Rabelo Henrique, Docente do curso de Ciências Contábeis da STRONG ESAGS

ESTUDO COMPARATIVO ENTRE A RENTABILIDADE DE SEIS EMPRESAS NO MERCADO DE AÇÕES PELA ESCOLA FUNDAMENTALISTA E TÉCNICA ¹

Resumo:

O objetivo geral do presente trabalho é realizar simulações de compra e venda de ações de seis empresas por meio da escola Fundamentalista e escola Técnica, com o intuito de identificar e comparar a rentabilidade gerada em cada uma das escolas. Caracteriza-se quanto ao seu objetivo como uma pesquisa descritiva e, quanto aos procedimentos, como um estudo exploratório, por caracterizar um assunto de pesquisa com pouco conhecimento e de difícil formulação de

¹ TCC avaliado, aprovado e publicado como artigo em uma revista internacional, a OIDLÉS (Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social) de Málaga, na Espanha, publicado em revista eletrônica, com avaliação B1. Link do artigo: <https://www.eumed.net/rev/oidles/28/escola-fundamentalista-tecnica.html>

hipóteses precisas e operacionalizáveis. Observou-se a efetividade das duas escolas de análise, no cenário apresentado, sendo indicado investir no mercado de ações visto a alta rentabilidade compara aos demais investimentos existentes. Destaca-se que, apesar da rentabilidade média da escola técnica ter sido superior à escola fundamentalista no cenário demonstrado, cada escola demanda uma análise diferente e a opção de investimento deve variar de acordo com o propósito do investidor e o quanto ele pretende investir, não só em dinheiro, mas também em tempo neste mercado. Com as análises e simulações realizadas, o objetivo do estudo relacionado a rentabilidade das duas escolas foi alcançado, respondendo a pergunta-problema do trabalho. Salienta-se que o estudo não se faz conclusivo para o mercado de ações em sua totalidade pois analisou um período determinado e empresas específicas, e outras variáveis, cenários, indicadores e ferramentas podem ser utilizadas, gerando resultados diferentes dos aqui obtidos. Estas possibilidades ficam como sugestão para trabalhos futuros.

Palavras-chave: Mercado de ações. Investimento. Escola fundamentalista. Escola técnica. Rentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

O Mercado de Capitais possui grande importância no cenário nacional, pois, além de ser uma opção de investimentos para as pessoas físicas, também é uma importante fonte de recursos para muitas empresas. A captação de recursos a partir do lançamento de ações passou a ser uma alternativa bastante viável considerando o custo das elevadas taxas de financiamentos.

Uma das principais razões dos investimentos é o valor do dinheiro no tempo, visto que, se não for investido em algo que traga retorno, o dinheiro perde valor conforme o passar dos anos.

No momento de decidir sobre o tipo de investimento que será realizado, o investidor busca informações externas para consolidar suas opiniões e ter mais segurança no momento de aplicar.

Conforme Toscano (2004), o investidor com perfil conservador busca investimentos de rentabilidade com risco zero. Os moderados são mais tolerantes ao risco, pois estão dispostos a aceitar um limite de perda financeira, desde que haja uma possibilidade de rentabilidade maior. Os investidores agressivos, ou especuladores, buscam uma alta rentabilidade, normalmente sem se importar com a possível perda no investimento.

Para alcançarem os rendimentos esperados, os investidores podem buscar auxílio nas escolas técnicas e fundamentalistas. Diante disto, a questão central é justamente acerca da rentabilidade que cada uma das escolas pode trazer ao investidor em um mesmo período, de acordo com seus objetivos e estratégias traçadas.

1.1 Problema de Pesquisa

A pergunta-problema do presente trabalho está focada em responder “qual a rentabilidade gerada ao investir no mercado de ações por meio da escola fundamentalista e técnica?”.

1.2 Objetivos

1.2.1 Gerais

O objetivo geral do presente trabalho é realizar simulações de compra e venda de ações de seis empresas por meio da escola Fundamentalista e escola Técnica, com o intuito de identificar e comparar a rentabilidade gerada em cada uma das escolas.

1.2.2 Específicos

Os objetivos específicos são:

- Identificar as principais características do mercado de ações;
- Conceituar as escolas de análise de ações;
- Identificar as taxas e impostos cobrados na compra e venda de ações;
- Selecionar 6 (seis) empresas classificadas como *Blue Chips*;

1.3 Justificativa

Educação financeira é um assunto pouco tratado no Brasil e como consequência disto, poucas pessoas possuem o hábito de poupar, economizar ou investir.

A ANBIMA (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais) realizou uma pesquisa em 2018 e 2017 sobre o Raio X do Investidor e constatou que somente 1% da população investe em ações, enquanto a caderneta de poupança é o produto preferido dos brasileiros, onde mais de 80% aplicam nesse investimento. Isto demonstra a falta de conhecimento em investimentos em geral, principalmente no mercado de ações.

O tema do presente trabalho foi escolhido para explorar, compreender e divulgar mais informações sobre o mercado de ações que é tão distante da realidade dos brasileiros e demonstrar que há outras formas de investimentos (e mais rentáveis) além das aplicações tradicionais de renda fixa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Mercado de Capital

O mercado de capital é um segmento do sistema financeiro com mecanismo de distribuição de valores mobiliários, ele é o grande municiador de recursos permanentes para a economia, em virtude da ligação que efetua entre os que têm capacidade de poupança, ou seja, os investidores, e aqueles carentes de recursos de longo prazo, ou seja, que apresentam déficit de investimento. (Assaf Neto, 2014, p. 111)

2.2 Escolas de Análises de Ações

Existem duas escolas de análise no mercado de ações: análise fundamentalista e análise técnica, geral-

mente utilizadas para investimentos de longo e curto prazo, respectivamente. De acordo com Cavalcante Filho e Misumi (1998) “As escolas de análise usam dados passados para prever o futuro. A escola fundamental mostra porque os valores se comportam dessa forma. A escola técnica mostra como os preços se comportaram”.

2.2.1 Análise Fundamentalista

A escola Fundamentalista, que teve o economista Benjamin Graham como seu precursor, é baseada em fundamentos, em especial, em dados que focam na saúde econômica e no potencial de crescimento da instituição, e assim definir se é interessante, ou não, investir em suas ações.

Os fundamentos com os quais a avaliação tem como base, é a identificação da capacidade de geração de caixa, taxas de crescimento dos resultados, desempenho das vendas, taxas de retorno, risco e custo de capital, dividendos e investimentos. (Assaf Neto, Lima, 2011 p. 141). Outro ponto é a averiguação das capacidades de geração de caixa, o compliance aplicado, os dividendos distribuídos, as demonstrações financeiras, a atuação no setor e a visão da economia diante desse ramo. De acordo com Assaf Neto e Lima (2011) “A Análise Fundamentalista tem por objetivo estabelecer previsões de desempenho, geralmente em longo prazo, estabelecidas a partir de avaliações de indicadores da empresa e em comparação com outras, do setor e com médias setoriais.”

Para que seja seguido um padrão de confecção das demonstrações financeiras, buscando o máximo de clareza acerca da situação que o patrimônio da entidade se encontra, as companhias são obrigadas a seguir a lei 6.404/76 (alterada e complementada pela Lei 10.303, de 31/10/2001 e pela Lei 11.638/07) das Sociedades Anônimas.

Com as demonstrações publicadas, os usuários podem iniciar as análises dos resultados, fazendo comparativos com exercícios anteriores, utilizando indicadores como: de rotatividade, lucratividade, solvência, endividamento, alavancagem, estrutura de capital, entre outros, além da preocupação com o valor dos dividendos a serem distribuídos.

2.2.2 Análise Técnica

Pinheiro (2005), a análise técnica é o estudo dos movimentos passados dos preços e dos volumes de ne-

gociação de ativos financeiros, com o objetivo de fazer previsões sobre o comportamento futuro dos preços.

A análise técnica baseia-se no princípio de que os preços das ações, em determinada data futura, são influenciados pelos preços passados, sendo possível, então, prever a tendência de movimentação desses preços em determinado período.

Considera-se então que esta análise é uma abordagem que permite ao investidor avaliar qual o melhor momento (*timing*) para se iniciar e encerrar uma operação de compra ou de venda de um ativo financeiro ou quando ficar fora do mercado.

A Análise Técnica avalia o movimento do preço de uma ação a partir de um gráfico, com o intuito de identificar o cenário de maior probabilidade de acontecer um ganho com aquela ação no curto prazo.

Segundo Francisco Cavalcanti: A Análise Técnica [...] prega que os preços se movem dentro de padrões preestabelecidos e que todas as informações já estão incorporadas nos preços e volumes negociados. Os gráficos traduzem o comportamento do mercado e avaliam a participação de massas de investidores que influenciam a formação dos preços. (Cavalcante Filho, Misumi, Rudge, 2005, p.188).

Esta análise se apoia no princípio básico do mercado: a lei de oferta e de procura. O valor de uma ação é o reflexo da interação entre os compradores e os vendedores na Bolsa.

2.2.2.1 Análise Gráfica

A análise técnica é feita por meio de gráficos e de acordo com Martins (2010) ela busca “encontrar padrões de alta e de baixa e aplicá-los ao futuro, criando previsões de desempenho tanto de preço como de tempo de duração de uma operação.”

A análise gráfica apresenta uma série de figuras ou formações que denotam a formação de tendências e de pontos de reversão de um ativo financeiro, mostrando a direção em que o mercado se movimenta. Além dos gráficos, utiliza-se teorias formuladas sobre a dinâmica dos preços e volumes, como também estudos matemáticos-estatísticos complementares. De acordo com Cavalcante Filho e Misumi (1998) “Para a Escola Técnica, a resposta está nos gráficos de preços e volume. Os gráficos traduzem o comportamento do mercado e avaliam a participação de massas de investidores a induzir as formações de preços.”

As cotações são divididas em períodos predeterminados, como dias, semanas, meses ou anos, ou até

mesmo em períodos de minutos. A unidade de tempo escolhida no gráfico chama-se período ou frequência do gráfico.

Os períodos utilizados estão divididos em dois grupos principais, de acordo com o histórico de preços considerado:

Histórico Intra-day: refere-se a gráficos com período inferior a um dia, como minutos e horas, e é utilizado para operações de *day-trade* (compra e venda no mesmo dia).

Histórico Diário: para gráficos com período igual ou superior a um dia: dias, semanas, meses e anos, e é utilizado para análises de médio e longo prazo.

3. METODOLOGIA

3.1 Metodologia

O presente trabalho utilizará o método de pesquisa descritiva, pois segundo Roesch (1999), busca-se obter informações sobre determinada situação. É considerado também como um trabalho de abordagem quantitativa e que de acordo Fachin (2003), a variável quantitativa é determinada em relação aos dados levantados na pesquisa. O intuito do estudo é obter maiores informações sobre o mercado de capitais e avaliar qual das escolas de análise, dentre a técnica e a fundamentalista, gera maior retorno para o investidor na compra e venda de ações dentro do período analisado.

Foram selecionadas seis empresas listadas como ações *blue chips* (apenas as ações ordinárias), de forma aleatória, selecionando três instituições financeiras (banco) e três empresas do ramo geral, do período de 2010 a 2018, sendo elas: Banco Brasileiro de Descontos S.A. (Bradesco), Itaú Unibanco Holding S.A. (Itaú), Petróleo Brasileiro S.A. (Petrobrás), Gerdau S.A. (Gerdau), Vale S.A. (Vale) e Banco do Brasil S.A. (Banco do Brasil).

Para obter os indicadores fundamentalistas das empresas listadas, foram utilizados os dados do sistema Econmtica, que é uma ferramenta de coleta e gerenciamento de informações com foco na análise de investimentos, possuindo um conjunto de módulos avançados que garantem uma base de dados confiável.

Para efetuar a simulação de compra e venda a partir da escola fundamentalista, foi selecionado o indicador “Dividendo por Ação” por trimestre, o preço da ação e a quantidade de 1.000 ações por empresa. Como a escola fundamentalista busca investimentos de longo prazo, foi utilizado a estratégia *buy and hold*, para analisá-la, sendo realizada a compra de 1.000 ações no

1º trimestre de 2010 pelo preço disponível no mercado naquela data. Nos trimestres seguintes, ocorreram apenas os recebimentos dos dividendos distribuídos pela empresa aos seus investidores.

No último trimestre de 2018 foi realizada a venda de todas as ações, sendo calculado o lucro ou prejuízo da operação. O resultado final de cada empresa foi a soma dos dividendos recebidos ao longo dos anos, somado ao lucro (ou prejuízo) na venda das ações, descontado o valor do IR e das taxas da B3 (considerando o percentual de 0,03161%). Os custos de corretagem e o ISS não foram considerados na pesquisa, visto que existem corretoras que não cobram e não repassam esse tipo de taxa aos seus investidores.

Na simulação com base na escola técnica, foram coletados os gráficos do período analisado por meio do programa Apligraf, utilizando o indicador de média móvel simples para realizar as operações. Em cada cruzamento das médias, foi identificada a tendência e, conseqüentemente, houve a realização da compra ou da venda das ações.

Todos os pontos de compra e venda identificados no período de 2010 a 2018 foram registrados em planilha, da qual foi calculado o lucro ou prejuízo de cada operação. O cálculo do IR foi estimado nas operações que ultrapassaram o valor de venda de R\$ 20.000,00 ao mês, sendo realizado o devido desconto dos prejuízos acumulados da base de cálculo do imposto. Em todas as operações foram considerados os valores cobrados pela B3 de acordo com a taxa de 0,03161% por compra/venda. Na simulação com base na escola técnica não foram considerados os possíveis pagamentos de dividendos nos intervalos de compra e venda das ações. Os custos de corretagem e o ISS também não foram considerados na simulação.

O resultado da simulação com base na análise técnica foi calculado a partir da soma do resultado líquido de todos os meses de cada empresa.

Para a apuração do resultado do presente estudo, ocorreu a comparação das duas simulações realizadas, evidenciando qual delas trouxe o maior retorno para o investidor dentro do período analisado.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

4.1 Itaú Unibanco S.A.

4.1.1 Breve histórico

O Itaú Unibanco S.A. é o maior banco do hemisfério sul (fonte: história do *website* do Itaú Unibanco)

e isso adveio da fusão entre o banco Itaú e o banco Unibanco em 2008. Sua abertura de capital ocorreu em 1944 e hoje possui suas ações listadas na B3, NYSE (New York Stock Exchange) e BCBA (Bolsa de Comercio de Buenos Aires).

4.1.2 Apuração dos dados – Análise Fundamentalista

Iniciando a simulação pela Análise Fundamentalista, a primeira compra trimestral das 1000 ações ocorreu no valor de R\$ 8,42, totalizando R\$ 8.427,58 de investimento inicial e a venda foi efetuada por R\$ 27.551,72, gerando um lucro nesta compra e venda de R\$ 19.112,77.

O total de dividendos recebidos pelo Itaú Unibanco durante os trimestres de 2010 a 2018, foi de R\$ 29.829,91. O dividendo por ação em 2010 estava valendo R\$ 0,40 e 2018 finalizou em 2,1304, uma valorização de 530% no período.

Como o valor da venda foi de R\$ 27.551,72, superando 20mil reais, foi incidido IR de R\$ 2.866,92, além de taxas a serem pagas a B3 no momento da compra e venda de ações que já foram descontadas no valor apresentado, resultando em um lucro líquido total de R\$ 46.075,76.

Abaixo é visto o valor total recebido de dividendos, adicionado a rentabilidade, obtendo o lucro líquido total do período analisado.

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 8.427,58
RECEBIMENTO DE DIVIDENDOS	R\$ 29.829,91
COMPRA E VENDA DE AÇÕES	R\$ 16.245,85
LUCRO LÍQUIDO TOTAL	R\$ 46.075,76
RENDIMENTO EM 9 ANOS	546,726%
RENDIMENTO AO ANO	60,747%
RENDIMENTO AO MÊS	5,062%

Tabela 1: Investimento Itaú – Fundamentalista

Fonte: Autores.

4.1.3 Apuração dos dados – Análise Técnica

Já na simulação pela Análise Técnica, no Itaú Unibanco foram realizadas 56 compras e 56 vendas ao longo dos nove anos, identificadas pelos cruzamentos das médias móveis. Das 56 operações de vendas, apenas 12 resultaram em prejuízo, sendo ele de R\$ 2.989,73 durante os anos analisados (em 2011 e 2016 não houve nenhum prejuízo, todas as operações nesses anos geraram lucro), contra o ganho de R\$ 49.307,55, gerando um lucro total de R\$ 46.317,82.

Resumidamente, o Lucro Bruto do Itaú Unibanco do período analisado foi de R\$ 46.317,82 (já descontado os custos da B3, que foram de R\$ 238,48), o valor do IR total foi de R\$ 2.693,84, obtendo um lucro líquido de R\$ 43.623,99.

O preço da última venda realizada foi de R\$ 27,81. Comparando com o preço da primeira compra que foi de R\$ 8,93, nota-se um aumento de mais

de 300%, demonstrando valorização da empresa no período.

O rendimento líquido do período nesta simulação foi de 484,71%, já descontados as taxas e impostos, equivalendo a 53,86% ao ano e 4,49% ao mês. Apesar do rendimento ter sido menor do que o da Análise Fundamentalista, foi maior do que todas as aplicações de renda fixa consultadas, sendo 11 vezes maior do que a poupança, 10 vezes maior do que o Tesouro Selic e 5 vezes maior do que o CDB Pré de 3 anos. Na demonstração abaixo é possível identificar os valores supramencionados.

PERÍODO	RESULTADO BRUTO*	BASE DE CÁLCULO*	VALOR IR	RESULTADO LÍQUIDO
2010	R\$ 2.004,85	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.004,85
2011	R\$ 2.594,64	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.594,64
2012	R\$ 2.640,68	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.640,68
2013	R\$ 5.021,22	R\$ 224,82	R\$ 33,72	R\$ 4.987,49
2014	R\$ 5.380,96	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 5.380,96
2015	R\$ 1.632,13	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.632,13
2016	R\$ 7.613,08	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 7.613,08
2017	R\$ 7.473,10	R\$ 6.910,94	R\$ 1.036,64	R\$ 6.436,46
2018	R\$ 11.957,17	R\$ 10.823,16	R\$ 1.623,47	R\$ 10.333,70
TOTAL	R\$ 46.317,82		R\$ 2.693,84	R\$ 43.623,99

Tabela 2: Resultado Itaú - Técnica

Fonte: Autores.

Abaixo está o resumo das operações realizadas:

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 9.000,00
VALOR LUCRO BRUTO	R\$ 46.317,82
IMPOSTO DE RENDA	R\$ 2.693,84
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 43.623,99
RENDIMENTO EM 9 ANOS	484,711%
RENDIMENTO AO ANO	53,857%
RENDIMENTO AO MÊS	4,488%

Tabela 3: Investimento Itaú – Técnica

Fonte: Autores.

4.1.4 Comparação entre dois os investimentos (Fundamentalista e Técnica)

Ao comparar o investimento realizado pela Análise Fundamentalista e na Análise Técnica, é possível identificar que no Itaú Unibanco S.A., o investimento pela Fundamentalista foi singelamente maior, tendo um lucro líquido de R\$ 46.075,76 contra um lucro líquido de R\$ 43.623,99 da Técnica, uma diferença de 2.451,77 maior.

Considerando que pela Análise Fundamentalista há apenas a compra inicial e após isso apenas aguarda-se o recebimento dos dividendos, o tempo dispendido no investimento é menor do que pela Análise Técnica, que é necessário avaliar diariamente ou semanalmente os impactos nos preços e decidir se vende, compra ou mantém.

4.2 Bradesco S.A.

4.2.1 Breve histórico

O banco paulista Bradesco, registrado como Banco Brasileiro de Descontos, foi fundado em 1943, e no ano de 1946 fizeram sua abertura de capital na bolsa.

4.2.2 Apuração dos dados – Análise Fundamentalista

A primeira compra trimestral das 1000 ações ocorreu no valor de R\$8.001,56 e a venda ocorreu em R\$27.916,77, destacando um lucro de R\$19.903,86 e um aumento em percentual de 349%. Considerando o valor arrecadado na venda das ações e os dividendos recebidos nos nove anos, foi avaliado um ganho líquido de R\$38.159,80, já com as deduções de taxas e IR – os dividendos que o Banco Bradesco distribuiu foram totalizados em R\$21.241,52.

O rendimento total do período analisado foi de 477%, com o desconto das taxas e IR.

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 8.001,56
RECEBIMENTO DE DIVIDENDOS	R\$ 21.241,52
COMPRA E VENDA DE AÇÕES	R\$ 16.918,28
LUCRO LÍQUIDO TOTAL	R\$ 38.159,80
RENDIMENTO EM 9 ANOS	476,905%
RENDIMENTO AO ANO	52,989%
RENDIMENTO AO MÊS	4,416%

Tabela 4: Investimento Itaú – Técnica

Fonte: Autores.

4.2.3 Apuração dos dados – Análise Técnica

Na simulação com base na análise técnica, foram feitas 63 compras e 63 vendas, conforme os cruzamentos das médias móveis indicavam. Em alguns meses as operações de compra e venda ocorreram mais de uma vez, considerando também que em outros ocorreram somente a venda ou a compra.

Na primeira compra realizada no Bradesco, despendeu-se R\$8.770,00, e ao final de 2018, na última venda de todas as ações, o valor atingiu a marca de R\$27.150,00, havendo um aumento de 310%, que representados em valores monetários são R\$18.380,00.

O Lucro Bruto das operações nos 9 anos totalizou R\$40.375,01 e com a dedução do IR em R\$1.261,16, foi obtido o Lucro Líquido de R\$39.113,85.

PERÍODO	RESULTADO BRUTO*	BASE DE CÁLCULO*	VALOR IR	RESULTADO LÍQUIDO
2010	R\$ 1.496,51	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.496,51
2011	R\$ 1.829,41	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.829,41
2012	R\$ 3.132,55	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.132,55
2013	R\$ 9.688,32	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 9.688,32
2014	R\$ 5.334,27	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 5.334,27
2015	R\$ 2.874,79	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.874,79
2016	R\$ 10.852,45	R\$ 1.496,64	R\$ 224,50	R\$ 10.627,95
2017	(R\$ 362,47)	R\$ 2.600,99	R\$ 390,15	(R\$ 752,61)
2018	R\$ 5.529,18	R\$ 4.310,12	R\$ 646,52	R\$ 4.882,66
TOTAL	R\$ 40.375,01		R\$ 1.261,16	R\$ 39.113,85

Tabela 5: Resultado Bradesco - Técnica
Fonte: Autores.

Abaixo está o resumo das operações realizadas:

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 8.770,00
VALOR LUCRO BRUTO	R\$ 40.375,01
IMPOSTO DE RENDA	R\$ 1.261,16
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 39.113,85
RENDIMENTO EM 9 ANOS	445,996%
RENDIMENTO AO ANO	49,555%
RENDIMENTO AO MÊS	4,130%

Tabela 6: Investimento Bradesco – Técnica
Fonte: Autores.

4.2.4 Comparação entre dois os investimentos (Fundamentalista e Técnica)

Tendo em vista o valor inicial investido, na Análise Fundamentalista ocorreu uma economia de R\$768,44. No Lucro Bruto a Análise Técnica obteve um retorno de R\$785,72 menor do que a Fundamentalista, entretanto, ao focar no Lucro Líquido, a Fundamentalista é inferior em R\$954,05 (considerando as taxas de compra e venda da B3 de 0,03163% para as duas operações). No total o Bradesco é uma empresa que possui

rentabilidade positiva, no qual se manteve em crescimento ao longo dos anos e utilizando tanto a Análise Técnica como a Fundamentalista, o investidor obteve bons retornos.

4.3 Banco do Brasil S.A.

4.3.1 Breve histórico

O Banco do Brasil foi criado em 12 de outubro de 1808 por D. João VI. No ano de 1906 ocorreu sua listagem pública das ações na bolsa de valores, em 2006 ingressou no Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo e em 2009 iniciou o programa de *American Depositary Receipts* (ADRs), nível I na Bolsa de Nova York.

4.3.2 Apuração dos dados – Análise Fundamentalista

As 1.000 ações foram compradas no valor total de R\$ 16.297,78 e vendidas no valor total de R\$ 44.663,03, obtendo lucro bruto de R\$ 28.345,98 e lucro líquido na compra e venda de R\$ 24.094,08. Neste cenário, o lucro líquido total do período foi de R\$ 82.731,12, considerando o lucro pela compra e venda das ações e pelo recebimento dos dividendos.

O rendimento analisado, já descontados as taxas e impostos, foi de 507,62% durante os 9 anos, tendo um rendimento anual de 56,40% e mensal de 4,70%. Na comparação com os demais tipos de investimentos disponíveis no mercado, pode-se afirmar que o retorno foi maior do que todos os investimentos de renda fixa, inclusive a poupança (que tem ganho líquido de 4,55% ao ano) e o CDB Pré de 3 anos, que retorna 9,36% ao ano.

Abaixo é visto o valor total recebido de dividendos, adicionado a rentabilidade, obtendo o lucro líquido total do período analisado.

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 16.297,78
RECEBIMENTO DE DIVIDENDOS COMPRA E VENDA DE AÇÕES	R\$ 58.637,04 R\$ 24.094,08
LUCRO LÍQUIDO TOTAL	R\$ 82.731,12
RENDIMENTO EM 9 ANOS	507,622%
RENDIMENTO AO ANO	56,402%
RENDIMENTO AO MÊS	4,700%

Tabela 7: Investimento Banco do Brasil – Fundamentalista
Fonte: Autores.

PERÍODO	RESULTADO BRUTO*	BASE DE CÁLCULO*	VALOR IR	RESULTADO LÍQUIDO
2010	R\$ 5.741,69	R\$ 3.553,25	R\$ 532,99	R\$ 5.208,70
2011	R\$ 1.613,04	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.613,04
2012	R\$ 7.601,45	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 7.601,45
2013	R\$ 10.664,49	R\$ 3.902,60	R\$ 585,39	R\$ 10.079,10
2014	R\$ 9.515,44	R\$ 7.194,93	R\$ 1.079,24	R\$ 8.436,20
2015	R\$ 5.221,96	R\$ 3.123,69	R\$ 468,55	R\$ 4.753,41
2016	R\$ 17.619,57	R\$ 10.148,35	R\$ 1.522,25	R\$ 16.097,31
2017	R\$ 15.498,02	R\$ 15.498,02	R\$ 2.324,70	R\$ 13.173,32
2018	R\$ 31.117,99	R\$ 31.117,99	R\$ 4.667,70	R\$ 26.450,29
TOTAL	R\$ 104.593,65		R\$ 11.180,82	R\$ 93.412,83

Tabela 8: Resultado Banco do Brasil – Técnica
Fonte: Autores.

Abaixo está o resumo das operações realizadas:

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 16.840,00
VALOR LUCRO BRUTO IMPOSTO DE RENDA	R\$ 104.593,65 R\$ 11.180,82
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 93.412,83
RENDIMENTO EM 9 ANOS	554,708%
RENDIMENTO AO ANO	61,634%
RENDIMENTO AO MÊS	5,136%

Tabela 9: Resultado Banco do Brasil – Técnica
Fonte: Autores.

4.3.3 Apuração dos dados – Análise Técnica

Na simulação pela escola Técnica do período de 2010 a 2018, foram realizadas 56 compras e 56 vendas de acordo com os cruzamentos das médias móveis dos gráficos obtidos, sendo que, em alguns casos, ocorreram mais de uma operação dentro do mesmo mês.

O Lucro Bruto pela escola técnica do Banco do Brasil no período analisado foi de R\$ R\$ 104.593,65 (já considerando o desconto pelos custos da B3), o valor do IR total foi de R\$ 11.180,82 e o lucro líquido de R\$ 93.412,83.

O rendimento líquido do período foi de 554,71%, equivalendo a 61,63% ao ano e 5,14% ao mês. O menor preço de compra do período analisado de acordo com as médias móveis ocorreu no 1º trimestre de 2016, chegando ao valor de R\$ 11,85. O preço da ação na última operação de venda de dez/2018 foi de R\$ 42,51.

Na figura abaixo é possível identificar alguns dos valores citados anteriormente. A planilha original com todos os valores está disponibilizada no Apêndice.

4.3.4 Comparação entre dois os investimentos (Fundamentalista e Técnica)

Ao comparar o lucro líquido do investimento com base nas escolas Fundamentalista e Técnica, é possível identificar que o retorno do Banco do Brasil apresentou maior resultado pela escola Técnica, que consistiu na compra e venda de ações de acordo com as médias móveis. Esse retorno foi de R\$ 93.412,83, equivalente a um rendimento de 61,63% ao ano (554,71% em 9 anos), contra R\$ 82.731,12 de lucro obtido com base

na escola Fundamentalista, que equivale a um rendimento anual de 56,4% (507,6% em 9 anos).

De maneira geral o Banco do Brasil é uma empresa consolidada, apresentando resultados positivos em todos os anos analisados. Dentro deste cenário de pesquisa, a escola Técnica trouxe mais retorno ao investidor de acordo com o período analisado, com uma diferença de 12,9%.

4.4 Petróleo Brasileiro S.A.

4.4.1 Breve histórico

A Petróleo Brasileiro S.A. foi criada no dia 3 de outubro de 1953, pelo presidente da época, Getúlio Vargas. A partir de 2000, ocorreu a abertura do capital da Petrobras aos investimentos privados e hoje ela é uma sociedade anônima de capital aberto, cujo acionista majoritário é o governo brasileiro, isto é, uma empresa estatal de economia mista, controlada pela União.

4.4.2 Apuração dos dados – Análise Fundamentalista

Simulando o investimento na Petrobrás pela Análise Fundamentalista, o valor da compra de 1.000 ações em 2010 foi de R\$ 33,93, totalizando um valor de compra de R\$ 33.934,77.

O valor de dividendos por ação no 1º trimestre de 2010 foi de R\$ 1,0404 e ano após ano o valor foi caindo, até que no 1º trimestre de 2015 os dividendos por ação estavam em R\$ 0,5347. Do 2º trimestre de 2015 ao 1º trimestre de 2018, a Petrobrás não pagou dividendos – tendo sido consequência do escândalo da Lava Jato, que fez com o resultado contábil fosse afetado negativamente devido ao ativo inflado e os ajustes subsequentes, ou seja, a companhia ficou 3 anos sem pagar dividendos a seus investidores, fazendo com que o resultado final do investimento não fosse favorável, além de que o preço da ação caiu 25,95% de 2010 até o final de 2018.

Tomando como base a simulação realizada neste trabalho, o custo para adquirir as ações foi 35,04% maior do que o preço da venda, gerando um resultado negativo de R\$ 8.823,40. De 2010 ao 1º trimestre de 2015, foi recebido R\$ 14.955,03 de dividendos e apenas em 2018 voltou a receber e o valor foi de somente R\$ 400,00, totalizando um total de dividendos de 15.355,03.

Apesar do valor de dividendos ter sido grandemente comprometido pelos anos de 2015, 2016, 2017 e 2018, ainda foi possível cobrir o resultado negativo da compra e venda de ações, finalizando com um lucro líquido após IR de R\$ 6.531,63.

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 33.934,77
RECEBIMENTO DE DIVIDENDOS	R\$ 15.355,03
COMPRA E VENDA DE AÇÕES	-R\$ 8.823,40
LUCRO LÍQUIDO TOTAL	R\$ 6.531,63
RENDIMENTO EM 9 ANOS	19,248%
RENDIMENTO AO ANO	2,139%
RENDIMENTO AO MÊS	0,178%

Tabela 10: Investimento Petrobras – Fundamentalista
Fonte: Autores.

4.4.3 Apuração dos dados – Análise Técnica

Por outro lado, analisando o investimento pela Análise Técnica, o valor da compra inicial de 1.000 ações foi de R\$ 32,79, totalizando em R\$ 32.790,00.

No total ocorreram 52 operações de compra e 52 de venda, sendo que 11 indicaram prejuízo, resultando um lucro bruto final de R\$ 77.509,36 (já deduzidos os custos de negociação e liquidação da B3). Subtraindo o Imposto de Renda, chega-se em um lucro líquido de R\$ 71.780,16.

O preço da última venda realizada em 07/12/2018 foi de R\$ 27,47, valor menor do que o da primeira compra (R\$ 32,79), porém as operações certeiras de compra e venda durante os anos analisados, garantiram um lucro líquido de R\$ 71.780,16. Ou seja, um investimento inicial de R\$ 32.790,00 garantiu, em média, R\$ 7.975,57 por ano de rendimento.

Por fim, esse investimento gerou um rendimento de 24,32% ao ano (218,91% em 9 anos), rendimento alto, maior do que o CDB Pré de 3 anos de 2018 que gerou um ganho líquido de 9,36% ano, sendo superior a qualquer outro tipo de investimento em renda fixa, diferente do investimento pela Análise Técnica que não superou nem o rendimento da poupança.

PERÍODO	RESULTADO BRUTO*	BASE DE CÁLCULO*	VALOR IR	RESULTADO LÍQUIDO
2010	R\$ 3.949,34	R\$ 3.949,34	R\$ 592,40	R\$ 3.356,94
2011	R\$ 6.843,92	R\$ 6.843,92	R\$ 1.026,59	R\$ 5.817,33
2012	R\$ 6.414,48	R\$ 6.414,48	R\$ 962,17	R\$ 5.452,31
2013	R\$ 8.567,94	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 8.567,94
2014	R\$ 7.087,84	R\$ 2.099,61	R\$ 314,94	R\$ 6.772,90
2015	R\$ 6.015,04	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 6.015,04
2016	R\$ 13.666,05	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 13.666,05
2017	R\$ 4.751,31	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 4.751,31
2018	R\$ 20.213,45	R\$ 18.887,36	R\$ 2.833,10	R\$ 17.380,35
TOTAL	R\$ 77.509,36		R\$ 5.729,21	R\$ 71.780,16

Tabela 11: Resultado Petrobras – Técnica

Fonte: Autores.

Abaixo está o resumo das operações realizadas:

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 32.790,00
VALOR LUCRO BRUTO	R\$ 77.509,36
IMPOSTO DE RENDA	R\$ 5.729,21
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 71.780,16
RENDIMENTO EM 9 ANOS	218,909%
RENDIMENTO AO ANO	24,323%
RENDIMENTO AO MÊS	2,027%

Tabela 12: Investimento Petrobras – Técnica

Fonte: Autores.

4.4.4 Comparação entre os dois investimentos (Fundamentalista e Técnica)

O rendimento da Petrobrás pelo Análise Técnica foi muito superior ao da Análise Fundamentalista, isso porque na Análise Fundamentalista o rendimento advém apenas do recebimento de dividendos e durante três anos nada foi recebido de dividendos, fazendo com o investidor que manteve suas ações tivesse um ganho zero.

Apesar do baixo preço, as compras e vendas efetuadas por médio das Médias Móveis, foi possível obter um bom lucro, mostrando que a Análise Técnica, no cenário em que a Petrobrás se encontrava durante esses 9 anos, era mais vantajosa.

4.5 Gerdau S.A.

4.5.1 Breve histórico

A Gerdau teve seu surgimento no ano de 1901 na cidade de Porto Alegre, estado do Rio Grande do Sul. No ano de 1947, a empresa dá um passo importante

e abre seu capital na bolsa, possibilitando investidores de se agregarem a ela e com sua grande presença como produtora de aço, a Gerdau abre seu capital na NYSE (New York Stock Exchange), Bolsa de Valores de Nova Iorque, em 1999.

4.5.2 Apuração dos dados - Análise Fundamentalista

Iniciando a Análise Fundamentalista com a compra de 1000 ações da Gerdau, investiu-se R\$17.865,74 no 1º trimestre de 2010 e a venda ocorrida no último trimestre de 2018 totalizou o valor de R\$11.992,17, destacando o prejuízo de 32,87%, ou seja, R\$5.883,00. Entretanto, considerando o ganho nos dividendos de R\$8.775,00, relativo a todo o período entre 2010 e 2018, o prejuízo é suprido, obtendo o valor de retorno de R\$2.892,00, já desconsiderando as taxas das operações de compra e venda.

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 17.865,74
RECEBIMENTO DE DIVIDENDOS	R\$ 8.775,00
COMPRA E VENDA DE AÇÕES	-R\$ 5.883,00
LUCRO LÍQUIDO TOTAL	R\$ 2.892,00
RENDIMENTO EM 9 ANOS	16,187%
RENDIMENTO AO ANO	1,799%
RENDIMENTO AO MÊS	0,150%

Tabela 13: Investimento Gerdau – Fundamentalista

Fonte: Autores.

4.5.3 Apuração dos dados – Análise Técnica

Na Análise Técnica, ocorreram 60 operações de compra e 60 de venda. A primeira aquisição das 1000 ações foi no valor de R\$17.010,00. Durante o período

do analisado, a Gerdau conseguiu lucrar R\$25.254,23 com as compras e vendas das ações de acordo com as médias móveis. Como os valores das vendas eram me-

nores do que 20 mil ao mês, a empresa não precisou descontar o IR dos ganhos obtidos.

PERÍODO	RESULTADO BRUTO*	BASE DE CÁLCULO*	VALOR IR	RESULTADO LÍQUIDO
2010	R\$ 7.235,38	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 7.235,38
2011	R\$ 2.716,76	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.716,76
2012	R\$ 4.239,94	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 4.239,94
2013	R\$ 2.359,99	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.359,99
2014	R\$ 236,89	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 236,89
2015	R\$ 418,28	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 418,28
2016	R\$ 3.653,80	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.653,80
2017	R\$ 1.694,84	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.694,84
2018	R\$ 2.698,35	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.698,35
TOTAL	R\$ 25.254,23		R\$ 0,00	R\$ 25.254,23

Tabela 14: Resultado Gerdau – Técnica

Fonte: Autores.

Abaixo está o resumo das operações realizadas:

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 17.010,00
VALOR LUCRO BRUTO	R\$ 25.254,23
IMPOSTO DE RENDA	R\$ 0,00
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 25.254,23
RENDIMENTO EM 9 ANOS	148,467%
RENDIMENTO AO ANO	16,496%
RENDIMENTO AO MÊS	1,375%

Tabela 15: Investimento Gerdau – Técnica

Fonte: Autores.

Ao final do período estipulado para análise, a Gerdau conseguiu retornar um lucro de R\$ 25.254,23. Levando em consideração o investimento inicial de R\$ 17.010,00, a empresa apresentou rendimento de 148,47% nos 9 anos, ou seja, 16,50% ao ano e 1,38% ao mês.

4.5.4 Comparação entre dois os investimentos (Fundamentalista e Técnica)

Na comparação entre as duas escolas de análises, é visto que a técnica foi a mais promissora, considerando que atingiu um lucro líquido de R\$25.254,23, enquanto a Fundamentalista ficou em R\$2.892,00.

A principal diferença foi decorrente da extrema baixa nos valores dos dividendos da segunda análise, no qual, como já citado, acumulou somente R\$8.775,00 nos 9 anos e ainda usando esse valor para suprir o pre-

juízo da venda das ações ao final de 2018, chegando no valor de Lucro Líquido supracitado.

4.6 Vale S.A

4.6.1 Breve histórico

A empresa estatal Companhia do Vale do Rio Doce (CVRD) foi criada em 1º de junho de 1942, pelo decreto-lei 4352 assinado pelo então presidente Getúlio Vargas. Teve seu registro na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro em outubro de 1943 e na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) em abril de 1968. Além da Bolsa de Valores do Brasil (B3), a Vale também é negociada na bolsa de Paris (Euronext Paris), na bolsa de Madrid (Latibex) e na Bolsa de Nova York (NYSE - New York Stock Exchange). Na bolsa de Hong Kong, esteve listada entre 2010 e 2016.

4.6.2 Apuração dos dados - Análise Fundamentalista

A simulação com base na escola fundamentalista da Vale se iniciou com a compra de 1.000 ações, que resultaram em um investimento de R\$ 38.481,50 e vendidas no valor total de R\$ 51.000,00, obtendo lucro de R\$ 12.490,21, já considerando as taxas de compra e venda da B3. Deste valor, foi descontado o IR de 15% obtendo lucro líquido na compra e venda de R\$ 10.616,68.

Do período de 2010 a 2018, a Vale distribuiu aos acionistas o total de R\$ 56.072,62 em dividendos. O

maior valor de dividendos por ação pagos pela Vale aconteceu no 2º trimestre de 2012, quando distribuiu R\$ 3,03 por ação. O menor valor distribuído foi de R\$ 0,17 por ação no 4º trimestre de 2016. Mesmo apresentando prejuízo no ano de 2015, a empresa pagou dividendos aos seus acionistas, porém em um valor muito menor do que a média.

Abaixo é visto o valor total recebido de dividendos, adicionado a rentabilidade, obtendo o lucro líquido total do período analisado.

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 38.481,50
RECEBIMENTO DE DIVIDENDOS COMPRA E VENDA DE AÇÕES	R\$ 56.072,62 R\$ 10.616,68
LUCRO LÍQUIDO TOTAL	R\$ 66.689,30
RENDIMENTO EM 9 ANOS	173,302%
RENDIMENTO AO ANO	19,256%
RENDIMENTO AO MÊS	1,605%

Tabela 16: Investimento Gerdau – Técnica

Fonte: Autores.

4.6.3 Apuração dos dados – Análise Técnica

De acordo com a escola Técnica, foram realizadas 59 compras e 59 vendas durante o período de 2010 a 2018. O investimento inicial na compra de 1.000 ações foi de R\$ 34.590,00. O maior lucro obtido nas transações de compra e venda foi de R\$ R\$ 9.223,34.

O Lucro Bruto da Vale no período analisado foi de R\$ 114.999,86 (já descontado os custos da B3), o valor do IR total foi de R\$ 15.263,47 e o lucro líquido de R\$ 99.736,40. Os menores preços apresentados nas operações realizadas na Vale S.A ocorreram no final de 2015 e início de 2016, chegando a valer R\$ 8,92.

O rendimento líquido do período foi de 288,34%, equivalendo a 32,04% ao ano e 2,67% ao mês. Se comparado ao rendimento líquido do CDB Pré de 3 anos, que retorna 9,36% ao ano, o investidor obteve excelentes resultados.

Na figura abaixo é possível identificar alguns dos valores citados anteriormente. A planilha original está disponibilizada no Apêndice.

PERÍODO	RESULTADO BRUTO*	BASE DE CÁLCULO*	VALOR IR	RESULTADO LÍQUIDO
2010	R\$ 14.845,02	R\$ 14.845,02	R\$ 2.226,75	R\$ 12.618,27
2011	R\$ 6.538,46	R\$ 6.538,46	R\$ 980,77	R\$ 5.557,69
2012	R\$ 7.495,74	R\$ 7.495,74	R\$ 1.124,36	R\$ 6.371,38
2013	R\$ 10.572,43	R\$ 10.821,09	R\$ 1.623,16	R\$ 8.949,27
2014	R\$ 4.681,81	R\$ 4.608,09	R\$ 691,21	R\$ 3.990,59
2015	R\$ 6.410,43	R\$ 3.763,22	R\$ 564,48	R\$ 5.845,95
2016	R\$ 21.852,27	R\$ 10.285,95	R\$ 1.542,89	R\$ 20.309,38
2017	R\$ 12.550,56	R\$ 12.550,56	R\$ 1.882,58	R\$ 10.667,98
2018	R\$ 30.053,14	R\$ 30.848,31	R\$ 4.627,25	R\$ 25.425,89
TOTAL	R\$ 114.999,86		R\$ 15.263,47	R\$ 99.736,40

Tabela 17: Resultado Vale – Técnica

Fonte: Autores.

Abaixo está o resumo das operações realizadas:

INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 34.590,00
VALOR LUCRO BRUTO IMPOSTO DE RENDA	R\$ 114.999,86 R\$ 15.263,47
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 99.736,40
RENDIMENTO EM 9 ANOS	288,339%
RENDIMENTO AO ANO	32,038%
RENDIMENTO AO MÊS	2,670%

Tabela 18: Investimento Vale – Técnica

Fonte: Autores.

4.6.4 Comparação entre os dois investimentos (Fundamentalista e Técnica)

Ao comparar as duas escolas, é possível identificar que o retorno da Vale S.A. foi maior pela Análise Técnica, pois o retorno foi de R\$ 99.736,40 contra R\$ 66.689,30 da Análise Fundamentalista, sendo de R\$ 33.047,10 a diferença entre as análises.

De uma maneira geral a Vale é uma empresa consolidada no mercado, apresentou resultados positivos na maioria dos anos analisados, entretanto, os poucos resultados negativos afetaram a rentabilidade do investidor.

4.7 Comparação do resultado das empresas analisadas

Conforme Brigham e Houston (2015), os investidores gostam de retornos e não dos riscos, desta forma, os investimentos mais arriscados somente ocorrerão se a expectativa de retornos acima da média for possível. Para Silva (2004) existem várias opções de investimentos disponíveis no mercado financeiro, mas o que deve ser levado em conta é o grau de aversão

psicológica ao risco. Conforme afirma a professora Ferreira (2011, p.271) “Não existem certezas quando o assunto é investimento financeiro. Investir dinheiro é lidar o tempo todo com decisões, dúvidas, expectativas, realizações e frustrações”, e ainda diz que “A psicologia tem sido de grande valia para mostrar que investir o seu dinheiro vai muito além de fórmulas matemáticas e número”.

O resultado final, após deduzidos todas as taxas e impostos, foi o seguinte:

Empresas	Fundamentalista	Técnica	Diferença	Maior retorno
Itaú	R\$ 46.075,76	R\$ 43.623,99	R\$ 2.451,77	Fundamentalista
Bradesco	R\$ 38.159,80	R\$ 39.113,85	R\$ 954,05	Técnica
Banco do Brasil	R\$ 82.731,12	R\$ 93.412,83	R\$ 10.681,71	Técnica
Petrobrás	R\$ 6.531,63	R\$ 71.780,16	R\$ 65.248,53	Técnica
Gerdau	R\$ 2.892,00	R\$ 25.254,23	R\$ 22.362,23	Técnica
Vale	R\$ 66.689,30	R\$ 99.736,40	R\$ 33.047,10	Técnica

Tabela 19: Lucro líquido após IR
Fonte: Autores.

No gráfico abaixo é demonstrado o Lucro Líquido obtido em cada uma das operações das seis empresas,

tanto em relação a escola técnica e fundamentalista.

Lucro Líquido das Simulações após IR

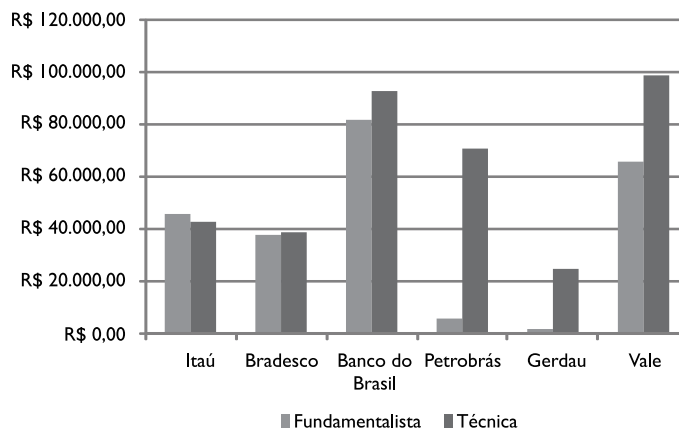


Gráfico 1: - Lucro Líquido após IR (em Reais)
Fonte: Autores.

Destaca-se que em apenas uma das empresas analisadas, a simulação pela Fundamentalista gerou lucro líquido maior do que a Técnica, sendo ela o Itaú Unibanco, com uma diferença no lucro líquido de R\$ 2.450,07, representando apenas 5,62% maior.

Entretanto, ao analisar a rentabilidade, verifica-se em duas empresas o rendimento foi maior do que a técnica, diferentemente do lucro líquido informado acima. Esta diferença se dá no Bradesco pois o investimento pela escola técnica foi maior e no final gerou

um lucro maior também, porém, apesar do lucro na fundamentalista ter sido menor, o custo inicial também

foi menor, fazendo com que o rendimento fosse superior.

Empresas	Fundamentalista	Técnica	Diferença (p.p)	Maior retorno
Itaú	60,747%	53,857%	6,890%	Fundamentalista
Bradesco	52,989%	49,555%	3,434%	Fundamentalista
Banco do Brasil	56,402%	61,634%	5,232%	Técnica
Petrobrás	2,139%	24,323%	22,185%	Técnica
Gerdau	1,799%	16,496%	14,697%	Técnica
Vale	19,256%	32,038%	12,782%	Técnica

Tabela 20: Rentabilidade ao ano

Fonte: Autores.

Ou seja, o investimento com base na escola Técnica, no cenário e nas condições analisadas, gerou maior retorno do que com base na escola Fundamentalista, visto que das 6 empresas, 4 obtiveram rentabilidade maior pela Técnica, sendo elas o Banco do Brasil, Gerdau, Petrobrás e Vale, e apenas duas delas, Banco Bradesco e Itaú Unibanco, obtiveram maior rentabilidade pela Fundamentalista, e que neste caso a diferença foi singelamente maior.

Salienta-se que, apesar da Técnica ter sido maior, para definir qual método utilizar, é importante avaliar a finalidade do investimento, de curto ou longo prazo, o perfil do investidor e a liberdade de tempo disponível para acompanhar o mercado.

Segue abaixo quadro comparativo relacionado apenas a Escola Técnica que foi a de maior resultado:

Empresas	Investimento Inicial	Lucro Líquido	Rentabilidade ao ano
Itaú	R\$ 9.000,00	R\$ 43.623,99	53,857%
Bradesco	R\$ 8.770,00	R\$ 39.113,85	49,555%
Banco do Brasil	R\$ 16.840,00	R\$ 93.412,83	61,634%
Petrobrás	R\$ 32.790,00	R\$ 71.780,16	24,323%
Gerdau	R\$ 17.010,00	R\$ 25.254,23	16,496%
Vale	R\$ 34.590,00	R\$ 99.736,40	32,038%

Tabela 21: Rentabilidade da simulação – Escola Técnica (em Reais)

Fonte: Autores.

5. CONCLUSÃO

Dentre as seis empresas analisadas, pela escola fundamentalista, foi constatado que comprar a ação com o intuito de receber dividendos trimestralmente é uma estratégia vantajosa, visto que no Bradesco, Banco do Brasil, Itaú Unibanco e Vale o rendimento foi acima ao rendimento de aplicações de renda fixa, destaca-se ainda que em três delas, a rentabilidade foi superior a 50% ao ano. Entretanto se faz necessário analisar as demonstrações financeiras corriqueiramente

de modo a tentar prever os passos da empresa no futuro, pois em caso de prejuízo ou de instabilidade, como aconteceu com a Petrobrás e a Gerdau, o pagamento de dividendos pode não acontecer (em caso de prejuízo contábil, por exemplo) ou o valor pago pode ser baixo, não compensando o investimento.

Já no investimento com foco no curto prazo, pela escola técnica, evidencia-se que o indicador de médias móveis é uma ferramenta eficaz, visto que os cruzamentos das médias das seis empresas garantiram rentabilidade superior às de aplicações de renda fixa e

no Banco do Brasil, Gerdau, Petrobrás e Vale o rendimento da simulação pela escola técnica foi superior comparado a escola fundamentalista; já o Itaú Unibanco e o Bradesco, onde a escola técnica foi menor, a diferença foi singela, de apenas 6,89 e 3,43 pontos percentuais, respectivamente. Não obstante, utilizar apenas um indicador ou uma estratégia não garante que se obtenha retornos positivos e alta rentabilidade nos investimentos.

Destaca-se que, apesar da rentabilidade média da escola técnica ter sido superior à escola fundamentalista no cenário demonstrado, cada escola demanda uma análise diferente e a opção de investimento deve variar de acordo com o propósito do investidor e o quanto ele pretende investir, não só em dinheiro, mas também em tempo.

Visto que o mercado acionário é volátil, ganhos passados nem sempre refletem ganhos futuros, altos dividendos hoje, não garantem altos dividendos amanhã, sendo necessário o acompanhamento do mercado e das demonstrações contábeis.

Com as análises e simulações, o objetivo do estudo relacionada a rentabilidade das duas escolas foi alcançado, respondendo a pergunta-problema do trabalho. Salienta-se que o estudo não se faz conclusivo para o mercado de ações em sua totalidade pois analisou um período determinado e empresas específicas, e outras variáveis, cenários, indicadores e ferramentas podem ser utilizadas, gerando resultados diferentes dos aqui obtidos. Estas possibilidades ficam como sugestão para trabalhos futuros.

REFERÊNCIAS

- Apligraf. (2019). **Apligraf Aplicativos e Gráficos Ltda.** Disponível em: <<https://apligraf.com.br>> Acesso em: 09 nov. 2019 às 19h30.
- Appel, G. (2005). **Technical analysis: power tools for active investors.** Person Education, 2005.
- Assaf Neto, A. (2005). **Mercado Financeiro.** 12ª edição. Atlas S.A. São Paulo.
- Assaf Neto, A., Lima, F. G. (2011). **Investimento em Ações: Guia Teórico e Prático para Investidores.** 2ª edição. Atlas S.A. São Paulo.
- Braga, G. (2009). **Seleção e análise de uma carteira de ações através do uso da análise fundamentalista.** Porto Alegre. 2009. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/19152>> Acesso em: 09 nov. 2019 às 19h30.
- Brito, O. S. (2005). **Mercado financeiro.** Saraiva. São Paulo.
- Brigham, E.F., Houston. J. F. (2015). **Fundamentals of Financial Management.** 14ª edição. Cengage Learning.
- Cavalcante Filho, F. S., Misumi, J. Y. (1998). **Mercado de Capitais.** 4ª edição. CNBV. Belo Horizonte.
- Cavalcante Filho, F. S., Misumi, J. Y., Rudge, L. F. (2005). **Mercado de Capitais.** 6ª edição. Elsevier. Rio de Janeiro.
- Fachin, O. (2003). **Fundamentos de metodologia.** 4. ed. Saraiva. São Paulo.
- Ferreira, V. R. M. (2011). **A cabeça do investidor: conheça suas emoções para investir melhor.** Évora. São Paulo.
- Graham, B. (2017). **O Investidor Inteligente.** 1ª edição. Casa dos Livro Editora LTDA. Rio de Janeiro.
- Martins, C. (2010). **Os Supersinais da Análise Técnica: guia para investimentos lucrativos na bolsa.** 2ª edição. Elsevier. Rio de Janeiro.
- Metzner, C. M., Wachholz, C. S., Detoni, D. J., Geysler, B. R. F. (2014). **Estudo comparativo da rentabilidade de três investimentos de riscos diferentes.** Curitiba, Paraná. Volume 8. Número 8. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Disponível em: <<http://revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/CAP/article/viewFile/1817/1450>>. Acesso em: 21 set. 2019.
- Noronha, M. (1995). **Análise técnica: teorias, ferramentas e estratégias.** 1ª edição. Editec. Rio de Janeiro.
- Noronha, M. (2003). **Análise Técnica: teorias, ferramentas, estratégias.** 5ª edição. Editec. Rio de Janeiro.
- Pinheiro, J. L. (2001). **Mercado de capitais: fundamentos e técnicas.** 1ª edição. Atlas. São Paulo.
- Pinheiro, J. L. (2002). **Mercado de Capitais: fundamentos e técnicas.** 2ª edição. Atlas. São Paulo.
- Pinheiro, J. L. (2005). **Mercado de Capitais: fundamentos e técnicas.** 3ª edição. Atlas. São Paulo.
- Póvoa, A. (2007). **Valuation - Como precificar ações.** Globo. São Paulo.
- Roesch, S. M. A. (1999). **Projetos de estágio do curso de administração: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalho de conclusão de curso.** Atlas. São Paulo.
- Silva, E. D. (2004). **Gestão em Finanças Pessoais: uma metodologia para se adquirir educação e saúde financeira.** Qualitymark. Rio de Janeiro.
- Toscano, L.C.J. (2004). **Guia de Referência para o Mercado Financeiro.** Sebrae. São Paulo.
- Vidotto, R., Magliato, A., Zambon, A. (2009). **O Moving Average Convergence-Divergence como Ferramenta para a Decisão de Investimentos no Mercado de Ações.** Curitiba. Volume 13. Número 2. RAC. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/rac>> Acesso em: 05 out. 2019.

Por que fazer **CONTÁBEIS**

na **STRONG ESAGS?**

Porque a **STRONG ESAGS** é uma das 5 melhores faculdades de Contábeis do Estado de SP, segundo o **ENADE - MEC**.



vestibularesags.com.br

 **EQUAA**
Education Quality Accreditation Agency

CERTIFICAÇÃO
DE QUALIDADE


ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO
 **STRONG
ESAGS**



TAICON

Autores: *Sabrina Silva Arakaki e Jennifer Amaro Dias*

Orientadores: *Prof. Dr. Mário Kuniy, Prof. Wendell Soares, Prof. Dr. Antonio Saporito e Prof. Ma. Ivone Maria de Andrade Beloto, Docentes da STRONG ESAGS*

DURATEX

Resumo:

Neste trabalho apresentaremos uma análise das demonstrações financeiras e notas explicativas da empresa de capital aberto Duratex S.A. baseado nos conceitos estudados nas disciplinas de Contabilidade e Análise de Custos, Contabilidade Avançada e Contabilidade Tributária.

Serão apresentadas análises tributárias, financeiras e operacionais que envolvem custos e outros determinantes da empresa Duratex S.A.

O principal objetivo é identificar as disciplinas supracitadas nos relatórios financeiros e notas explicativas e analisar se as informações constam nestes relatórios.

Palavras-chave: Duratex S.A. Demonstrações Financeiras. Tributos. Custos. Investimentos.

1. SOBRE A DURATEX S.A.

A Duratex S.A. iniciou suas atividades em 1950, através dos empresários Eudoro Villela e Nivaldo Coimbra, com a fabricação de chapas de fibra de madeira das quais eram apenas utilizados para importação a Suécia.

Fundaram, um ano após, em 1951, a Duratex S.A. Indústria e Comércio em Jundiá (SP), onde continuaram com a fabricação de chapas de fibra de madeira e expandiram seus horizontes de importação para os Estados Unidos.

Passados os anos, a empresa organizou suas áreas de negócio em três divisões, chamadas Divisão Madeiras, Divisão Decas e a recente Divisão Revestimentos Cerâmicos, que vem ganhando grande destaque no mercado e ampliou o portfólio da companhia.

Desde a sua fundação o seu capital é aberto e possui suas ações negociadas na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão, e são bem vistas aos olhos dos investidores devido aos seus resultados serem de contínuo crescimento.

2. ANÁLISE TRIBUTÁRIA

A Duratex é contribuinte dos seguintes tributos sobre a receita:

• PIS – Programa de Integração Social

A Contribuição para o PIS/PASEP é recolhida e apurada mensalmente com base na receita bruta da empresa, de acordo com a Lei nº 9.718/98. Quanto à modalidade de contribuição, as empresas tributadas pelo Lucro Real recolhem sobre o faturamento mensal (que corresponde à receita bruta) a alíquota de 1,65% não cumulativo. A Medida Provisória – MP nº 66/2002 dispõe sobre a não cumulatividade, ou seja, permissão da pessoa jurídica descontar créditos calculados sobre operações de compra de mercadorias para revenda, bens e serviços utilizados na fabricação de produtos destinados à venda ou na prestação de serviços, dentre outras hipóteses.

• COFINS – Contribuição Social para o Financiamento da Seguridade Social

A COFINS foi instituída pela Lei Complementar – LC nº 70/1991 para, como o próprio nome diz, financiar a seguridade social cujo objetivo é assegurar os direitos relativos à saúde, à previdência social e à assistência social. É um tributo incidente sobre o faturamento mensal das pessoas jurídicas e a elas equiparadas. As empresas tributadas pelo lucro real, devem observar a cobrança não cumulativa da COFINS e sua alíquota é 7,6%.

• ICMS – Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e Comunicação

O ICMS é um imposto estadual, ou seja, os Governos dos Estados e do Distrito Federal que possuem a competência para instituí-lo. Tem previsão legal no art. 5, inciso II da Constituição Federal e suas disposições encontram-se na “Lei Kandir” LC nº 87/96. Os principais fatos geradores são a circulação de mercadorias e a prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicações.

As alíquotas variam de acordo com o Estado e a base de cálculo é, em geral, o valor do preço de venda de mercadoria ou da prestação do serviço.

• IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados

O Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI incide sobre produtos nacionais e estrangeiros indus-

trializados ou importados. Este imposto é de competência da União e atualmente é regulamentado pelo Decreto nº 7.212/10 – RIPI/10.

Há dois princípios constitucionais que norteiam este tributo, são o da não cumulatividade e da seletividade. O fato gerador é o desembaraço aduaneiro de produto de origem estrangeira ou a saída de produto do estabelecimento industrial ou a ele equiparado. As alíquotas são variáveis e seguem uma classificação de produtos encontrados na tabela TIPI (Tabela do IPI).

Além dos tributos sobre a receita, a Duratex S.A. também é contribuinte dos seguintes tributos sobre o Lucro.

• IRPJ – Imposto sobre a Renda das Pessoas Jurídicas

O Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza - IRPJ é um tributo direto, de competência da União e, de acordo com o art. 43 do Código Tributário Nacional, tem como fato gerador a aquisição de disponibilidade econômica ou jurídica. Para as pessoas jurídicas, o fato gerador se dá pela obtenção de lucro em operações industriais, mercantis, comerciais e de prestação de serviços, decorre também de acréscimos patrimoniais de ganhos de capital e outras receitas operacionais.

O IRPJ pode ser apurado trimestralmente ou anualmente. A alíquota a ser aplicada sobre o lucro real (lucro líquido do período apurado com adições, exclusões e compensações determinadas pelo Regulamento do Imposto de Renda – RIR Decreto nº 9.580/2018), é de 15%. Além desta alíquota, há uma alíquota adicional de 10% sobre a parcela da base de cálculo que for superior ao limite de R\$ 60.000 trimestral.

• CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

A Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL foi instituída pela Lei nº 7.689/1998 é de competência da União. Os contribuintes da CSLL são pessoas jurídicas e a elas equiparadas pela legislação do Imposto de Renda domiciliadas no Brasil. O fato gerador é a obtenção do lucro no exercício, a base de cálculo é o lucro contábil ajustado.

A alíquota a ser aplicada na base de cálculo é 9% para pessoas jurídicas no geral e para entidades financeiras e equiparadas a elas, é 15%. Assim como ocorre com o IRPJ, a CSLL pode ser apurada trimestralmente ou anualmente.

• Contingências Tributárias

De acordo com o CPC 25, passivo contingente é uma obrigação possível resultante de eventos passados e que a sua existência será confirmada pela ocorrência ou não de fatos futuros incertos e que não são de total controle da entidade. Uma obrigação presente resultante de eventos passados não é reconhecida porque: não é provável que haja saída de recursos, que resultarão em benefícios econômicos, paga liquidar uma obrigação ou o valor da obrigação não pode ser mensurado com confiabilidade.

Com base nas notas explicativas da empresa, as contingências tributárias dizem respeito do PIS Semestralidade que consta como reconhecimento por ação judicial de compensação de crédito do PIS pago seis meses após o reconhecimento do faturamento, e também de processos judiciais visando a anulação do crédito tributário referente ao Imposto de Renda e a Contribuição Social sobre os lucros auferidos no exterior nos períodos de 1996 a 2002 e 2003 com direito à compensação do IR pago no exterior por tais controladas.

• ICMS – Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e Comunicação

O Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e Comunicação – ICMS é um imposto estadual, ou seja, os Governos dos Estados e do Distrito Federal que possuem a competência para instituí-lo. De acordo com o art. 2º da Lei Complementar nº 87, de 13 de setembro de 1996:

O imposto incide sobre: I - operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive o fornecimento de alimentação e bebidas em bares, restaurante e estabelecimentos similares; II - prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal por qualquer via, de pessoas, bens, mercadorias ou valores; (BRASIL, 1996).

Há outros fatos geradores presente na referida legislação, mas ambos citados são os principais. Além da Lei Complementar (LC) nº 87/1996 e suas alterações LC nºs 92/97, 99/99, 102/00 e 122/06, cada Estado possui uma regulamentação específica norteadas pelas normas gerais. Outro ponto relevante sobre o ICMS é o contribuinte que segundo o art. 4º da LC nº 87/96:

O contribuinte do imposto é qualquer pessoa, física ou jurídica, que realize com habitualidade ou em volume que caracterize intuito comercial, operações de circulação de mercadorias ou prestações de serviços de transporte interestadual ou intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e as prestações se iniciem no exterior. (BRASIL, 1996).

A base de cálculo do ICMS, conforme o art. 13 da LC nº 87/96, é o preço de venda da mercadoria ou o valor do serviço nos casos de transportes interestadual e intermunicipal e de comunicação.

O ICMS é um imposto não cumulativo, pode-se compensar o valor devido em cada operação de circulação de mercadorias ou prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicações cobrado nas operações anteriores.

Quanto as alíquotas, há as internas que se referem às operações ocorridas no mesmo estado e as alíquotas interestaduais quando as operações ocorrem para outro estado. A alíquota interna é determinada pela legislação de cada estado, já as alíquotas interestaduais são definidas pelo Senado Federal. Neste caso, pode haver a hipótese do contribuinte destinatário recolher o ICMS a título diferencial (DIFAL) entre as alíquotas interestadual da origem e a interna do estado de destino.

Outro ponto importante a se destacar do ICMS é que a legislação estadual pode atribuir a contribuinte do imposto ou a depositário a responsabilidade pelo pagamento do tributo. Este cenário caracteriza o substituto tributário.

2.1. Análise dos Tributos Sobre o Lucro

A demonstração financeira utilizada para analisar os tributos sobre os lucros é a Demonstração do Resultado do Exercício. Será feito a análise individual e consolidada de três períodos.

Para entender a análise, é necessário que alguns conceitos sejam expostos: Tributo corrente é o valor dos tributos devidos ou recuperável sobre o lucro tributável, são tributos a pagar sobre prejuízo fiscal.

Passivo fiscal diferido é valor do tributo sobre o lucro devido em período futuro relacionadas às diferenças temporárias tributáveis. Ativo fiscal diferido é o valor do tributo sobre o lucro recuperável em período futuro relacionado a

diferenças temporárias dedutíveis, a compensação futura de prejuízos fiscais não utilizados e a compensação futura de créditos fiscais não utilizados. (OLIVEIRA; CHIEREGATO; PEREZ JUNIOR; GOMES, 2014, p. 219)

Conforme os gráficos apresentados abaixo, vamos analisar primeiramente as demonstrações financeiras individuais, conforme observado, não houve tributos correntes nos períodos 2017 e 2018; no período de 2019, houve tributo corrente correspondente à 5,7% do IR e CSLL sobre o lucro.

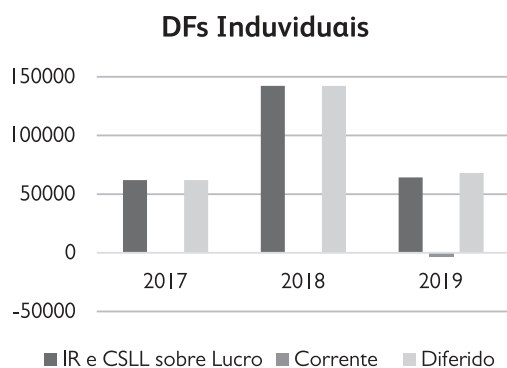


Gráfico 1: Tributos DF Individual
Fonte: Autores, 2020.

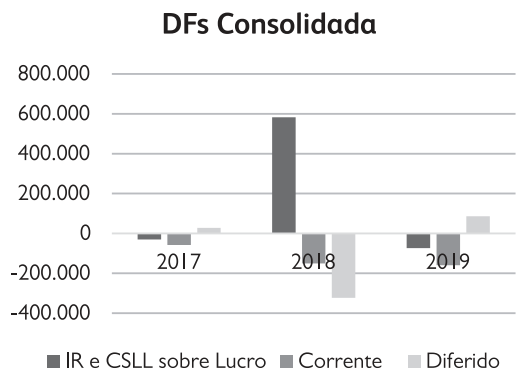


Gráfico 2: Tributos DF Individual
Fonte: Autores, 2020.

Ao observar as demonstrações financeiras consolidadas observamos em 2017 que o tributo corrente é quase o dobro do IR e CSLL sobre o lucro, em 2018 o tributo corrente representa 26% do IR e CSLL. Já em 2019, o tributo corrente representa mais de 100% do IR e CSLL.

2.2. CPC 32 Tributos Sobre o Lucro

O CPC 32 estabelece o tratamento contábil para os tributos sobre o lucro, ou seja, todos os tributos nacionais e estrangeiros incidentes sobre os lucros tributáveis. Nestes tributos, incluem-se os impostos retidos na fonte devidos por controlada, coligada ou empreendimento sob controle conjunto nas distribuições à entidade que apresenta o relatório.

Os tributos correntes do período corrente e de períodos anteriores, ainda não pagos, devem ser reconhecidos como passivo, se o valor já pago do período atual e anteriores for maior que o valor devido para aqueles períodos, o excedente deve ser reconhecido como ativo. Quando um prejuízo fiscal é utilizado para recuperar um tributo corrente (de um período anterior), esse benefício é reconhecido como ativo.

Os passivos fiscais diferidos devem ser reconhecidos quando há diferença temporária tributária exceto quando se tratar de *goodwill* e que não seja de combinação de negócios ou que não afete o lucro tributável. Os ativos fiscais diferidos devem ser reconhecidos quando for possível provar que haverá lucro tributável futuramente, mas com as mesmas restrições estabelecidas para o passivo diferido.

3. AVALIAÇÃO DA CONTA INVESTIMENTOS

A empresa Duratex S.A possui marcas fortes no mercado e de grande reconhecimento, tal fato se dá pelos importantes investimentos adotados por ela ao decorrer de sua trajetória estratégica.

No ano de 2017 a conta de Investimentos avaliados por equivalência patrimonial fechou em R\$ 2.398.231 no balanço patrimonial individual e R\$7.898 no balanço patrimonial consolidado. Tais valores foram destinados a manutenção fabril e projetos de aquisições da Duratex com intuito de maximizar a geração de caixa e reduzir a alavancagem financeira.

Já em 2018 a conta de investimentos no balanço individual fechou em R\$ 2.959.820 e um aumento relevante no balanço patrimonial consolidado, chegando a R\$ 50.968. Esse aumento em ambos balanços é reconhecido pelas novas aquisições ocorridas no ano de 2018. Por fim, o último ano analisado foi o de 2019, onde no balanço individual foi de R\$ 3.152.877 e no balanço consolidado foi de R\$ 127.010. A partir disso, nas notas explicativas da administração foi justificado pelos investimentos em ativos imobilizados e intangíveis e

para formação de ativo biológico, o qual contempla o desembolso na nova linha de revestimento cerâmico. Assim, após essas considerações feitas, foi observado que a conta investimento teve a sua curva aumentada a cada ano, podemos observar que de 2017 a 2019, em percentual, a evolução foi de mais de 20% no balanço da controladora.

3.1. Aquisições da Duratex nos Anos De 2017, 2018 E 2019

A Duratex S.A por ser uma empresa nomeada no seu ramo de atividade, tem a necessidade de expansão de seus negócios e inovações em estratégias para manter o seu posto de uma das melhores do mercado. Com isso, uma de suas necessidades são aquisições de novas empresas.

Analisamos o período de 2017 a 2019, e identificamos importantes aquisições realizadas pela Duratex. Em 24 de outubro de 2017, a Duratex S.A., adquiriu 99,82% das ações do capital social da Cerâmica Urussanga S.A. e 100% das quotas do capital social da Massima Revestimentos Cerâmicos Ltda. (juntas Ceusa), ambas empresas são especializadas na fabricação de pisos e porcelanatos, que encaixa perfeitamente à estratégia de crescimento da Companhia em segmentos sinérgicos aos negócios atuais. Desde a sua aquisição, a Ceusa trouxe boa rentabilidade para a Companhia com uma receita líquida de R\$ 44.222 e lucro líquido de R\$ 19.935. Ainda em 2017, exatamente em 24 de novembro, a Duratex S.A., celebrou um contrato de investimento na startup Viva Decora Internet Ltda. (Viva Decora) no valor de R\$ 6.260 com aquisição de 28,57% de participação do seu capital social.

Mais a frente, já em 21 de junho de 2018, a Companhia celebrou com a Lenzing AG, um grupo austríaco líder mundial na produção de fibras de celulose, um acordo para formação de um empreendimento conjunto, a LD Celulose, para construção de uma fábrica para produção e comercialização de celulose solúvel (do tipo viscose). A Duratex terá 49% de participação e a Lenzing com 51% da Nova Companhia. Os resultados da LD Celulose serão reconhecidos no resultado da Duratex por equivalência patrimonial. E o investimento por parte da Duratex no capital social desse novo projeto, será através do aporte de ativos florestais de cerca de 43 mil hectares de efetivo plantio de eucaliptos que possui na região, somado de um aporte financeiro.

No meio do ano de 2019, a controlada Cerâmica Urussanga S.A. ("Ceusa"), adquiriu 100% das ações do

capital social da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos S.A. e de suas controladas Cerâmica Portinari S.A. e Cecrisa Uruguay S.A. (juntas "Cecrisa"), e desembolsou R\$ 289,8 milhões em uma das maiores empresas de Revestimentos Cerâmicos do país, e que produz e comercializa produtos com as marcas Cecrisa e Portinari. Foi evidente para os balanços da companhia o quanto esse investimento contribuiu, apresentando uma receita líquida de R\$ 305.310 e resultado de R\$ 1.248.

3.2. Consolidação das Demonstrações Financeiras da Duratex S.A

Segundo o Pronunciamento Técnico CPC 36 (R3) – Demonstrações Consolidadas, a entidade que seja controlada deve apresentar demonstrações consolidadas utilizando políticas contábeis uniformes.

De acordo com as Notas Explicativas das Demonstrações Financeiras da Duratex S.A (2019), a administração é responsável pela elaboração e apresentação das demonstrações financeiras individuais e consolidadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo International Accounting Standards Board (IASB), implementados no Brasil por meio do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), e aprovados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC).

Segundo a Duratex (2019), a administração também é responsável pela avaliação da capacidade de operação da Companhia, divulgando, quando aplicável, os assuntos relacionados a sua continuidade operacional e o uso dessa base contábil na elaboração das demonstrações financeiras individuais e consolidadas, a não ser que a administração pretenda liquidar a Companhia.

3.3. Vendas e Baixas de Investimentos da Duratex

Conforme mencionado na nota explicativa 29 exposta na Demonstração Financeira da Duratex, em 2019, 2018 e 2017, a controlada Duratex Florestal Ltda., apartou fazendas (somente terras), totalizando resultados nos valores de R\$ 266.650 em 2019, R\$ 621.126 em 2018 e 57.383 em 2017 líquido do custo da baixa, dos quais R\$ 250.436 foram recebidos até 31 de dezembro de 2019, R\$ 489.119 foram recebidos até 31 de dezembro de 2018 e R\$ 28.705 até 31 de dezembro de 2017. O motivo da alienação dessas fazendas foi pelo fato de que as mesmas se en-

contravam ociosas por serem distantes das unidades industriais da empresa e possuíam alto valor para outras atividades econômicas, além de cumprir com o seu projeto iniciado em 2016 de desmobilização de ativos não essenciais.

Esta operação é orientada pelo CPC 38, que tem por objetivo estabelecer princípios que norteiam o reconhecimento e mensuração de ativos financeiros, passivos financeiros e alguns contratos de compra e venda de itens não financeiros.

A contabilização da operação foi:

D – Caixa e Equivalente de Caixa (AC)

C – Investimento (ANC)

C – Resultado Venda das Fazendas (PL)

4. CONTABILIDADE E ANÁLISE DE CUSTOS

A análise realizada nas notas explicativas da Duratex S.A. mostrou que não há evidenciação das políticas de gestão de custos utilizadas pela empresa. Foi localizada uma breve menção da política de gestão de custos no Relatório da Administração, este cita que o controle de custos e despesas é realizado por meio do Sistema de Gestão Duratex (SGD). Por outro lado, nas notas explicativas foram relatados que os custos que compreendem os custos dos produtos acabados são os custos de matérias-primas, de mão de obra direta e outros custos diretos e suas respectivas despesas diretas de produção.

4.1. Custo dos Produtos Vendidos - CPV

O custo dos produtos vendidos das empresas industriais é composto por custos diretos, como com matérias-primas e mão de obra direta e custos indiretos. Estes não estão diretamente ligados ao produto, mas são gastos necessários à manutenção das atividades operacionais da empresa. Os custos indiretos também são mais difíceis de atribuir um valor para compor o CPV.

4.2. Custo dos Produtos Vendidos por Operações

•Divisão Madeira:

Observa-se pelo gráfico abaixo que os a maior parte dos gastos desta divisão é com materiais: outros materiais, resina, madeira e papéis. Em seguida observamos maiores gastos com mão de obra e depreciação e amortização.

Madeira Custo dos Produtos Vendidos 4T2019(%)

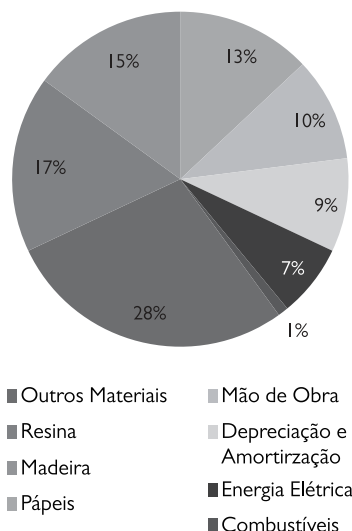


Gráfico 3: CPV Divisão Madeira
Fonte: Duratex, 2019.

•Divisão Deca:

Nesta divisão, pode-se observar que a maior parte dos gastos também é com outros materiais, seguidos do gasto com metais e de mão de obra.

Deca Custo do Produto Vendido 4T2019(%)

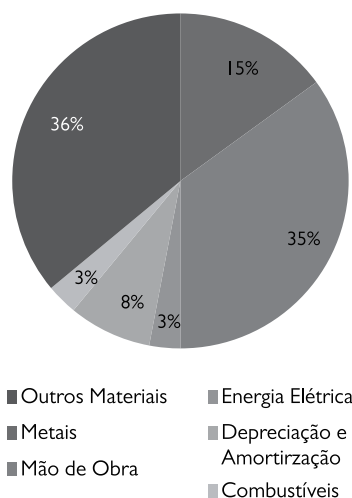


Gráfico 4: CPV Divisão Deca
Fonte: Duratex, 2019.

•Divisão Revestimentos Cerâmicos:

Nesta divisão, os custos apresentam-se da seguinte forma: a maior parte com outros materiais, seguidos de mão de obra e energia elétrica.

Revestimentos Cerâmicos Custo do Produto Vendido 4T2019(%)

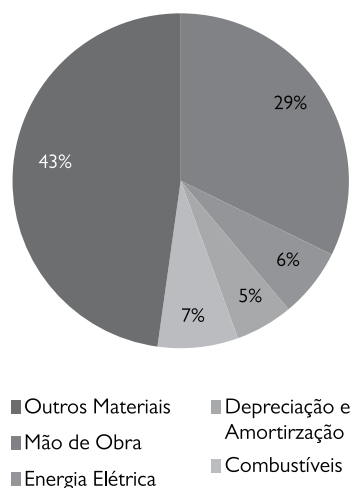


Gráfico 5: CPV Divisão Revestimentos Cerâmicos
Fonte: Duratex, 2019.

4.3. Custeio Baseado em Atividades

O custeio baseado em atividade, também conhecido como ABC, consiste em direcionar os custos indiretos aos produtos por atividades. Cada uma destas, deve identificar um fator pelo qual seja possível mensurar quanto de seu custo é atribuído a cada produto. Este fator recebe o nome de direcionadores de custos. O custeio por atividades é eficaz quando utilizados para obter informações gerenciais, pois abrange não somente os custos, mas também gastos relacionados ao a processo produtivo.

Identificação dos Fatores Determinantes de Custos da Duratex S.A. e Direcionadores de Custos

Conforme disposto anteriormente, nas notas explicativas e DRE não estão evidenciados a gestão de custos da empresa, porém no *Fact Sheet* que é uma ficha técnica informativa aos investidores encontramos os respectivos gastos em porcentagem elencados acima. Com base nestes dados, os fatores determinantes são: matérias-primas (materiais), mão de obra e por fim, energia elétrica.

Na identificação dos direcionadores de custos, utilizaremos os custos indiretos observados nas divisões: Madeira, Deca e Revestimentos Cerâmicos que estão no *Fact Sheet*. Os custos indiretos citados foram de energia elétrica, depreciação e amortização e por fim, combustíveis. Dessa forma, os direcionadores que podemos atribuir a estes custos são:

- Medidores por departamentos (Kwh) ou Hora-máquina para energia elétrica;
- Hora-máquina para depreciação;
- Horas Trabalhadas para combustíveis.

4.4. Custos Indiretos

Custos Indiretos são relativos ao objeto de custo em particular, mas não podem ser rastreados para aquele objeto de custo de forma economicamente viável, (HORNGREN, C.; FOSTER, G.R.; DATAR,S.M., 2004).

Observados os tipos de produtos oferecidos pela Duratex, foi reconhecido principais custos indiretos que compõem em suas demonstrações financeiras, tais como, energia, gás natural – utilizado para alimentar os processos de fabricação de louças – as licenças de softwares, frete, materiais indiretos e mão de obra indireta.

A companhia ainda está atenta a reduzir cada vez mais esses tipos de custos, conforme demonstrado em seu relatório de 2019, houve redução no consumo de energia de 18,9%, tal fato foi influenciado devido a suspensão das atividades realizadas em sua unidade de Botucatu (SP).

4.5. A Logística da Duratex

Os custos logísticos são todos os relacionados com a logística da companhia, como custo de armazenagem, custo com estoque, custo com processamento de pedidos e custos com transportes. Todos esses custos fazem parte do que totaliza o custo logístico da Duratex.

Hoje a companhia conta com 6 unidades florestais e 16 unidades industriais no Brasil, além de 3 fábricas na Colômbia. As plantas industriais da Duratex estão localizadas em pontos estratégicos de tal maneira que fiquem próximos as fontes de suprimentos e dos mercados consumidores, permitindo assim atender ao mercado nacional com eficiência e agilidade. O trans-

porte em distâncias maiores que 200km faz dobrar o custo da “madeira em pé”, por esse e outros motivos, a Duratex busca se manter em boas localizações para não tornar-se refém de seus fornecedores.

A Duratex possui negócios nas áreas de madeira, deca e revestimentos cerâmicos. Entre essas áreas, o custo com transportes é maior dos produtos da deca devido as louças sanitárias serem fáceis de quebrar.

Esses custos também são vistos com o intuito de redução, e para isso existe um sistema integrado de fornecimento de madeira, com florestas próprias renováveis localizadas próximas às fábricas, e também a verticalização do processo de produção da Divisão Madeira tornando o fornecimento de madeira autosuficiente com custos baixos.

CONCLUSÃO

Baseado nos relatórios do 4T2019, a Duratex S.A. possui um acompanhamento minucioso em relação aos tributos diferidos e divulga as informações tanto na DRE quanto nas notas explicativas sobre a estimativa de realização destes tributos. Sobre as contingências tributárias, as principais são em relação à compensação de créditos e de incidência de IR e CSLL sobre lucros auferidos no exterior.

No tocante à análise das contas investimentos, a empresa obteve uma ascensão nesta conta desde 2017 até 2019. Durante este período também observamos aquisições de novas empresas objetivando a expansão de mercado e também como estratégia na manutenção de liderança. Foram observadas baixas também, porém algumas destas foram feitas por serem propriedades consideradas ociosas e por serem distantes de unidades industriais.

Quanto aos custos, nas notas explicativas encontram-se como integrantes principais do custo do produto vendido: matérias-primas/materiais e mão de obra, além destes custos diretos há os custos indiretos como energia elétrica, combustíveis (gás natural) e também com licenças de softwares. A logística da empresa se dá pela distribuição geográfica das unidades industriais, reduzindo a distância e a dependência dos fornecedores.

REFERÊNCIAS

DURATEX. **Informações Financeiras**. Disponível em: <<https://www.duratex.com.br/ri>>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

DURATEX. Perfil Corporativo. Disponível em: <<https://www.duratex.com.br/ri>>. Acesso em: 19 de maio de 2020.

HORNGREN, C.; FOSTER, G.R.; DATAR, S.M.; **Contabilidade de Custos** – vol. 01. 11ª ed. Prentice Hall Brasil – 2004.

IUDÍCIBUS S. et al. **Manual de Contabilidade Societária**. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA L. M. et al. **Manual de Contabilidade Tributária**. 13 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

Por que fazer **ECONOMIA** na **STRONG ESAGS?**

Porque a **STRONG ESAGS** é uma das 5 melhores faculdades de Economia do Estado de SP, segundo o **ENADE - MEC.**



vestibularesags.com.br

 **EQUAA**
Education Quality Accreditation Agency

CERTIFICAÇÃO
DE QUALIDADE

 FGV

ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO



STRONG
ESAGS



ARTIGO

Autor: Prof. Ph.D. Pedro Carvalho de Mello - Professor de Economia da STRONG ESAGS, Membro da CLAAF (Comitê Latino Americano de Macroeconomia e Finanças, Washington D.C.)

BERT HOSELITZ, DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E MUDANÇA CULTURAL

Quando iniciei em 1969 meus estudos de doutorado em economia na Universidade de Chicago, um dos meus primeiros professores na escola foi Bert Hoselitz. Ele era o editor e fundador de uma revista, "Economic Development and Cultural Change". A revista, publicada a cada trimestre pela University of Chicago Press, continua ativa até os dias de hoje.

Seu curso na escola de economia versava sobre esse assunto. Confesso que naquela época o tema não me entusiasmou muito – o foco maior dos estudantes recém entrados era ter aulas com Milton Friedman e outros expoentes da Chicago School - mas ficou dormente na minha lista de preocupações intelectuais.

Hoje, após cerca de cinquenta anos, e depois de muito pesquisar e refletir sobre limitações de se restringir apenas às dimensões estritamente econômicas dos fatores do desenvolvimento econômico, rendo-me aos brilhantes insights do meu antigo mestre.

Esse artigo busca homenagear o Prof. Hoselitz, ressaltar sua relevância para os dias de hoje, falar da publicação que ele fundou e conduziu por muitos anos, e finalmente, ao resgatar o tema, mostrar a importância das dimensões culturais para ajudar a explicar o complexo problema do processo de desenvolvimento econômico no Brasil.

VIDA

Berthold Frank Hoselitz nasceu em Viena em 27 de maio de 1913. Morreu em Chicago, aos 81 anos, em 14 de fevereiro de 1995. Estudou na Áustria, na Universidade de Viena, de 1932 a 1937. Em 1936, recebeu o título de Doutor em Jurisprudência. Nesse período acadêmico, Hoselitz recebeu grande influência de Ludwig von Mises, um dos expoentes da "segunda" Escola Austríaca de economia.

Começa a ter também uma militância política, tornando-se membro do Partido Trabalhista Social Democrata, atuando entre 1928 a 1938.

No final dos anos 30, a Áustria sucumbe às pressões nazistas. Em 1938, esse país é anexado à Alemanha. Vítima de perseguição, Hoselitz foge da Áustria, indo

para a Inglaterra via China, onde chega em 1942. De lá, quase em seguida, muda-se para os Estados Unidos.

Vai trabalhar como professor de economia no Manchester College, em Indiana (1940-41). Em seguida, vai estudar na Universidade de Chicago. Em 1945, obtém o Master's degree. Nessa época, também trabalha como assistente de pesquisa do Professor Jacob Viner na Yale University (em 1943).

Em meados dessa década, Hoselitz inicia então sua vida profissional na University of Chicago, que vai durar pelo resto da sua vida.

HOSELITZ NA UNIVERSIDADE DE CHICAGO

Começou sua carreira na University of Chicago como instrutor de ciências sociais, e tornou-se Professor Assistente de Economia em 1946.

Em 1947-48 um interregno: Hoselitz vai trabalhar no Carnegie Institute of Technology como professor associado. Aí acontece uma passagem curiosa. Ele ensinou um curso no Carnegie Institute of Technology, sobre economia internacional.

Dentre seus alunos, John Nash, futuro prêmio Nobel e autor de uma notável obra sobre teoria dos jogos e barganha. Em suas entrevistas, Nash, formado em matemática na Princeton University, dizia que o único curso de economia que fez em sua vida foi o de Hoselitz, e que havia gostado muito. Segundo ele, Hoselitz influenciou seu pensamento sobre barganha, com exemplos de países negociando acordos de tarifas.

Hoselitz retorna para a University of Chicago em 1948, como professor associado. Em 1951, funda o Research Center in Economic Development and Cultural Change, e a revista do Centro, *Economic Development and Cultural Change* (EDCC). Essa revista vai tomar um perfil mais regular, como publicação, a partir de 1961. O principal objetivo do Centro de Pesquisa do Desenvolvimento Econômico e Mudança Cultural foi criar equipes de pesquisadores capazes de fazer a ligação entre cultura e desenvolvimento por meio da pesquisa interdisciplinar.

Em 1953 ele foi promovido a "Professor of Economics and the Social Sciences". Passa a servir em diversos comitês e chefias na Universidade, com o foco na interdisciplinaridade.

Entre os anos 1952 e 1962 desempenha diversos papéis em missões internacionais e conferências, especialmente em El Salvador, Índia, o Senado dos Estados Unidos e a UNESCO.

Em 1978 ele se aposenta, tornando-se professor emérito. Segue como editor da EDCC até 1985, vindo a falecer em 1995.

O CONTEXTO INTELECTUAL DA UNIVERSITY OF CHICAGO

Nas décadas de 60 e 70 a Universidade de Chicago tornou-se um celeiro de prêmios Nobel de economia. Virou um centro de referência internacional.

Contrariamente ao que se pensa, no entanto, não havia nenhum bloco monolítico de pensamento.

Conviviam, no Departamento de Economia, diversas correntes intelectuais de pensamento sobre teoria econômica, métodos empíricos e políticas econômicas.

Em certas ocasiões, as divergências podiam até assumir pontos de ruptura. Por exemplo, era voz corrente que Milton Friedman não aprovava a presença de Friedrich Von Hayek no Departamento. Os dois grandes economistas discordavam do papel da moeda e das políticas monetárias. A solução foi criar "dois departamentos", dentro de um. Hayek foi contratado pelo "Committee on Social Thought", e Friedman pelo Departamento de Economia propriamente dito.

Hoselitz trafegava entre essas duas correntes. Por um lado, simpatizava com os economistas europeus, tais como Jacob Viner e F. Hayek, mas por outro lado se aliava a economistas mais empíricos, como Theodore Schultz e D. Gale Johnson.

No final das contas, foi capaz de criar seu próprio nicho, o Centro de Pesquisa sobre Desenvolvimento Econômico e Mudança Cultural.

A EDCC E OUTRAS OBRAS

Hoselitz deixou notáveis contribuições.

Em primeiro lugar, não só advogou a importância de fatores não-econômicos para o processo de desenvolvimento econômico, tais como cultura, instituições e sociedade, como fundou uma importante revista focalizando esses assuntos.

A revista "Economic Development and Cultural Change" (EDCC) foi estabelecida pelo Centro de Pesquisa sobre Desenvolvimento Econômico e Mudança Cultural, da Universidade de Chicago, em 1952. A partir de 1961, toma um formato mais regular. É editada pela Universidade de Chicago, com circulação trimestral, e continua ativa até hoje.

A revista publica estudos que utilizam enfoques teóricos e empíricos, e busca focalizar os determinantes

e efeitos da mudança cultural (em suas várias dimensões) como impactando o desenvolvimento econômico, principalmente nos países mais pobres. A EDCC valoriza muito artigos com enfoque multidisciplinar.

Dentre os assuntos cobertos, cabe destacar a reforma educacional, imigração, etnicidade, problema agrário, finanças para pequenas empresas, papel das instituições, e outros temas que conectam fatores sócio-econômico-culturais-institucionais com a efetividade do desenvolvimento econômico.

A ênfase da revista EDCC recai em trabalhos empíricos, concentrados em evidências no nível micro, utilizando dados que testem modelos teóricos, e que possam explorar impactos da política de desenvolvimento econômico. Podemos dizer que é constante o enfoque nas questões “micro” do desenvolvimento econômico, porém um “micro” que aborda integradamente economia e outros fatores sociais, institucionais e culturais.

O editor mais importante da EDCC foi Hoselitz, onde atuou nessa capacidade de 1952 até 1985. Ademais, Hoselitz foi autor de importantes livros e artigos. Apresentamos a bibliografia no final desse artigo. Escolhemos dois trabalhos para comentar.

Primeiro, o livro *Sociological Aspects of Economic Growth* (Glencoe, IL: Free Press, 1960). Esse livro reúne diversos artigos importantes escritos por Hoselitz. Dado que o livro foi escrito em 1960, cabe discutir sua relevância atual.

Com efeito, pode perguntar-se até que ponto esses ensinamentos são úteis para esclarecer os desafios do desenvolvimento econômico, ou necessitamos de outros tipos de modelos do crescimento econômico? Como caracterizar a ideia de progresso? Até que ponto é válido se falar de cultura, num sentido amplo, como motora do desenvolvimento econômico? Esses são os principais temas discutidos nessa obra.

Segundo, o livro editado por Hoselitz em 1960, *Theories of Economic Growth* (New York: The Free Press, 1960). Nesse livro, ele publica o artigo “Theories of Stages of Economic Growth”, que passo a comentar.

A ideia que as sociedades e nações passam por estágios de crescente progresso é antiga. Vem desde o tempo de Aristóteles, mas ganhou relevância a partir de fins do século 18. Com efeito, economistas – como Adam Smith, os enciclopedistas franceses, Karl Marx, os adeptos da escola histórica alemã e os autores mais modernos como Walt Rostow – passam a vislumbrar o processo de crescimento de um

país como sendo uma sequência histórica de etapas de desenvolvimento.

De acordo com essa teoria dos estágios, haveria um caminho crítico, com o país migrando de etapas mais simples para etapas mais complexas de organização da atividade econômica.

Hoselitz faz uma abrangente resenha dessa teoria, segundo as várias escolas econômicas. Em especial, a “Escola Histórica Alemã”.

Hoselitz é um caso interessante. Tendo se formado na tradição austríaca, que enfatiza teoria e métodos dedutivos, ele nutria simpatias pela Escola Histórica Alemã, que enfatizava empiricismo, métodos indutivos e coleção de dados.

Nesse artigo, portanto, ao analisar os autores alemães, Hoselitz critica a falta de teoria para explicar como se passa a transição de um estágio (por exemplo, o pastoral/agrícola) para outro (por exemplo, o industrial). Por outro lado, critica indiretamente a Escola Austríaca, ao enfatizar e recomendar o uso de análises empíricas, e incorporar dimensões de cultura, sociedade e instituições no quadro analítico.

Note-se que o tema de “estágios” é preocupação constante de Hoselitz, mas com uma importante nuance. Ele incorpora os aspectos culturais (num amplo sentido), e busca entender como o “micro” desenvolvimentismo é fundamental para uma economia passar de um estágio para outro.

A IMPORTÂNCIA DE FATORES CULTURAIS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

O tema desenvolvimento econômico é ardiloso e multifacetado. Foram tantos os “fatores críticos” arrolados pela literatura ao longo dos anos, para cada um se atribuindo um papel de liderança, que se pode falar que existe o “mistério do desenvolvimento econômico”.

Ou seja, a despeito de todo o empenho dos economistas para identificar e avaliar as forças que explicam o desenvolvimento econômico, permanece ainda relativo “mistério” sobre qual seria o principal fator para deflagrar o desenvolvimento econômico dos países.

Essas forças não são necessariamente de natureza econômica, daí a dificuldade dos modelos de crescimento econômico para terem uma aplicação realmente efetiva. Existem sérias restrições ao seu uso para moldar políticas que se traduzam em crescimento econômico.

Ao analisarmos a evolução dessa teoria, no entanto, vemos que seu poder explicativo está gradualmente ganhando força. Os primeiros modelos da teoria do crescimento econômico chamavam a atenção para o papel da expansão dos fatores de produção como criadores de nova produção. Em seguida, o foco de atenção começou a voltar-se para a explicação da produtividade da mão-de-obra, e o papel da intensidade de capital e da tecnologia.

Com o tempo, outras forças foram adquirindo relevância, tais como a educação (capital humano); a inovação e a tecnologia (endógenos); a coordenação de investimentos; as instituições políticas e governamentais; e a interdependência com a economia global (papel do comércio internacional).

Os países em desenvolvimento, por sua vez, acabaram por adotar –muitas vezes como fruto das circunstâncias – diversas políticas de desenvolvimento para resolver problemas concretos. Criou-se também nessa periferia uma literatura econômica, chamada “desenvolvimentista”, em paralelo ao que se produzia (teoria de crescimento) nas economias mais ricas. Atualmente, fazem-se esforços para obter uma maior integração desses blocos teóricos.

Cabe notar que, nessa visão “macro desenvolvimentista”, existe uma liderança implícita “top down”, em que os governos centrais determinam as políticas de desenvolvimento de cima para baixo, e os governos e instituições atomizadas têm de adaptá-las para suas realidades e necessidades concretas.

As pesquisas, estudos empíricos e ideias acumuladas ao longo do tempo, nas pesquisas e publicações do Centro dirigido por Hoselitz vão fazer a ponte entre o “macro desenvolvimentista” e as necessidades atomizadas da sociedade que se pretende influenciar.

Podemos designar essa visão como “micro desenvolvimentista”. Ela contribui um modelo de liderança “bottom up”, em que a caracterização e especificidade das políticas sociais de desenvolvimento são geradas por milhares de entidades sociais do país.

O intercâmbio entre essas duas visões e modelos de liderança é que vai proporcionar a “sintonia fina” para ajustar e potencializar o alcance das políticas de desenvolvimento.

Evidentemente, existem outras contribuições feitas por outros autores, mas Hoselitz foi um dos pioneiros nessa área. Não só por suas próprias ideias, como também às dos integrantes do Centro.

Arrolando algumas das suas ideias, Hoselitz contribuiu com sua análise de diversos tópicos de política

econômica e história intelectual, tais como guerra e ocupação militar, urbanização, estágios do crescimento econômico, e o papel do empreendedor.

Com o tempo, a atenção de Hoselitz centrou-se na explicação sobre os contrastes na organização social entre economias desenvolvidas e em desenvolvimento (ou atrasadas). Buscou criar um quadro baseado nas ciências sociais que apontasse os fatores críticos e dinâmicos do desenvolvimento.

Com base numa estrutura de análise de Talcott Parson, Hoselitz fez diversas distinções entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos, baseada em padrões de definição de papéis:

- a) Países desenvolvidos são orientados para alcançar objetivos meritocráticos, tais como alvos educacionais, enquanto os países subdesenvolvidos se baseiam em status, compadrio e religião;
- b) Países desenvolvidos adotam padrões universais, com base nas regras legais, enquanto países subdesenvolvidos tendem a adotar padrões particulares, enfatizar relações pessoais e montar redes de relacionamento de compadrio;
- c) Economias desenvolvidas mostram extensa divisão de trabalho, enquanto países subdesenvolvidos tendem a exibir uma força de trabalho menos especializada.

REFLEXÕES SOBRE O ATUAL ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO DO BRASIL

O Brasil é um país “médio” numa série de indicadores sociais. Por exemplo, o PIB per capita do Brasil, cerca de US\$ 10,000, está muito próximo do PIB médio mundial. No entanto, essa média esconde uma grande variação em torno dessas médias (o “Belíndia”).

Sendo assim, o problema do Brasil não é apenas turbinar seu crescimento econômico, como também avançar nos indicadores sociais, institucionais e, numa visão ampla, culturais, tal como proposto por Hoselitz.

Fazendo uma analogia com as divisões do campeonato brasileiro, podemos dizer que o Brasil está ou na “zona de rebaixamento” do grupo 1 (os países desenvolvidos), ou na “zona de progressão” do grupo 2 (os em desenvolvimento). Avançamos um pouco, mas logo mostramos retrocesso. Sempre nas zonas fronteiriças das duas divisões. Somos reincidentes em praticar o famoso “voe de galinha”, em que essa ave levanta do solo mas não ganha altura sustentável.

Estamos vivenciando, de fato, quatro décadas de turbulência e estagnação. Muitos constataam que o futuro esperado não veio, e se perguntam: será que um dia ele virá? Será que caímos numa “armadilha dos países de renda média” de longa duração?

O quadro a seguir retrata o processo de estagnação.

BRASIL: Crescimento médio anual do PIB em décadas (fonte: IpeaData, IBGE e Banco Central)

Décadas e Anos	TAXAS DE CRESCIMENTO em %
1901-1910	4,2
1911-1920	4,2
1921-1930	4,5
1931-1940	4,4
1941-1950	5,9
1951-1960	7,4
1961-1970	6,2
1971-1980	8,6
1981-1990	1,6
1991-2000	2,6
2001-2010	3,7
2011-2018	0,6
2011-2020*	0,8

Note-se que entre 2012 e 2018 o PIB mundial cresceu em todos os anos com taxas acima de 3,4%. Não cabe jogar a culpa do nosso baixo desempenho nas forças econômicas internacionais.

Em 1980, o PIB per capita do Brasil era 58% maior que o do Chile, e 71% menor que o do USA; em 2017, foi 28% menor que o do Chile, e 80% menor que USA.

Como melhorar esse quadro? Como religar o motor do crescimento, tal como experimentamos entre 1940 a 1980? A resposta mais correta, sob a ótica do que eu chamo “macro desenvolvimentista”, baseia-se em adotar políticas de aumento da produtividade total dos fatores.

Com efeito, num quadro demográfico com uma população estável com crescente envelhecimento, vai ser necessário que haja um aumento crescente da

produtividade média do trabalhador, para se obter um crescimento sustentável da renda per capita.

Nessa visão “macro desenvolvimentista”, precisa-se aumentar a taxa de investimento em infraestrutura e “capital físico”, aprimorar a qualidade do processo de educação e qualificação profissional, assim ampliando o estoque de “capital humano”, modernizar as instituições e fazer as demais reformas legais e sociais que permitam uma maior sinergia com essas iniciativas.

Essa visão, embora correta em minha opinião, é bastante abstrata, quando se tenta traduzi-la em políticas concretas. Num país com as dimensões territoriais do Brasil, com mais de 200 milhões de pessoas, e exibindo significativas diferenças culturais, regionais e sociais, necessita-se adotar complementarmente do que eu chamo, baseado em Hoselitz, de uma visão “micro desenvolvimentista”.

CONCLUSÕES E COMENTÁRIOS FINAIS

Com efeito, o que podemos nos beneficiar das análises de Hoselitz é dar mais atenção nesse processo aos fatores institucionais, sociais e culturais, no sentido de criar sinergias com os fatores mais de natureza econômica.

Evidentemente, não cabe nesse artigo identificar quais sejam esses fatores. O que se deve fazer é apontar que a ECCC, ao longo de 68 anos, a cada trimestre, publicou diversos artigos, mostrando a análise “micro cultural” do desenvolvimento econômico e listando centenas de tais fatores. São mais de 1.000 artigos com forte conteúdo empírico, que fazem análises setoriais, urbanas e regionais específicas. No seu conjunto, uma riquíssima fonte de métricas de desempenho ao nível micro e de inspiração para políticas econômicas e sociais.

Que possamos aproveitar algumas dessas lições para voltarmos ao futuro desejado, com certeza algo que seria do inteiro agrado do Prof. Hoselitz!

REFERÊNCIAS

HOSELITZ, Bert Frank; SIMON, Henry. **The Economics of Military Occupation**. Chicago: He Foundation Press Inc, 1944. 360 p. (Edição revisada).

_____. Professor Hayek on German Socialism. **Jstor**, New York, v. 35, n. 5, p. 929-934, dez. 1945. Disponível em: www.jstor.org/stable/1812605. Acesso em: 20 jun. 2020.

_____. (1952), "Entrepreneurship and Economic Growth," **American Journal of Economics and Sociology** 12, no.1 (October): 97-110.

_____. (1952) "Non-economic Barriers to Economic Development" **Economic Development and Cultural Change** 1:1 (March 1952): 8-21.

_____.(1953) "The Scope and History of Theories of Economic Growth" **Revista de Economia Política**, Vol.5, No.1 (May, 1953): 9-28.

_____. (1953), "Social Structure and Economic Growth," **Economia Internazionale**, 6:3 (Aug. 1953): 52-77.

_____.(1953) "The Role of Cities in the Economic Growth of Underdeveloped countries," **Journal of Political Economy** Vol. 61, No.3 (June, 1953): 195-208.

_____.(1955) "Generative and Parasitic Cities" **Economic Development and Cultural Change** 3:3 (April, 1955): 278-94.

_____. (1956) "Entrepreneurship and Capital Formation in France and Britain since 1700," in **Capital Formation and Economic Growth**, pp. 291-338. Princeton, N.J.: National Bureau for Economic Research.

_____.(1957) "Urbanization and Economic Growth in Asia". **Economic Development and Cultural Change** 6:1 (October, 1957): 42-54.

_____.**Sociological Aspects of Economic Growth**, Glencoe, IL: Free Press, 1960.

Includes most of Hoselitz's major papers since 1952, listed above.

_____. (1960) "Theories of Stages of Economic Growth," in Bert F. Hoselitz ed., **Theories of Economic Growth**. New York: The Free Press.

_____.(1961) "Tradition and Economic Growth" in Ralph Braibanti and Joseph J. Spengler eds. **Tradition, Values, and Socio-Economic Development**. Durham, NC: Duke University Press. London: Cambridge University Press. pp. 83-113.

_____.(1963) "Main Concepts in the Analysis of the Social Implications of Technical Change" in Bert F. Hoselitz and Wilbert E. Moore eds. **Industrialization and Society**. UNESCO-Mouton. pp. 11-31.

MENGER, Carl. **Principles of Economics**, Translation by James Dingwall and Bert Hoselitz (1950). Glencoe, IL: Free Press; 2nd edition, NYU Press.

OVERTVELDT, Johan Van (2007) **The Chicago School: How the University of Chicago Assembled the Thinkers who Revolutionized Economics and Business**. Chicago: Agate

Por que fazer **DIREITO** na **STRONG ESAGS?**

Porque é o único curso do ABC que prepara o aluno para uma formação jurídica voltada para a área de negócios.



vestibularesags.com.br

 **EQUAA**
Education Quality Accreditation Agency

CERTIFICAÇÃO
DE QUALIDADE

 FGV

ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO
 **STRONG**
ESAGS



IC INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Autores: *Mayara de Holanda, Michelle Santos, Johnson Paulino da Silva, Thayná Siqueira, Rafaella Borges, e Murilo Ferrari*
Orientadora: *Profa. Dra. Tatiana Almendra Dutra, Docente do curso de Administração da STRONG ESAGS*

UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS TÉCNOLÓGICAS NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Resumo:

Com o advento da tecnologia o mundo sofreu diversas mudanças em sua forma de gerir uma organização impactando diretamente na área de recursos humanos. O presente estudo tem como objetivo verificar quais são os principais benefícios com o uso da tecnologia no processo de recrutamento e seleção, para isso foi realizada uma pesquisa qualitativa através de um estudo de caso, em uma empresa desenvolvedora de softwares voltados para recrutamento e seleção. Como resultados encontrou-se nove categorias na literatura e oito delas se confirmaram a partir deste estudo como benefícios da utilização de softwares para processos de recrutamento e seleção.

Palavras-chave: Recrutamento e seleção, recursos humanos, tecnologia, big data, *People Analytics* e *Human Resources Analytics*.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O mundo atual está vivendo uma verdadeira revolução tecnológica. A tecnologia passou a influenciar a vida humana em todos os aspectos, e dentro do mercado profissional não é diferente, as empresas tem empregado ferramentas tecnológicas em todas as áreas organizacionais (SANTOS, 2017). Ainda segundo o autor, na área de gestão de pessoas esse benefício é observado em diversos processos, as organizações estão totalmente imersas na era digital, e a forma como estão coletando dados vem sendo alterado pela nova era digital.

Em recrutamento e seleção muitas vezes etapas presenciais não se fazem mais necessárias, visto que a utilização de ferramentas como Skype se tornam constantes, assim como filtros para seleção de pessoas a partir de análises realizadas por softwares, sendo assim o presente artigo tem como objetivo verificar, a partir de um estudo de caso, os benefícios encontrados na utilização da tecnologia para o processo de recrutamento e seleção.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

A tecnologia vem sendo cada vez mais utilizada para a gestão de pessoas nas organizações utilizando ferramentas como o Big Data, que visa o armazenamento e o processamento de dados nos quais pode ser usado para diversas áreas, no caso de recrutamento e seleção os benefícios que ele pode trazer, é em relação ao armazenamento aos dados dos candidatos, seus perfis, características e aptidões que podem facilitar a tomada de decisão (SANTOS, 2017). Para Breternitz e Silva (2013, p. 3), a principal ideia do Big Data é a promoção da tomada de decisão através do fluxo de dados que apresentam os padrões em menor tempo e em tempo real, podendo facilitar a gestão de diversas áreas da organização na tomada de decisão, mas não é específico para a área de gestão de pessoas.

Segundo Franciso; Silva; Martinez (2019), a utilização de Big Data na gestão de recursos humanos é chamada de *People Analytics*, que consiste no processo de análise de um grande banco de dados com o objetivo de fornecer previsões e diagnósticos que auxiliem no processo de gestão de pessoas no ambiente organizacional, com base em dados objetivos e estatísticos, resultado maior eficácia operacional e mais fidelidade no que tange valores organizacionais.

Uma ferramenta bastante utilizada pela área de gestão de pessoas é o *Human Resources Analytics*, a partir do *People Analytics*, direcionada ao alinhamento do planejamento de pessoas à estratégia organizacional, pois são capazes de prever, tendências, oportunidades e ameaças auxiliando na tomada de decisões de forma sustentável, possibilitando respostas rápidas e precisas com o menor índice de erros. O uso de ferramentas tecnológicas voltadas para a área de gestão de pessoas, mas precisamente no que diz respeito a recrutamento e seleção pode se tornar um diferencial estratégico, já que o capital humano é o maior responsável pelo sucesso de uma organização (SANTOS, 2017, apoiado em PATRE, 2016).

Além do uso primário dessa tecnologia, que diz respeito à assistência ao cliente, há também a utilização secundária que tange a medição de qualidade e desempenho no desenvolvimento das atividades, “essa utilização secundária requer pré-processamento, transformação de dados em novas variáveis, métodos analíticos e interpretação”. (FRANCISCO; SILVA; MARTINEZ, 2019).

Segundo Ahmad e Schroeder, 2002 e Coradini e Murini, 2009, recrutamento e seleção fazem parte de

um processo de várias etapas que tem como objetivo identificar possíveis funcionários com o perfil adequado ao da organização contratante. O recrutamento é o processo utilizado para atrair os melhores candidatos do mercado que, segundo Llorens (2011), é uma das atividades mais importantes de uma organização, devido a sua capacidade de compreensão humana, baseada em dados com a finalidade de fornecer indicadores, métricas e previsões de comportamento dos candidatos, já a seleção pode ser definida como o processo que compara e avalia as habilidades, experiências e o fit organizacional dos candidatos. Empresas como Google passaram a adotar estratégias de contratação relacionadas ao *People Analytics*, automatizando a análise de dados dos candidatos previamente, a partir de uma grande base de dados, a fim diminuir a possibilidade de seus futuros colaboradores se desligarem da empresa e passarem a trabalhar em suas concorrentes (FRANCISCO; SILVA; MARTINEZ, 2019).

Biberg (2019) aborda outra vantagem importante da digitalização dos processos de recrutamento e seleção, que é uma maior adequação entre a organização e o candidato já que há uma maior clareza sobre a empresa e as características da vaga para os participantes do processo, permitindo que os mesmos avaliem o seu alinhamento com a cultura e os valores da empresa, bem como uma análise crítica sobre as suas possibilidades de contribuir para a posição a partir de suas capacidades, competências e experiências.

Ao ser orientado para a área de recrutamento e seleção o *HR Analytics* pode se tornar uma ferramenta fundamental, pois isenta o processo das variáveis que englobam os sentimentos emoções, podem influenciar a contratação de pessoas, uma vez que ele trabalha com dados, tendências e estatísticas, trabalhando em três níveis: descritivo que indica e descreve as relações entre dados e identifica padrões de comportamento nos dados atuais e históricos (inclui, por exemplo, dashboards e scorecards, fracionamento dos colaboradores da organização, Data Mining para identificação de padrões básicos e relatórios periódicos); preditivo que utiliza estatísticas, modelação e Data Mining através de fatos atuais e históricos para realizar previsões sobre o futuro abordando as probabilidades e os impactos possíveis na organização, e envolve modelos para aumentar a probabilidade de seleção dos melhores candidatos, para investimento e promoção; e prescritivo, as análises superam as previsões e descrevem as opções de decisão e otimização dos colaboradores na organização; é usado para analisar dados comple-

xos, para prever resultados, proporcionar opções de decisão e mostrar diferentes impactos nas organizações. Com isso, é possível modelar dados, reduzir custos, melhorar processos e tomar decisões no departamento de Recrutamento e seleção, dados como esses fazem com que os processos seletivos sejam mais rápidos e assertivos, já que o *Software* está lidando com os dados de forma analítica e racional longe de sentimentos e emoções que venham a interferir na seleção dos candidatos (FITZ-ENZ, 2010).

Apesar dos benefícios Gaspar (2016) coloca como ponto de atenção a falta de capacitação dos profissionais da área na utilização desses processos para a tomada de decisão, pois para se obter os resultados desejados ainda se faz necessário uma mescla entre os talentos analíticos e humanos para que os resultados sejam satisfatórios, pois os dados são frios e no tratamento com as relações humanas as variáveis podem ser infinitas. Segundo o autor, em um futuro próximo os softwares serão capazes de fazer uma análise mais detalhada da personalidade de um indivíduo do que o próprio seria capaz de fazer de si mesmo, porém como ainda nos encontramos nessa fase de introdução, a habilidade com que a tecnologia é utilizada se faz mais presente e necessária. Para ampliar o olhar sobre as pessoas é possível utilizar o *Cybervetting*, processo utilizado pelos profissionais de recrutamento e seleção no qual acessam as redes sociais dos candidatos, afim de saber informações visuais, textuais e informações relacionadas aos costumes pessoais dos participantes dos processos de R&S, obtendo-se mais informações sobre valores e comportamentos dos mesmos e minimizando erros de contratação e garantindo uma postura alinhada aos valores da organização (CHAUHAN; BUCKLEY; HARVEY, 2013; BIBERG, 2019).

Para Mishra e Lama (2016), os principais desafios para a utilização desse softwares está em dominar as técnicas de análise dos dados denominada *Knowledge Discovery in Data* (KDD, em português podemos chamar de *Conhecimento Descoberto em Dados*) que tem como base, dados descritivos e preditivos. Essa análise é dividida em dois métodos e tem enfoque na *Previsão de dados*, o que é chamado de *Human Resources Predictive Analytics*, que se torna o principal fator de vantagem competitiva. Para isso se fazem necessários os seguintes passos: 1. Coleta de dados, importante para este método manter uma coleta contínua de dados que possam ser mensurados. Como registros de funcionários, testes psicométricos,

desempenho em negócios. O RH precisa garantir o registro de todas as métricas importantes no banco de dados; 2. Identificação de casos adequados, as variáveis selecionadas são mineradas de acordo com a lista de , necessidades do data mining. Tem o objetivo de reduzir a quantidade de dados minerados de acordo com as variáveis dependentes; 3. aplicar técnicas de *Data Mining*, a gestão do conhecimento depende da pontualidade das previsões e tem benefícios mensuráveis para tomada de decisão. Técnicas como o classificador C4 são essenciais por sua potencial precisão para gestão de talentos. Também podem ser utilizadas as técnicas J48, KNN e Apriori; e 4. registrar informações de dados, uma experiência produz dados minados em forma de registro. É feita a análise desses registros. Esse processo é denominado *Valor dos Dados Extraídos pela Gestão de Recursos Humanos*; 5. preparar o modelo preditivo, um número combinado de previsores preparados para um modelo de previsão a partir de insights, que podem ser lineares ou de regras de *Business Intelligence*. Uma formulação cuidadosa de previsores deriva em uma regulação de pontuações, denominada *Pontuação Preditiva*, que é usada para tomada de decisão.

Como pode-se observar, por meio dessas técnicas há limitações no uso desse método pois é dependente de organizações que alimentem com uma frequência cada vez maior, um grande banco de dados, que geraria uma maior confiabilidade nas análises feitas por meio de técnicas de *Data Mining*. Para o setor de recrutamento e seleção, é comum que os dados expostos em ferramentas de contratação sejam inseridos pelos próprios candidatos, o que pode diminuir a confiabilidade e capacidade preditiva de softwares sofisticados de *Análise inteligente* (MISHRA E LAMA, 2016).

2. METODOLOGIA

Para a presente pesquisa foi utilizado o método qualitativo de estudo de caso, com caráter exploratório, buscando compreender o fenômeno e o contexto em que o mesmo ocorre, oferecendo maior profundidade e flexibilidade na coleta dos dados, a partir da percepção dos atores envolvidos sobre o tema estudado. (MARCONI; LAKATOS, 2008; SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

A empresa estudada é do setor de tecnologia e desenvolve softwares para recrutamento e seleção, baseado na capacidade do candidato unindo inteligência

artificial e psicologia organizacional para desenvolver soluções inovadoras que aumentam a assertividade na tomada de decisão nos processos de gestão de pessoas. Para a presente pesquisa foi entrevistado o Customer Success.

Para a análise dos dados coletados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, que tem como finalidade a interpretar os registros de comunicação por descrição objetiva de coleta de dados qualitativos (BARDIN, 2011, p.42 com base em BERELSON, 1971).

3. ANÁLISES

Destacou-se a partir da pesquisa as categorias a seguir que apontam as vantagens da utilização de softwares para o processo de recrutamento e seleção:

1. **Facilidade nos Processos**, segundo Santos (2017), o gerenciamento de dados é uma ferramenta que facilita diversos processos da área, principalmente no que diz respeito a recrutamento e seleção. Para a empresa pesquisada, o principal processo facilitado é o de recrutamento e seleção, embora existam outros, que ainda hão de vir como: análise de desempenho e avaliação de salários.

2. **Auxílio na Tomada de Decisão**, Breternitz e Silva (2013, p. 3) dizoloca que o acesso a diversas informações podem se tornar um grande aliado para tomada de decisão no momento da seleção e contratação. O entrevistado concorda dizendo que a contratação efetuada através de um software, aplica testes aos candidatos de forma a explorar o seu potencial, e não características descritas pelos próprios candidatos, que podem não ser verdadeiras. Isso facilita o recrutador a encontrar o que realmente está procurando.

3. **Abordagem Estratégica**, para Santos (2017) e Patre (2016) o uso da inteligência artificial permite abordagem mais estratégica, direcionada ao planejamento de pessoas e o alinhamento da estratégia organizacional, o profissional entrevistado coloca que ao se disponibilizar a vaga pelo software, não se abre apenas uma vaga em uma função qualquer, mas a ferramenta disponibiliza um comparativo de potenciais e perfis de funcionários que já estiveram na mesma posição da vaga, o que permite a empresa seguir ou alterar a estratégia que vem sendo utilizada até então.

4. **Racionalidade do Recrutador**, segundo Fitz-Enz (2010), a falta de racionalidade quando se trata do humano é um obstáculo, pois os sentimentos e emoções, podem influenciar a contratação de pessoas. O profissional entrevistado afirma que realmente isto acontece em todas as empresas, e que o software soluciona isso a partir do momento que faz parte do processo de seleção, o candidato participar de uma bateria de testes, que em sua maioria, consegue extrair o potencial do candidato, que vai ser o principal atributo, e passa a deixar de ser relevante para o recrutador, o nome da Universidade onde o mesmo estudou, por exemplo.

5. **Redução de Custos**, Fitz-Enz (2010) afirma que a utilização da inteligência artificial reduz custos da empresa, e o entrevistado colocou que na sua empresa o processo tradicional possui um alto custo, pois envolve divulgação da vaga, triagem, avaliação, o tempo que tudo isso leva é muito grande, com a utilização do software esse custo é reduzido.

6. **Otimização de Processos**, segundo Fitz-Enz (2010), a inteligência artificial muitas vezes traz uma otimização de um processo, que nos faz descobrir que uma etapa, nem é necessária para o processo. O profissional entrevistado coloca que com a utilização do software a análise de currículos é eliminada já que todas as análises são realizadas pelo software que faz o filtro de informações disponíveis no cadastro de cada colaborador, e leva ao recrutador apenas as informações que são realmente necessárias, eliminando esta etapa do processo.

7. **Geração de estatísticas**, Fitz-Enz (2010), cita que a partir da coleta de dados pelo software é possível gerar estatísticas para a empresa; no software da empresa entrevistada essa estatística ainda não é gerada no processo de recrutamento e seleção.

8. **Velocidade de Processos Seletivos**, Breternitz e Silva (2013, p. 3), fala que os processos seletivos se tornam mais rápidos e assertivos, o profissional entrevistado concorda com os autores, pois com a utilização do software é possível verificar o número de entrevistas versus as contratações e em algumas empresas esse tempo já chegou a cair 20% em relação ao modelo tradicional.

9. **Uso das Redes Sociais no Processo**, Chauhan et al. (2013), colocam que as redes sociais dos candidatos são utilizadas no processo a fim de obter informações visuais e de comportamentos, no software da empresa entrevistada esse aspecto não é utilizado, pois segundo eles, esse tipo de informação pode gerar um viés na avaliação do recrutador. Essa informação é divergente da ideia trazida pelos autores que colocam a utilização das redes como algo positivo que confirma as percepções do entrevistador sobre o candidato.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do presente estudo é verificar os benefícios da utilização da tecnologia para recrutamento e seleção, foi possível observar que oito dos nove benefícios trazidos pela literatura são confirmados pela empresa entrevistada, embora a geração de dados estáticos a serem apresentados pelas empresas contratantes ainda não sejam disponibilizados. Apenas um dos benefícios levantados não se confirmou, o relacionado a utilização de redes sociais como aspectos confirmatórios das características descritas pelos indivíduos ao se candidatar para a vaga.

Este estudo visa contribuir para a academia gerando um material adicional sobre o tema e de forma prática para as organizações que queiram passar a utilizar esse tipo de ferramenta, no entanto ele está baseado em uma empresa que desenvolve softwares e quer vendê-los para o mercado, sendo esta uma limitação do estudo, além de trabalhar com um único caso.

Como sugestão para estudos futuros seria interessante analisar os softwares do ponto de vista das empresas usuárias e a preparação da área de recursos humanos para utilizá-la, embora esse aspecto tenha sido levantado no estudo não foi possível explorá-lo no presente trabalho.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Larence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BERELSON, B. **Content Analysis in Communication Research**, Nova York, III. Univ. Press, 1952, Hafner Publ.Co., 1971.
- BIBERG, J. M. M. **Mídias sociais em processos de recrutamento & seleção**: um estudo pela perspectiva de recrutadores e selecionadores brasileiros. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). Fundação Getulio Vargas – EASP, São Paulo – SP, 2019.
- BRETERNITZ, V. J.; SILVA, L. A. da. **Big Data: Bringing New Opportunities And Challenges**. 10th International Conference on Information Systems and Technology Management – CONTECSI June, 12 to 14, 2013 – São Paulo, Brazil.
- CORADINI, J.; M. L. **Recrutamento e Seleção de pessoal**: como agregar talentos à empresa. *Disciplinarum Scientia*, v. 5, n. 1, p. 55–78, 2009.
- CHAUHAN, R. S., URCKLEY, M. R., & HARVEY, M. (2013). **Facebook and personnel section**: What's the big deal? *Organizational Dynamics*, 42(2), 126-134.
- FITZ-ENZ, Jac. **The New HR Analytics**: Predicting the Economic Value of Your Company's Human Capital Investments. **Amacom Div American Mgmt Assn**. Copyright., 2010.
- FRANCISCO, Q. A. S.; SILVA, T. O. da.; Martinez, M. R.. **Recursos humanos em saúde: do processo intuitivo ao People Analytics**. 2019. v. 13, n. 1. Universidade Federal de Alfenas, Alfenas – MG, 2019.
- GASPAR, D. J.. **A utilização das tecnologias nos processos de recrutamento e seleção de pessoas**: análises, desafios e tendências. 2016. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP, Rio Claro, 2016.
- LAKATOS, M. E.; MARCONI, M. A. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo, Atlas, 1985.
- LLORENS, J. J. **A model of public sector e-recruitment adoption in a time of hyper technological change**. *Review of Public Personnel Administration*, v. 31, n. 4, p. 410–423, 2011.
- MISHARA, S. N.; LAMA, D. R.. **A decision making model for human resource management in organizations using data mining and predictive analytics**. *International Journal of Computer Science and Information Security*, v. 14, n. 5, p. 217, 2016.
- PATRE, Smruti. **Six Thinking Hats Approach to HR Analytics**. 2016.
- Ree, M. J., & Earles, J. A. (1992). **Intelligence is the best predictor of job performance**. *Current Directions in Psychological Science*, 1, 86- 89.
- SAMPIERI, R. H., COLLADO, C. F., LUCIO, P. B. **Metodologia de Pesquisa**. São Paulo: MacGraw-Hill, 2006.
- SANTOS, M. T.dos. **Gestão estratégica de pessoas através do human resources analytics**. 2017. TCC, Faculdade de Ciências Aplicadas – FCA UNICAMP, Limeira, 2017.



Autor: Allan Cardoso de Freitas

Orientadora: Profa. Dra. Danielle Guglieri Lima, Docente do curso de Administração STRONG ESAGS

LIVE: NOVA OPORTUNIDADE DE DIVULGAÇÃO DE MARCAS E PRODUTOS

Resumo:

Os artigos do CDC (Código de Defesa do Consumidor), Art. 6, Art. 37 e Art. 39, são os que reconhecem e garantem a proteção legal do Consumidor. Foram diversos os casos em que se constataram propagandas abusivas e enganosas, sobre marcas e produtos, que geriram alusão positiva ao consumidor e não era entregue o que mostrava. O objetivo deste trabalho é trazer a nova realidade de Propaganda e Marketing que vem sendo aplicada nas *lives*, conhecidas como transmissões ao vivo e online, nas quais as plataformas de reprodução de vídeo, tais como as marcas estão se comportando com essa nova opção de divulgação, o possível GAP no mercado de divulgação que agora foi posto para pequenos e médios negócios, o treinamento e desenvolvimento para adaptar a apresentação do produto e em qual *live* apresentar. Levantamento de dados referentes as transmissões, as

marcas que foram divulgadas e o aumento do consumo destas marcas no período resultaram da observação das *lives* e dependeram do levantamento de referências bibliográficas diversas, segundo Gil(2001). Como primeiros resultados pode-se considerar que a iniciativa em começar a divulgação de uma marca nas *lives* é vista de uma forma muito positiva, já empresa não pode deixar as bases de gestão de produto e marca de lado e deve ter o entendimento que essa nova forma de divulgação não é uma substituta, mas sim uma nova alternativa para agregar ao portfólio de gestão de divulgação.

Palavras-chave: *live*, marca, produto.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

1. LIVES NAS PLATAFORMAS DE VÍDEOS EM TEMPOS DE CRISE

A palavra *live* no contexto digital tem seu significado de ao vivo, ou feito na hora. Com a crise que vem afetando o mundo, denominada Covid-19 cada vez mais as plataformas de vídeos vêm ganhando espaço

e atenção do público, pois parece ser a melhor opção e a mais segura, para quaisquer tipos de atualização de informação, treinamento e desenvolvimento que se possa buscar durante esse período que requer o isolamento.

O Acesso às plataformas digitais vem crescendo e ganhando atenção do público também, posto que os artistas e famosos começam a se apresentar, de maneira ao vivo nessas plataformas. Um exemplo do porquê isso tem acontecido está no fato, por exemplo da música sertaneja, que consiste em uma modalidade que se sustenta de seus vários shows ao longo do ano e tem sofrido muito com essa paralisação, ainda mais que será por tempo indeterminado. Com a inexistência dos shows, até os mais abastados ficam preocupados e, por isso, tiveram que buscar uma nova alternativa para que pudessem, ao menos, estar presentes aos seus fãs e continuar recebendo.

O cantor e compositor Gustavo Lima, por exemplo, foi quem deu o primeiro passo para essa nova transformação do palco. Conhecido por lotar estádios e espaços em que seus shows ocorrem, o cantor precisou adaptar um cenário em sua casa, para que pudesse assim realizar um show buscando o contato com seu público, mas de forma diferente, sem plateia, sem pirotecnia e com o auxílio mínimo de equipamentos de som e pequena equipe de trabalho. O sertanejo fez sua primeira *live*, chamada de na plataforma de vídeos Youtube, no dia 28 de março de 2020 e conseguiu atingir cerca de 750 mil espectadores durante 5 horas de transmissão, esse marco foi conhecido como um novo recorde que antes pertencia a cantora Beyoncé.

Segundo o site <https://www.metropoles.com/>

A transmissão chamada de Buteco em Casa durou mais de 5 horas e contou com repertório de 100 músicas, entre sucessos da carreira de Gustavo e clássicos da música sertaneja de todos os tempos. Durante a *live*, o artista arrecadou mais de 20 toneladas de alimentos, milhares de máscaras e frascos de álcool em gel, e R\$ 100 mil reais. Tudo será destinado a instituições que apoiam o combate ao coronavírus.

A imagem, retirada do mesmo site mostra o cantor em sua casa, anunciando uma marca de cerveja (Bohemia) e dando início a uma nova prática utilizada em tempos de pandemia e que, provavelmente seguirá após a normalidade.

sim o presente artigo tem como objetivo verificar, a partir de um estudo de caso, os benefícios encontrados na utilização da tecnologia para o processo de recrutamento e seleção.



Figura 1: Print de tela da live de Gustavo Lima em 28/03/2020
Fonte: <https://www.metropoles.com/>.

Os Acessos a essas *lives* são feitos por meio de URL (*Uniform Resource Locator*), conhecidos como link ou até mesmo o site em que o vídeo se encontra. Como existe essa URL, ela se torna global, ou seja, pessoas do mundo todo que tiverem esses dados poderão realizar o acesso e assistir o evento de forma ao vivo e, na maioria das vezes, gratuita.

1.1. Divulgação de Marcas e Produtos

Assim como os cantores encontraram seus caminhos, de uma maneira geral, toda a empresa precisa, em algum momento, criar uma estratégia de divulgação para sua marca ou produto. No caso de pandemia as estratégias devem estar longe de serem comuns, entre elas, divulgação em *outdoors*, divulgação em revistas e em sites de grande circulação; e um dos processos mais custosos e divisor de oportunidades: a divulgação na televisão.

A principal causa da divulgação por meio de canais abertos e fechados, este denominado TV por assinatura, se dá pela quantidade de público que é possível atingir. É quase certo que todos pelo menos possam assistir um pouco de TV durante seu dia, independente seja a correria, mesmo indo ao trabalho, pode-se passar por estabelecimento que provavelmente terá uma TV e estará transmitindo alguma programação. Com a possibilidade de fácil acesso a este meio de comunicação se dá um grande poder para que as emissoras possam ter preços elevados na hora de veicular algum comercial no intervalo de suas programações, além do que também possuem pouco tempo de in-

tervalo, limitando a quantidade de divulgação para alguns horários específicos da programação onde se tem mais procura. Empresas pequenas, muitas vezes não conseguem divulgar sua marca e produtos, pois as grandes marcas já tomaram conta de todo espaço disponível para divulgação, seja porque são famosas e, principalmente por pagarem um alto valor no anúncio.

Com todas essas restrições a divulgação nos canais televisivos se torna impraticável para grande parte das empresas divulgarem suas marcas e produtos e foi por isso que, com o avanço da crise e as restrições que foram impostas a todos, aos poucos foi surgindo um novo horizonte para quem transmite e para quem divulga. Foi o caso do encerramento de *shows* por tempo indeterminado que fez com que cantores se adaptassem e migrassem para as plataformas de transmissão de vídeo, como já tratado e exemplificado anteriormente.

A divulgação no meio de *shows* já é algo recorrente, por isso com início das *lives* e a possibilidade ampliada de divulgação, não seria diferente a reação das empresas em divulgar sua marca e produtos. Desta forma a amplitude de se chegar a um maior número de pessoas, ligado a apresentação de artistas queridos por seus públicos, aliados ao confinamento parecem ser um lugar muito profícuo para novos e, cada vez mais lucrativos, negócios.

1.2. A Entrada da Divulgação de Marcas em Lives

O processo de divulgação de marcas irá sofrer muitas mudanças ainda no decorrer da pandemia e abrirá GAPS para outros desenvolvimentos. O principal fator foi a atração pela facilidade e baixo custo que a empresa terá de ter para a divulgação de sua marca, antes seria necessário estudar o melhor meio de divulgação para que a marca atingisse um número alto de pessoas, além de suas redes sociais. No entanto, com o crescimento de acessos e até mesmo a abertura de holofotes para novos cantores, as *lives* têm tido acesso de, no mínimo 2000 mil pessoas e, tal abertura se torna um meio muito favorável para que sejam divulgadas marcas, de uma forma que contemple um custo mais baixo, podendo estas, serem direcionadas de maneira muito rápida para o seu público alvo. Essa opção veio somar estratégias aos demais meios de divulgação tradicionais, os quais já são aplicados nas empresas.

A nova forma de publicação já vinha deixando rastros na internet, desde 2012 e é notada de maneira crescente no público de jogos *on-line*, que excedem o acesso a plataformas de *stream* e algumas das grandes marcas aproveitaram esse GAP para migrar boa

parte da divulgação de seus produtos, para o seu maior público-alvo, mesmo não deixando de publicar nos meios que utilizavam, apenas acrescentaram esse novo meio de divulgação.

Devido ao momento e, conseqüentemente a uma crise em que estamos e algumas restrições de divulgação que as empresas estão tendo, não se tem acesso os dados quantitativos na questão de faturamento, por causa da decisão estratégica de cada empresa. No entanto, o foco maior é para a questão de justificar que também em *lives*, é possível se enaltecer o desejo de consumo e até mesmo atrelar a marca a um momento positivo da vida durante o confinamento; momento este em que se está reunido em família, curtindo um show de seu ídolo, trazendo a positividade em meio ao caos. Um anúncio de um produto em um bom momento poderá proporcionar ao público ou melhor, poderá proporcionar uma boa lembrança e a oportunidade de recriá-la sempre que consumir o que foi anunciado.

Quanto ao fator qualitativo é possível notar grande apoio às *lives* que estão ocorrendo, primeiro que todas estão com o foco maior em arrecadação de alimentos, álcool em gel e máscaras; e esses atos de bondade trazem a sensação para o consumidor de que assistir aquela *live* seria algo positivo, visto que estaria participando de um grande esforço para promover uma ajuda solidária.

Para que se fundamente tais afirmações o site da CNN disponibilizou algumas informações; primeiramente é necessário analisar o gráfico 1, de apresenta as respostas à pergunta se “admiro a iniciativa das marcas e empresas de apoiarem *lives*? ””.

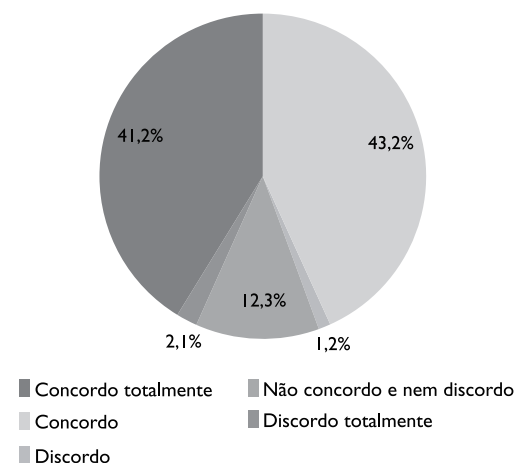


Gráfico 1: Admiro a iniciativa das marcas e empresas de apoiarem *lives*?
Fonte: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/04/17/lives-musicais-sao-caminho-sem-volta-na-relacao-entre-marcas-e-consumidores>.

Baseado nos levantamentos possível de entender o objetivo deste artigo em discutir que mais essa experiência virtual, poderá trazer um resultado maior e uma diversificação na estratégia de divulgação da marca, uma vez que 84,4% dos entrevistados pela CNN responderam de maneira positiva quanto a pergunta.

O fato é que a marca pode escolher uma *live* que a represente melhor, podendo atingir boa parte do seu público-alvo e mostrar-se a um público novo em uma única e mesma transmissão, com um único pagamento a fornecedor e ainda, mantendo sua divulgação por um período em que o vídeo ficar no ar (disponível na plataforma). É importante lembrar que muitas vezes o vídeo fica no ar como arquivo e, portanto, terá visualizações por tempo indeterminado.

Um estudo feito pela *MindMiners* - empresa especializada em pesquisa digital - apontou que 76% dos participantes desejam que as *lives* continuem após o período de pandemia. Além disso tem-se um pouco mais de 50% dos consumidores que acessam a *live* e dizem que tiveram curiosidade de consumir algum produto que estivesse exposto. O site fullen.com.br fez esta pergunta “depois que vi a propaganda em *live* tive a curiosidade de consumir algum produto?”, obteve as seguintes respostas, apresentadas no gráfico 2, a seguir.

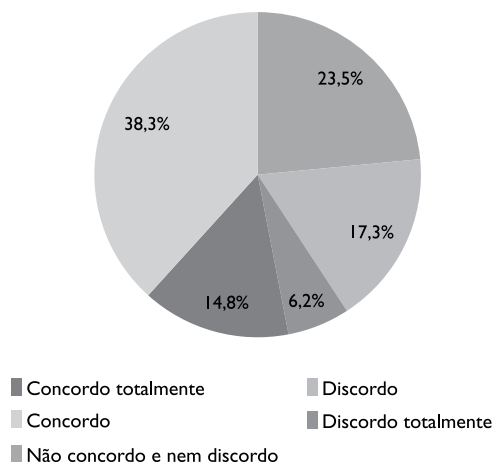


Gráfico 2: Depois que vi a propaganda em *live* tive a curiosidade de consumir algum produto?

Fonte: <https://fullen.com.br/lives-no-youtube/>.

Para empresas que estão em desenvolvimento, ou estão buscando crescer em determinado setor essa nova forma de apresentar sua marca e seus produtos será muito positiva, pois ao aparecerem em uma *live* terão oportunidade de serem conhecidas, terem aces-

so nos sites e todas as redes sociais das quais estão inscritas, bem como terem seus clientes comprando e recomprando e podendo até, atrair novos clientes e, tudo isso por um investimento único que lhe renderá muito tempo de exposição.

2. A GESTÃO DA MARCA NO PÓS-LIVE

O principal desafio que as empresas novas de mercado e que estão em crescimento deverão enfrentar com essa nova forma de divulgação é o fato principal que tem deixando as grandes marcas em destaque no mercado. Fala-se aqui no atendimento e interação ao consumidor.

Primeiro é necessário entender que a venda não ocorre durante a *live*, mas quando o consumidor acessa o site e faz a compra de algum produto e em seguida faz o seu pagamento. Durante a interação do show o trabalho da marca é fazer com que o desejo de consumo seja despertado em quem a assiste.

O fato é que não é por que se divulga uma marca ou produtos que se deve seguir com uma nova forma ou estratégia de venda ou interação, o consumidor está cada vez mais crítico quanto ao comprar um produto, existem diversas formas para que ele tenha uma experiência do produto, inclusive por meio da avaliação desse produto feita por outros usuários. Sendo assim, a gestão de marcas e produtos ainda é essencial para ter um lançamento e maturação de mercado, quanto aos atributos da marca.

As empresas líderes de mercado ainda passam por algumas mudanças quanto à interação com seu consumidor, o que antes era a venda apenas por qualidade e preço, hoje tem se tornado em como a marca interage com seu consumidor em seus perfis nas redes sociais, ou então, algo que já acontece há tempos, mas também ganhou uma preocupação maior, quem as marcas passaram a escolher como garoto (a) propaganda o que ele pode agregar a ela em termos de identidade e semelhança com os consumidores. O maior desafio para empresas pequenas não está em ter um garoto (a) propaganda e sim como ela interagirá com seu público em suas redes, é ali, que mesmo não tendo a venda dos produtos em recorrência da *live*, onde seu aumento de acessos a toda a atenção despertada no mercado passará a dizer se é uma marca boa ou uma marca ruim.

Dito isso, o ponto principal não será somente aumentar as vendas que se utilizam de anúncios em *lives*, mas trazer o público mais para perto da marca, virar

os holofotes para essas novas empresas, aumentar a visualização da marca nas redes sociais e aprimorar o atendimento e interação da marca com seus clientes, para um reforço maior do entendimento da criação até o gerenciamento de uma marca ou produto, para melhor entendimento da construção de uma marca é deixada a referência. (KELLER e MACHADO, 2006).

3. EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR

A gestão de experiência do consumidor é um ponto crucial para qualquer empresa, seja na hora de atrair ou na hora de retê-lo consumindo sua marca. Cada passo nessa captação e retenção de clientes deve estar alinhado ao conceito da marca, ou seja, por meio da marca a empresa passa uma experiência de consumo memorável e diferenciada das demais, além da interação que terá com seu consumidor, tornando a marca uma amiga ou companheira dele.

Por meio da gestão de experiência do consumidor, é possível decorrer com o desenvolvimento apoiado por Keller e Machado (2006), os quais apresentam os seguintes pontos:

1. Análise do mundo de experiência do cliente:

neste momento se dá a análise do contexto sociocultural do consumidor, as necessidades e o estilo de vida do mesmo, visando compreender os variados aspectos de sua vida.

2. Construção de uma plataforma de experiência:

neste ponto percebe-se a possibilidade ligação entre a marca e o consumidor, onde será implementado o produto ao consumo. Com essa experiência é preciso buscar obter uma representatividade multissensorial e multidimensional da experiência do consumidor, alinhando assim o que seu público alvo espera ao consumir o produto e o que a marca apresenta.

3. Projeção de experiência da marca:

nessa parte é onde os elementos que compõe o produto se encaixaram para refletir o que a marca é, desta forma já se espera o alinhamento entre empresa e público alvo, para o lançamento ao mercado e atender sua demanda.

4. Comunicação empresa com o cliente:

nesse ponto é onde no artigo foi dado como o diferencial mais recorrente das empresas líderes de mercado, não basta apenas divulgar, o consumidor agora quer se sentir parte da empresa, quer se sen-

tir agregado ao produto. Os canais de comunicação da empresa deverão sempre estar de portas abertas, deixando claro sua intenção de receber a mensagem do cliente, muito se tem notado a interação das grandes empresas com seus consumidores por meio das redes sociais.

5. Inovação contínua da marca: antecipar a uma nova demanda não consiste em recriar tudo ou esquecer todo o trabalho que já foi feito. A questão é que a todo instante o consumidor busca novidades, se o produto não o atrair mais, provavelmente deixará de consumir. Por isso o consumidor quer seguir tendências e lançamentos.

Segundo o relatório da *Hubspot (The Ultimate List of Marketing Statistics for 2018)*, foi confirmado que:

- 81% das pessoas pesquisam na internet antes de fazer uma compra grande;
- 65% privilegiam a utilidade e relevância da informação;
- A interação da empresa por meio de blogs têm resultado em um aumento no contato do cliente com a empresa em até 4x;
- 82% dos visitantes de lojas físicas fazem busca na internet sobre o produto”.

Sendo assim, há uma outra forte afirmação com base nessa pesquisa quantitativa, oem que a principal porta de entrada do cliente a empresa, está sendo pelo mundo virtual e, se faz necessário, a toda a empresa que quiser ter um bom desempenho nessa nova onda digital, se utilizar de algumas ferramentas que auxiliam essa gestão e, dentre elas, pode-se citar:

1. Ferramentas atreladas ao Google Analytics, que vem ganhando força, já que a mundial de tecnologia cada dia mais coloca novidades no mercado para facilitar qualquer análise e tomada de decisão.

2. Uma alternativa para os sites é a opção de abandono de carrinho, nem todo acesso é garantidor de venda, por isso entreter o consumidor e garantir que a venda se efetive é uma chave para diminuir a perda do negócio.

3. O fato de o público estar em constante mudança deve ser considerado, assim como a busca pelo entendimento de como o produto se comporta no mercado por meio do feedback dos consumidores

que podem se manifestar pelos mais variados canis de comunicação que deverão estar disponíveis a todos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em primeiro estudo se observa que a transformação digital tem impactado na forma com que a marca interage com o consumidor, somando a crise em que o mundo passa, por conta de uma pandemia, que resulta na questão do isolamento social, foram os fatores-chaves para acelerar uma nova forma de divulgação e interação da marca com o consumidor.

Conforme foi abordado neste artigo, percebeu-se crescente constante de acessos as plataformas de *stream* de vídeos, que atrelados a situação atual de pandemia, fez com que se alavancassem ainda mais as possibilidades de anúncios e, com isso, oportunidades de divulgação de marcas foram criadas, permitindo assim, que empresas menores também pudessem estar nos mesmos meios de divulgação que as grandes marcas.

Entende-se que a empresa precisa inovar nesse meio de divulgação, porém a base de gestão de marca e produto ainda é mantida, uma das partes positivas é que se tratando de um cenário novo em divulgação todos começam pelo mesmo ponto de partida ao mesmo tempo, a experiência de algumas empresas contam nessa hora, porém a oportunidade para empresas menores entrarem nos canais de divulgação e conseguirem se manter por um tempo se dá pelo tempo de desenvolvimento que as demais terão para entrar ao mercado.

Por fim, é importante ressaltar que nenhuma das estratégias de divulgação que ainda são ou foram utilizadas, deixarão de vez as estratégias da empresa, entende-se que a divulgação de marcas por meio de *lives* configura-se apenas como mais uma estratégia que veio para agregar ao portfólio

Pode-se dizer que para o mercado não existe a estratégia correta de divulgação, cada uma se encaixa de uma maneira para cada empresa, pois os fatores em que o mercado e tal empresa se encontram determinará as melhores estratégias de divulgação.

Identificar seu público-alvo, entender o que buscam, estar sempre alinhado com ele seja pela comunicação ou pelo desenvolvimento da marca adiantando uma inovação, são fatores cruciais para que a marca se estabeleça no mercado e possua ponto forte em meio suas concorrentes.

REFERÊNCIAS

FULLEN. **Lives no YouTube: como o marketing digital atua nessa estratégia.** Disponível em: <https://fullen.com.br/lives-no-youtube/>. Acesso em: 28 mar. 2020.

KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas.** São Paulo: Pearson Educação do Brasil, 2006.

LIMA, Luís. **Lives musicais são ‘caminho sem volta’ na relação entre marcas e consumidores.** 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/04/17/lives-musicais-sao-caminho-sem-volta-na-relacao-entre-marcas-e-consumidores>. Acesso em: 17 abr. 2020.

MAROPO, Fernanda. **O poder das marcas e as leis que as regulamentam no Direito brasileiro.** 2016. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/46992/o-poder-das-marcas-e-as-leis-que-as-regulamentam-no-direito-brasileiro>. Acesso em: 24 mar. 2020.

PWC. **Pequenas e médias empresas:** private company services. private company services. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/publicacoes/setores-atividade/assets/pcs/private-compay-servises-pcs-13-pt.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2020.

RIBEIRO, Raquel Martins. **Gusttavo Lima bate recorde com live de 5 horas e milhões de views.** 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/gusttavo-lima-bate-recorde-com-live-de-5-horas-e-milhoes-de-views>. Acesso em: 29 mar. 2020.

SEBRAE. **Pequenos negócios em números.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 25 mar. 2020.



IC INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Autores: *Felippe da Silva Pires, Camila Alves Vieira, Lucas Freitas Chaves, Adriana Letícia Corrêa Cruz*

Orientadora: *Prof. Dr. Fábio Pires, Docente da STRONG ESAGS*

ESAGS CASE DE SUCESSO NA EDUCAÇÃO EM PERÍODO DE PANDEMIA: QUALIDADE E EXCELÊNCIA DO ENSINO SUPERIOR NA BAIXADA SANTISTA

Resumo:

A transformação da sociedade se faz pela capacidade de se adaptar às novas mudanças sociais, ambientais, econômicas e, mesmo em momento de adversidade, em função da pandemia global, como o novo corona vírus COVID 19, existe uma instituição de ensino que não abriu mão de sua qualidade e da busca constante pela excelência na educação, a Escola Superior de Administração e Gestão Strong (ESAGS), que se adaptou às novas regras do MEC, em tempo recorde, com sapiência e determinação pela participação conjunta do mantenedor, direção, coordenação, professores, funcionários, alunos e colaboradores que,

além da excelência no ensino e da infraestrutura, existe a preocupação com a sustentabilidade, inovação, comunicação e acessibilidade dos alunos e usuários na instituição. O objetivo do artigo é mostrar o diferencial educacional da ESAGS, em relação às instituições de ensino superior da baixada santista, tanto particular quanto pública e o nível de aceitação do corpo discente relacionado à instituição, como também responder à pergunta sobre como fazer o diferencial na educação com inovação nesse momento de pandemia. O método de pesquisa foi exploratório e o tema é relevante porque mostra a importância da qualidade e excelência do ensino superior no período de adversidade criada pela pandemia na região, em que as instituições de educação tiveram que inovar para se adequar as novas condições impostas e mostrarem resultados satisfatórios aos alunos, professores e colaboradores.

Palavras-chave: *Educação. Pandemia. Qualidade de ensino. Baixada Santista. Inovação Tecnológica.*

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A educação é a base de transformação de qualquer sociedade, principalmente na contemporaneidade, em que a formação e o conhecimento aliado a tecnologia é o grande diferencial do indivíduo. Nesse sentido, as instituições de ensino superior têm papel preponderante na formação e qualificação dos alunos, em que serviços de qualidade e excelência no ensino serão o diferencial competitivo no mercado educacional. Devido o momento de adversidade que o mundo está vivendo em função da pandemia global, como o vírus COVID 19, as instituições terão que ser criativas e a ESAGS se adaptou rapidamente as novas regras do MEC, em relação às aulas *online*, com sapiência e determinação pela participação conjunta do mantenedor, direção, coordenação, professores, funcionários, alunos e colaboradores, mantendo o nível de excelência no ensino, como também teve a preocupação com a sustentabilidade, o distanciamento social e acessibilidade de todos envolvidos direta ou indiretamente na instituição.

O artigo tem por objetivo mostrar o diferencial educacional da ESAGS, em relação a outras instituições de ensino superior da baixada santista, tanto particular quanto pública em relação a infraestrutura, qualidade e excelência de ensino, inovação, como também o nível de aceitação do corpo discente relacionado à instituição.

No desenvolvimento do artigo foram comparadas as instituições de ensino superior da baixada santista, em relação à infraestrutura, qualidade do ensino, projetos acadêmicos, inovação e tecnologias educacionais.

O método de pesquisa foi exploratório e qualitativo, com questionários encaminhados aos alunos do 1º, 2º, 3º e 4º ano do curso de administração, como também pesquisadas informações nos principais órgãos de educação, artigos científicos, instituições de ensino, MEC, IBGE, utilizando as redes sociais e Internet.

O tema é relevante porque mostra a importância da qualidade e excelência do ensino superior no período de adversidade criado pela pandemia na região, em que as instituições de educação tiveram que inovar para se adequar as novas condições impostas e mostrarem resultados satisfatórios aos alunos, professores e colaboradores.

Neste trabalho se pretende responder à pergunta: Como a ESAGS fez o diferencial na educação, com

inovação tecnológica, mantendo a qualidade e excelência neste período de pandemia?

1. INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DA BAIXADA SANTISTA

Foram pesquisadas as instituições de ensino superior da baixada santista, em relação ao curso de Administração, considerando vários recursos de infraestrutura e ensino, como por exemplo: Salas de aula climatizadas, com computadores e multimídia; Auditório; Pátio com espaço de estudos; Cantina; Biblioteca com computadores e internet; Apoio audiovisual; Espaço cultural; Projetos sustentáveis; Acessibilidade e mobilidade urbana. Pela pesquisa realizada a ESAGS se mostrou acima da média em relação as outras instituições, quanto à infraestrutura, acessibilidade e responsabilidade ambiental e social.

1.1 Notas ENADE 2018 das Faculdades, Centros Universitários e Universidades da Baixada Santista

Segundo o Portal do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEPE), pelos resultados dos Indicadores de Qualidade da Educação Superior calculados, a ESAGS é a única instituição da baixada santista a tirar nota 5 (cinco) no Exame Nacional de desempenho de Estudantes (ENADE) no curso de administração em 2018 (INEP, 2020). Com este resultado, demonstra que a instituição está no caminho certo da excelência, visto que é a terceira nota consecutiva no ENADE.

a) NOTA 5:

ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão Strong (Baixada Santista).

b) NOTA 4:

UNISANTA – Universidade Santa Cecília.

UNISANTOS – Universidade Católica de Santos.

c) NOTA 3:

UNILUS – Centro Universitário Lusíada.

UNIMES – Universidade Metropolitana de Santos.

CSJT – Centro Universitário São Judas Tadeu.

UNIP – Universidade Paulista.

ESAMC – Faculdade Esamc Santos.

UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto.

FAPE – Faculdade de Peruíbe

d) NOTA 2:

UNIMES – Universidade Metropolitana de Santos (EAD).

FALS – Faculdade do Litoral Sul Paulista.

FABE – Faculdade de Bertioga.

FAPS – Faculdade de Tecnologia Porto Sul.

FAGU – Faculdade do Guarujá.

FSV – Faculdade de São Vicente.

FAITA – Faculdade Itanhaém.

FECLE – Faculdade de Educação Ciências e Letras Don Domênico.

FATEF – Faculdade de Tecnologia de São Vicente.

e) SEM NOTA:

FA – Faculdade Alfamerica.

UNIBR – Faculdade de São Vicente

2. ACESSIBILIDADE HUMANA, SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

A ESAGS preocupada com o acesso de pessoas, a diversidade e sustentabilidade conciliou tecnologia e preservação ambiental e social em seu centro educacional para oferecer a melhor educação e infraestrutura da baixada santista.

2.1 Acessibilidade Humana em Ambiente Educacional

Alunos com limitações físicas motoras e visuais são os que mais encontram dificuldades para realizar sua mobilidade no interior e exterior das instituições, no entanto a instituição adequou suas instalações para atender este público com qualidade. Nas figuras 1, 2, 3 e 4 são mostradas soluções inteligentes e funcionais para melhorar a locomoção interna.



Figura 1: Corrimões e Placas de Sinalização nas Escadarias e Acessos
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.



Figura 2: Banheiros Adaptados para a Diversidade Física do Usuário
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.



Figura 3: Cancela Horizontal, Catraca Eletrônica e Estacionamento para Deficientes Físicos.
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.



Figura 4: Portão de Entrada e Piso Sinalizado
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.

Para o acesso as dependências da instituição, foram instaladas catracas eletrônicas para passagens de usuários e também cadeirantes e deficientes físicos, assim como espaço reservado aos deficientes físicos no estacionamento. Desde a entrada da faculdade, en-

tre calçada e portão de acesso, existe a preocupação com as pessoas de deficiências físicas, como também a preocupação de manter sinalizado e emborrachado a passagem de usuários (CHEQUELEIRO, 2014).

2.2 Sustentabilidade Ambiental e Diversidade na Educação

Com seu sistema de captação d'água de chuva é utilizado nos vasos sanitários, onde existem dois botões, um para líquidos com liberação de 3 litros d'água e outro de 6 litros quando são utilizados sólidos (figura 5).



Figura 5: Banheiro com Soluções Sustentáveis.
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.

O sistema de reciclagem dos resíduos gerados presentes em todos os ambientes sensibiliza alunos e colaboradores para o descarte correto do lixo, uso consciente de luz e água nas dependências da instituição. Ver figuras 6, 7 e 8.



Figura 6: Locais para Recipientes de Lixos Recicláveis.
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.



Figura 7: Áreas Comuns de Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental.
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.

Figura 8: Sistema de Segurança Patrimonial, Fogo e Pessoal.
Fonte: CHEQUELEIRO, 2014.

2.3 Inovação Tecnológica da Instituição de Ensino Superior ESAGS na Pandemia

Na primeira semana de isolamento social, a ESAGS preparou os professores, com instruções escritas e ví-

deos que permitisse utilizar os vários recursos disponíveis, como os aplicativos *Meet* e *Classroom* da Google, empresa americana de tecnologia, que auxiliou nas aulas *online*. Como opção das aulas *online*, algumas sugestões foram apresentadas pelos professores e pessoal de TI (Tecnologia da Informação), conforme figuras 9, 10, 11 e 12:



Figura 9: Câmera Online, Quadro Branco e Notebook
Fonte: PIRES, 2020.



Figura 10: Câmera Online, Mesaboard e Notebook
Fonte: PIRES, 2020.



Figura 11: Câmera Online, Cavalete Flip-Chart e Notebook
Fonte: PIRES, 2020.



Figura 12: Tecnologias Integradas das Salas de Aulas e Rede ESAGS
Fonte: PIRES, 2020.

2.4 Pandemia na Baixada Santista, Estado de São Paulo e Brasil

Desde 11 de março de 2020, quando a Organização Mundial da Saúde (OMS) anunciou a pandemia, o Brasil vem atuando de forma ativa pelo Ministério da Educação (MEC) e o Conselho Nacional da Educação (CNE), no uso de medidas governamentais pelas portarias nº 343 e 345 que autoriza, em caráter

excepcional, a substituição das disciplinas presenciais, por virtuais *online*, pelas instituições de ensino superior integrante do sistema federal de ensino (MEC, 2020). Para que não ocorressem paralizações de seus ensinos, muitas instituições de ensino superior (IES) se adequaram por meio de aulas EAD, sejam por vídeos previamente gravados ou aulas em tempo real (online), para dar continuidade no processo de aprendizado dos alunos. Há instituições que escolheram modificar seu calendário de ensino, seja ele por alteração nos recessos de Julho ou aplicação de aulas aos sábados no futuro, pois avaliaram que muitos de seus alunos poderiam não dispor da mesma praticidade de instrumentos para acesso de plataformas online para continuidade do seu curso.

Na Baixada Santista, todas as instituições de ensino tiveram paralisação de suas atividades presenciais. A Escola Superior de Administração e Gestão (ESAGS) em tempo recorde se adaptou, de forma que os alunos não sofressem com esta paralisação, oferecendo aulas por plataformas digitais no mesmo período das aulas presenciais para que todos os alunos pudessem dar continuidade ao curso. A ESAGS se destacou mais uma vez por ter dado continuidade no seu ensino,

para que todos os alunos usufruíssem com qualidade das disciplinas ofertadas, inclusive foram aplicadas as provas de forma ordenada e organizada, para que não ocorresse qualquer problema no aproveitamento da grade curricular.

A ESAGS está em pleno funcionamento, em conformidade ao estabelecido pelo MEC, e os municípios que se mantiverem dentro da fase amarela por pelo menos 28 dias, conforme plano anunciado pelo Palácio dos Bandeirantes, no dia 13 de julho, poderá dar início ao plano de retomada das atividades presenciais. Para retomada das aulas gradualmente, conforme estabelecido, serão realizadas em três etapas para que possa progredir de forma segura, com início no dia 8 de setembro, com apenas 35% da capacidade de ocupação, seguindo para a segunda fase, que está previsto 70% das atividades e na terceira etapa, englobará 100% dos alunos. Todos devem obedecer aos protocolos de segurança para reabertura, mantendo o distanciamento de 1,5 m entre as pessoas, inclusive dentro das salas de aula. Na Tabela 1, é apresentado o total de infectados, recuperados e mortos na Baixada Santista, Estado de São de Paulo e Brasil.

	Infectados	Recuperados	Mortes
Baixada Santista	37.247	26.544	1.372
Estado de São de Paulo	552.318	-	23.236
Brasil	2.711.132	1.884.051	93.659

Tabela 1: Total de Infectados, Recuperados e Mortos na Baixada Santista, Estado de São de Paulo e Brasil Até a data de 30 de Julho de 2020
Fonte: Adaptado da SAÚDE e GLOBO, 2020.

Na tabela 1 é possível calcular o índice de mortes por infectados de 3,68% na baixada santista, 4,2% no estado de São Paulo e 3,45% no Brasil. Portanto, o estado de São Paulo é o que tem maior índice de mortes por infectados no Brasil, precisando melhorar sua política de saúde contra o novo corona vírus - COVID 19.

3. SOLUÇÕES INTEGRADAS E PROJETOS ACADÊMICOS INOVADORES

A Strong ESAGS preza pela qualidade de seu ensino, investindo, além da certificação da FGV, em diferenciais. Os alunos da ESAGS tem a oportunidade de participar

de intercâmbios, projetos como o CIM, CAD, CDC centro de empreendedorismo e centros de estudos. A faculdade oferece assistência aos alunos por meio do Centro de Apoio Didático (CAD), com o objetivo de gerenciar projetos de cunho pedagógico, como as monitorias, que é um apoio didático, principalmente em exatas, como matemática, estatística, economia e contábeis, em que são tiradas as dúvidas sobre o conteúdo e na resolução de exercícios, melhorando o desempenho dos alunos ao longo do curso. Além disso, o CAD incentiva alunos a darem início ao projeto de iniciação científica, auxiliando no desenvolvimento de ideias e publicação de artigos científicos (ESAGS, 2020).

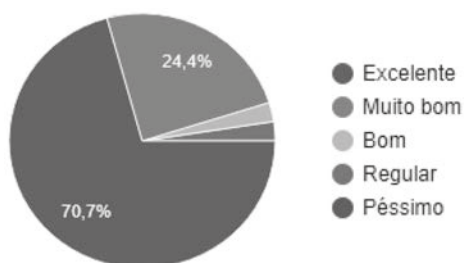
O aprendizado na Strong muito além da sala de aula. Os centros de estudos permitem que os alunos enriqueçam a experiência e vivência na graduação. Na instituição existe um centro de desenvolvimento de carreiras (CDC), que busca desenvolver e aprimorar a formação, competências e habilidades dos alunos, preparando-os para torná-los mais competitivos para o mercado de trabalho (ESAGS, 2020).

O Centro de Inteligência de Mercado (CIM) tem por objetivo elaborar indicadores setoriais, assessorando o mercado com informações na de tomada de decisão. O projeto colabora com o desenvolvimento de competências relacionadas a atividades de pesquisa; facilita o intercâmbio de conhecimento gerado entre a academia e o mercado; contribui para o fomento de pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica na região; Apoiar gestores públicos e privados em políticas de desenvolvimento socioeconômico. Além disso, o projeto garante a aproximação com o mercado, ocorrendo visitas técnicas, workshops e mesas redondas, que reúne aluno e consultores da área (CIM, 2020).

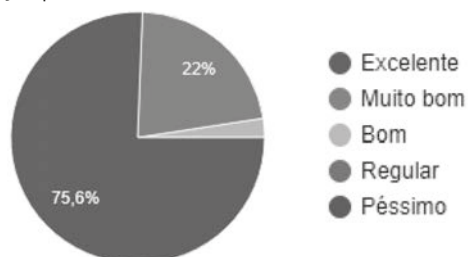
4. RESULTADOS

Na pesquisa online, com 14 perguntas realizadas, foi possível analisar os resultados e observar a altíssima satisfação dos alunos em relação à infraestrutura e qualidade de ensino da ESAGS.

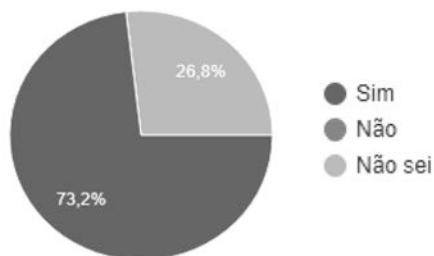
1. Como você avalia a acessibilidade da instituição (ESAGS) para pessoas com limitações físicas?



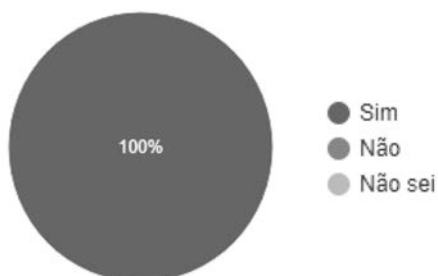
2. Do seu ponto de vista, as instalações físicas da instituição podem ser avaliadas como:



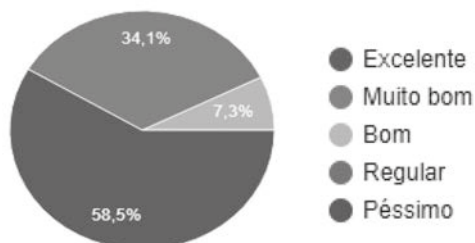
3. A instituição tem políticas ambientais de sustentabilidade?



4. A sinalização com informações sobre limpeza, higiene, descarte de lixo são acessíveis e adequadas aos usuários?



5. De forma geral, como você avalia a instituição de ensino?



6. O ambiente físico e os recursos existentes foram importantes para a escolha da instituição de ensino?



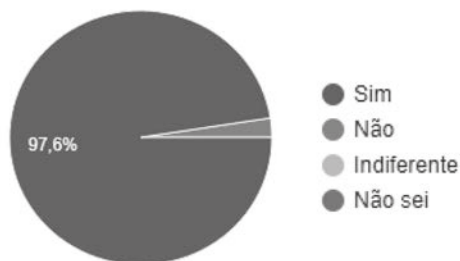
7. O que foi mais importante para a escolha da instituição de ensino ESAGS?



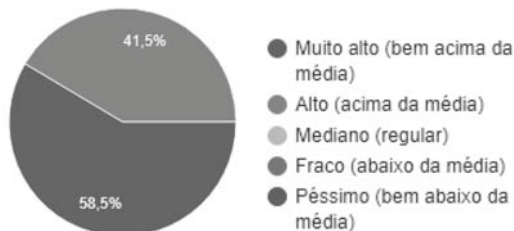
8. O que você mais valoriza na instituição?



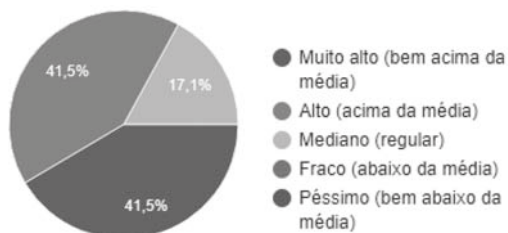
9. Você acha importante a certificação da FGV para a ESAGS?



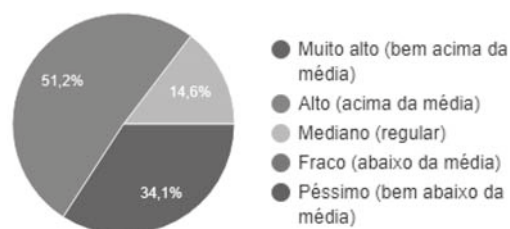
10. O nível de ensino da ESAGS (STRONG/ FGV) é:



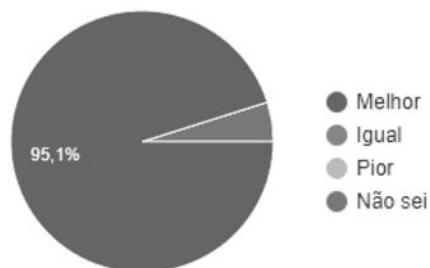
11. Qual sua avaliação em relação à resposta, adequação da ESAGS neste momento de pandemia, quanto à substituição da aula presencial pela online?



12. Qual sua avaliação em relação aos recursos e as aulas lecionadas pelos professores no formato online?



13. Em comparação a outras instituições de ensino superior que você conhece na baixada santista, em relação à infraestrutura e ensino, a ESAGS (STRONG/ FGV) é:



14. Em sua opinião, o que pode ser melhorado na ESAGS (STRONG/FGV)?

Incentivar mais pesquisa de campo, prática de mercado e publicação de artigo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo fez uma análise em relação a outras instituições da baixada santista e também avaliou a qualidade e excelência do ensino da ESAGS e, nesse sentido, foi encaminhada uma pesquisa aos alunos da instituição, com 14 perguntas chaves, com respostas clara e objetiva, resultando em 44 participantes. Com relação

à acessibilidade, instalações e avaliação geral da instituição, todas obtiveram sua classificação de excelente e muito bom por mais de 95% dos alunos. Já em relação à existência de políticas ambientais de sustentabilidade, acessibilidade das sinalizações das instalações e a importância da certificação da FGV para a ESAGS, as respostas foram, em média, todas acima de 73% de concordância positiva. No quesito do ambiente físico e os recursos existentes, mais de 75% indicaram que foram importantes, em suas escolhas de ingresso na instituição, indo de encontro, aproximadamente 88% indicaram que a escolha da ESAGS está na certificação da FGV e estar entre as melhores instituições de ensino do Brasil. A qualidade, os professores e o material de estudo foram os itens mais valorizados na instituição. O nível de ensino da ESAGS, sua adequação no momento da pandemia e os recursos e aulas lecionados de forma online pelos professores foram classificados como muito alto e alto, por mais de 83% dos alunos.

Por fim, em comparação com as demais instituições de ensino da baixada santista, a maioria das pessoas que tiveram a oportunidade de conhecer a ESAGS possui uma aceitação como melhor que as demais para 95% dos entrevistados. Em função dos resultados apresentados acima, pode-se perceber que a ESAGS não somente possui seu selo de excelência por órgãos externos, mas também por aqueles que são diretamente afetados: seus alunos, que experimentam na prática o que é desfrutar e pertencer a uma instituição comprovadamente excelente na área da educação.

REFERÊNCIAS

CHEQUELEIRO, V., PIRES, F. **Impactos positivos no ensino superior com instalações físicas de sustentabilidade, tecnologia e acessibilidade.**

In: 14º Congresso Nacional de Iniciação Científica. São Paulo. 2014.

CIM. **Centro de Inteligência de Mercado.** Disponível em: <<https://cim227.wixsite.com/strongesags-cim/sobre-o-cim>>. Acesso em 24/07/2020.

ESAGS. **Escola Superior de Administração e Gestão Strong.** Disponível em: <<https://esags.edu.br/institucional/#diferenciais>>. Acesso em 24/07/2020.

_____. **CAD:** Centro de Apoio Didático. Disponível em: <<https://esags.edu.br/esagstv/cad-centro-de-apoio-didatico-strong-esags/>>. Acesso em 24/07/2020.

_____. **CF:** Centro de Formação. Disponível em: <<https://esags.edu.br/centros-de-formacao/>>. Acesso em 24/07/2020.

GLOBO. **COVID 19 na baixada santista.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/mais-saude/noticia/2020/07/28/baixada-santista-tem-372-confirmacoes-em-24h-e-ultrapassa-marca-de-37-mil-casos-de-covid-19.ghtml>>. Acesso em 16/06/2020.

INEP. **Indicadores de qualidade da educação superior.** Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/educacao-superior/indicadores-de-qualidade/resultados>>. Acesso em 24/06/2020.

MEC. **Ministério da Educação.** Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/busca-geral/12-noticias/acoes-programas-e-projetos-637152388/89051-cne-aprova-diretrizes-para-escolas-durante-a-pandemia>>. Acesso em 16/06/2020.

PIRES, F. **Inovação tecnológica no ensino superior.** Disponível em: <http://www.fabiopires.com.br/inovacao_ensino_superior/>. Acesso em 16/06/2020.

SAÚDE. **Quadro brasileiro do COVID 19.** Disponível em: <<https://covid.saude.gov.br/>>. Acesso em 24/07/2020.

ENADE 2021

ESTÁ CHEGANDO A HORA DE PROVAR SEU CONHECIMENTO

Aulão preparatório para você revisar os conteúdos de Administração e Economia e aumentar ainda mais suas chances de ir bem na prova e valorizar seu currículo

26/09, 10/10, 24/10, 14/11 E 21/11

DAS 08H ÀS 11H

SIMULADOS DAS 09H ÀS 11H

ACESSE A SALA PELO GOOGLE MEET

COM O CÓDIGO: YGHI5H3

Válido pra 5º e 6º semestres dos cursos de Administração e Economia

CERTIFICAÇÃO
DE QUALIDADE



ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO



**STRONG
ESAGS**

CAPA



Autor: Prof. Dr. Sandro Renato Maskio, Docente do curso de Economia da STRONG ESAGS

NOVAS PERSPECTIVAS À TRAJETÓRIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: PROVOCAÇÕES FRENTE A REALIDADE BRASILEIRA

Resumo:

O presente artigo com objetivo provocar a reflexão sobre as alterações ao modelo de desenvolvimento econômico, provocado pelo atual contexto de retração mundial devido aos efeitos da pandemia sobre a atividade econômica. Além de um breve resgate do debate teórico em torno dos determinantes da dinâmica econômica, que impactam diretamente sobre construção de políticas públicas voltadas a fomentar a atividade econômica, o artigo também traz um conjunto de argumentos, de diferentes autores, sobre as perspectivas ao desenvolvimento econômico mundial pós pandemia, juntamente com alguns dados sobre a distribuição dos gastos em P&D ao redor do mundo.

Ao final, são apontados alguns desafios presentes na economia brasileira, que enfrentou a maior recessão registrada de sua história, no biênio 2015/2016, ao qual se soma a deterioração de sua pauta de exportações e a queda na alocação de recursos em inovação e desenvolvimento tecnológico.

Palavras-chave: Desenvolvimento Econômico; Recessão; Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O atual cenário econômico entrará para a história com um dos choques mais profundos à atividade econômica mundial pós Revolução Industrial. As medidas de isolamento social impactaram fortemente as relações de oferta e demanda por bens e serviços, impactando a organização das cadeias produtivas, as relações de trabalho e as interações de comércio, além das consequências humanitárias à saúde pública e seus efeitos sociais. A extensão dos efeitos econômicos provocados pela pandemia da Covid-19 ainda é difícil de vislumbrar, tendo em vista que o número de contaminados mundialmente ainda continua em ascensão.

As incertezas presentes no atual contexto socioeconômico estão entrelaçados à algumas questões. Nos países que já demonstram algum controle sobre a propagação do vírus, qual o risco de uma nova onda de contaminação? Nos países que não conseguiram implantar uma boa política de controle, no qual se inclui o Brasil, serão necessárias medidas mais duras e longínquas de restrição?

Além destas questões há também as expectativas sobre a agilidade dos governos de diferentes países em adotar medidas de estímulo à atividade econômica, bem como a eficácia das mesmas em induzir, gradualmente, a retomada do crescimento econômico. Na mesma linha, frente a tendência de fortalecimento das cadeias produtivas internas, qual tenderá a ser o impacto sobre a trajetória das relações globais? Isso impactará nos modelos de desenvolvimento econômico, em especial dos países emergentes? Qual papel assumirá a geração de competências tecnológicas dentro dessa dinâmica?

Este artigo não propõe trazer respostas a estas questões, mas concatenar alguns argumentos e indicadores com o objetivo de estimular a reflexão e o debate sobre o tema.

1. UMA VISITA AO DEBATE ACADÊMICO

Diante dos severos impactos sobre a saúde pública causados pela pandemia provocada pelo Covid-19, com milhões de baixas humanitárias, forte pressão sobre as estruturas de saúde nos diversos países e demanda por rápidas respostas por meio de políticas públicas, afloraram diversos debates em torno das condições de vida da sociedade. Questões que incluem as condições de saneamento, moradia, novos protocolos de interação social, modelos de mobilidade urbana, entre outros. Nesta efervescência de debates, destacam-se também, a curto prazo, as discussões em torno das ações voltadas a impulsionar a retomada da atividade econômica, seguidas dos questionamentos sobre os rumos do desenvolvimento econômico.

No que tange à dinâmica da atividade econômica, o debate teórico econômico entre os ortodoxos liberais, ligados aos pressupostos da escola clássica, e os heterodoxos fundamentados nas concepções keynesianas, tem como um dos pontos centrais a localização do centro dinâmico da economia. Para os ortodoxos, este reside nas condições determinantes do comportamento de oferta da economia, influenciados pelas concepções do economista Jean-Baptiste Say.

Para Keynes, a dinâmica está centrada na demanda, para o qual o montante de recursos empregados na economia depende da soma dos gastos em consumo e do volume de recursos alocados em novos investimentos, o que denominou de demanda efetiva.

Conforme observa Silva (1995, p. 128), segundo a interpretação de Keynes, os empresários, ao tomar suas decisões sobre quanto produzir, sempre estarão no curto prazo de Marshall, tendo conhecimento sobre os valores correntes dos salários e das matérias-primas. Enquanto, do outro lado, o autor esclarece que a alteração das condições e da estrutura de produção toma tempo, incorporando inclusive fenômenos tecnológicos sobre a oferta.

Em contrapartida, os ortodoxos liberais defendem que as contribuições keynesianas são fundamentadas em um momento excepcional, como as que marcaram a forte recessão da economia pós crise de 1929. Nesta linha, conforme argumentou Scheinkman (2007) o desenvolvimento da teoria da renda permanente de Milton Friedman procurou mostrar que as políticas keynesianas, de curto prazo, causam pouco estímulo ao consumo ao longo do tempo, dado o efeito limitado na renda permanente dos consumidores. Avaliação esta corroborada posteriormente pelo trabalho de Modigliani. O que justificaria a ineficácia das políticas de estímulo a demanda ao longo do tempo como forma de dinamizar a atividade econômica, reforçando a centralidade da argumentação ortodoxa nos determinantes das condições de oferta.

Estas diferentes matrizes de pensamento econômico incendeiam, e por vezes polarizam, o debate sobre quais as medidas se mostrariam mais eficazes para fomentar a retomada da atividade econômica. Em especial no atual contexto de recessão mundial.

Neste ponto cabe destacar que o atual momento da economia é marcado por uma intensa retração econômica em nível mundial. Possivelmente a maior desde a Grande Depressão de 1929, segundo estimativas do Fundo Monetário Internacional e do Banco Mundial. Dentre suas características estão a forte queda na demanda agregada, tanto das transações comerciais internacionais como dos fluxos comerciais internos dos países, simultaneamente à elevação da capacidade ociosa diante da retração do fluxo de produção agregada. Ainda que em intensidade diferente e com especificidades regionais e setoriais, os diversos atores econômicos têm se defrontado com este cenário ao redor do mundo. O que configura, guardadas as devidas proporções, um contexto "excepcional",

assim identificado pela ortodoxia, como quando da ascensão das contribuições keynesianas.

Tanto que, um dos debates econômicos que se acentuou após a crise de 2008 e voltou à tona com toda força, gira em torno da ortodoxa Teoria Quantitativa da Moeda (TQM), ainda distante de alguma tendência de consenso. Entretanto, não é raro encontrarmos atualmente argumentos a favor da expansão monetária, ou afrouxamento monetário (*quantitative easing*), como forma de estimular a demanda, financiar o governo, ampliar as linhas de crédito às pequenas e microempresas, e até mesmo viabilizar investimentos. O que contraria frontalmente as recomendações da rígida TQM¹.

Adicionalmente, na última década este debate tem sido acompanhado de argumentações mais intensas a favor de uma atuação mais intensa dos governos no campo da política fiscal com vistas a fomentar a atividade econômica, de encontro às diretrizes macroeconômicas recomendadas do *mainstream* econômico.

O que se observa é que, diante das pressões por respostas rápidas por parte dos governos, as recomendações ortodoxas têm perdido espaço para os mecanismos heterodoxos de intervenção do Estado, haja vista os gigantescos pacotes de intervenção anunciados tanto pelos EUA como pela União Europeia.

Em uma outra matriz analítica, centrada na perspectiva histórica, conforme exposto por Chang (2004), os instrumentos utilizados pelos países atualmente desenvolvidos em sua trajetória histórica se mostraram bastante diferentes das recomendações ortodoxas, e que compuseram o Consenso de Washington do final da década de 1980. Medidas estas consideradas essenciais para que os países em desenvolvimento percorressem a trajetória de evolução rumo ao processo de prosperidade, mas que resultaram em ínfimo progresso aos países em desenvolvimento nas últimas décadas². Rodrick (2011a) argumenta que ao mesmo tempo em que as recomendações da política neoliberal, em meio à globalização, prometiam oportunidades capazes de impulsionar as economias dos diferentes países, paradoxalmente, sua dinâmica e suas regras limitaram a adoção políticas nacionais em prol do desenvolvimento econômico e produtivo, afetando mais intensamente os países em desenvolvimento.

Segundo Chang (2004, p. 208), a trajetória dos países atualmente desenvolvidos foi marcada por um padrão consistente, marcada pelo uso de políticas in-

dustrial, comercial e tecnológica ativas, composto por variados instrumentos intervencionistas. Comportamento que pôde ser observado desde a Inglaterra do século XVI, até as recentes políticas adotadas pelos Tigres Asiáticos, segundo o autor.

Diferentemente das hipóteses sobre a capacidade da livre concorrência entre os produtores, tanto em nível nacional como internacional, serem capazes de desenvolverem as forças produtivas, as práticas adotadas pelos países desenvolvidos nos últimos séculos remontam a argumentação de Escola Histórica Alemã. Para List (1986, p. 93), uma das principais vozes da escola alemã do século XIX, o desenvolvimento das forças produtivas internas seria *a única maneira de colocar as nações ainda atrasadas em pé de igualdade com a nação predominante*. O autor defendia que:

A força produtiva da riqueza é infinitamente mais importante que a própria riqueza: pois esta força não somente assegura a posse e o aumento do que se ganhou, mas também a substituição daquilo que se perdeu. (List, 1986, p. 97)³.

Nesta linha, conforme observado por Chang (2004, op. cit), nas experiências históricas dos países desenvolvidos, a chave do desenvolvimento econômico esteve na estruturação de cadeias de produção com maior valor agregado. O que não ocorreu “naturalmente”, como mero fruto do processo concorrencial. Pelo contrário, a adoção de políticas intervencionistas ágeis e focadas se mostraram frequentes.

Prática que continua a ser adotada. A partir das décadas de 1960 e 1970, com a reorientação do modelo de produção capitalista, direcionada a um padrão produtivo mais flexível, em substituição ao modelo fordista, o papel das políticas ativas do Estado no fomento à atividade econômica e à promoção do desenvolvimento de novas competências tecnológicas e competitivas tem se mostrado essenciais. A exemplo dos mecanismos de financiamento do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), que priorizou a necessidade de aprimoramento do tecido produtivo e da capacidade competitiva regional, e em consequência da

³ List (1986, p. 98) cita a obra de Adam Smith, Riqueza das Nações, para pontuar uma contradição na avaliação deste e reforçar sua tese sobre a importância das forças produtivas:

“O trabalho constitui o fundo do qual toda a nação auferir sua riqueza, sendo que o aumento da riqueza depende primeiramente da força produtiva da mão de obra, ou seja, do grau de habilidade, destreza e competência com a qual a mão de obra da nação geralmente é aplicada, e em segundo lugar, da proporção entre o número de trabalhadores empregados produtivamente e o dos improditivos” (Smith, 1986, p. 59).

¹ Ver Farhi (2014) e Schymura (2019)

² Ver Chang (2004) e Rodrick (2011a, 2011b).

economia nacional, reforçado pela Agenda de Lisboa em 2000; das políticas norte americanas e canadenses intensificadas a partir da década de 1980, focadas no desenvolvimento setorial e de ambientes de inovação com objetivo de retomar a competitividade das respectivas economias; dos esforços implementados pelos países asiáticos com vistas a posicionarem-se como referência frente ao novo modelo produtivo da economia do conhecimento, baseada na geração de tecnologia e inovação, entre outros⁴.

No contexto das últimas décadas, a dinâmica do processo de reestruturação e reorganização dos processos produtivos tornaram-se fundamentais para manter uma posição competitiva em um mundo onde as distâncias entre as fronteiras tornavam-se cada vez menores. Entretanto, conforme observou Sassen (2002), Swyngedouw (2004), a competição tornou-se cada vez mais aguda, com um número de cidades, regiões e países tornando-se cada vez menos competitivos de um lado, sofrendo com desindustrialização e crise, enquanto outros países e regiões prosperaram. O que notabilizou a importância das políticas intervencionistas ativas em prol do desenvolvimento das forças produtivas locais.

Esta questão se tornou mais evidente após a crise financeira de 2008, quando diversos países buscaram adotar políticas que não ferissem os próprios interesses de fomentar a atividade econômica interna. Dentre os quais vale ressaltar a guerra cambial entre 2008 e 2011, protagonizada pelos países centrais, para proteção dos setores produtivos internos: a guerra comercial entre a China e os Estados Unidos dos últimos anos, em um claro esforço estadunidense de estimular a indústria local, e o Brexit (British Exit) na Europa, movido pela busca de maior autonomia por parte do Reino Unido tanto para negociar novos acordos com o bloco europeu, com outros blocos e países.

O atual cenário de retração econômica, resultado das medidas distanciamento social e interrupção de algumas atividades econômicas, adotadas com vistas a minimizar o impacto do Covid-19 sobre a saúde pública, intensificarão a adoção de políticas ativas do Estado, com vistas à recuperação da economia. Ademais, o atual cenário, tende a levar as empresas à uma revisão das estratégias competitivas, em especial no cenário internacional. De um lado o setor produtivo

⁴ Ver Maskio (2019). No capítulo 2, há um resgate das experiências internacionais acerca de políticas de ciência, tecnologia e inovação para o desenvolvimento, focadas especialmente no âmbito regional, em diferentes países, além de diversas referências sobre a questão. O que evidencia a prática de políticas intervencionistas, em especial por países desenvolvidos, voltadas ao desenvolvimento produtivo e tecnológico.

sofreu abalos em função da dependência destas às cadeias globais de insumos, produção e comercialização. De outro, o espraiamento da recessão em diversos países expôs a falta de resiliência das economias, e consecutivamente da capacidade de consumo dos diversos mercados atendidos pelas cadeias internacionais de produção⁵.

Frente às incertezas e à necessidade imposta para adoção de mecanismos voltados à estimular a retomada da economia, o governo federal dos EUA está adotando o maior pacote de ajuda governamental da sua história. Os US\$2 trilhões deverão ser canalizados para socorrer as famílias, ampliar os benefícios do seguro desemprego, empréstimos ao setor produtivo, socorro financeiro aos estados e governos locais, além do socorro às necessidades ligadas ao sistema de saúde. Na mesma linha, a União Europeia anunciou um pacote de €1,8 trilhão entre empréstimos e subvenções aos países do bloco. Entretanto, os países deverão apresentar um plano de recuperação econômica, que inclui, entre outros fatores, um programa de ampliação da capacidade competitiva com foco no desenvolvimento tecnológico. Outras regiões e países também tem providenciado mecanismos de intervenção em suas respectivas economias.

As medidas anunciadas até o momento confirmam a ascensão da adoção de mecanismos heterodoxos. A busca da eficiência alocativa ortodoxa abrirá espaço para a alocação de recursos voltados a fortalecer as estruturas produtivas nacionais e socorrer as famílias mais afetadas no atual contexto, com vistas a minimizar os efeitos sociais da queda da riqueza gerada na economia. O momento será de revigorar as forças internas locais e aprofundar as competências, em meio a reorganização do cenário econômico mundial.

2. EVIDÊNCIAS MUNDIAIS ESTILIZADAS E AS NOVAS PERSPECTIVAS

Nas últimas décadas, segundo o WORLD BANK (2013), a corrida contemporânea em busca de um novo padrão de desenvolvimento pautado no processo de inovação expressa, invariavelmente, o esforço para o reposicionamento dos países na cadeia global de produção e para a apropriação dos benefícios proporcionados pelo novo padrão de desenvolvimento.

A partir da década de 1970, marcada pelo início de um período de estagnação, se configurou uma nova fase da dinâmica de desenvolvimento dos países,

⁵ Para aprofundamento, ver OECD (2020).

proporcionada por dois fatores principais. O primeiro deles é a globalização, que intensificou as relações comerciais ao redor do mundo, juntamente com a internacionalização das cadeias de produção e dos padrões de consumo, que possibilitou reformulação dos processos globais de acumulação pelas empresas multinacionais. O segundo fator consiste na ampliação do grau de importância que assume os processos de evolução tecnológica e inovação para dar conta de um modelo produtivo mais flexível, capaz de ser implantado em diferentes locais e de competir em um mercado global.

Neste cenário, segundo Lahorgue (2006), a tendência mundial das políticas de desenvolvimento passou a privilegiar os arranjos locais de produção, a partir da criação de ambientes favoráveis à inovação tecnológica e implantação de infraestruturas institucionais capazes de estimular a sinergia e fomentar a agregação de valor ao processo produtivo.

Entretanto, dada a própria evolução do sistema capitalista, em especial no pós Revolução Industrial,

as grandes modificações inovadoras, capazes de gerar grande valor adicionado e ampliar a escala de geração de riqueza, têm sido promovidas por poucos países, situados no centro do sistema, com poucas exceções.

Um dos dilemas apresentados presentes na dinâmica econômica global das últimas décadas é que, ao mesmo tempo em que o avanço tecnológico tem aprofundado a interação das cadeias de produção e de valor no mundo globalizado, estes têm se concentrado nos países desenvolvidos. Juntamente com as grandes corporações multinacionais, a trajetória do desenvolvimento mundial possibilitou a estes exercer uma influência dominante sobre os demais países, estabelecendo as regras do sistema econômico internacional.

Os dados divulgados pelo World Bank referentes aos primeiros anos deste século XXI, apresentados na tabela a seguir, permitem observar, por exemplo, as diferenças de receita líquida proveniente das transações de uso da propriedade intelectual entre os países de renda média e de renda elevada, entre outros indicadores associados à Ciência e Tecnologia.

Países e Regiões do Mundo	Pesquisadores em tempo integral		Gastos com P&D		Exportação de High-technology	Receita Líq. Propriedade intelectual	Pedidos de patente residente
	por milhões de pessoas		% do PIB		% manufat. média	Milhões US\$ média	média
	2000	2012	2000	2012	2000-2014	2000 - 2015	2000-2014
Países de Renda Elevada	3.118	3.963	2,34	2,5	19,78	23.297,09	794.128
Países de Renda Média	482	656	0,66	1,38	18,13	(24.346,34)	311.414
Europa	2.453	3.509	1,81	2,10	16,15	(27.029,85)	80.197
Ásia Oriental e Pacífico	939	1.575	2,31	2,55	28,09	(24.666,68)	710.187
América Latina e Caribe	329	524	0,56	0,76	12,08	(5.547,86)	6.356
América do Norte	3.479	4.066	2,57	2,69	23,07	53.724,72	228.922
Mundo	1.083	1.268	2,08	2,17	19,37	0,00	1.109.759
México	216	383	0,32	0,43	18,67	(792,47)	772
Argentina	713	1.226	0,44	0,58	8,02	(1.119,74)	775
Chile	-nd -	391	- nd -	0,36	5,12	(605,74)	354
Brasil	420	698	0,99	1,15	12,76	(2.477,44)	4.140
Índia	110	157	0,74	0,82	6,86	(1.458,16)	6.337
Rússia	3.459	3.094	1,05	1,13	11,12	(3.211,07)	25.927
África do Sul	311	405	0,72	0,73	5,63	(1.254,28)	847
China	547	1.036	0,90	1,93	26,27	(9.964,82)	250.704
Coreia do Sul	2.345	6.362	2,18	4,03	29,90	(3.539,33)	119.433
Japão	5.151	5.201	3,00	3,34	21,61	5.838,83	329.008
Países Baixos	2.654	4.246	1,80	1,97	25,54	(5.699,28)	2.315
França	2.897	4.075	2,08	2,23	22,52	2.433,05	14.273
Alemanha	3.148	4.379	2,40	2,88	16,30	912,48	48.205
Reino Unido	2.897	4.029	1,73	1,63	24,95	5.266,41	17.684
EUA	3.475	4.018	2,62	2,81	25,71	63.367,81	224.264
Canadá	3.514	4.489	1,87	1,71	14,24	(4.514,30)	4.658

Tabela 1: Indicadores de Ciência e Tecnologia no Século XXI
Fonte: Banco Mundial / nd – não disponível.

Chama atenção na tabela I os indicadores apresentados pela China e Coreia do Sul, que nas últimas décadas impulsionaram a dinâmica das respectivas economias por meio da reorientação do modelo de desenvolvimento econômico e industrial adotado. O que lhes permitiram apresentar elevada participação dos produtos de elevada intensidade tecnológica em suas exportações, e elevado desempenho no registro de patentes mundiais. Não à toa, a China hoje se posiciona como um forte competidor mundial, inclusive

no campo tecnológico, capaz de adotar uma postura firme frente as disputas comerciais com os EUA nos últimos meses.

Outro indicativo importante é a concentração dos investimentos em P&D pelas 2.500 maiores empresas do mundo. No período 2017/2018, aproximadamente 64,4% dos investimentos empresariais em P&D no mundo foram realizados por corporações estadunidenses ou europeias. Outros 23,2% por empresas chinesas ou japonesas.

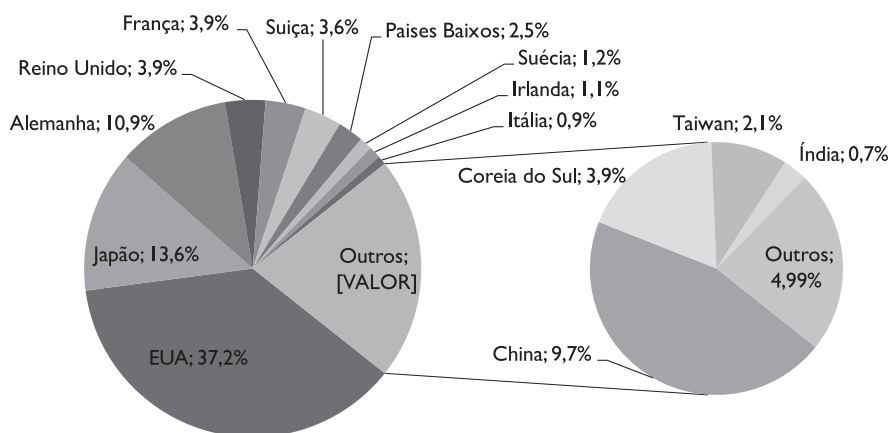


Figura 1: Investimentos em P&D pelas 2.500 Maiores Empresas do Mundo 2017/2018

Fonte: European Commission. Disponível em <https://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard/2018-eu-industrial-rd-investment-scoreboard>.

Ao mesmo tempo, os indicadores apresentados pela América Latina e pelo Caribe apontam um desempenho abaixo da média mundial, o que corrobora com a argumentação em torno da lacuna tecnológica presente na trajetória de desenvolvimento dos países da região e a falta de uma política de desenvolvimento produtivo e tecnológico sólida de longo prazo.

Na divisão internacional do trabalho a partir desta dinâmica ficam evidenciados no comportamento das pautas de exportação dos diferentes países. De um lado os países desenvolvidos têm maior parte de suas exportações centradas em bens manufaturas, sendo quase metade destas de bens de elevada intensidade tecnológica. Do outro lado, os países em desenvolvimento, se excluídos deste grupo os China e Coreia do Sul, tem maior parte de suas exportações centradas em bens primários⁶.

Dada esta configuração internacional, no atual cenário de retração econômica, o economista Kenneth Rogoff (IN VEGA, 2020) avalia que a situação é mais complexa e terrível nos países emergentes, que antes da crise já vinham enfrentando um endividamento crescente, em muitos casos endividamento externo, e uma taxa de crescimento econômico em queda. Agora, segundo o economista, tenderão a enfrentar também uma tendência de retração do preço das commodities no mercado internacional nos próximos anos, como efeito da retração da atividade econômica e menor expectativa de demanda, e ampliação do protecionismo das economias mais fortes.

Compondo apenas segmentos do mercado mundial na organização do sistema econômico, e com fortes limitações técnicas e financeiras para adoção de estratégias com vistas a ampliar seu potencial de desenvolvimento econômico e social, e incorporar os avanços da ciência e da tecnologia, os países emergen-

⁶ Ver UNCTAD/ONU. Dados disponível em <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>. Acesso em 09 / 08 / 2020.

tes deverão vivenciar maiores dificuldades para a retomada da economia após a amenização dos impactos imediatos provocados pelo Covid19, que ainda não tem uma data clara para encerrar.

3. BRASIL INVESTE MENOS EM P&D E AUMENTA A IMPORTÂNCIA DOS BENS PRIMÁRIOS NA PAUTA DE EXPORTAÇÕES.

Diante deste cenário, nos últimos 20 anos o Brasil vem apresentando um aumento na participação dos produtos básicos, simultaneamente a retração a importância das exportações de bens semimanufaturados e manufaturados em sua pauta de exportações. Em 2018 a exportação de produtos básicos voltou a representar mais de 50% do total das exportações, após 40 anos com presença majoritária de produtos industrializados, conforme dados divulgados pelo Ministério da Economia. O conjunto de países da América do Sul e Caribe apresentaram uma elevação da participação dos produtos básicos na sua pauta de exportação no período, segundo dados da UNCTAD/ONU. Fato que, na linha de interpretação de Rogoff, os colocam em uma situação mais delicada no contexto econômico atual, em que as ações de fomento às economias nacionais podem desacelerar a intensidade das interações econômicas e antecipar a projeção feita por O'Sullivan em 2019. Para o autor, as reações observadas pós crise de 2008 já apontam a tendência de reorganização econômica multipolar, com maior dispersão e regionalização do poder econômico.

Especulações a parte em torno dos possíveis impactos da trajetória das relações econômicas, bem como nos modelos de desenvolvimento, a retração da economia brasileira pós 2014 trouxe redução na taxa de investimentos em tecnologia e inovação, que tem se apresentado como motores para o desenvolvimento de novos mercados e ampliação do valor adicionado, especialmente nas economias centrais.

Segundo a Pesquisa de Inovação (PINTEC/IBGE) para o triênio 2015/2017, houve redução no total de empresas que declararam realizar algum tipo de inovação, assim queda na participação dos gastos com P&D em relação às receitas das empresas.

Na comparação trienal, período base de realização da PINTEC, o período 2015/2017 apresentou acentuada redução do número de empresas que realizaram dispêndios com atividades inovativas no período, diferentemente dos triênios anteriores. Segundo dados

divulgados pelo IBGE, a redução foi de mais de 15 mil empresas.

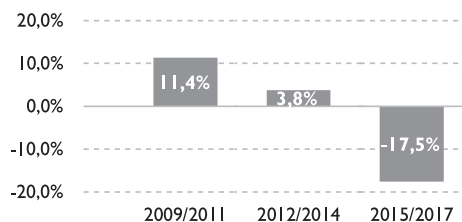


Figura 2: Variação no Número de Empresas que Implementaram Inovação

Fonte: PINTEC/IBGE – várias edições.

Ao mesmo tempo, as empresas que continuaram realizando atividades inovativas, apontaram queda nos gastos com as mesmas. Comparado à receita corrente líquida das empresas, estes dispêndios diminuíram de 2,9% no triênio 2005/2008 para 2,0% no triênio 2015/2017. Em termos reais, deflacionado pelo IPCA/IBGE, a redução dos gastos foi de pouco mais de 31% no triênio 2015/2017 comparado ao triênio 2012/2014.

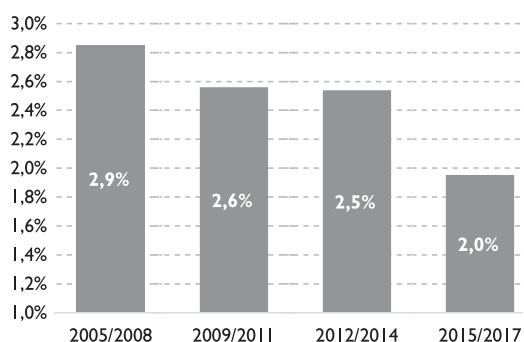


Figura 3: Dispêndio com atividades inovativas / Receita líquida de vendas

Fonte: PINTEC/IBGE – várias edições.

De forma semelhante, as despesas com atividades internas de pesquisa e desenvolvimento também diminuíram. Em comparação com a receita líquida de vendas, a redução foi de 0,8% no triênio 2005/2008 para 0,74% no triênio 2015/2017. Em termos reais, deflacionado pelo IPCA/IBGE, a redução nestas despesas foi de aproximadamente 14,3%, comparado ao triênio 2012/2014.

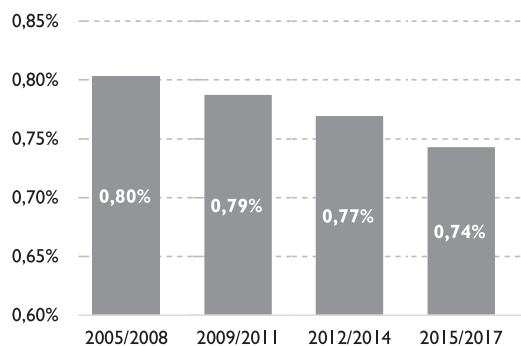


Figura 4: Dispêndios com atividades internas de pesquisa e desenvolvimento / Receita Líquida de Vendas
Fonte: PINTEC/IBGE – várias edições.

O que se observa é que desde o triênio 2005/2008 as empresas têm apresentado redução na proporção da receita líquida de vendas direcionada às despesas com atividades inovativas, seja estas internas ou adquiridas externamente. Como se não bastasse, a forte retração vivenciada atualmente no país, tendo sua faze mais aguda no biênio 2015/2016, levou à redução da receita líquida de vendas do triênio 2015/2017 a níveis inferiores ao observado no triênio 2009/2011. Em meio a este movimento, o volume de investimento empresarial em P&D em relação ao PIB caiu de 0,58% entre 2012/2014 para 0,50% do PIB entre 2015/2017.

O resultado apresentado na última edição da PINTEC não era imprevisível, tendo em vista que, conforme expuseram De Negri et al (2020), em momentos de retração de atividade empresas tendem a cortar investimentos cujo retorno será percebido apenas no longo prazo, como é o caso dos investimentos em pesquisa e em inovação. Vale destacar ainda, para compreender a retração nos níveis de P&D, a crise enfrentada pela Petrobrás, empresa que mais aloca recursos em atividades inovativas no Brasil, bem como o acentuado declínio no suporte público às atividades de P&D, como a redução do montante de crédito às atividades inovativas desembolsado pela Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), impactando diversos setores da economia, impactando diversos setores da economia⁷.

Esse cenário, de ampliação da participação dos produtos básicos na pauta de exportações brasileira, redução da importância do setor industrial na econo-

⁷ A última versão da PINTEC/IBGE apontou redução nos investimentos nos diversos setores, divididos nos setores da indústria total, indústria extrativa, indústrias de transformação, serviços selecionados e eletricidade e gás.

mia nacional e retração dos investimentos em P&D, é preocupante, frente ao contexto atual. Enquanto as ações que têm sido adotadas ao redor do mundo apontam para uma escalada do protecionismo e de mecanismos de estímulo produtivo, tecnológico e competitivo; a estrutura da economia brasileira aponta indicadores de maior fragilidade nestes campos. Ademais, dada a crise fiscal enfrentada pelo Brasil e as diretrizes seguidas pela atual equipe do Ministério da Economia, somados à dificuldade de implementação de algumas reformas, não há indícios de fortalecimento das condições estruturantes para a retomada do desenvolvimento econômico nem seu reposicionamento no cenário internacional.

Haverá espaço para impulsionar a atividade econômica brasileira e sua capacidade competitiva sem ampliar o nível médio de produtividade da economia? Teremos capacidade de nos inserirmos no modelo de produção cada vez mais influenciado pela capacidade de promover avanços tecnológicos? Como encaixar as ações voltadas ao desenvolvimento social e da qualidade de vida simultaneamente as ações de fortalecimento da economia?

Estes são alguns dos desafios com os quais a economia brasileira se deparará nos próximos anos, que nos provocam à reflexão e ao debate para a proposição de uma agenda positiva que deve superar a insistente dominância da visão de curto prazo em vários campos da política pública brasileira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No atual contexto econômico mundial, em que ainda não é possível prever a intensidade e a extensão da retração da economia, uma das projeções que se mostram menos incertas é de que o modelo de desenvolvimento deverá apresentar alterações nos próximos anos, comparativamente a trajetória observada nas últimas décadas.

No cenário internacional, a tendência é de ampliação dos esforços para o fortalecimento das economias nacionais, especialmente nos países mais desenvolvidos. Alguns analistas apontam para a possibilidade de assistirmos um movimento de reindustrialização em alguns destes países, simultaneamente às alterações e na dinâmica e na organização das relações econômicas internacionais.

O desafio colocado por este cenário aos países em desenvolvimento, que apresentam estruturas econômicas menos produtivas e competitivas, é ainda mais

árduo. A falta de uma estratégia nacional robusta de desenvolvimento econômico brasileiro nas últimas quatro décadas repercutiu negativamente sobre seu desempenho produtivo e o avanço das condições sociais. Diante da conjuntura atual, o restabelecimento de ações robustas voltadas ao fortalecimento da economia nacional mostra-se mais urgentes. Resta saber se teremos disposição democrática para tal, bem como capacidade para planejá-la e adotá-la.

REFERÊNCIAS

CHANG, H. **Chutando a Escada**: a estratégia do desenvolvimento em perspectiva histórica. Tradução Luis Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: Editora UNESP, 2004

FARHI, M. **Revelações da Crise**: moeda fiduciária e as relações Tesouro/Banco Central. Revista de Economia Política, vol. 34, nº 3 (136), p.p. 396-412, jul-set de 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Inovação Tecnológica**, várias edições.

KEYNES, John Maynard. **A teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. Tradução de Mário R. da Cruz. Coleção Os Economistas. Editora Nova Cultural Ltda. São Paulo: 1996.

LIST, Georg Friedrich (1789 – 1846). **Sistema nacional de economia política**. Apresentação de Cristovam Buarque; tradução de Luiz Baraúna. Coleção Os Economistas 2ª ed, editora Nova Cultural: 1986.

MASKIO, S.R. **Políticas de Inovação Tecnológica e Desenvolvimento Econômico Regional**: um estudo sobre a economia do Grande ABC. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais. Santo André: Universidade Federal do ABC: 2019.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OCDE). **OECD Economic Outlook**. The world economy on a tightrope. Volume 2020 Issue 1. OECD Publishing: Paris, June 2020 (<https://doi.org/10.1787/0d1d1e2e-en>.)

O'SULLIVAN, M.. **The Levelling**: What's Next After Globalization. PublicAffairs. Hachette Book Group. New York, 2019.

RODRICK, Dani. **The Globalization Paradox**: Democracy and the future of the world economy. W W Norton G Company. New York, 2011a

RODRICK, Dani. **A Globalização foi longe demais?** Tradução de Magda Lopes. Editora Unesp. São Paulo: [1997]2011b

SASSEN, Saskia. **Locating cities on global circuits**. Environment and urbanization, vol. 14, nº 1. International Institute for Environment & Development. London, United Kingdom: 2002, p. 13-30.

SCHEINKMAN, J. A.. **A ortodoxia dos heterodoxos**. Folha de São Paulo. Caderno Mercado. São Paulo, domingo, 11 de fevereiro de 2007.

SCHYMURA, Luiz Guilherme. **O esgotamento dos instrumentos de incentivo à demanda global e seus efeitos sobre o Brasil**. Conjuntura Econômica. Carta do IBRE. Rio de Janeiro, outubro de 2019.

SILVA, A. C. M.. **A economia de Keynes, a busca de uma nova teoria econômica e a “armadilha do equilíbrio”**. Revista Economia e Sociedade. Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, (5):111-58, dez.1995.

SMITH, A.. **A Riqueza das Nações**: uma investigação sobre sua natureza e suas causas. Tradução de Luis João Baraúna. Coleção Os Economistas. Editora Nova Cultural Ltda. São Paulo: 1996

SWYNGEDOUW, Erik. **Globalisation or 'glocalisation'?** Networks, territories and rescaling. Cambridge Review of International Affairs, volume 17, number 1. United Kindow: 2004, p. 25-48.

VEJA, M. Á. G. **Como será a economia pós coronavírus**. El País. Madri, Espanha: 13 de abril de 2020. Disponível em <<https://brasil.elpais.com/economia/2020-04-13/como-sera-a-economia-apos-o-coronavirus.html>>



CIM ABC

Autores: Henrique Silva dos Santos, Jonathan da Silva Ernesto, Lucas Gomes da Silva, Maria Eduarda Barsaneli de Souza, Saimon Gustavo Neves Camargo

Orientador: Prof. Dr. Luciano Schmitz, Docente do curso de Administração STRONG ESAGS

OS IMPACTOS DA DESINDUSTRIALIZAÇÃO NA REGIÃO DO GRANDE ABC

Resumo:

O estudo busca analisar os impactos da desindustrialização vivenciada na Região do Grande ABC, levantando possíveis causas e efeitos para explicar a fuga de investimentos nas últimas duas décadas. Busca-se entender ainda o novo cenário industrial que está sendo formatado na região, tendo em vista a implantação da indústria 4.0 em diversos setores.

Palavras-chave: Desindustrialização; Grande ABC; Investimentos; Indústria 4.0.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A sub-região sudeste do estado de São Paulo, composta pelos municípios de Santo André, São Bernardo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra, popularmente conhecida como Grande ABC, engendra na opinião pública uma reali-

dade que talvez não seja, há tempos, o que é vivido pela região. As imagens fabris e as escolas técnicas que ilustraram o cenário do ABC paulista durante décadas, já não têm o mesmo efeito para os dias atuais. Na verdade, assistimos agora à criação e evolução de novos polos industriais e automotivos em outras regiões do Brasil. Ou seja, o cenário torna-se outro, o comércio assume uma posição que nunca tivera, novos shoppings e hipermercados tomam o espaço das linhas de produção. É neste sentido que o estudo buscará avaliar os mais diversos campos, como empregos, investimentos, produção e exportações, bem como os seus efeitos para a economia regional.

1. BREVE HISTÓRICO SOBRE O PROCESSO DE INDUSTRIALIZAÇÃO DA REGIÃO DO ABC

A atual cidade de Santo André surgiu em 1867 como um pequeno povoado denominado Estação São Bernardo, decorrente da instalação da ferrovia São Paulo Railway. Originalmente o núcleo urbano de Santo André localizou-se nas colinas próximas à várzea do Rio Tamandateí, evitando-se à ocupação junto ao rio. Com a construção da ferrovia e a posterior instalação das primeiras fábricas, iniciou-se a ocupação de fato

das áreas mais baixas e próximas à várzea. Langenbuch (1971, p. 105) observa que, além de uma incipiente função comercial, muitos povoados das estações ferroviárias abrigariam também uma função industrial, “compreendendo inicialmente o beneficiamento e a transformação de matérias-primas extrativas produzidas na redondeza”.

Esse processo foi consolidado com a industrialização do Grande ABC, que ocorreu, segundo Andrade (1979), em duas fases: a primeira (início do século XX até meados dos anos 50), com a construção de fábricas ao longo da ferrovia Santos-Jundiaí e, a segunda (após os anos 50), com a instalação das montadoras de veículos ao longo da Via Anchieta.

1.1 Primeira Fase da Industrialização do ABC

- Em 1919 instalou-se em Santo André, uma filial do grupo francês RhonePoulenc, e posteriormente instalaram-se as fábricas Rhodiaseta e a Valisére.
- Em 1923, instalou-se em Santo André a Pirelli, empresa de capital italiano. Também em 1923, começou suas atividades a firma francesa especializada em cofres e estruturas metálicas denominada Fichet-Schwartz-Hamont.
- Em 1926, instalaram-se em Santo André mais duas grandes indústrias de porte: a Atlantis Brasil, e a Companhia Brasileira de Cartuchos (CBC) esta última vinculada ao Grupo Matarazzo. Aliás, por mais de 50 anos, as Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo (I.R.F.M.) foram o expoente da riqueza e da grandeza da indústria nacional. Na época, no então distrito de São Caetano 21 foi construída outra importante indústria do grupo “a fábrica de rayon [que] auferia grande vantagem da localização junto à ferrovia que conduz tanto ao interior quanto ao porto.
- Em 1927, iniciou-se também em São Caetano a construção da fábrica da General Motors do Brasil em um terreno situado entre a ferrovia e a antiga ligação São Caetano - Santo André (atual Av. Goiás).
- Em 1940 inaugurou-se a fábrica de pneus Firestone, empresa de capital norte-americano em uma área de 11.720 m² em Santo André, esta contava com 333 funcionários e tinha capacidade para

produzir cerca de 12,3 mil pneus mensalmente. Em pouco tempo, a produção da Firestone Brasil superou as expectativas e dominou o mercado de veículos. Além disso, no ano de 1944, a empresa instalou uma unidade de tecelagem e fiação ao lado da fábrica de pneus.

- Em 1945 foi lançada a pedra fundamental da EletroCloro, na região do Rio Grande. Também em 1945 a General Electric adquiriu um terreno nas proximidades da estação, onde construiu uma fábrica de aparelhos elétricos. Nesse mesmo ano estavam em vias de conclusão as construções de duas importantes empresas de capital nacional, a Cofap e a ISAM (Indústria Sulamericana de Metais). A partir de 1945 ocorreram os desmembramentos e o surgimento de seis novos municípios.

Langenbuch observa o quanto era conveniente instalar-se estabelecimentos fabris exatamente junto à ferrovia que unia São Paulo à Santos:

“Num exame regional da industrialização suburbana, verificada entre 1915 e 1940, desponta nitidamente a faixa do município de São Bernardo cortada pela ferrovia, especificamente o trecho compreendido entre a divisa de São Paulo e o aglomerado Estação São Bernardo (que passou a se denominar Santo André no decorrer do citado período). A faixa São Caetano - Santo André é a única porção dos arredores paulistanos a se transformar em verdadeira “zona industrial suburbana” durante o período em causa. A mesma se destaca pelo grande número de indústrias que aí se estabelecem, pelo tamanho das mesmas, e pela diversidade de ramos industriais”. (1971)

Convém ressaltar que, em linhas gerais, a industrialização brasileira desses anos, além de ser tardia em relação aos países desenvolvidos, era também restrita e incompleta, pois se limitava basicamente à produção de bens de consumo.

Após 1930 observou-se o incremento do processo de substituição de importações como parte de uma política clara e definida por parte do Estado, com a criação de vários Institutos, Ministérios e grandes empresas como a Companhia Siderúrgica Nacional, a Fábrica Nacional de Motores, a Cia Vale do Rio Doce. Entretanto o processo de forte industrialização não

ocorreu em todo o território nacional, sendo observado o grande crescimento das áreas industriais do Rio de Janeiro (então Capital Federal) e principalmente na cidade de São Paulo e seus arredores. Em 1937 o então município de São Bernardo concentrava um número razoável de grandes empresas de capital nacional ou estrangeiro: “as condições geográficas atraíram as primeiras fábricas e com elas estabeleceu-se na região uma mão-de-obra qualificada para o trabalho industrial” (SILVA, 1994, p. 57)

1.2 Segunda fase da industrialização do ABC

O que ocorreu a partir dos anos 1950 foi um marco na história do Brasil: A industrialização transformou-se no motor do crescimento do país. A indústria tornou-se o motor e centro dinâmico da economia brasileira.

A ação do governo estava sintetizada num Plano de Metas em que eram definidas as prioridades e identificado os pontos de estrangulamento, a fim de serem superados com urgência, objetivando completar o processo de substituição de importações, permitindo que o Brasil fabricasse também máquinas e equipamentos. O Plano de Metas consistia no planejamento de trinta metas prioritárias distribuídas em cinco grandes grupos (Energia, transporte, alimentação, indústria de base e educação) e a construção na nova capital federal no Planalto Central (Brasília).

Rangel (1981) enfoca que o crescimento da indústria brasileira foi de tal abrangência que passou de uma simples substituição de importações para uma verdadeira industrialização. Ainda, para o autor (1986, p. 43), a direção do esforço principal do desenvolvimento passava pela “expansão da produção de bens duráveis – desde os apartamentos residenciais às máquinas operatrizes da Romi 28, passando pelos automóveis, pelas geladeiras e pelos eletrodomésticos em geral”. Kleeb (2001) também analisa esse fato:

“Com os investimentos estatais e o capital estrangeiro ocorreu um crescimento no setor automobilístico, mecânico, metalúrgico e de material elétrico. Santo André passou a abrigar várias indústrias de autopeças. A indústria foi, então, delineando um outro perfil. A mão de obra tornou-se mais especializada e as máquinas mais produtivas”.

No período de 1956 a 1970 houve a “consolidação das bases materiais de uma sociedade urbana e

industrial” (NEGRI, 1996, p. 116), pois os setores mais complexos, como materiais de transportes, material elétrico, mecânica, metalurgia e química ampliaram seus pesos relativos na estrutura industrial brasileira.

A partir de 1954, e após a instalação das grandes montadoras de veículos, outras empresas de diversos ramos industriais com o objetivo de “fornecer às montadoras e ao mercado de reposição” (CONCEIÇÃO, 2008, p. 72) instalaram-se na região do ABC. Em Santo André, essas indústrias instalaram-se nos diversos terrenos vagos existentes próximos à ferrovia, acentuando a função industrial da cidade, aliada a um crescente adensamento populacional nos dois lados da ferrovia.

2. O INÍCIO DO PROCESSO DE DESINDUSTRIALIZAÇÃO DA REGIÃO DO ABC

Em decorrência do foco rodoviário estabelecido pelos planos de metas em conjunto com a industrialização acelerada, a região é vista como polo automotivo nacional, grandes empresas do ramo, assim como setores industriais de suporte à estas, como borracha e plástico, se alocaram e se desenvolveram no Grande ABC.

Contudo, a partir da década dos anos 1990, temos uma perda de capitais da região, como também, um enfraquecimento de novos investimentos em decorrência da transformação que a região toma no sentido de migrar capitais para o setor terciário, seja pela falta de competitividade nacional frente à abertura econômica da época ou pela atratividade de novas localidades nacionais.

Partindo deste ponto, vindo para os dias atuais, o diagnóstico que se faz é que a indústria regional já não crescerá outra vez, ainda que estando em posição de destaque frente ao cenário nacional, seria somente parte do que fora antes. Tem-se ainda uma mudança gradativa do foco produtivo, onde há um crescimento da produção dos produtos químicos ao longo do tempo e uma perda gradativa do setor automotivo.

Dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) mostram que entre 2013 e 2017 a Região do ABC perdeu 12,5% do seu estoque de empregos com carteira assinada. Enquanto, em 2012, a taxa média de desemprego era de 10,3%, em 2017 passou para 17,7% – um dos maiores níveis de desocupação dos últimos 14 anos de acordo com o Seade.

2.1 A Perda Progressiva do Foco Industrial no Início do Novo Milênio

O balanço negativo registrado na participação industrial ao longo dos anos 90, conforme apontado no tópico anterior, teve continuidade na virada do milênio, mostrando uma perda em todos os indicadores de desempenho.

O valor adicionado produzido pelo setor da indústria no ano de 2016, por exemplo, representa 65% do que era em 2003, migrando grande parte do que já foi produzido para o setor de serviços, setor este que abrange taxas cada vez maiores de trabalhadores formais na região, ao passo que os empregos no setor secundário são cada vez mais escassos (ver gráfico 1).

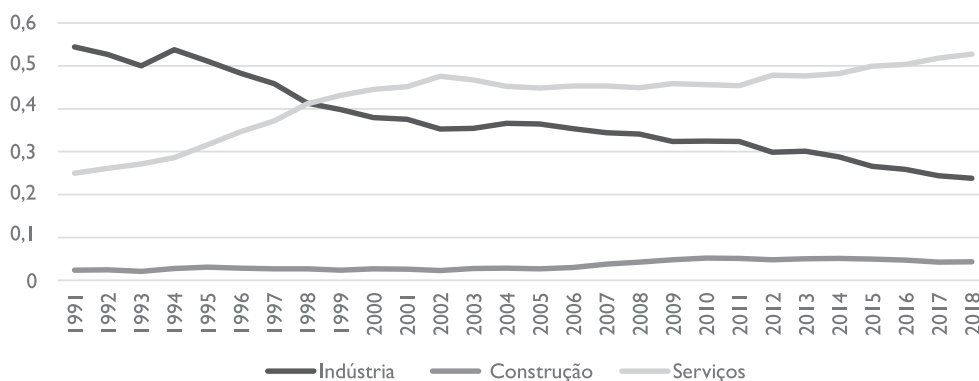


Gráfico 1: Participação de Emprego por Setor
Fonte: RAIS/MTE e Fundação SEADE. / Elaboração: os autores.

Apesar do déficit anual na participação do volume de empregos no período nos mostrar uma queda considerável da indústria, o volume de empregos não se altera com tamanha proporção, nos deixando no período de 2003-2016 uma perda próxima dos 7% dos postos de trabalho, apontando uma estagnação de aproximadamente duas décadas no que se refere a este setor. Ou seja, conseguiu-se manter as empresas já alocadas até 2018, apesar de não ter novas instalações de grande porte que alavancassem a indústria local.

No contexto regional, perdia-se aos poucos a participação, a produção e os empregos, sendo este quadro agravado com a chegada da crise de 2014, de modo que se perde grande parte do mercado consumidor regional e cerca de 38% da produção industrial. Sendo assim, a partir desse período, grande parte da produção foi direcionada e absorvida pelo mercado exterior, como mostra o gráfico 2, abaixo:

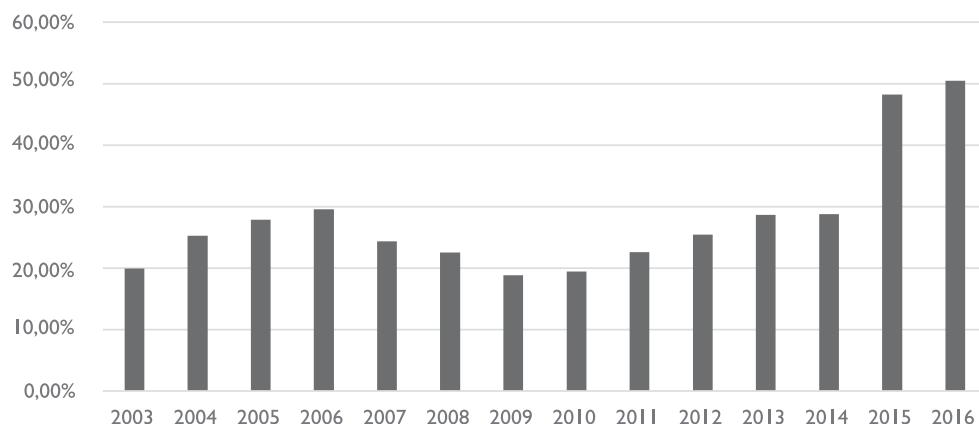


Gráfico 2: Taxa de Exportação Real
Fonte: COMEXSTAT/MIDC. / Elaboração: os autores.

A participação do setor automotivo é evidentemente muito forte e qualquer mudança pode fazer com que a região do Grande ABC sofra em termos econômicos. A diversificação da indústria da região tem chamado cada vez mais a atenção de estudiosos, estes defendem a ideia de que a centralização da matriz industrial – por parte da indústria automotiva – vem prejudicando o ABC, tendo-se em vista, também, a perda de investimentos para outras regiões do país.

Ao analisar a participação na captação de investimentos dos três principais setores (gráfico 3), observa-se uma mudança no foco industrial, a partir de 2018, onde há uma distribuição mais equilibrada entre os setores de serviços e indústria de transformação. A primeira metade da década de 2010 demonstra como a indústria de transformação vem perdendo, há muito tempo, espaço no ABC, este, por sua vez, deixa de ser o foco industrial do país.

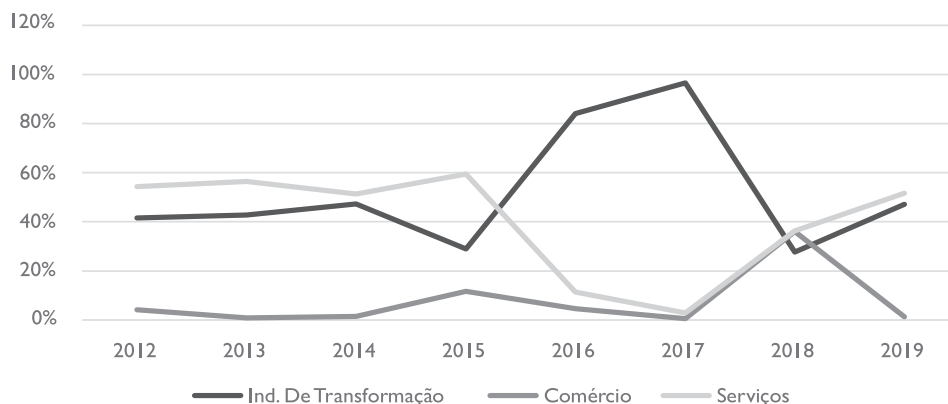


Gráfico 3: Participação Produtiva dos Setores
Fonte: Fundação SEADE / Elaboração: os autores.

Em questão de valores, estes são seguidos pela proporção demonstrada acima. Em 2017, observa-se um pico na Indústria de transformação, registrando 96% do total na região do ABC. Os investimentos feitos pela GM, na ordem de 9 bilhões de reais, Volkswagen e Scania, com pouco mais de 2 bilhões e meio demonstram, mais uma vez, a força da indústria automotiva na região. Estes valores são de grande importância para o setor, haja vista que representaram cerca de 67% dos investimentos na indústria paulista, fugindo do padrão

apresentado nos anos anteriores, quando registrou cerca de 7% dos investimentos (Gráficos 3).

O domínio do setor automotivo também é demonstrado aqui: a média do capital investido no setor, comparado com o montante de investimentos feitos na região, é de 68% (Gráfico 4). Porém, a estagnação dos vínculos empregatícios não se apresenta do mesmo modo quando nos referimos à destino de capital, haja vista que não podemos afirmar que uma queda da primeira, não pode ser dada como causa direta, da segunda.

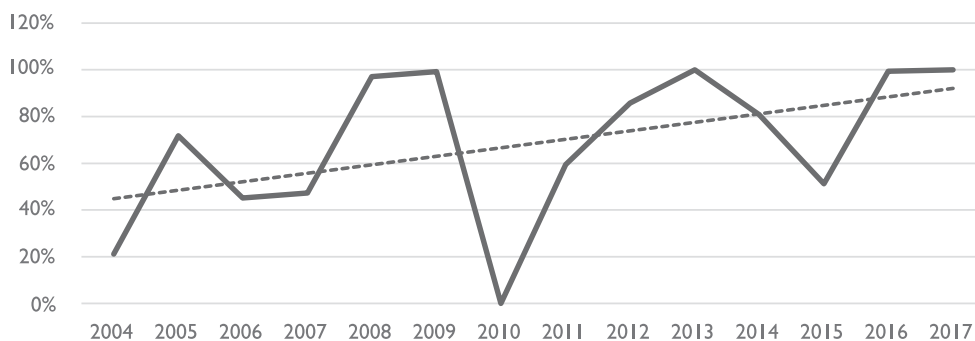


Gráfico 4: Participação da Indústria Automotiva
Fonte: Fundação SEADE / Elaboração: os autores.

Por fim, o gráfico 4 mostra a perda de investimentos na Região do ABC em relação as outras cidades¹ que apresentam o mesmo perfil industrial. Atualmente estas cidades representam grande participação nos

investimentos anunciados no país pela indústria automobilística. Isso pode justificar, em parte, uma tendência de perda de investimentos para o setor automotivo em nossa região.

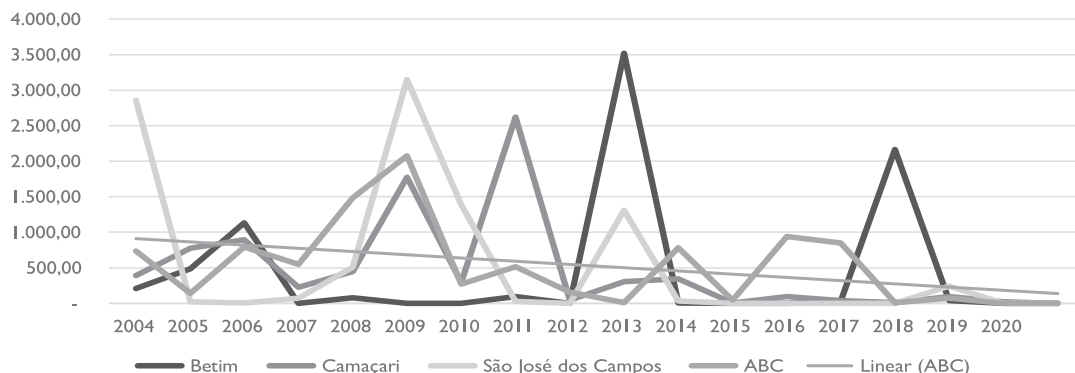


Gráfico 5: Investimentos Anunciados (em milhões de dólares)
Fonte: RENAI – Rede Nacional de Informações sobre o Investimento / Elaboração: os autores.

3. A INDÚSTRIA DA ALTA INTENSIDADE TECNOLÓGICA DO ABC

No grande ABC, como também no restante do Brasil, a indústria de alta intensidade tecnológica não se desenvolveu da maneira como deveria. Países considerados desenvolvidos tem suas indústrias de alta tecnologia bem estruturadas e estabelecidas no mercado, tendo possibilidade de competir no mercado internacional com seus produtos manufaturados.

A perda de espaço dessa indústria, que reúne produtos farmoquímicos e farmacêuticos, produtos eletrônicos e de informática e a fabricação de aeronaves, acompanha o processo de desindustrialização do Grande ABC, como também do restante do País.

A partir de dados levantados pela Conjuscs (Observatório de Políticas Públicas, Empreendedorismo e

Conjuntura), da universidade municipal de São Caetano do Sul e extraído do site do diário do grande ABC, entre os anos de 2007 e 2017, “os itens de alta tecnologia diminuíram sua participação nas exportações de 3,43% para 2,86%, o que representa movimentação de US\$ 154 milhões.”

Visando o crescimento econômico, torna-se necessário o investimento em itens de alta tecnologia, uma vez que, por demandarem mão de obra mais qualificada e por um processo mais detalhado e complexo, o produto final goza de um maior valor adicionado, podendo gerar maior lucratividade, não somente em termos de capital, mas também ajudando os demais setores da indústria local, abrindo espaço para a competição dos itens fabricados no Grande ABC com os itens importados.



Gráfico 6: Exportações de Alta Intensidade Tecnológica
Fonte: COMEXSTAT/MIDC / Elaboração: os autores.

¹ Camaçari (BA), onde encontra-se o maior polo industrial integrado do Hemisfério Sul; Betim, (MG), grande centro automobilístico dominado pela Fiat Chrysler, e; São José dos Campos (SP).

O gráfico 6 mostra que em 2011 as exportações de produtos de alta intensidade tecnológica no Grande ABC apresentaram seu melhor desempenho na série histórica estudada, que compreende de 2008 a 2019, valor esse que representou 4,42% do valor das exportações do grande ABC. De 2011 até 2019 houve uma queda de 1,07% na participação das exportações.

Tratando o valor das exportações dos produtos de alta intensidade tecnológica, vemos uma queda acentuada de 62,3% se comparado o ano de 2011 com o ano de 2019. Caracterizando ainda mais o processo de desindustrialização do Grande ABC.

3.1 A Indústria 4.0 no Grande ABC

Muito tem sido falado a respeito da indústria 4.0 e de suas vantagens no aprimoramento dos processos industriais. Mas o que vem a ser a indústria 4.0? O termo foi cunhado em 2011 na Alemanha, na feira de Hannover, numa tentativa alemã de recuperar a participação no valor agregado na produção global. O interessante é notar que a ideia de indústria 4.0 surgiu como uma estratégia para o desenvolvimento da indústria alemã de alta tecnologia, por possuir maior valor agregado junto ao produto.

Quando falamos da inserção da indústria 4.0 no Brasil, nos deparamos com diversos empecilhos, os quais são decorrentes da atual fase de transição de vários setores da indústria pela indústria 2.0 para a 3.0, que são caracterizadas respectivamente por linhas de montagem e energia elétrica, e automação, eletrônica, robótica e programação. Ou seja, é improvável pensar em uma indústria 4.0 num cenário em que ainda ocorre a fase anterior.

No que tange o ambiente industrial do Grande ABC, vale a pena destacarmos que a indústria auto-

mobilitista é a que melhor que se enquadra no perfil da indústria 4.0 no cenário atual. Existe constante especialização da mão de obra e o setor representa a grande maioria de itens fabricados na região. Outro setor que deve ser levado em consideração, em especial pelas circunstâncias atuais, é o de produtos farmacêuticos e farmacêuticos, onde a tecnologia 4.0 conseguirá obter ganhos, que vão desde a rastreabilidade dos produtos à processos automatizados.

No entanto, por demandar uma mão de obra mais qualificada, é necessário formar profissionais que estejam habituados com a flexibilização do trabalho frente as exigências do mercado da tecnologia. Muito tem-se falado sobre a perda de inúmeros postos de trabalho com o advento da indústria 4.0 e, o que se tem visto, é que ao mesmo tempo que se destroem postos de trabalho, se criam outros tantos. Além disso, a criação desses novos postos de trabalho acaba agregando maior remuneração, podendo gerar maior crescimento para o país. Essa tendência foi constatada por Vogler-Ludwig et al (2016), onde um estudo alemão previu que o mercado de trabalho não conseguirá suprir a indústria 4.0 com mão de obra qualificada.

No caso do Grande ABC, o mercado de trabalho da indústria de alta intensidade tecnológica se vê perdendo espaço em meio ao aumento constante dos demais setores que ainda conseguem se sustentar, em especial no segmento automobilístico, que sustenta grande parte da indústria do Grande ABC.

Conforme demonstrado até aqui, o processo de desindustrialização, acompanhado pela falta de investimento em mão de obra qualificada e em políticas públicas, resultou, principalmente a partir 2011, em uma constante queda no número de indivíduos empregados no setor de alta intensidade tecnológica; como se vê no gráfico abaixo:

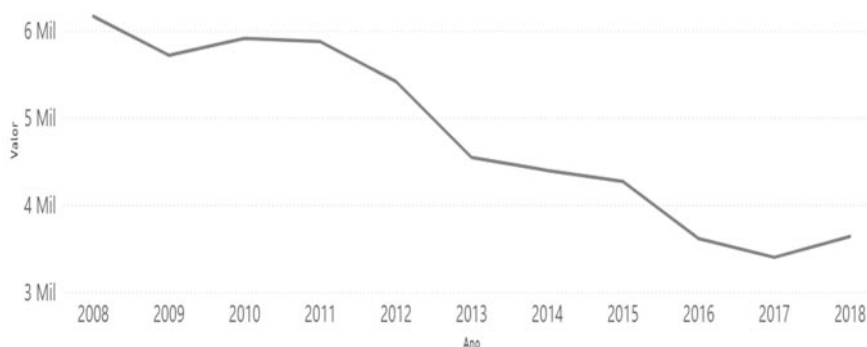


Gráfico 7: Empregos no Setor de Alta Intensidade Tecnológica
Fonte: RAIS/MTE / Elaboração: os autores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando o atual cenário da indústria de alta intensidade tecnológica podemos constatar o fato de o Grande ABC ainda não estar pronto para a implementação da indústria 4.0 e algumas razões podem ser responsáveis por tal cenário: a primeira, é o aumento do custo do trabalhador, dado principalmente pela ação dos sindicatos, e, a segunda, a guerra fiscal entre os polos e estados. Isso explica, em parte, o escoamento do investimento do ABC para outros polos como São José dos Campos, Betim e Camaçari. Além disso, a crescente desindustrialização da região não propicia maiores incentivos à indústria emergente de alta intensidade tecnológica, impossibilitando a implementação da indústria 4.0.

REFERÊNCIAS

- ANAU, R. (2002). As transformações econômicas no grande ABC de 1980 a 1999. Pós. **Revista Do Programa De Pós-Graduação Em Arquitetura E Urbanismo** Da FAUUSP, 11, 46-59. <https://doi.org/10.11606/issn.2317-2762.v11i0p46-59>
- ANDRADE, Margarida M. Diadema: uma área de expansão da indústria na metrópole paulistana. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1979 (**Dissertação de Mestrado em Geografia Humana** da FFLCH/USP).
- BRESSER-PEREIRA, Luiz C. **A construção Política do Brasil: Sociedade, Economia e Estado desde a Independência**. São Paulo: Editora 34, 2014.
- BRUM, Argemiro J. **Desenvolvimento Econômico Brasileiro**. 21ª ed. Ijuí/Petrópolis: Ed. Unijuí/Vozes, 2000.
- FERRAZ, Yara. Tecnologia é vital para comércio exterior crescer. **Diário do Grande ABC**, 2018. Disponível em: <https://www.dgabc.com.br/Noticia/2925466/tecnologia-e-vital-para-comercio-exterior-crescer>. Acesso em: 15 de jun. de 2020.
- FERREIRA, J.C..Aspectos históricos e geográficos da industrialização de Santo André. 2015 (**Apresentação de Trabalho/Congresso**).
- FUNDAÇÃO SEADE. **SEADE**, 2020. Pesquisa de investimentos anunciados no Estado de São Paulo. Disponível em: <https://www.piesp.seade.gov.br/#>. Acesso em: 01 jul. 2020.
- FUNDAÇÃO SEADE. **SEADE**, 2020. Informações dos municípios paulistas. Disponível em: <http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#/>. Acesso em: 29 jun. 2020
- HENRIQUE, Arthur; PEREIRA DA SILVA, Paulo; SKAF, Paulo. Um acordo pela indústria brasileira. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 de maio de 2011. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz2605201107.htm>. Acesso em: 02 de jun. de 2020.
- KLEEB, Suzana C. Breve Histórico de Santo André, Santo André: PMSA, 2001. Disponível em: Acesso em 20 jul. 2011.
- KLEEB, Suzana C. Transformações da paisagem na área central de Santo André/SP, 1911-2011. Santo André: Universidade Federal do ABC, 2013 (**Dissertação de Mestrado em Planejamento e Gestão do Território da UFABC**).

LAZZARESCHI, Noêmia; VIEIRA GRAGLIA, M.A.. A Indústria 4.0 e o Futuro do Trabalho: Tensões e Perspectivas. [S.l.]: **Revista Brasileira de Sociologia**, 2018. Disponível em: <http://www.sbsociologia.com.br/rbsociologia/index.php/rbs/article/view/424/242>. Acesso em: 17 jun. 2020.

LEONARDI, EGLE. A indústria farmacêutica 4.0 – tudo vai mudar. **ICTQ, [entre 2010 e 2020]**. Disponível em: <https://www.ictq.com.br/industria-farmaceutica/774-a-industria-farmaceutica-4-0-tudo-vai-mudar>. Acesso em: 16 de jun. de 2020.

MINISTÉRIO DO TRABALHO. **CAGED** – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. São Paulo, 2020 Disponível em: <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/>. Acesso em: 03 jul. 2020.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. **Comex Stat**, 2020. Exportações e Importações Municípios. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/municipio>. Acesso em 17 jun. 2020.

_____. **RENAI**, 2020. Relatórios de Anúncios de Investimentos. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/renai?id=3129>. Acesso em: 01 jul. 2020.

ISTO É DINHEIRO. O NOVO MAPA DAS MONTADORAS. 2019. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/o-novo-mapa-das-montadoras/?fbclid=IwAR2aMRfIWbEA4pFdexe6ucuIE8qVRnj-iHKH-O9MKDjlyFcicbskKU4MpCg>. Acesso em: 02 de jun. de 2020.

OLMOS, Marli. ABC encolhe e pode virar região símbolo de desindustrialização no país. **Valor**, São Paulo, Diadema e São Bernardo, 26 de março de 2019. Disponível em: <https://www.valor.com.br/node/6181159>. Acesso em: 12 de jun. de 2020.

ESTADO DE MINAS. Polos industriais no país atravessam momento de crise. 2019. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/03/13/internas_economia,1037429/polos-industriais-no-pais-atravesam-momento-decrise.shtmlfbclid=IwAR0aHMYbg7qxIREtwQ9vEg_Xag-0nh29E5bj-WmN32jnXl7vffUerF8zXr2k. Acesso em: 02 de jun. de 2020.

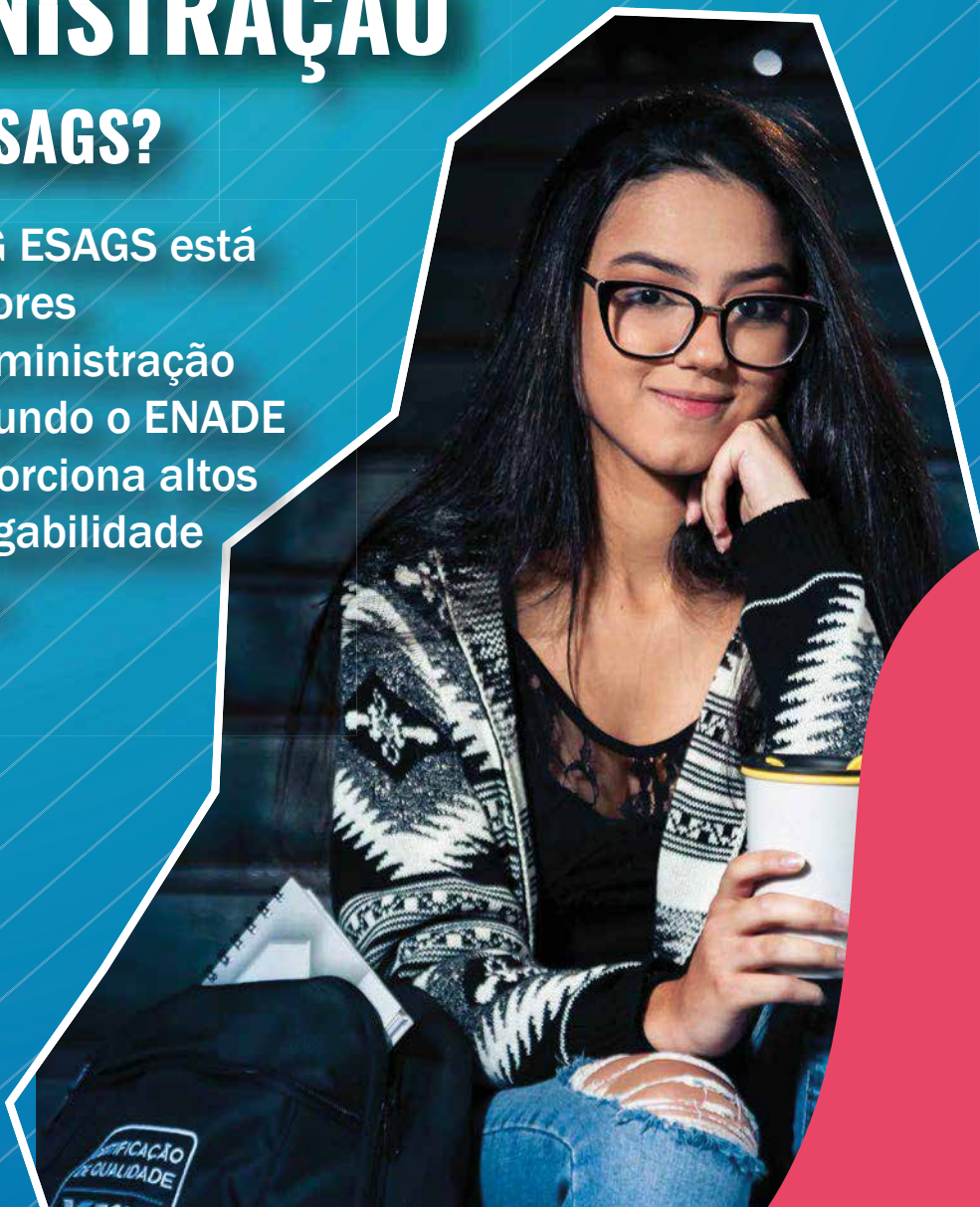
RANGEL, Ignácio. **Economia: Milagre e Anti-Milagre**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

SILVA, Sérgio L. C. Crise e Ajuste da indústria da Grande São Paulo 1980/1993: um estudo do caso da região do ABC. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1994 (**Dissertação de Mestrado em Economia** da UNICAMP).

Por que fazer ADMINISTRAÇÃO

na STRONG ESAGS?

Porque a STRONG ESAGS está entre as 10 melhores faculdades de Administração de São Paulo segundo o ENADE - MEC, o que proporciona altos índices de empregabilidade para sua carreira.



vestibularesags.com.br

 **EQUAA**
Education Quality Accreditation Agency

CERTIFICAÇÃO
DE QUALIDADE

 FGV

ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO



STRONG
ESAGS



CEN CONSULTORIA ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS

Autores: *Giullia Marchetti, Lucas Vieira, Matheus Borges, Matheus Russafa, Tamires Marcatti*

Orientador: *Prof. Esp. Valmir Aparecido Conde, Docente do curso de Administração da STRONG ESAGS*

CONSULTORIA WISDOM / ACISA SANTO ANDRÉ

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A Wisdom Consultoria, de nome fictício, desenvolveu em 2020.15 o trabalho de consultoria na ACISA - Associação Comercial e Industrial de Santo André. O trabalho teve início com a apresentação dos desafios pela ACISA, descritos a seguir, para a equipe de trabalho. Durante o semestre, o desenvolvimento do trabalho foi acompanhado pelo presidente da ACISA Sr. Pedro Cia Jr., o superintendente Sr. Ademir Gasparetto e colaboradores designados. As entregas das soluções para os desafios foram apresentadas no relatório final, Book of Analysis and Recommendations, contendo as Iniciativas de Melhoria Operacional (IMOs) com os respectivos Planos de Ação 5W2H.

1. ACISA - ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SANTO ANDRÉ

A ACISA - Associação Comercial e Industrial de Santo André é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 13 de fevereiro de 1938, no município de São Bernardo do Campo. A associação tem por objetivo representar e fortalecer o comércio, indústria, prestadores de serviço e os profissionais liberais do município de Santo André, proporcionando aos mesmos um extenso portfólio de produtos e serviços como ferramenta de apoio aos seus empreendimentos.

2. DESAFIOS PROPOSTOS

1. Administrativo/Financeiro: Identificar gargalos e pontos de melhorias, com foco na otimização dos processos.
2. Criação do Departamento de Eventos: Estruturar o departamento de eventos, fornecendo ferramentas para auxiliar na operacionalização dos eventos.

3. Desenvolvimento (Novo produto) Academia de Negócios e Inovação: Potencializar ações com o objetivo de capacitar os profissionais, empreendedores, gestores e parceiros da ACISA.

Com base nos desafios, a Wisdom estruturou os pilares estratégicos, dentro do logo da consultoria, apresentados na figura 01, os quais nortearam as atividades e o desenvolvimento do trabalho.



Figura 1: Pilares Estratégicos
Fonte: Wisdom, 2020.

2.1 Departamento Administrativo Financeiro.

Atualmente, o Departamento Administrativo Financeiro engloba 5 (cinco) departamentos em sua estrutura, são elas: Financeiro, Faturamento, Suprimentos, Manutenção Predial e Contabilidade. O seu corpo de colaboradores conta com 3 (três) funcionários e 1 (um) coordenador. Apesar de sua estrutura aparentemente enxuta, o departamento é responsável por procedimentos administrativos e financeiros que listados abaixo:

- Contas a pagar e a receber;
- Controle e elaboração do fluxo de caixa;
- Folha de pagamento;
- Controle dos contratos;
- Decisões de investimentos e financiamento;
- Controle dos bens patrimoniais;
- Elaboração de relatórios gerencias;
- Balancete contábeis;

- Acompanhamento de auditoria contábil;
- Controle orçamentário;
- Manutenção do cadastro do associado;
- Atendimento aos associados;
- Cobrança e recebimento de títulos em aberto;
- Controle de patrocínios.

Neste primeiro pilar estratégico, foram geradas sete Iniciativas de Melhoria Operacional (IMO). A princípio, identificamos a necessidade de melhorar a integração entre as áreas do departamento administrativo financeiro. Uma das iniciativas proposta pela consultoria consistiu na utilização de importação e exportação de dados via arquivos XML. Outra alternativa apontada refere-se a contratação de um novo módulo do sistema já existente para facilitar a integração entre a área de Contas a Pagar com a Contabilidade.

Com o objetivo de mitigar a falha operacional e proporcionar maior eficiência, a equipe desenvolveu planilhas automatizadas que facilitam o fluxo de trabalho do colaborador usuário.

Na área de Suprimento, a Wisdom apresentou critérios na aprovação de compra, onde delega aos colaboradores a liberação de verba para serviços conforme valores definidos. Foi desenvolvido procedimento para homologação na seleção dos fornecedores, seguindo os critérios estabelecidos junto com a ACISA. Já na área de Manutenção Predial, foi elaborada uma planilha integrada com calendário para auxiliar a visualização das tarefas de manutenção preventiva. Visando maior eficiência e flexibilidade para tomada de decisões, a equipe sugeriu autonomia para a área de Manutenção Predial, uma vez que a mesma responde para da área de Suprimento.

2.2 Departamento de Eventos

O Departamento de Eventos da ACISA é responsável por gerir e controlar três dos eventos importantes, são eles: Cãominhada, Viva Bike e Rodada de Negócios Mista, além de atuar no suporte para Academia de Negócios e Inovações.

Com o objetivo de gerenciar as atividades dos eventos, a equipe propôs a utilização de um Masterplan ou cronograma de atividades, o qual consiste em identificar as atividades, determinar prazos e delegar responsáveis. Consiste no detalhamento das

atividades pelo responsável do evento, permitindo a visualização de todas as etapas. A utilização dessa ferramenta permite analisar o evento como um todo e tomar decisões antecipadas visando mitigar eventuais divergências, bem como otimizar atividades para que os prazos estabelecidos sejam alcançados.

Com o avanço tecnológico, a ACISA percebeu que a necessidade de fornecer a opção de palestras online para seus associados, principalmente para aqueles que não conseguem participar das presenciais. Para operacionalizar esta ação, a equipe apresentou três plataformas como sugestão para transmissão das palestras.

Segundo William Edwards Deming, “não se gerencia o que não se mede e não se mede o que não se

define”, alinhado com este conceito, a Wisdom desenvolveu uma pesquisa de satisfação através da plataforma Google Docs, onde o associado avaliará online cursos e palestras. Na pesquisa de satisfação foi inserido o NPS (Net Promoter Score), o qual representa um dos indicadores de desempenho que permite entender a satisfação de clientes. O NPS refere-se a uma métrica que mensura o grau de satisfação e de fidelidade dos consumidores de uma marca. O resultado maior do NPS reflete diretamente no desempenho da organização, pois clientes classificados como promotores utilizam mais os produtos e serviços, recomendam a empresa e são fidelizados.



Figura 2: Indicadores NPS
Fonte: Janaína Matos, 2020.

2.3 Academia de Negócios e Inovações.

“De acordo com o levantamento do SEBRAE-SP as micro e pequenas empresas representam para a economia quase 99% das empresas formais, empregam 67% da mão-de-obra total e geram 28% da receita bruta anual do setor privado. Em contrapartida a taxa de mortalidade no período de 1 a 5 anos chega a 56%. Tendo como principais dificuldades, deficiências no planejamento antes da abertura do negócio, deficiências na gestão empresarial após sua abertura e falta de desenvolvimento da visão empreendedora”.
Fonte: ACISA, 2020.

Com base nas informações acima apresentadas, a ACISA, criou um novo produto para seu portfólio, a “Academia de Negócios e Inovações”, a qual tem por objetivo capacitar seus associados, oferecendo cursos alinhados com a tendência de mercado. A equipe trabalhou no suporte ao desenvolvimento da Academia de Negócios e Inovação, cujo foco consiste no treinamento corporativo, capacitação e desenvolvimento pessoal. A Wisdom sugeriu parceria entre a STRONG ESAGS e a ACISA para treinamentos alinhados com as necessidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Wisdom nasceu com a proposta de uma equipe de consultoria, formada por alunos, que tem como princípio a sabedoria, e conforme Dale Carnegie “as pressões e dificuldades da vida se dissipam à luz do conhecimento”. A equipe trabalhou estruturada neste valor durante todo o trabalho para ACISA.

No início das atividades de consultoria, foi necessário superar a pandemia, um desafio ainda maior do que os desafios apresentados pela ACISA. A pandemia alterou totalmente a forma de trabalho e convívio. Tanto a ACISA com a equipe adaptou-se as reuniões e meios de comunicação respeitando o isolamento social imposto a todos. O isolamento social não foi impeditivo para a condução dos trabalhos. A equipe entregou onze Iniciativas de Melhoria Operacional alinhadas com os desafios apresentados, algumas apresentadas neste artigo.

Conforme a citação de Dale Carnegie, a equipe em conjunto com a ACISA, conseguiu superar a pandemia por meio da tecnologia utilizando plataformas para realização das reuniões, obtendo assim informações, esclarecendo dúvidas e alinhando expectativas da empresa; concluindo desta forma o trabalho com êxito.

Por fim, a equipe Wisdom espera que todas as iniciativas desenvolvidas sejam implementadas com sucesso pela ACISA e que auxiliem a solucionar os desafios apresentados.



CEN CONSULTORIA ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS

Autores: Alessandra Vespero Euzebio, Ana Paula Dias Romeu, Izabelle Godoy Bedim, Maísa Gonçalves Antelmo, Matheus do Amaral Cortez

Orientador: Prof. Esp. Valmir Aparecido Conde, Docente do curso de Administração da STRONG ESAGS

CONSULTORIA MERAKI / BELA TINTAS SANTO ANDRÉ

Resumo:

O segmento automotivo da Bela Tintas LTDA, empresa varejista no ramo de tintas, encontrou, durante suas atividades, quatro desafios passíveis de melhorias. O presente trabalho teve como objetivo elaborar planos de ações através das análises da consultoria fictícia Meraki. Os quatro desafios principais foram divididos em vinte Iniciativas de Melhorias Operacionais (IMOs), onde propõe-se mudanças e novos processos de atuação para que o segmento automotivo passe a ter um desempenho mais gratificante para a organização. Com o intuito de entregar resultados para todos os desafios propostos, o trabalho foi estruturado em quatro pilares estratégicos baseado nos quatro desafios principais: Televendas e Comunicação; Logística; Pré-Venda e Pós-Venda; e Novos Campos de Atuação. Além disso, foram identificadas pela consultoria mais cinco melhorias que objetivam aumentar o desenvolvimento sustentável da empresa, a qualidade de

vida no trabalho e tornar mais eficiente a condução das atividades, impulsionando o alcance de vantagens competitivas da Bela Tintas.

Palavras-chave: Bela Tintas, Meraki, Automotivo, eficiência.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A Consultoria Estratégica de Negócios foi criada em 2016 pela Escola de Administração e Gestão Strong com a finalidade de imergir os alunos no âmbito organizacional corporativo e aprofundar o conhecimento teórico por meio da prestação de serviço a uma empresa real, exigindo análises e propostas que buscam melhorias em seu desenvolvimento.

O presente trabalho apresenta o resultado de uma consultoria realizada na empresa Bela Tintas LTDA. A empresa apresentou como desafios, melhorias em quatro pontos tratados como pilares estratégicos, os quais serão apresentados no decorrer deste relatório. Por meio do mapa de desdobramento, os quatro pontos geraram iniciativas com seus respectivos planos de ação, os quais, a partir da ferramenta 5W2H, serão

utilizados para implantar melhorias nas atividades da empresa.



Figura 1: Logo Meraki Consultoria
Fonte: do Autor, 2020.

1. BELA TINTAS

A Bela Tintas é uma das maiores varejistas de tintas no Brasil e tem mais de 20 anos de mercado. Atualmente contam com uma média de 60 lojas físicas que estão distribuídas em 13 cidades, abrangendo as cidades de São Paulo, Grande ABC, Alto do Tietê e Vale do Paraíba.

A empresa trabalha em parceria com as maiores fabricantes do Brasil, como: Coral, Wanda, Suvinil, Sherwin Willams, Atlas, Tigre, 3M, Norton, Advance, além das marcas exclusivas BellaCor e BT Refinish.

Para atender os clientes no processo de compra, a Bela Tintas conta com profissionais e departamentos especializados nas linhas residencial, industrial e automotivo. Toda equipe é qualificada e passa anualmente por treinamentos para garantir a satisfação do cliente.

O diferencial da Bela Tintas é a transparência, respeito e amizade com o cliente. A empresa busca sempre cumprir com o combinado em preço e qualidade de serviço, sempre tendo as melhores soluções do mercado.

2. OS QUATRO PILARES ESTRATÉGICOS

Como início para nossa consultoria, a Bela Tintas apresentou quatro desafios que impactam na melhoria da performance operacional. Esses quatro tópicos foram adotados como pilares estratégicos e, a partir deles, foi possível desdobrar e avançar com profundidade para entregar as Iniciativas de Melhoria Operacional (IMOs). São eles:

- **Televenda e comunicação:** refere-se aos desafios causados pela falta de comunicação com o cliente e procedimento padrão no atendimento telefônico;
- **Logística:** refere-se aos desafios causados na organização do estoque e dos setores administrativos e o alto custo da rota de entregas atual;

- **Pré-venda e pós-venda:** refere-se aos desafios causados pela ausência de ações de captação de clientes e pesquisas de satisfação no pós-venda;

- **Novos campos de atuação:** engloba os desafios relacionados a potenciais campos ainda não explorados, principalmente o campo agrícola.

A figura estratégica então ficou dividida conforme Figura 2.



Figura 2: Os Quatro Pilares Estratégicos
Fonte: do Autor, 2020.

2.1 Televendas e Comunicação

Neste pilar estratégico, foram geradas duas iniciativas de melhoria operacional. A primeira consiste em implementar uma planilha de gerenciamento dos prazos dos contratos dos clientes utilizando-se um sistema de farol; e a segunda iniciativa consiste no desenvolvimento de um script de atendimento telefônico, a fim de padronizar e estruturar o setor de televendas.

2.2 Logística

No segundo pilar estratégico, o grupo adentrou nas melhorias para o setor logístico. Três iniciativas foram criadas visando a otimização da organização do estoque e a melhor operação por parte dos funcionários, são elas: criação de novo layout para o estoque; identificação de ruas e prateleiras; e a implementação do programa 5S. Pensando também na redução de custos e na otimização de recursos, foi criado um novo plano de rota para as entregas aos consumidores.

2.3 Pré-venda e Pós-venda

O terceiro pilar estratégico obteve a maior quantidade de iniciativas, totalizando em seis ações de melhoria para a empresa.

A ferramenta WhatsApp já era adotada pela Bela Tintas em suas atividades, porém não era conhecida

em todas as suas funcionalidades. Pensando no melhor aproveitamento da plataforma, foram geradas mensagens diárias de comunicação com o cliente a serem enviadas por uma lista de transmissão; uma cartilha apresentando o WhatsApp Business; e uma cartilha apresentando a lista de transmissão, totalizando em três iniciativas de melhoria operacional.

O grupo também desenvolveu uma nova plataforma online para a Bela Tintas, denominada “área do cliente”. Nesse espaço, o cliente consegue controlar o seu estoque, acompanhar promoções da loja, ganhar brindes e salvar seus produtos favoritos.

E adentrando também no campo do pós-vendas, foram identificados os principais KPIs para a Bela Tintas e fornecido planilhas de acompanhamentos; além também da criação de uma pesquisa de satisfação a ser adotada por todas as unidades de negócio da empresa.

3.4 Novos Campos de Atuação

Após sua reestruturação, o setor automotivo da Bela Tintas sentiu a necessidade de expandir suas ope-

rações também para novos mercados. Visando seu sucesso nesse quesito, o grupo desenvolveu uma análise de viabilidade para novos campos de atuação da empresa. E também estruturou a matriz das 5 forças de Porter e a análise SWOT analisando competitivamente o mercado varejista de tintas.

3. INICIATIVAS DE MELHORIA OPERACIONAL GERADAS PELA MERAKI CONSULTORIA

A Meraki Consultoria também identificou mais cinco iniciativas de melhoria operacional a serem trabalhadas no setor automotivo da Bela Tintas. Essas iniciativas identificadas tendem a ajudar a empresa a se desenvolver e criar uma cultura de melhorias contínuas, as quais auxiliarão a empresa a se manter perene e competitiva no mercado.

São elas: novo benefício de saúde ocupacional para os colaboradores; implementação de um programa de logística reversa; criação de uma mala direta para padronização de contratos; ação de marketing para a área do cliente; e estratificação da análise SWOT, gerando novas iniciativas futuras para a empresa.

Está sabendo do novo benefício para os funcionários da BT?

Saúde ocupacional

Exercícios de relaxamento e alongamentos para melhorar a sua saúde

Quando? Toda sexta-feira
Qual horário? 10h às 11h
Onde? Na sala de treinamento

E enquanto não chega a sexta...

- A cada 30 minutos de trabalho, levante um pouco para caminhar e se alongar
- Separe 10 minutos do seu trabalho para fechar os olhos e limpar a cabeça
- Respire fundo por 1 minuto, se concentrando ao inspirar e expirar

Dúvidas ou informações, diretamente no RH

Figura 3: Divulgação do Benefício de Saúde Ocupacional
 Fonte: do Autor, 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de análises e recomendações da consultoria fictícia Meraki Consultoria abordou quatro pilares estratégicos para a resolução dos quatro desafios propostos para o setor automotivo da Bela Tintas. Através do mapa de desdobramento e do entendimento das propostas foram desenvolvidas vinte iniciativas de melhoria operacional (IMOs) que objetivaram otimizar as operações da empresa e servir de alicerce para seu crescimento.

As análises realizadas durante a elaboração do trabalho proporcionaram aplicar na realidade corporativa o conteúdo adquirido academicamente durante sete semestres de estudo, aprofundando o entendimento das disciplinas de Administração de Recursos Humanos, Administração de Serviços e Operações, Administração Logística, Administração Financeira, Administração Estratégica e Administração Mercado-lógica.

Por fim, destaca-se que onze iniciativas já foram implementadas na empresa e estão ajudando na melhoria das operações da Bela Tintas. São elas: script de atendimento telefônico; endereçamento do estoque; programa 5S; lista de transmissão; mensagens de lembrete diário; WhatsApp Business; pesquisa de satisfação; 5 forças de Porter; análise SWOT; saúde ocupacional; e estratificação da análise SWOT.

REFERÊNCIAS

CENTRO DE ENSINO SUPERIOR STRONG. **Manual de normalização de trabalhos acadêmicos**. Santo André: STRONG ESAGS, 2016.

CONSELHO FEDERAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA. **Ginástica Laboral**. Disponível em: <<http://www.confef.org.br/confef/comunicacao/revistaedf/3529>>. Acesso em abril de 2020.

DINIZ, André Luiz Moreno. **Estratégias de gestão e organização empresarial**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

MENDONÇA, Maria Cristina Ferreira Helenides. **Saúde e bem-estar no trabalho: Dimensões individuais e culturais**. São Paulo: Casapsi, 2012.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. São Paulo: Campus, 1986.



CEN CONSULTORIA ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS

Autores: Amanda Alencar, Beatriz Sallée e Milany Juvenal

Orientadora: Profa. Ma. Lara Matos, Docente do curso de Administração da STRONG ESAGS

EMPRESA MORADO / SANTOS

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O presente artigo tem como objetivo apresentar o plano de negócio da Morado, empresa fornecedora de soluções integradas para empresas do segmento de saúde e beleza, intermediando a gestão interna do estabelecimento e a comunicação com os consumidores finais. O desenvolvimento da solução foi baseada no estudo de caso do salão de beleza Unite, presente no mercado de Santos-SP a mais de 2 anos, e validado com profissionais autônomos, clientes e outros estabelecimentos do ramo.

Nos capítulos apresentados neste estudo, foi demonstrado a possível viabilidade do negócio levando em consideração clientes potenciais, escalabilidade, payback esperado e concorrência de mercado. Segundo pesquisa realizada, 80% da amostra público alvo tem interesse em usufruir dos serviços ofertados pela Morado, dada praticidade, rapidez e simplicidade que o produto oferece para o salão de beleza e seus clientes.

A Morado é um produto digital que integra em sua proposta de valor os perfis de consumo dos clientes que buscam serviços estéticos e de estabelecimentos que oferecem tais serviços, com o objetivo de unificar as demandas e soluções em uma só plataforma, permitindo autonomia por parte dos usuários e sincronia entre ambos os polos. Para melhor visualização do modelo de negócios, foi construído um Business Model Canvas, demonstrado na figura 1.

<p>PROBLEM 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de soluções integradas entre organização e cliente - Falta de expertise na gestão de redes sociais - Dificuldade de gestão administrativa e profissionalizante dos autônomos 	<p>SOLUTION 4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestão de redes sociais - Integração de CRM de todo o funil de consumo - Ofertas profissionalizantes para colaboradores 	<p>UNIQUE VALUE PROPOSITION 3</p> <p>Oferecer uma plataforma de soluções integradas para empresas do segmento de saúde e beleza</p> <p>Oferecer suporte a gestão de redes sociais e atração do consumidor</p>	<p>UNFAIR ADVANTAGE 8</p> <p>Unificar as demandas e soluções em uma só plataforma que pode ser utilizada por ambos os consumidores</p>	<p>CUSTOMER SEGMENTS 2</p> <p>B2B e B2C: Empresas do segmento de saúde e beleza (salão de beleza) e consumidores indiretos (clientes das empresas)</p>
<p>COST STRUCTURE 7</p> <p>Serviços de internet, desenvolvedores, custos fixos, ferramentas (celular e computador)</p>		<p>REVENUE STREAMS 6</p> <p>Aquisição dos planos de assinatura da plataforma e gestão de redes sociais</p>		
<p>KEY METRICS 8</p> <ul style="list-style-type: none"> #salões de beleza que aderem ao serviço #conversão de redes sociais #interações com a plataforma #parceiros e patrocinadores 		<p>CHANNELS 5</p> <ul style="list-style-type: none"> Aplicativo Mobile (IOS e Android) Website Redes Sociais Boca-a-Boca 		

Figura 1: Business Model Canvas

Fonte: Autoria Própria, 2020.

O mercado de salão de beleza está em constante ascensão. Segundo pesquisa realizada pela Euromonitor em 2018, a projeção de crescimento até 2021 é de 4,5%, concentrado em sua maioria na região sudeste. Este cenário alimenta uma vasta gama de oportunidades, principalmente quando cruzamos também com o cenário de crescimento dos produtos digitais.

Para o embasamento do projeto foram coletadas informações relevantes dos seguintes concorrentes: Salão.me, Teles Hair Solution, App AZ, Avec e Salon Soft. Cada concorrente oferece uma funcionalidade individual para um dos polos de consumo: para o salão/profissional ou para o cliente. Esta abertura gera a oportunidade de crescimento da Morado como uma plataforma de soluções integradas para ambos consumidores, oferecendo a facilidade do serviço e da gestão a um click de distância. Entre os *features* projetados, constam: CRM de clientes, pagamento e gestão do carrinho online, agendamento online, portabilidade de salário, acesso a relatórios periódicos, acesso a cursos profissionalizantes e avaliações de performance

periódicos. Visando aumentar a usabilidade do usuário, é possível também fazer a sincronização da conta com outros aplicativos como instagram, facebook, google e pinterest. A ampla oferta de funcionalidades e a facilidade de acesso por diferentes ferramentas (mobile e desktop) são diferenciais positivos para o posicionamento da marca na praça.

A Morado trabalha com o perfil de mercado B2B (*Business to Business*) e B2C (*Business to Customers*), desenvolvendo estratégias focadas em ambos os modelos de persona. Essa versatilidade permite a empresa ter o necessário para ser a primeira opção e líder no mercado para o setor no qual atua. Como parte da estratégia dos 4 P's, a divulgação é centralizada no meio digital e físico, utilizando como pilares as redes sociais e as indicações boca-a-boca.

Foram realizadas pesquisas antes e durante o período de teste, validando positivamente a necessidade do aplicativo, o que nos leva a acreditar que a plataforma terá grande sucesso neste mercado.

1. VIABILIDADE FINANCEIRA

A grande ideia de negócio apresentado pela Morado acompanha sua viabilidade financeira através de dois planos de vendas:

O plano **Safira** oferece o acesso a plataforma integrada, 100% das funcionalidades e possibilidade de personalização. Por ter um preço menor, cumpre a tarefa de capitalizar mais rápido a penetração de mercado e escalonamento do aplicativo. Já o plano **Rubi** abarca todas as características do plano **Safira** e o adicional do suporte a assessoria de gestão das redes sociais. Por ter um preço maior, e o mesmo valor de investimento inicial, possibilita um menor período de *payback*. Ambos têm a possibilidade de assinatura mensal, trimestral e semestral, com o benefício de uma porcentagem gradua de desconto em relação ao tempo de assinatura, tornando a oferta mais atrativa e aumentando a margem de fidelização de clientes.

Aderindo a estratégia de *bootstrapping*, o aporte inicial de R\$ 6.932,97 é feito apenas por meio de capital próprio, sem que haja necessidade de investidores externos. Este capital serve de base para os custos fixos mensais de R\$940,72 relacionado a compra e manutenção de equipamentos, tecnologia, matérias primas, propaganda e obrigações legais.

Prospectamos para o plano Safira o mínimo de 10 assinaturas mensais/por mês, projetamos uma receita de R\$1.399,90 e lucro de R\$458,28, trazendo ponto de equilíbrio de 0,56, menos de uma unidade por mês e *payback* de 4,95 meses. No caso do **Rubi** o número de vendas mínimo projetado é de 2 assinaturas mensais/por mês, resultando em uma receita de R\$2.799,90, lucro de R\$1.859,08 e ponto de equilíbrio de 0,61, tal qual o plano anterior, menos de uma unidade por mês e *payback* de 2,47 meses

Descrição	Valor
Investimento inicial	R\$ 6.932,97
Custos Fixos Mensais	R\$ 940,72
Payback Safira	4,95 meses
Payback Rubi	2,47 meses
Ponto de Equilíbrio Safira	0,56
Ponto de Equilíbrio Rubi	0,61

Figura 2

Fonte: Autoria Própria, 2020.

2. GESTÃO DA MARCA

O layout do aplicativo foi pensado de forma a proporcionar acessibilidade e rapidez aos usuários, com o intuito de ser altamente intuitivo. O design amigável incentiva uma fácil interação, que gera conforto e segurança à navegação.

O uso dos tons roxo e rosa buscam uma familiaridade com a transformação e o universo feminino, representante de mais de 90% da amostra e maior público deste setor.



Figura 2: Logotipo, Morado

Fonte: Autoria Própria, 2020.

A marca está diretamente relacionada a agilidade, inovação e fluidez, inspirando uma conexão e sinergia entre o profissional e o cliente. Conforme a ilustração acima, o movimento do cabelo e o uso do gradiente demonstram a elegância e a modernidade do produto.

Todas as telas foram desenhadas com o intuito de validar o produto no seu formato MVP (Mínimo Produto Viável) e ao mesmo tempo interagir com o usuário em uma simulação de alguns serviços que podem ser usufruídos entre as funcionalidades projetadas para o aplicativo.

Para testar o protótipo do aplicativo pela **visão do profissional do salão**, acesse: <http://bit.do/salao-morado>

Ou escaneie o QR Code abaixo:



Para testar o protótipo pela **visão do cliente**
acesse: <http://bit.do/clientemorado>
Ou escaneie o QR Code abaixo:



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Morado tem o intuito de oferecer a satisfação das demandas do mercado de beleza e saúde por meio de um produto digital de soluções integradas, acessível e personalizável para todos os consumidores.

O mercado de estética está em crescente ascensão, unindo-se a necessidade de automatizar, agilizar e facilitar a comunicação e controle na gestão empresarial, a Morado nasce em um contexto de mercado super favorável a sua implementação.

Os planos de assinatura mensais, trimestrais e semestrais tornam o aplicativo mais acessível e atrativo, que somado ao enxuto planejamento financeiro apresentam uma projeção financeira rápida e efetiva.

A marca foi pensada de ponta-a-ponta para seu público alvo e a mensagem que é necessária para que os clientes sintam a fluidez da nova ferramenta, atendendo em 360° todas as vertentes.

Dito isto, concluímos que a Morado, com base nas análises de mercado, viabilidade financeira e construção da marca, possui um plano de negócio que honra o intuito de suprir as demandas do seu mercado e futuramente tornar-se o aplicativo número 1 do seu setor.



EJS

ESAGS JÚNIOR STRONG

Autores: Leonardo Pereira Conejeros; Adnan Yunes Sleman Issa

Orientador: Prof. Esp. Valmir Aparecido Conde, Coordenador da EJ STRONG ESAGS

NASCE A ESAGS JÚNIOR – STRONG

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A ESAGS JÚNIOR – STRONG servindo-se do papel diante da sociedade como uma Escola de Negócios, tendo a inovação em sua DNA, instituiu em janeiro de 2020 juntamente com os alunos Leonardo Pereira Conejeros e Adnan Yunes Sleman Issa a Empresa Júnior, denominada ESAGS JÚNIOR – STRONG. Constituída, gerida e mantida única e exclusivamente pelos alunos da graduação.

1. A CRIAÇÃO DA EJS

O conceito de empresa júnior surgiu na França, em 1967, na instituição de ensino *École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales - ESSEC Business School*. O objetivo inicial era realizar pesquisas de mercado encomendadas por empresas, aliando a possibilidade de colocar em prática o aprendizado com a oferta de um serviço ágil e econômico. Em 1969,

existiam mais de vinte Empresas Júniores na França. Essas empresas fundaram a Confederação Francesa de Empresas Júniores (*Confédération Nationale des Junior Entreprises – CNJE*), com o objetivo de representar o movimento Empresa Júnior na França e outras atividades afins.

No Brasil, o conceito de Empresa Júnior chegou em 1987, por meio do Sr. João Carlos Chaves, diretor da Câmara de Comércio Franco-Brasileira. A primeira empresa criada foi a Júnior GV da escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em 1989. Em 1990, existiam sete empresas que se uniram para fundar, no mês de junho, a FEJESP (Federação das Empresas Júniores do Estado de São Paulo). Os principais objetivos eram: representar as Empresas Júniores Federadas, manter as empresas fiéis e coerentes ao conceito inicial e garantir a unidade do movimento.

Em 1993, foi realizado o primeiro Encontro Nacional de Empresas Júniores (ENEJ), na cidade de São Paulo. A partir de então, diversas Federações foram criadas.

Participando da evolução desta história, a ESAGS JÚNIOR – STRONG atenderá as necessidades de pequenas, médias e também grandes empresas. Atuará com foco nos principais propósitos definidos:

- Fomentar o aprendizado prático do aluno, ou seja, aplicação de conceitos acadêmicos no mundo corporativo, promovendo assim vivência empresarial.
- Gerir e elaborar projetos de consultoria com autonomia em relação à direção da faculdade.
- Estimular o empreendedorismo.
- Impactar a sociedade, formando por meio da vivência empresarial, empreendedores comprometidos e capazes de transformar.
- Representar o elo entre a sociedade e a academia. Aproximar o mercado de trabalho da faculdade e dos alunos.
- Complementar a missão da faculdade, que consiste em desenvolver benefícios para o ambiente na qual está inserida.
- Propiciar o desenvolvimento das competências técnicas (Hard Skills) e competências comportamentais (Soft Skills) dos alunos. Capacidade de gerenciamento, liderança, prática da oratória, resiliência, proatividade e desenvolvimento de outras habilidades.
- Consolidar e reforçar o aprendizado, ao mesmo tempo em que contribuem com organizações Privadas e públicas, de acordo com objetivo central da Confederação Europeia de Empresas Júniores (*The European Confederation of Junior Enterprise*).

2. A ESAGS JÚNIOR

A ESAGS JÚNIOR – STRONG é uma organização que funciona como uma empresa qualquer, com princípios de governança corporativa e regulamentação própria. Tendo a missão de impulsionar seus membros junto ao crescimento do universo empresarial e o desenvolvimento da economia, acreditando na visão de ser referência em aprimoramento e desenvolvimento de pessoas e negócios, adotando como valores e princípios a competência, disciplina, empreendedorismo social, impessoalidade, ética, cooperação, difusão e instrumentação do conhecimento, dignidade, eficácia, coragem, compaixão, lealdade, honra e o espírito ESAGS.

2.1 A estrutura da EJ

Estrutura organizacional estatutária da ESAGS JÚNIOR – STRONG estruturada em quatro categorias:

1. Alunos: todo e qualquer estudante dos diversos cursos de graduação (administração, contabilidade, direito, economia e publicidade e propaganda) regularmente matriculado no centro de ensino superior Strong e cadastrados na Empresa Jr, esses se subdividem em: trainees, sendo os alunos que recém ingressão através do processo seletivo da ESAGS JÚNIOR – STRONG. Associados efetivos, aqueles alunos aprovados no final do programa de trainee.
2. Orientadores: professores dos diversos cursos de graduação do centro de ensino superior STRONG que orientam os alunos nas realizações dos objetivos da empresa júnior.
3. Corpo docente do centro de ensino superior STRONG: membro(s) representantes do corpo docente da faculdade, com o objetivo de acompanhar, participar e colaborar nas atividades da empresa júnior.
4. Membros honorários: professores, ex-alunos e/ou indivíduos da sociedade que desenvolvam trabalhos relevantes ao objeto da ESAGS JÚNIOR – STRONG.

A organização interna, apresentada na figura 1, é composta pela parte executiva, presidência, vice-presidência, responsáveis por alinhar e envolver toda a organização com a estratégia da ESAGS JÚNIOR – STRONG, pelos diretores (projetos, financeiro, gestão de pessoas e marketing), responsáveis por formular, controlar e orientar as ações da EJ e pelos associados, responsáveis pelas atividades que movem a EJ.

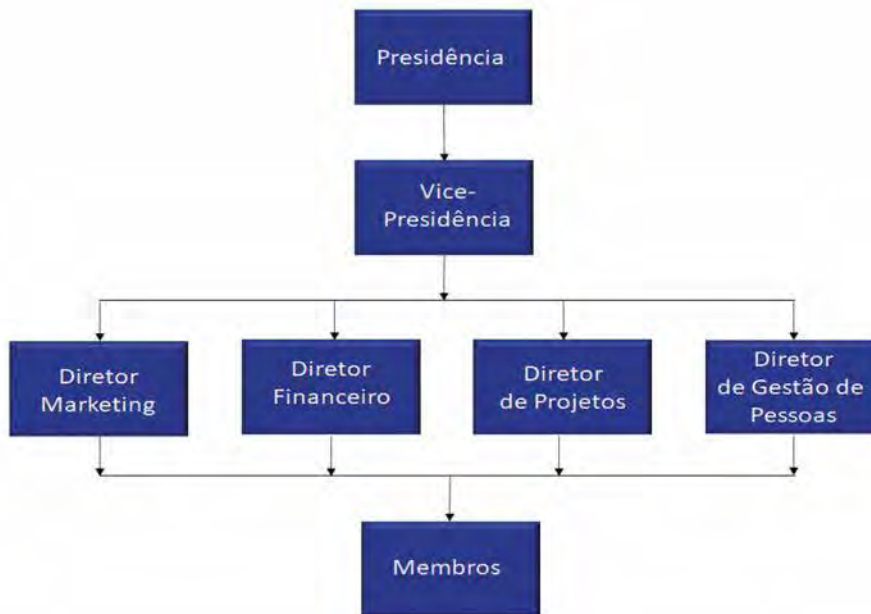


Figura 1: Business Model Canvas
Fonte: Autoria Própria, 2020.

2.2 O Ingresso na EJ

Para os interessados em associar-se a empresa júnior alguns requisitos são necessários, o acadêmico deverá estar regularmente matriculado no centro superior de ensino Strong, ser aprovado no processo seletivo, esse poderá constar com uma prova escrita, teste de conhecimentos específicos, dinâmica de grupo, entrevista ou qualquer outro método inovador desenvolvido pela diretoria da empresa júnior e ter sua associação aprovada pela diretoria executiva.

O processo de trabalho da Empresa júnior acontece através de etapas, primeiramente é feita a conexão entre a empresa interessada e a EJ, podendo ocorrer através de parceiros, redes sociais ou até mesmo pelo nosso site (esagsjr.com.br). Em sequência é agendada uma reunião com os diretores para a apresentação dos problemas e a realização de um diagnóstico para a empresa, posteriormente é emitido um call interna para a seleção dos associados com perfil mais adequado para compor a equipe destinada ao projeto/consultoria, após essa etapa é feita a apresentação da equipe juntamente com a proposta e assinatura do termo de sigilo e do contrato de prestação de serviço alinhados ao escopo da EJ e os interesses da empresa contratante.

O projeto é realizado sempre informando o(s) diretor(es)/empresário(s), através de reuniões constantes, o seu andamento a fim de notificá-los de seu progresso e melhorias, ao final do trabalho é feita uma apresentação de toda sua realização junto a entrega de um e-book contendo todas as informações e seu desdobramento.

A ESAGS JR. oferece serviços de consultoria de gestão empresarial nas áreas de: operações, estratégicas, mercadológica, financeira e de recursos humanos. Atua também no desenvolvimento de projetos sob demanda junto as empresas. Por meio de um processo estabelecido, auxilia organizações a solucionar questões apresentadas, em um ambiente único para desenvolver alunos e a sociedade.

A ESAGS JR é coordenada pelo Professor Valmir A. Conde, coordenador do Programa de Consultoria Estratégica de Negócios – CEN.

Após um processo de aproximação junto as empresas, os trabalhos iniciaram-se no mês de maio de 2020. Uma equipe de trabalho foi direcionada para atuar em um importante projeto. Cabe ressaltar que o trabalho teve início durante o distanciamento social, e está sendo conduzido online conforme planejado e apresentado a seguir.

3. O PROJETO EMPRESA RENNOVARE LAVANDERIA

A Rennovare Lavanderia atua no segmento de lavagem, higienização e limpeza em geral, localizada na região do ABC, em Santo André. Os empresários Adriano Luiz Diogo e Débora Mara Comar constituíram a empresa a 16 anos. Oferecem através de seus profissionais e produtos diferenciados, serviços em higienização e limpeza de sofás, cadeiras, camas, almofadas, tapetes, carpetes e outros.

A empresa atua com um exclusivo serviço de atendimento *in loco*, ou seja, realiza serviço na residência do cliente ou na empresa. Possui um vasto portfólio de clientes tanto pessoas físicas (residências), como empresas; hotéis, casas de shows, etc.

O projeto da ESAGS JR junto a Rennovare tem como foco as áreas de: Marketing, Financeiro, Operações e Inovação. A primeira reunião online foi realizada dia 08.05.2020, foto figura 2, para discussão dos tópicos a serem trabalhados nas respectivas áreas.

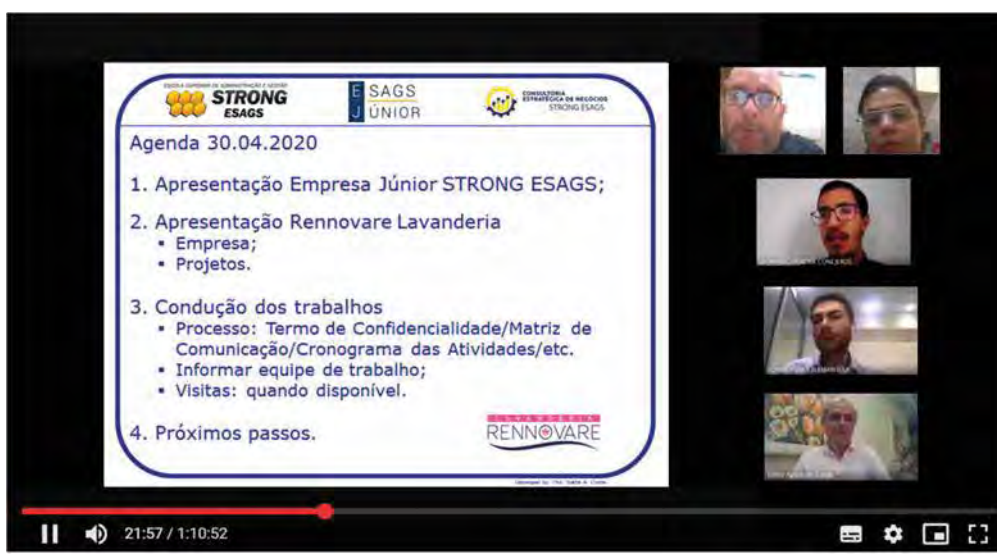


Figura 2: Participantes: Adriano, Débora, Leonardo Conejeros, Adnan Yunes, Prof. Valmir A. Conde
Fonte: Autoria Própria, 2020.

ARTIGO

Autor: Prof. Esp. Valmir Aparecido Conde, Docente do curso de Administração da STRONG ESAGS

TECNOLOGIAS APLICADAS NA ÁREA DE MANUFATURA: SCANIA

A indústria de manufatura avança na transformação digital. Conhecida como “4ª. Revolução Industrial” ou “Indústria 4.0”, esse movimento consiste na implementação, na produção industrial, de Sistemas ciber-físicos (Cyber-physical system - CPS), Internet das Coisas (Internet of Things — IoT), Computação em Nuvem (Cloud Computing), Inteligência Artificial (Artificial Intelligence - AI), Manufatura Aditiva (Impressoras 3D). Essas tecnologias permitem a fusão dos mundos físico e digital, criando redes inteligentes no processo produtivo. Dispositivos inteligentes, como sensores, estão conectados ao longo de toda a cadeia de produção e logística.

A “Indústria 4.0” apresenta como principais vantagens: operações integradas em tempo real; altos padrões de qualidade e produtividade; amplia a flexibilidade para atendimento às demandas dos clientes; ganho de eficácia operacional na produção, logística e

utilização de recursos; redução de custos de produção ao combinar ganho de escala com redução de desperdícios.

Para contextualizar a “Tecnologias aplicadas área de Manufatura”, apresentamos a seguir matéria da Scania do Brasil, relatando sua origem, trajetória no Brasil, produtos, mercado de atuação e a introdução dos conceitos da “Indústria 4.0” na planta de São Bernardo do Campo, São Paulo.

Em nome da STRONG ESAGS o professor Valmir A. Conde, coordenador do Programa de Consultoria Estratégica de Negócios, agradece aos colaboradores da área Corporate Relations, Scania Latin America Ltda. pelo material disponibilizado. Agradecimentos também ao Sr. Samor Arantes, Gerente de Grupo do Sistema de Produção Scania (SPS) da Fábrica de Cabinas, pela entrevista.



ARTIGO

Autor: Corporate Relations Scania Latin America

SCANIA: DO INÍCIO À INDÚSTRIA 4.0 ¹

HISTÓRIA CENTENÁRIA E O DESEMBARQUE NO BRASIL

Era 2 de julho de 1957 quando foi constituída a Scania-Vabis do Brasil - Motores Diesel, empresa criada a partir da união entre a sueca Scania, com dois terços do capital da nova companhia, e a Vemag S. A. Veículos e Máquinas Agrícolas, com um terço, na época sediada no bairro do Ipiranga, em São Paulo, tonando-se a primeira subsidiária da marca fora da Suécia.

Embora a data tenha sido um marco histórico da chegada oficial da Scania em território nacional, os primeiros veículos já circulavam no Brasil deste o final da década de 1940, quando coube a empresa carioca Siemol, Sociedade Importadora de Equipamentos para Motores Ltda., a responsabilidade de importar o primeiro ônibus em 1948 e o primeiro caminhão em 1949.

Dos veículos importados até a data da sua fundação, entre os anos de 1948 e 1957, na primeira fase

da vida brasileira, o mercado nacional recebeu 585 caminhões e 24 ônibus Scania. A partir de 1957, a Vemag se torna a empresa nacional responsável pela fabricação e comercialização dos produtos da Scania no Brasil.

Para a construção da nova fábrica, a Scania levou em consideração diversos aspectos e, a exemplo da própria Vemag, adotou o bairro industrial e operário do Ipiranga para sua nova operação, uma vez que, o local era situado próximo aos trilhos da Estrada de Ferro Santos-Jundiaí, a Avenida Presidente Wilson, que liga a capital ao ABC Paulista, próximo ao bairro da Mooca, tradicional polo de indústrias ligadas à área automobilística, e onde está localizada a estação ferroviária Tamanduateí.

Em 1962, já consolidada no Brasil, a Scania opta por transferir a sua fábrica para a região do grande ABC, mais precisamente para São Bernardo do Campo, seguindo uma tendência das empresas da época por estar no caminho entre a capital e o Porto de Santos. Outras empresas do setor também iniciaram suas operações na cidade a partir do final dos anos de 1950.

A Vemag adquirira uma área nobre junto à Rodovia Anchieta, próxima ao centro da cidade, um antigo sí-

¹ Texto cedido pela SCANIA para publicação na Estudos e Negócios.

tio chamado Jurubatuba, atualmente bairro Assunção, onde a fábrica permanece com as operações em uma área de aproximadamente 450 mil metros quadrados. A unidade brasileira é a única fora da Suécia a produzir todas as etapas do processo, em outras palavras, fabricar veículos de para-choque a para-choque, acompanhando desde 1962 a evolução tecnologia da indústria, sempre na vanguarda do setor, um espelho da matriz na Suécia.

No entanto, antes da conclusão das obras da nova fábrica em São Bernardo, a Scania assume a totalmente a responsabilidade das atividades da marca no Brasil. Em 1960, a empresa passou a se chamar Scania-Vabis do Brasil – Veículos e Motores, e parte para a produção completa do caminhão, dirigindo suas próprias vendas e serviços. Os três primeiros caminhões produzidos diretamente pela Scania no Brasil são comercializados pela Concessionária Brasdiesel e entregues na região de Caxias de Sul, em junho do mesmo ano.



Figura 1: SCANIA São Bernardo do Campo/SP
Fonte: Arquivo da empresa de 8 de dezembro de 1962, após 5 anos da chegada no Brasil.

1. A ORIGEM NÓRDICA

A Scania nasceu produzindo bicicletas em 1891 na região de Skåne, sul da Suécia, na cidade de Malmö. No mesmo ano, também era fundada a Vabis, na cidade de Södertälje, empresa que produzia vagões de trens. Apesar da aparente falta em relação entre elas, em 1897, a Vabis lançou seu primeiro automóvel que seria, anos depois, o elo de ligação entre as duas companhias, já que a Scania também passou a produzir automóveis, tornaram-se concorrentes. Anos depois, em 1911, as empresas se unem e nasce a Scania-Vabis, concentrando suas operações em Södertälje, onde permanece até hoje.

Em sua história, a Scania ainda passa por uma segunda grande fusão, na virada das décadas de 60 e 70, com a SAAB, também empresa Sueca, que produzia aviões e automóveis, nascia naquele momento a SAAB-Scania a partir desta união, até o desmembramento em 1995.

Grifo - Nesta história centenária, um elemento sempre esteve presente na Scania, o grifo. Um ser mitológico que é metade águia e metade leão, e acompanha as logomarcas da empresa desde a sua fundação. O grifo é considerado um animal poderoso, capaz de dominar o céu e a terra, um símbolo de força, vigilância e coragem em diversas mitologias a 3.000 a.C..

A Scania adotou esse símbolo baseada no brasão da província de Skåne, região de sua fundação, que, por sua vez, havia adotado o grifo inspirada no brasão que Erik da Pomerânia, rei da Noruega, Dinamarca e Suécia, que outorgou à cidade de Malmö em 1437.



Figura 2: Primeiro Caminhão Projetado pela Scania-Vabis em Södertälje 1902
Fonte: Arquivo da Empresa.

2. PRODUTO: DO PRIMEIRO LANÇAMENTO À MÁQUINA DOS SONHOS

Primeiro caminhão - O ano de 1958 é marcado pela produção do primeiro caminhão no Brasil, o “Scania brasileiro”, embora fabricado apenas com 35% de peças nacionais, número relevante para a época, o caminhão modelo L75 saiu da nova linha de produção na Vemag, especialmente preparada para atender à Scania.

Os primeiros caminhões montados no Brasil pela Scania-Vabis deixavam a linha de montagem no Ipiranga na cor cinza claro, mas a partir de agosto de 1960, o azul estampou as cabinas até abril de 1963, quando o laranja marcou história com o lendário “Jacaré”.



Figura 3: A partir de agosto de 1960, os caminhões montados na linha de produção da Scania no Ipiranga eram azuis como o modelo L 75 (foto)

Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 4: Modelo L 111, “o Jacaré” na fábrica de SBC em 1975

Fonte: Arquivo da Empresa.

2.2 Sistema de Produção Scania (SPS)

Ao longo de seus 63 anos de história no Brasil, a Scania tem uma posição de vanguarda tecnológica no setor, tanto no lançamento de produtos como em seus processos de produção. Em 1997, por exemplo, a empresa implementa uma revolução tecnológica para o país com o lançamento da Série 4, quando apresenta veículos globalizados, ou seja, os mesmos ônibus e caminhões que rodam no país podem ser vistos em qualquer lugar do mundo, permitindo a exportação a partir da fábrica no Brasil. Com um produto global, a unidade de produção rapidamente passou por uma transformação que teve início em 1993, quando promoveu uma série de mudanças em seus processos, mas, sobretudo, uma mudança cultural, incluindo a maneira dos colaboradores se organizarem. Essas mudanças da década de 1990, que inicialmente passaram a ser chamadas de P2000, hoje são consolidadas

em uma filosofia única: o Sistema de Produção Scania (SPS).

O SPS essencialmente transformou o processo produtivo, com fábricas mais claras, arejadas e organizadas. As áreas foram divididas em células de produção, com atividades definidas e uma maior integração entre os colaboradores, atuando com base em valores como o cliente em primeiro lugar, respeito ao indivíduo e eliminação de desperdícios.

Série 4 trouxe a modularidade, o Sistema Modular Scania, diferencial da marca que permite fabricar uma enorme variação de combinações de veículos como um número limitado de componentes, o modelo chegaria ao auge em 2018, quando a Scania lança a Nova Geração de Veículos, oferecendo aos clientes uma plataforma ainda mais robusta com opções para atender às necessidades exclusivas de cada aplicação.

Além de uma nova plataforma e as mudanças na produção, a série 4 também trouxe para o Brasil novidades nos caminhões e ônibus, como o Retarder, sistema de freio auxiliar que permite maior segurança, conforto, melhor desempenho na condução, um diferencial até hoje. Outro destaque é a suspensão a ar, em série, para caminhões, torna-se único no mercado, com vantagens para o transportador: conforto operacional, qualidade no transporte e na rentabilidade final da operação.



Figura 5: Sistema Modular de Produção Scania em 1998, com a introdução dos veículos da Série 4.

Fonte: Arquivo da Empresa.

2.3 Nova Geração de Caminhões (NTG)

A Scania lançou na América Latina em 2018, a ‘Máquina dos Sonhos’, o mais eficiente caminhão já desenvolvido pela empresa, com o maior diferencial na nova cabina, preparada com a mais alta tecnologia disponível no mercado e sob a perspectiva do motorista, com mudanças em itens de segurança, ergonomia e visibilidade.

Entre as mudanças da cabina está a aerodinâmica, que impacta diretamente no consumo de combustível, e uma variação total de 19 combinações que inclui novos modelos das já reconhecidas cabinas P, G e R na linha anterior, mas apresenta o modelo inédito da cabina S e as configurações XT, adequadas para operações fora-de-estrada.

A Nova Geração de cabinas foi projetada, desenvolvida e produzida pelos próprios designers da Scania, o que torna inquestionável as características genuínas da marca. Os interiores foram criados para oferecer ao motorista uma direção otimizada e espaço privilegiado para descanso.



Figura 6: Apresentação do Sistema Modular de Produção Scania em 2018, ainda presente na Nova Geração de Caminhões (NTG)
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 7: Nova Geração de Caminhões Scania, lançada em 2016 na Europa e apresentada para os mercados da América Latina em 2018
Fonte: Arquivo da Empresa.

3. INVESTIMENTOS

Em 2016, a Scania iniciou um ciclo de investimentos de cinco anos no Brasil ao se preparar para a introdução da Nova Geração de Caminhões. O aporte de R\$

2,6 bilhões destinou recursos para atualização e modernização do parque industrial de São Bernardo do Campo e a rede de concessionárias.

Logo após a introdução da nova linha de veículos, a Scania anunciou um novo ciclo de investimentos, um aporte de R\$ 1,4 bilhão que será iniciado a partir do próximo ano com o objetivo de modernizar continuamente o parque industrial de São Bernardo do Campo e dar foco nos combustíveis alternativos, em especial, a continuidade dos investimentos na introdução dos caminhões movidos a biometano e Gás Natural Veicular (GNV).

4. MERCADO DE ATUAÇÃO: PLATAFORMA DE EXPORTAÇÃO

No novo milênio, a partir de 2002, a Scania consolidou sua plataforma de exportação devido ao seu Sistema Global de Produção, atingiu patamares altíssimos

de produção dedicados a mercados externos. A partir de São Bernardo do Campo, caminhões e ônibus são enviados para países da África, Ásia e toda a América Latina.

Esse modelo permite equilibrar os volumes de produção das unidades industriais ao redor do mundo e superar momentos difíceis de crise econômica, vividos por exemplo recentemente no mercado interno. Em 2017, as exportações responderam por cerca de 70% de tudo o que foi produzido pela marca em São Bernardo, enquanto a média da indústria automobilística dedicada a mercados internacionais foi de 24%.

Nosso modelo de negócio nos permite responder rapidamente às demandas do mercado e direcionar a produção para o mercado externo, superando a queda nas vendas do mercado interno. Isso acontece sempre que necessário e nos dá maior estabilidade.

Em 2017, o direcionamento da produção para o mercado externo garantiu a manutenção de postos de trabalho e ampliou as exportações como o envio de cabinas para a fábrica na Holanda, onde o caminhão também é montado.

5. INDÚSTRIA 4.0

5.1 O NTG e a Indústria 4.0

A introdução da Nova Geração de Caminhões marcou um novo momento, em especial, com as cabinas totalmente reformuladas para atender às necessidades dos clientes nos mais diversos aspectos, empregando uma série de inovações a fim de obter o máximo desempenho, conforto e confiabilidade, o que impulsionou a construção de uma nova fábrica dentro do parque industrial brasileiro.

Inaugurada em 2018, a Fábrica de Solda traz os conceitos de Indústria 4.0 em processos inovadores para soldagem do teto e das laterais da nova cabina por meio, entre outros processos, do uso de solda a laser.

A Scania passa a ser a única montadora de veículos comerciais do país que utiliza o laser no processo de solda de 100% da nova geração de cabinas. Com dois robôs exclusivamente dedicados ao processo, a operação aumenta a qualidade da vedação das cabinas e a resistência estrutural, eliminando riscos de infiltração e garantindo a perfeita geometria o que impacta diretamente na redução do consumo de combustível.

Outra novidade, é o uso da Célula de Medição, responsável por escanear as cabinas produzidas por

amostragem, identificando qualquer variação nos padrões estabelecidos. Os robôs da Célula de Medição tiram fotografias da superfície das cabinas e verificam se as medidas e dimensões são idênticas ao modelo virtual. A fotogrametria analisa todas características das cabinas fabricadas.



Figura 8: Fábrica de Solda
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 9: Fábrica de Solda
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 10: Fábrica de Solda – Célula de Medição
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 11: Fábrica de Solda – Cabina Soldada
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 12: AGVs em operação na linha de Montagem de Chassis
Fonte: Arquivo da Empresa.

6. ENTREVISTA

Entrevista realizada pelo prof. Da STRONG ESA-GS, SR. Valmir A. Ponte com o senhor Samor Arantes, Gerente de Grupo do Sistema de Produção Scania (SPS) da Fábrica de Cabinas, no período de julho de 2020.

• Quais foram os impactos na planta, mudanças de layout e infraestrutura, para a implementação?

Nessa constata busca em surpreender o nosso cliente oferecendo produtos da mais alta qualidade, a Scania investiu para preparar a unidade brasileira para a introdução da Nova Geração de Caminhões, tirando proveito da revolução conhecida como Indústria 4.0, no processo de solda de Cabinas, construímos uma nova Fábrica com este conceito que se caracteriza pela automação de tarefas e o controle e gestão de dados.

Quando um cliente realiza um pedido, cada veículo é único e configurado especialmente para sua operação. As características são coletadas e o pedido conectado diretamente com a produção, permitindo que os processos autônomos, como os robôs, entendam exatamente o que é preciso ser produzido, seguindo o caminho da transformação digital.

Essa não é uma realidade nova, há algum tempo a Scania vem passando por essa transformação e tivemos a oportunidade de introduzir o conceito na nova fábrica do zero, mas temos um histórico de introdução das tecnologias autônomas no processo, como os AGV's (*Autonomous Guided Vehicles*) que já são uma realidade há muito tempo.



Figura 13: AGV
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 14: AGV
Fonte: Arquivo da Empresa.

• Quais as características da nova fábrica?

As tecnologias empregadas na nova fábrica e a digitalização dos processos garantem maior precisão de movimentos, mais interatividade entre os equipamentos e altos níveis de segurança nos processos. O resultado é um processo de fabricação mais eficiente e um produto de extrema qualidade.

A nova fábrica é um espelho da matriz na Suécia com processos de manufatura integrada, controle da

produção desde o pedido até a entrega do veículo ao cliente. Fizemos um aporte de 75 milhões de euros, o equivalente a 340 milhões de reais na época, apenas na nova fábrica que nasce com essas características.

Os robôs são eficientes em tarefas repetitivas, mas o colaborador precisa estar capacitado para extrair o máximo de aproveitamento desta tecnologia. Um ponto que não podemos esquecer é que a indústria 4.0 não necessariamente está atrelado a utilização de robôs, mas sim à conectividade dos dados e uso da informação.

- **Como acontece o rastreamento e monitoramento remoto da produção/meios de produção - conectividade dos dados?**

Informações de controle do processo em tempo real trazem a possibilidade de um planejamento com mais flexibilidade para paradas de manutenção ou treinamentos. O objetivo é fazer uso de ações preventivas para reduzir desperdícios.

Com a informação digitalizada da geometria da cabina é possível a avaliação de tendências por região da cabina ou modelo, o que favorece ações preventivas de qualidade. A carga horária é outro fator positivo, pois com a conectividade conseguimos uma maior disponibilidade dos robôs e equipamentos.

- **Como é o monitoramento da qualidade?**

Medimos 100% dos pontos de geometria da cabina durante sua construção por meio do processo robotizado, nos permitindo corrigir e restabelecer a situação normal em Tempo real. De forma geral, o robô tem maior repetibilidade quando comparado ao ser humano, mas é fundamental a interação com o profissional da solda que tem a bagagem técnica de anos de experiência, o colaborador deve ser treinado e estar preparado para interagir com as máquinas e equipamentos e assim, extrair o melhor aproveitamento dessa tecnologia. O robô também apresenta a vantagem de atuar em áreas insalubres e com movimentos repetitivos sem restrições.

Outra aplicação importante, é a solda a laser, utilizada na união das peças do teto, além de ser um selante mais eficiente, também ajuda na aerodinâmica do veículo. O robô oferece repetibilidade e estabilidade na movimentação o que resulta em uma brasagem perfeita.

A nova cabina, além dos pontos de solda, conta

com adesivos nas regiões estruturais que a fazem mais leve, robusta e extremamente segura para o cliente. Sua aplicação conta com um processo robotizado assistido por um sistema de visão que asseguram a correta quantidade e posição na cabina.

Mas vale ressaltar um ponto muito importante que não podemos esquecer. A Indústria 4.0 não está amarrada necessariamente ao robô, mas sim a conectividade dos dados, conexão e uso da informação.

- **Como a Scania investiu em capacitação dos colaboradores?**

Em todas as fábricas da Scania temos uma área conhecida como Basic Skills, por exemplo. Na nova fábrica temos 2 robôs para esta função de preparar nossos profissionais antes de ingressar nos processos, não apenas sob o ponto de vista técnico, como de segurança na integração homem-máquina.

Isso contempla todo o aprendizado com o robô, mas também com o equipamento agregado como os cabeçotes de laser, furações, a solda, etc. O treinamento consiste em uma preparação com horas significativas de aprendizado, pois são tecnologias específicas e complexas.



Figura 15: Colaboradores na Fábrica de Cabinas
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 16: Colaboradores na Fábrica de Cabinas
Fonte: Arquivo da Empresa.



Figura 17: Colaboradores na Fábrica de Cabinas
Fonte: Arquivo da Empresa.

• Como preparar o colaborador para esta relação homem-máquina?

A atualização das competências dos colaboradores é uma ação permanente e, com a Indústria 4.0, deve acontecer na mesma proporção que o avanço da tecnologia. É necessário desenvolver novas habilidades nos colaboradores.

Para a implementação da nova linha de produção em São Bernardo do Campo foi necessário o desenvolvimento de habilidades em todas as equipes e o Basic Skills foi para capacitar os colaboradores. Esta área é continuamente utilizada pelas mais diversas equipes, planejada não só para treinar conhecimentos básicos, mas também capacidades específicas de profissionais. É uma arena viva onde também se utiliza para preparar novos processos e novos colaboradores.

Já na área de montagem do novo caminhão, para capacitar os colaboradores na montagem das cabinas, criamos uma Linha de Treinamento e Verificação, seguindo uma estratégia de treinamento bem próxima da Suécia, tanto na linha de processo, quanto na linha principal. Acompanhamos a montagem do NTG na matriz e, na volta, trouxemos cinco cabinas completas importadas, que começamos a desmontar e montar novamente. Esse treinamento foi muito importante para ajustar a parte soldada e saber o que estava funcionando.

• Como foi a preparação dos colaboradores na Nova Fábrica?

Os colaboradores conheceram as novas tecnologias industriais empregadas na fabricação dos novos caminhões e aprenderam a programar e operar as novas máquinas e robôs. Diversas equipes também passaram por treinamentos na Suécia e multiplicaram os aprendizados aqui.

Mais de 160 colaboradores tiveram cerca de 10 mil horas de treinamento para atuar nas áreas automatizadas, recebendo capacitação e desenvolvimento profissional com foco na operação e manutenção dos equipamentos com tecnologia de ponta, no controle de qualidade, na percepção de riscos e na segurança da interação dos colaboradores com os robôs.

No projeto a tecnologia de ponta é, sobretudo, um fator de inclusão. Encaramos juntos o desafio dessa jornada histórica, construindo um ambiente de trabalho seguro e estimulante para todos.

Embora tenham sido instalados dezenas de robôs na nova linha de produção, não houve nenhuma redução na quantidade de postos de trabalho na fábrica, pois os colaboradores são essenciais no processo de transição tecnológica e, além do conhecimento técnico necessário, trazem a cultura, princípios e valores a empresa.

Desde o início nosso foco é valorizar os colaboradores, que, com sua diversidade de características pessoais, perspectivas, conhecimentos e habilidades, contribuem para nosso negócio e para uma cultura inclusiva em constante desenvolvimento, nos mantendo sustentáveis e atrativos no mercado

Assim, a tecnologia nunca representou o desligamento de colaboradores, mas um novo momento em nossa jornada. Com a indústria 4.0 e a robotização da nossa fábrica de solda de cabinas, os colaboradores ganharam novas funções. A atuação das máquinas tornou-se a complementar a deles, que continuam sendo muito importantes para nós.



Figura 18: Samor Arantes, Gerente de Grupo do Sistema de Produção Scania (SPS) da Fábrica de Cabinas
Fonte: Arquivo da Empresa.



ENTREVISTA

Autor: Prof. Dr. Raphael Bicudo, Docente da STRONG ESAGS¹

Os primeiros casos de contaminação por covid-19 no continente africano foram oficialmente registrados no final de fevereiro e início de março na cidade de **Lagos**, na **Nigéria**, e em **Dacar**, capital do **Senegal**, ambas localizadas na **África Subsaariana**, onde estão 47 dos 54 países africanos. Até o final da semana passada, 99.062 pessoas foram infectadas pelo novo coronavírus em todo o continente, sendo que a África Subsaariana é o epicentro da epidemia até o momento, com mais de 66 mil casos e mais de 1.500 mortes, enquanto a **África do Norte**, também conhecida como **África Setentrional**, registra 31.232 casos e 1.522 óbitos, informa o economista **Raphael Bicudo** à **IHU On-Line**.

Desde os anos 2000, **Bicudo** estuda o desenvolvimento econômico da **África Subsaariana** e diz que o alastramento da pandemia na região é visto com grande preocupação por causa do quadro social e do precário sistema de saúde da maioria dos países. “A maior parte dos países da África Subsaariana se depara com sistemas de saúde globalmente precários

e de baixa capilaridade espacial. Mais da metade da população não tem acesso a serviços de saúde, em função da precariedade dos estabelecimentos e dos equipamentos, carência de material e remédios, falta de leitos e de Unidades de Terapia Intensiva - UTI, dificuldades de acesso etc.” Em **Gâmbia**, um pequeno país da África Subsaariana onde vivem aproximadamente 2,28 milhões de pessoas, menciona, “não existem UTIs. A necessidade ultrapassa 1.000 unidades. A **Somália** conta apenas com 15 leitos de **UTI** para quase 15 milhões de pessoas, situação semelhante ao caso do Malawi, que conta com 25 unidades de terapia intensiva para 17 milhões, e **Uganda** com 55 **UTIs** para mais de 40 milhões de pessoas”.

Na entrevista a seguir, concedida por e-mail, o economista menciona que o crescimento econômico do continente africano nas duas últimas décadas, oriundo fundamentalmente da exportação de recursos naturais para a **China**, “não gerou uma melhora do quadro social”, impossibilitando a superação da pobreza intergeracional, e 76% dos empregos nos países da **África Subsaariana** são informais. Esse quadro, ressalta, dificulta a adesão da população a medidas como o distanciamento social. “Milhões de adultos e crianças

¹ Entrevista feita por Patrícia Fachin pela UNISINOS-RS concedida a réplica à STRONG ESAGS, autorizando a publicação desta entrevista em maio de 2020, sob o link <http://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/599301-africa-subsaariana-63-da-populacao-das-areas-urbanas-nao-tem-acesso-a-possibilidade-de-lavar-as-maos-entrevista-especial-com-raphael-bicudo>

só possuem essa forma de sobrevivência e isso depende das ruas, dificultando o isolamento social – uma das principais formas de evitar o contágio”. Além disso, pontua, “em **Nairóbi**, capital do **Quênia**, existem favelas (chamadas de **Mukuru**), onde meio milhão de pessoas vivem em condições muito precárias. A maior parte das casas são feitas de papelão ou plástico, inexistente ventilação ou algum tipo de drenagem, não há coleta de resíduos, facilitando a proliferação de doenças. Como separar as pessoas em caso de infecção? Em grande parte da região, não existe esta possibilidade”.

Raphael Bicudo lembra ainda que em muitos países africanos faltam os elementos básicos para enfrentar a pandemia, como água e sabão para lavar as mãos. “63% da população da região que vivem em áreas urbanas (258 milhões de pessoas) não têm acesso à possibilidade de lavar as mãos. O acesso à água nos países da África Subsaariana é extremamente difícil nas áreas urbanas e principalmente nas áreas rurais. Mais de 30% de todas as pessoas nos países da **África Ocidental e Central** não possuem acesso à água potável”.

Segundo ele, tanto o desemprego quanto a retração das atividades informais poderão gerar consequências ainda mais drásticas pós-pandemia, levando milhões de africanos para a situação de pobreza extrema, “aumentando ainda mais o contingente que já é de mais de 400 milhões”. Na entrevista, **Bicudo** também reflete sobre como a pandemia de covid-19 pode agravar o enfrentamento de outras doenças que afligem a **África**, como o HIV, que atinge mais de dois milhões de crianças de zero a 14 anos.



Foto: Raphael Bicudo
Fonte: Arquivo Pessoal.

Raphael Bicudo é mestre em Economia Política pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP e doutorando em História Econômica pela Universidade de São Paulo - USP. Atualmente, leciona na Universidade Presbiteriana Mackenzie, STRONG/ESAGS, nos cursos de Pós-Graduação da Fundação Getúlio Vargas - FGV, no Centro Universitário Belas Artes e na BBS Escola Internacional de Negócios, em Luanda, Angola. É autor de **A Economia Social de Angola e da África Subsaariana** (São Paulo: Editora Xamã, 2012).

CONFIRA A ENTREVISTA

IHU On-Line - Qual é a situação econômica e social da África Subsaariana? Quais são as causas desse cenário?

Raphael Bicudo - Do ponto de vista estritamente econômico, podemos caracterizar a situação econômica dos países da **África Subsaariana - ASS**, a partir das seguintes fases:

1ª fase, entre 1960-74: crescimento mais rápido. O **PIB** cresceu a uma taxa média anual de 5,3%. Podemos destacar dois subperíodos: 1) 1960-70, com o impulso das independências e o lançamento de programas de investimento em infraestrutura – a taxa média de crescimento do PIB foi da ordem de 5,2%; e 2) 1970-74, o boom das matérias-primas, cujo crescimento de receitas permitiu novos programas de investimento – a taxa média de crescimento registrou 5,4%.

2ª fase, entre 1974-1981: crescimento mais moderado (taxa de crescimento de 2,4%). Situação de declínio econômico, provocada pela quebra do impulso inicial da década de 1960, decorrente da queda acentuada do preço das matérias-primas da segunda metade da década de 1970. O período que compreende 1977 a 1981 foi marcado pelo forte endividamento dos países da **África Subsaariana**.

3ª fase, entre 1981 e 1993: foi a fase da chamada “década perdida”, com uma taxa média de crescimento da ordem de 1%. Foi também o período do ajustamento estrutural, dado o peso que a agenda das reformas econômicas do Banco Mundial e do **Fundo Monetário Internacional - FMI** acabou por exercer sobre o continente.

4ª fase, desde 1993: fase tímida de recuperação, com uma taxa média de crescimento anual de 3,2%. Um dos fatores responsáveis por tal recuperação foi o fluxo de Investimento Externo Direto - IED, cujo crescimento está aquém do que acontece em outras regiões em desenvolvimento, mas que, comparado com o passado, é significativo para a ASS.

5ª fase, a partir dos anos 2000: as economias da África Subsaariana passaram a apresentar um crescimento econômico bastante significativo, da ordem de 5,5% a 6% a.a., com algumas oscilações e situações diferenciadas entre os países, praticamente até o ano de 2019. Esse período de crescimento pode ser explicado pelo aumento das exportações de recursos naturais (commodities: minerais, metálicas e agrícolas) para a China, por um maior volume de **Investimento Externo Direto**, na sua maior parte chinês, bem como pelo aumento de obras públicas na região.

Projeções para 2030, segundo o World Bank, indicam que, de cada dez pessoas em situação de pobreza extrema, nove viverão nos países da África Subsaariana - Raphael Bicudo

No tocante às questões sociais, a região da **África Subsaariana** apresenta indicadores bastante negativos, comparativamente a outras regiões. O crescimento econômico obtido ao longo dos anos 2000 pode ser considerado como não inclusivo, do ponto de vista social, principalmente quando olhamos para os números da pobreza extrema (famílias que vivem com US\$ 1,90 dia) que, segundo o **World Bank**, em 2019, registrou um contingente de 437 milhões. Cabe acrescentar, ainda, que as projeções para 2030, segundo o mesmo World Bank, indicam que, de cada dez pessoas em situação de pobreza extrema, nove viverão nos países da **África Subsaariana**.

POBREZA INTERGERACIONAL

A África Subsaariana, segundo a **UNFPA** da **ONU** (Órgão para os estudos da população da ONU), apresenta uma população de aproximadamente 1.080.429 pessoas, com uma taxa de crescimento populacional de 2,7 a.a. (2000-2018). A população com menos de 18 anos gira em torno de 530.744, e aqueles

com idade inferior a cinco anos perfazem um total de 171.759. Dessa forma, mais da metade da população é considerada jovem. Quando cruzamos os dados populacionais com os indicadores de pobreza extrema, bem como outros indicadores sociais, isso nos remete ao problema da pobreza intergeracional. Ou seja, as crianças e jovens da África Subsaariana, provavelmente, terão uma vida igual ou pior daquela vivida por seus pais.

Outros indicadores sociais importantes dizem respeito à Taxa de Mortalidade de menores de cinco anos (**TMM5**) - por mil nascidos vivos e a expectativa de vida ao nascer. Em ambas, a região da África Subsaariana apresenta evolução, quando consideramos o ano de 2000 e 2018. A **TMM5** era 153 em 2000, passando para 78 em 2018. Em relação à esperança de vida ao nascer na região, passou de 50 anos em 2000, para 61 anos em 2018 – baixo para os padrões mundiais, o que não deixa de ser um avanço importante para os países da **África Subsaariana**.

Aproximadamente, 40% das crianças africanas com idade até cinco anos apresentam quadro de desnutrição - Raphael Bicudo

Cabe acrescentar, também, a gravidade da situação referente à insegurança alimentar na região. Com base nos últimos dados da **Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura - FAO**, o número de pessoas que não ingere a quantidade calórica necessária para passar um dia é de quase 300 milhões de pessoas. Aproximadamente, 40% das crianças africanas com idade até cinco anos apresentam quadro de desnutrição.

Portanto, mesmo com uma fase bastante positiva de crescimento econômico nas últimas décadas (como falamos acima), a mesma não gerou uma melhora do quadro social. Depreende-se dessa situação, que o crescimento econômico por si só não vem sendo suficiente para incluir a maior parte dos africanos na sociedade. Faz-se necessário **políticas sociais estruturais** nas mais diversas áreas, para tentar reverter o problema da pobreza intergeracional.

são eles: **Camarões** (4.288), **Sudão** (3.138), **Djibuti** (2.047), **República Democrática do Congo** (1.944), **Gabão** (1.567), **Somália** (1.534), **Quênia** (1.109), **Níger** (924), **Zâmbia** (866) e **Burquina Fasso** (812).

A grande preocupação com o alastramento da pandemia na região se dá em virtude do quadro social e das precárias condições dos sistemas de saúde na maioria dos países da **África Subsaariana**.

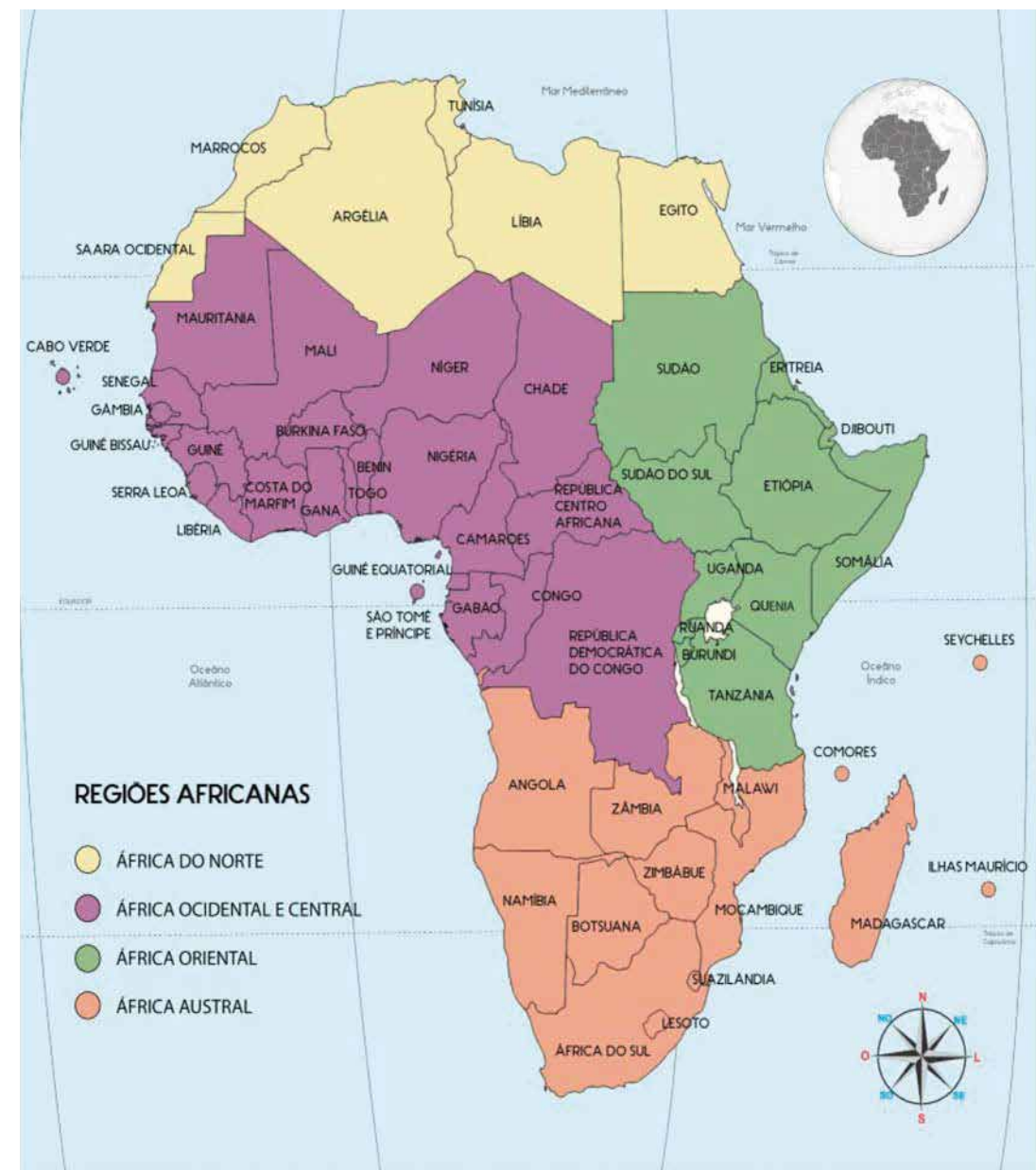


Figura: Divisão regional do continente africano, segundo a localização dos países, divididos em cinco grupos: África Setentrional, África Ocidental, África Central, África Oriental e África Meridional
Arte: UFRGS.

IHU On-Line - Que medidas têm sido adotadas na África para enfrentar a pandemia? Quais são as diretrizes dos governos?

Raphael Bicudo - Os primeiros casos de contaminação foram oficialmente registrados nas metrópoles de **Lagos** (27/02/2020) e **Dacar** (03/03/2020). Governos e autoridades sanitárias do continente adotaram, quase imediatamente, políticas, medidas e protocolos de prevenção e tratamento semelhantes aos do resto do mundo.

Considerando a precariedade dos sistemas e equipamentos de saúde pública de muitos países, governos africanos levaram imediatamente em consideração que um aumento exponencial dos casos de covid-19 geraria uma situação de colapso nos centros de saúde e estabelecimentos hospitalares. Com o intuito de reduzir a transmissão do vírus, as autoridades agiram rapidamente no sentido de limitar as aglomerações de pessoas em lugares públicos, de promover o distanciamento social, além de adotar medidas de contenção territorial (controle mais rígido das fronteiras terrestres, limitação do tráfego aéreo etc.). Por exemplo: a **Gâmbia** fechou sua fronteira com o **Senegal**, na **África do Sul** foi decretada a quarentena obrigatória, a **Nigéria** decretou o confinamento nas suas duas cidades mais populosas, no **Quênia** há um toque de recolher, Angola vem mantendo o isolamento social, ou seja, os governos vêm fazendo um esforço significativo para quebrar a cadeia de transmissão, na maior parte dos casos, contando com vários fatores adversos.

Os países da África Subsaariana, através de seus governos, vêm apresentando um comportamento muito superior ao do governo brasileiro - Raphael Bicudo

Cabe aqui uma observação: os países da **África Subsaariana**, através de seus governos, vêm apresentando um comportamento muito superior ao do governo brasileiro. Os países da **África Subsaariana** seguem as recomendações da Organização Mundial da Saúde - OMS, baseadas nos preceitos da ciência, bem como consideram a opinião de muitos bons especialistas em diversos países da região. Não existe tempo a perder com charlatanice, quando o assunto é salvar vidas.

IHU On-Line - Que instituições têm desempenhado um papel importante no enfrentamento da pandemia nos países africanos?

Raphael Bicudo - Além dos governos já mencionados, o papel de diversas **ONGs** africanas e não africanas, bem como o de instituições como **Fundo das Nações Unidas para a Infância - Unicef**, Médico sem Fronteiras, são sempre dignos de nota, além da **Organização Mundial da Saúde**, da **União Africana** e a contribuição dos cientistas locais, das universidades. Um coletivo de 25 intelectuais africanos (**Diagne**, Sarr, **Lopes**, Mbembe, **Nubukpo** etc.) destaca que as redes de solidariedade sociais de proximidade e a gestão familiar das doenças, que costumam compensar parcialmente as falhas dos aparelhos de Estado, podem mitigar os impactos sanitários e psicológicos da pandemia.

IHU On-Line - Quais são as maiores preocupações e dificuldades no momento tanto no âmbito social quanto da saúde? Ainda nesse sentido, como é o sistema de saúde na região?

Raphael Bicudo - Na área da saúde, com base em relatórios da Comissão Econômica das Nações Unidas para a África - Uneca, poucos países da África Subsaariana (**África do Sul**, **Senegal**, **Quênia**, **Costa do Marfim**) dispõem de infraestruturas sanitárias mais adequadas. A maior parte dos países da **África Subsaariana** se depara com sistemas de saúde globalmente precários e de baixa capilaridade espacial. Mais da metade da população não tem acesso a serviços de saúde, em função da precariedade dos estabelecimentos e dos equipamentos, carência de material e remédios, falta de leitos e de **Unidades de Terapia Intensiva - UTI**, dificuldades de acesso etc.



Figura: Países da África Subsaariana que dispõem de infraestruturas sanitárias mais adequadas: África do Sul, Senegal, Quênia, Costa do Marfim

Arte: Natália Froner.

Por exemplo, no caso de **Gâmbia**, não existem UTIs. Neste momento, estão sendo criadas cem em todo o país. A necessidade ultrapassa 1.000 unidades. A Somália conta apenas com 15 leitos de UTI para quase 15 milhões de pessoas, situação semelhante ao caso do **Malauí**, que conta com 25 unidades de terapia intensiva para 17 milhões, e Uganda com 55 UTIs para mais de 40 milhões de pessoas.

Cabe considerar também que, em muitos países da África Subsaariana, os deficitários sistemas de saúde possuem muitos pacientes acometidos de doenças como a tuberculose, HIV, malária e muitos casos de desnutrição aguda.

A Somália conta apenas com 15 leitos de UTI para quase 15 milhões de pessoas - Raphael Bicudo

No Norte do **Mali**, o **Comité Internacional da Cruz Vermelha** aponta que 93% das estruturas sanitárias foram destruídas pelo conflito em curso. O acesso às distantes instalações do Sul do país é oneroso e inseguro demais para a maioria da população. No **Burquina Fasso**, os conflitos no Leste do país provocaram um afluxo de deslocados em cidades médias cujas capacidades sanitárias já beiram a saturação.



Figura: Países da África Subsaariana que não dispõem de infraestruturas sanitárias adequadas para enfrentar a covid-19: Gâmbia, Somália, Malauí, Mali, Burquina Fasso
Arte: Natália Froner.

SOCIAL

Na área social, o problema da alta densidade populacional pode facilitar o alastramento da covid-19 na maior parte dos países da região. Em **Nairóbi**, capital do **Quê-**

nia, existem favelas (chamadas de **Mukuru**), onde meio milhão de pessoas vivem em condições muito precárias. A maior parte das casas são feitas de papelão ou plástico, inexistente ventilação ou algum tipo de drenagem, não há coleta de resíduos, facilitando a proliferação de doenças. Como separar as pessoas em caso de infecção? Em grande parte da região, não existe esta possibilidade.

Um outro agravante é o problema da fome, como salientamos no início da entrevista. A maior parte dos empregos nos países da **África Subsaariana** estão na economia informal, para ser mais preciso, 76%. Dessa forma, milhões de adultos e crianças só possuem essa forma de sobrevivência e isso depende das ruas, dificultando o isolamento social – uma das principais formas de evitar o **contágio**.

A maior parte dos empregos nos países da África Subsaariana estão na economia informal, para ser mais preciso, 76% - Raphael Bicudo

Acrescento ainda a diminuição da ajuda humanitária – essencial para muitos países da região, ou seja, como a **pandemia** afeta também muitos países doadores, esses recursos em volume menor irão dificultar ainda mais a situação na região.

IHU On-Line - Segundo dados do Fundo das Nações Unidas para a Infância - Unicef, 258 milhões de pessoas que vivem na África Subsaariana não podem lavar as mãos porque não têm acesso a água e sabão. A realidade é mesmo esta? Que informações o senhor tem sobre isso?

Raphael Bicudo - De fato, os dados conferem. Em muitos países da região falta o básico, como água e sabão. Conforme apontam os dados do Unicef, 63% da população da região que vivem em áreas urbanas (258 milhões de pessoas) não têm acesso à possibilidade de lavar as mãos. O acesso à água nos países da **África Subsaariana** é extremamente difícil nas áreas urbanas e principalmente nas áreas rurais. Mais de 30% de todas as pessoas nos países da **África Ocidental e Central** não possuem acesso a água potável.

No Sudão do Sul, somente 34% dos lares conseguem acesso a um poço ou uma pia coletiva em menos de 30 minutos - Raphael Bicudo

No **Sudão do Sul**, somente 34% dos lares conseguem acesso a um poço ou uma pia coletiva em

menos de 30 minutos. Dessa forma, a limpeza regular das mãos usando sabão e álcool em gel enfrenta também a dupla problemática da penúria de produtos e do baixo poder aquisitivo da maioria da população. Diante desse quadro, as condições de higiene, uma das principais formas de evitar o contágio, tornam-se uma tarefa bastante complexa.



Figura: Sudão do Sul, onde somente 34% dos lares conseguem acesso a um poço ou uma pia coletiva em menos de 30 minutos
Arte: Natália Froner.

IHU On-Line - Como a experiência que os países africanos tiveram com o enfrentamento do vírus ebola contribui para o enfrentamento da covid-19? Qual é a situação em relação ao vírus ebola neste momento?

Raphael Bicudo - A epidemia do vírus ebola teve início em março de 2014, na **Guiné**, e propagou-se para países vizinhos como Libéria, Serra Leoa e Nigéria, atingindo quase 30 mil pessoas e levando mais de 11 mil à morte. A epidemia foi contida apenas no final de 2015.

A experiência principal decorrente do enfrentamento do ebola, e que pode ser utilizada neste momento, seria a questão do isolamento social, maior atenção com as fronteiras, cuidados maiores com a higiene das mãos para aqueles que possuem condições adequadas para isso.

Em abril deste ano, foram detectados alguns novos casos de ebola na **República Democrática do Congo**, na província do **Kivu Norte**.

IHU On-Line - Que outras epidemias têm sido frequentes na África e como os países têm lidado com elas?

Raphael Bicudo - A situação do HIV na região ainda é bastante preocupante. Do total de 37,9 milhões

de pessoas vivendo com o HIV, 68% fazem parte dos países da África Subsaariana, segundo a **Unai-ids [Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids]**. O último Relatório do Unicef (2019) sobre a situação infantil no mundo apresenta indicadores bastante estarrecedores sobre o número de crianças infectadas pelo HIV. O total de meninos e meninas, com idade entre 0-14 anos, vivendo com HIV na região da **África Subsaariana** é da ordem de 2.430.000. O total mundial nessa mesma faixa etária é de 2.700.000 crianças infectadas pelo vírus.

A pandemia do coronavírus pode também prejudicar os programas de luta contra doenças e epidemias preexistentes (tuberculose, sarampo, malária etc.) suscetíveis de perder parte dos recursos financeiros que lhe são atribuídos por governos e ONGs.

Do total de 37,9 milhões de pessoas vivendo com o HIV, 68% fazem parte dos países da África Subsaariana - Raphael Bicudo

As mesmas dificuldades do ponto de vista das condições do sistema de saúde na região, bem como os problemas sociais, geram uma série de transtornos para o combate de diversas outras epidemias que sempre fizeram parte da realidade dos países da região. Caso o número de infectados pela covid-19 venha a aumentar na **África Subsaariana**, o setor de saúde, já bastante debilitado, poderá deixar muitas pessoas sem acesso a qualquer tipo de atendimento.

IHU On-Line - Quais são as projeções econômicas e sociais para a África Subsaariana pós-pandemia?

Raphael Bicudo - Ao longo do período 2000/2014, a trajetória das economias africanas tem sido caracterizada por um ritmo de crescimento do PIB superior à média mundial. Após esse período, observamos uma desaceleração da expansão econômica nos últimos anos. O menor ritmo de crescimento afeta particularmente os países exportadores de petróleo e de minérios, além de um forte aumento do nível do endividamento público. Fica evidenciado também que, salvo exceções como **Etiópia**, **Ruanda** ou **Senegal**, a inserção competitiva na globalização não estimulou a diversificação de economias que seguem dependentes das exportações de um pequeno número de bens primários.

Caso o número de infectados pela covid-19 venha a aumentar na África Subsaariana, o setor de saúde, já bastante debilitado, pode-

rá deixar muitas pessoas sem acesso a qualquer tipo de atendimento - Raphael Bicudo

Segundo o **Banco Mundial** e o **Fundo Monetário Internacional**, ambos antecipam um cenário recessivo para a região da **África Subsaariana**. Os economistas da instituição preveem uma queda do **PIB** oscilando entre -2,1 e -5,1% em 2020, caracterizando, assim, a primeira recessão desde o final da década de 1990. Há uma combinação de fatores como a desorganização dos circuitos produtivos e comerciais, a queda dos **Investimentos Diretos Externos - IDE** e outros fluxos financeiros, como ajuda internacional, remessas de trabalhadores migrantes, receitas do turismo etc., bem como os impactos do confinamento e das restrições à circulação.

Os impactos da covid-19 afetam a economia mundial como um todo, fazendo com que a retração seja da ordem de 2,0% a 3%, e o volume do comércio mundial, que já vinha apresentando enfraquecimento nos últimos dois anos, poderá se contrair entre 13% e 32% em 2020.

Considerando os principais parceiros comerciais, com destaque para a China e a **Zona do Euro**, deve impactar os países africanos mais integrados às redes do comércio mundial de commodities da ordem de 35% para os países da região, afetando principalmente os países exportadores de petróleo (**Nigéria, Angola, Chade, Guiné Equatorial, Sudão do Sul, República do Congo**). A renda das exportações desses países já tinha sido impactada pela queda do preço do barril decorrente da guerra comercial entre **Arábia Saudita** e Rússia.

No tocante ao turismo, os países mais afetados deverão ser a África do Sul, Cabo Verde e o Quênia.

QUESTÕES SOCIAIS

Sobre as questões sociais, começo destacando os possíveis impactos entre os grupos mais expostos à contaminação intracomunitária pelo **coronavírus**: eles figuram os refugiados, deslocados e outras vítimas de conflitos e perseguições, um contingente de aproximadamente 26,4 milhões de pessoas, segundo o **Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados - Acnur**.

No **Sudão do Sul**, 200.000 pessoas vivem em campos superpovoados e sem acesso a instalações sanitárias adequadas. As restrições à circulação das pessoas, que se impõem aos profissionais do setor humanitário, são suscetíveis de agravar ainda mais a situação, prejudicando o acesso das agências da **ONU** e as **ONGs** aos campos.

O impacto da **pandemia** sobre as famílias africanas pode, também, ser considerável. A combinação

entre o aumento do desemprego – 20 milhões de empregos formais estariam ameaçados – e de retração das atividades informais, que representa mais de 70% na região, pode levar milhões de africanos para a situação de pobreza extrema, aumentando ainda mais o contingente que já é de mais de 400 milhões.

IHU On-Line - Como as viagens do papa Francisco à África Subsaariana repercutiram na região? Que repercussões o senhor tem visto nesse sentido?

Raphael Bicudo - A viagem do papa Francisco para **Uganda, Quênia, República Centro-Africana** foi bastante importante para enfatizar o respeito e a tolerância em relação à diversidade religiosa.

No que diz respeito às questões sociais, chamou atenção para problemas como de crianças soldados, refugiados, mutilados de guerra, as vítimas do **HIV**, condenando todas as formas de desigualdade, e enfatizou também o problema da **mudança climática**.

A viagem do Papa Francisco para Uganda, Quênia, República Centro-Africana foi bastante importante para enfatizar o respeito e a tolerância em relação à diversidade religiosa - Raphael Bicudo

IHU On-Line - Deseja acrescentar algo?

Raphael Bicudo - Gostaria de deixar claro que as minhas reflexões sobre os países da África Subsaariana estão baseadas em estudos que venho fazendo desde o início dos anos 2000 e, principalmente, em mais de uma década de docência em **Angola** em cursos de Pós-Graduação, oferecendo a disciplina **Macroeconomia do Desenvolvimento voltada para África Subsaariana e Angola**.

Dessa forma, ênfase alguns pontos que julgo importantes, para a reflexão sobre a região:

(i) não existe uma **África** e sim várias Áfricas numa só. A diversidade entre os países é muito grande, portanto, deve ser considerada;

(ii) apesar dos indicadores sociais pouco favoráveis, não compartilho a visão baseada no afropessimismo, qual seja, de um presente e futuro caótico para a região, nem um otimismo exagerado. Acredito muito no potencial de resiliência do povo africano;

(iii) uma região na qual brotou um dia o movimento **Pan-Africanista** e pessoas do mais alto gabarito, como os líderes Amílcar Cabral, Mandela, Agostinho Neto, Lumumba, e nas artes, **Cesaria Évora, Mia Couto, Pepetela** e Agualusa, pode e deve pensar de forma endógena, fazer sua própria reflexão acerca de seu presente e futuro.

Por que fazer **PUBLICIDADE** na **STRONG ESAGS?**

Porque é a melhor faculdade
de Publicidade do Brasil,
segundo o ENADE - MEC.



vestibularesags.com.br

 **EQUAA**
Education Quality Accreditation Agency

CERTIFICAÇÃO
DE QUALIDADE

 FGV

ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO



STRONG
ESAGS



ARTIGO

PUBLICIDADE E
PROPAGANDA

Autora: Profa. Dra. Claudia Monteiro, Docente do curso de Publicidade da STRONG ESAGS

TCC CLOCKWORK / STARTUP QUINTO ANDAR

Resumo:

Este artigo apresentará em grandes linhas o planejamento e execução de uma campanha publicitária elaborada para a QuintoAndar, uma *startup* brasileira de tecnologia com foco na locação de imóveis. A campanha foi realizada como Trabalho de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda, por alunos organizados na agência de comunicação denominada Clockwork, a fim de prioritariamente promover a visibilidade da marca QuintoAndar. O texto tem como base a síntese elaborada pelos próprios alunos acerca do projeto experimental por eles desenvolvido.

Palavras-chave: Campanha Publicitária, Quinto Andar, Clockwork, imobiliária.

PARA FALAR DA CLOCKWORK

Clockwork foi o nome dado pelos alunos autores do TCC alvo desta abordagem para a agência (forma-

ção de grupo aos moldes das agências de publicidade reais do mercado), na qual se organizaram principalmente nos últimos dois semestres do Curso de Publicidade e Propaganda. A agência, como empresa, tinha como missão identificar e entender as necessidades do Cliente para desenvolver soluções criativas e eficazes.

O aluno Ítalo Firmino exerceu a função de atendimento, profissional responsável pelo contato com o Cliente prospectado, a saber a imobiliária QuintoAndar, durante todo o processo, começando pelo preenchimento do briefing. Briefing é um documento que recolhe as informações básicas necessárias para a elaboração de uma campanha publicitária, como, por exemplo, os objetivos reais do Cliente e características de seu produto e ou serviço.

Coube à Giovanna Carvalho o planejamento de comunicação. Como *planner*, sua atribuição parte da verificação das informações contidas no briefing para as análises complexas de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do micro e macroambiente empresariais, bem como aplicação de pesquisas fundamentais para a compreensão do comportamento do consumidor, encontro de tendências, entendimento da percepção da marca pelo *target* e preenchimento

de qualquer outra lacuna nas informações de posse da agência. Após esse esforço puderam ser definidas as chamadas decisões estratégicas de campanha.

Os alunos Mayara Andrade e Daniel Marcondes, criativos da agência, encararam o grande desafio de elaborar a arte das peças da campanha, traduzindo para o áudio, vídeo e textos a solução encontrada para o problema do Cliente, conforme anteriormente diagnosticado nas análises. Mayara também exerceu a função de mídia juntamente com o colega Thiago Jerônimo. Os dois determinaram os mais adequados espaços e períodos de veiculação das peças elaboradas para a campanha, tudo cuidadosamente calculado de acordo com o *budget* reservado para tanto.



Imagem: Carômetro da Agência Clockwork

O CLIENTE

QuintoAndar é uma *startup* brasileira de tecnologia com foco na locação de imóveis que chegou ao mercado brasileiro para “revolucionar o processo de locação”. Como acontece com a maioria das empre-

sas dessa natureza, a ideia inovadora que guiou sua formação surgiu em decorrência de problemas comumente enfrentados pelos próprios fundadores. Na história da *QuintoAndar* é curioso observar a dupla faceta de necessidades que levou à sua constituição: de um lado, um jovem (que viria a ser um dos fundadores) teve frustrada a tentativa de alugar determinado apartamento localizado no quinto andar de um prédio em São Paulo pelo simples fato de não possuir fiador na cidade. Do outro lado, em Campinas, um jovem (também futuro fundador), como proprietário de um imóvel, sofreu durante meses as tentativas fracassadas de alugá-lo, haja vista o excesso de critérios impostos pela imobiliária responsável naquela ocasião.

Como a narrativa permite ao leitor concluir, o encontro desses dois jovens levou ao desenvolvimento da *startup* em questão. A ideia surgiu na Califórnia, como um trabalho acadêmico na famosa Stanford University, onde os dois foram coincidentemente colegas, mas foi concretizada no Brasil em 2013, em Campinas. Atualmente a *QuintoAndar* atua em 28 cidades, dentro de 6 estados e permanece em constante expansão.

A grande revolução prometida pela *QuintoAndar* é justamente a facilidade de locação que beneficia locadores e locatários, o que contrasta com a burocracia que é marca registrada desse ramo de negócio.

O PROBLEMA

A pesquisa realizada pela *Clockwork* mostrou que o maior problema enfrentado pela *startup* é a falta de conhecimento pelo público. A divulgação até então sempre reservada ao *online* restringiu demais o público ao excluir aqueles que poderiam ser atingidos por mídias tradicionais. Como se trata de gerar conhecimento de marca, todo esforço é importante, principalmente quando a aposta envolve a percepção da *QuintoAndar* como referência tecnológica no mercado imobiliário.

A CAMPANHA

A campanha publicitária “Entre e sinta-se em casa”, elaborada pela agência *Clockwork* para o Cliente *QuintoAndar*, teve como objetivo transmitir a facilidade oferecida pela empresa no processo de locação de imóveis. A marca *QuintoAndar* é, portanto, associada às ideias de desburocratização, facilitação e agilidade no processo contratual.

Algumas peças criadas para a campanha foram selecionadas pela agência para ilustrar este artigo. A primeira peça aqui apresentada é o *post teaser*. Por se tratar de uma presença em redes sociais digitais, o padrão *online* das campanhas da marca é assegurado, não gerando total descaracterização. O lado *teaser*, por sua vez, funciona como um despertar do interesse do público para a mensagem publicitária, gerando expectativa quanto à revelação do Cliente ou assunto a que se refere, uma vez que o logo da empresa na ocasião da veiculação da peça ainda não seria totalmente conhecido pelo público-alvo.



Imagem 1: Post Teaser "Falta Pouco para Abrir o Elevador"
Fonte: Agência Clockwork.

A segunda peça é um totem de cinema. É relevante observar o equilíbrio encontrado pela agência Clockwork entre o explorar das possibilidades comunicativas que cada peça disponibiliza e a necessidade de manutenção de uma identidade visual entre elas, para que o público as reconheça como partes da mesma campanha. Outro ponto importante diz respeito aos locais escolhidos para exposição, todos eles resultantes de muito estudo prévio.



Imagem 2: Totem Cinema. "Entre e Sinta-se em Casa"
Fonte: Agência Clockwork.

A próxima peça é um MUPI de metrô. MUPI é sigla para "mobiliário urbano para informação" engloba, grosso modo, toda gama de painéis informativos publicitários que podem ser interativos ou não. A agência optou por um estático que cumpriu perfeitamente sua missão: mostrar as vantagens da *startup* Cliente. Nesta e nas demais peças, como não poderia ser diferente, é possível notar o cuidado da agência em promover a identificação com o público jovem definido como *target* da campanha.



Imagem 3: MUPI - Metrô. "Entre e Sinta-se em Casa"
Fonte: Agência Clockwork.

A quarta peça reforça a tradição de veiculação *online* da marca. Aplicada como Google Ads, otimiza o bom encontro da QuintoAndar com quem está procurando imóveis para alugar, uma vez que o simples uso de palavras pertencentes ao determinado campo semântico conduz à exposição da peça.



Imagem 4: Google Ads. "Entre e Sinta-se em Casa"
Fonte: Agência Clockwork.

A campanha também pôde contar com ações promocionais de oportunidade muito bem elaboradas. Por "oportunidade" é possível entender momentos específicos do ano, acontecimentos e datas comemorativas escolhidas previamente para veiculação. A Clockwork precisou pensar em todos detalhes: do

desenho atrativo dos logos promocionais ao *modus operandi* de cada ação.

A primeira a ser apresentada foi criada para veiculação no dia do corretor, dia 07 de abril.



A ação objetiva estreitar relacionamento entre corretores de imóveis e o Cliente QuintoAndar. Trata-se de um café da manhã capaz de congrega os 250 corretores mais destacados em razão da quantidade de visitas realizadas no primeiro semestre de 2020, a ideia também é servir de espaço para esclarecimento acerca da empresa e favorecer o *networking* dos profissionais envolvidos.

No dia da pizza, dia 09 de junho, a ação promocional tem como público-alvo os porteiros de prédios domiciliares.



O principal objetivo é justamente a criação de um vínculo com aqueles que exercem tal profissão. A dinâmica envolve a entrega de pizza de calabresa e mussarela para 250 porteiros de prédios que já possuem cadastro no QuintoAndar, selecionados em razão do maior número de indicações no programa Indica aí. O programa em questão implica na indicação da QuintoAndar como serviço de locação, pelos próprios porteiros. A entrega das pizzas serve como incentivo à constância dessa prática. O uso da pizza se justifica em razão da apreciação quase unânime do alimento em São Paulo, conforme pesquisas realizadas pela agência.

A última ação promocional se apropria do grande aborrecimento enfrentado por quem aluga um imóvel: o processo de mudança. A análise das pesquisas evi-

denciou o quase unânime desespero dos locatários na hora de encaixotar e identificar todos os bens.



Dentro do período estipulado pela agência para duração da promoção (2 meses e 20 dias), todos que fecham contrato com a QuintoAndar concorrem ao serviço de organização de caixas, faxina e mudança em um VUC que leva até 3000 kg, no raio de até 200 km de distância. O próprio *app* QuintoAndar serve como canal para a divulgação da promoção e explicação da mecânica de participação.

A promoção em questão reforça a associação da empresa ao conceito de facilidade, conforme é trabalhado nas demais peças da campanha. O período escolhido para a ação é justamente o final do ano (período no qual as locações de imóveis para moradia sofrem forte queda), proporcionando um aumento nos fechamentos de contratos e estimulando o reconhecimento maior do serviço oferecido pela *startup*.

À GUIZA DE CONCLUSÃO

Ao defenderem em banca a campanha publicitária realizada como projeto experimental (TCC), os alunos da agência Clockwork mostraram toda responsabilidade que um publicitário precisa ter na hora de comunicar a mensagem comercial de seus respectivos Clientes.

Embora lembrada somente pela criatividade de suas criações, a atividade publicitária é muito maior, envolve coleta de informações e análise profunda antes da tomada de decisões. E tudo isso recebe, como cereja no bolo, o toque de inovação capaz de impactar o público-alvo, conforme provou o trabalho apresentado pelos alunos referenciados neste artigo.

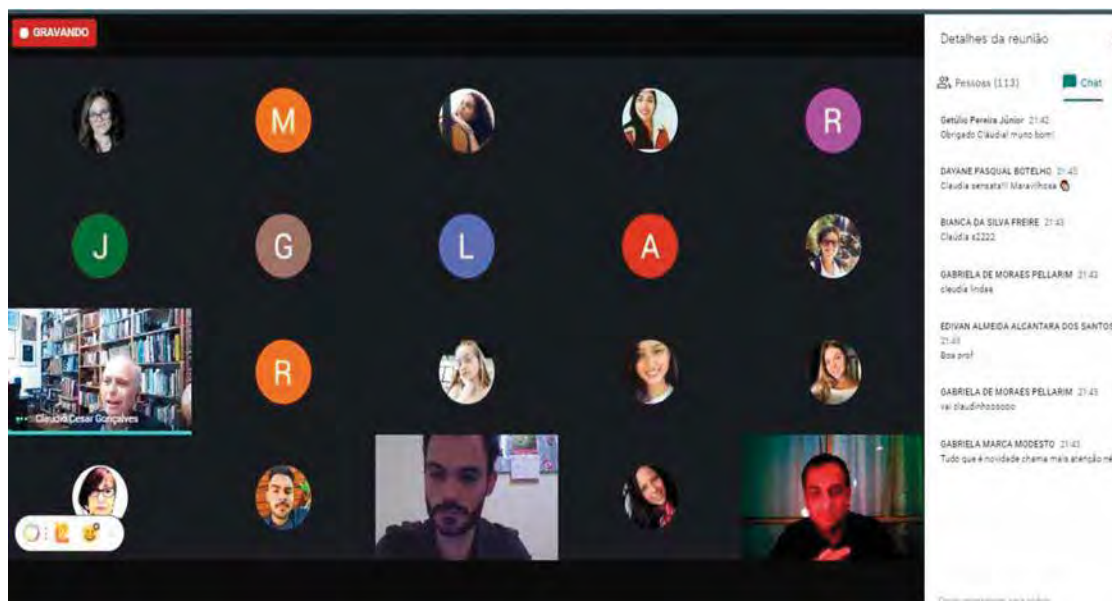
Todos os professores do Curso de Publicidade e Propaganda se orgulham profundamente dos resultados alcançados pela agência.

AGOSTO

1º COLÓQUIO REFLEXÕES DO MERCADO DIVERSIDADE NA PUBLICIDADE REAÇÕES E RESULTADOS

Em 13 de Agosto aconteceu a palestra com o tema “Diversidade na Publicidade – Reações e Resultados”,

que tratou da polêmica envolvendo a campanha do dia dos pais de uma conhecida marca de cosméticos, mas também de outras que em um passado recente utilizaram de estratégias semelhantes datas comemorativas. O evento virtual foi mediado pelo coordenador do curso de Publicidade, o professor Dr. Edson Paiva e teve também como participantes os professores da casa: Marco Antônio Frabetti, Getúlio Pereira Jr. e Elaine Chovich.



GRUPO DE ESTUDOS



Em 14 de agosto de 2020, o Centro de Apoio Didático (CAD) da STRONG ESAGS, coordenado pelo professor Dr. Marcos Calil ofereceu aos alunos a possibilidade de participar do Programa de Monitoria. Os estudantes de todos os cursos puderam se candidatar para atuar como monitores em atividades periódicas abordando os conteúdos estudados em sala de aula.

As inscrições são abertas no início de cada semestre letivo, e você pode conferir mais informações no site do CAD, em <https://cadstrongesags.wixsite.com/cads/programa-monitorias>.



HOMENAGEM

11 DE AGOSTO, DIA DO ADVOGADO

Em 21 de agosto de 2020, em comemoração ao mês do advogado, o curso de Direito promoveu um encontro virtual que tratou das relações trabalhistas na pandemia e no momento pós pandemia. O evento virtual contou com a presença de Gilberto Carlos Maistro Jr : Advogado. Mestre e Doutorando em Direito. Professor Titular de Direito do Trabalho na Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo. Professor Titular de Direito Civil na Faculdade de Direito de Sorocaba. Coordenador-pedagógico do Curso de Especialização em Direito e Processo do Trabalho da Faculdade de Direito de Sorocaba, dentre outros. Professor Convidado em diversos programas de pós-graduação lato sensu. Membro da CIELO Laboral (Comunidad para la investigación y el estudio laboral y ocupacional). Diretor de Ensino da ABPT – Associação Brasileira de Processualistas do Trabalho. Membro do CEAPRO – Centro de Estudos Avançados de Processo e do IBDP – Instituto Brasileiro de Direito Processual. Autor de obras jurídicas.



HOMENAGEM

13 DE AGOSTO, DIA DO ECONOMISTA

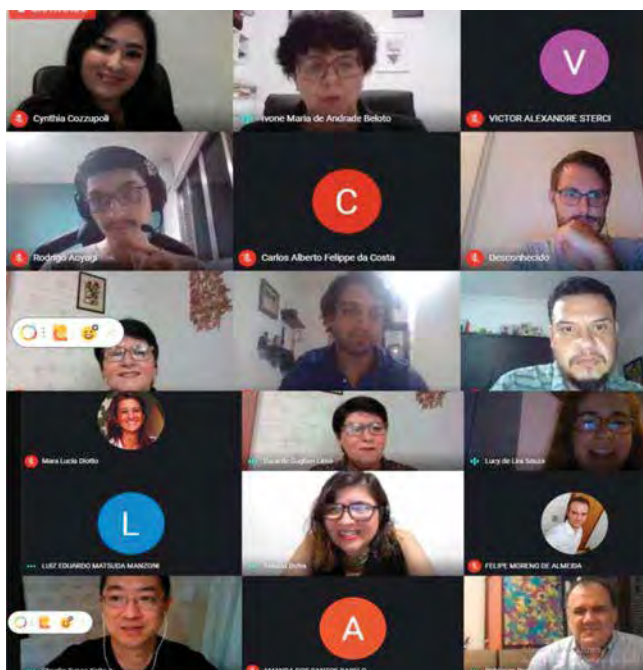
Foi no dia 13 de agosto de 1951 que foi criada a lei que oficializava a criação da profissão de economista no Brasil. Em comemoração a isso, hoje é dia de celebrar o dia do Economista! Trabalhando com assessorias econômicas diversas, o economista analisa e propõe medidas econômico-financeiras redirecionadas. Seja nas empresas, órgãos públicos ou outras entidades, o profissional de Economia contribui para o aumento da participação no mercado e para a melhora da rentabilidade.

SETEMBRO

HOMENAGEM 9 DE SETEMBRO, DIA DO ADMINISTRADOR



No dia 09 o curso de administração STRONG / ESAGS ABC, em homenagem a seu dia, promoveu três webinars muito especiais! A primeira contou com os professores da casa: Tatiana Dutra, Robinson Romão, Lucy Lira e foi mediada pelo professor Cláudio Saito. A segunda, mediada pelo professor Carlos Costa, contou com os seguintes convidados: Janaina Maia – Diretora de RH da ExtraFarma; Suzi Elen Ferreira Dias – Pesquisadora e aluna formada pela STRONG /ESAGS; Mara Lúcia Diotto - Fundadora e consultora na empresa MaraDiotto e professora nas universidades Quallitas e SENAC, dentre outras; e Isabella Oliveira – CEO e fundadora da empresa IO Supply Distributors (USA). A última webinar contou com a presença dos nossos alunos formados de sucesso no mundo: Arthur Beloto – Universidade de Utrech, Holanda; Alexandre Castanha – Gerente de projetos da Alelo, SP; Cynthia Santos Cozzupoli – RH da empresa General Electric, Argentina; Danilo Vieira – Comprador Sênior da FORD, São Paulo; e Rodrigo Aoyagi – Coordenador de Produtos da empresa GARENA, Singapura.



EVENTO ONLINE: SALTE NA JORNADA DA POSITIVIDADE COM NOVO OLHAR, ATRAVÉS DA PSICOLOGIA POSITIVA

Em 10 de setembro de 2020, em apoio à campanha do Setembro Amarelo, de prevenção do suicídio, a STRONG ESAGS traz essa palestra virtual para você

desenvolver reflexões positivas para o enfrentamento de tempos difíceis, através de técnicas práticas voltadas para Psicologia Positiva. O evento vai ser ministrado pela : Vera Furquim é psicóloga Professora Palestrante de Humanização. Pós-graduada em Saúde Pública com enfoque em Saúde Mental, com MBA Gestão Estratégia de Pessoas. Estudiosa em Inteligência Emocional e Psicologia Positiva. Coautora do Livro O Poder do Óbvio



AULÃO



Os cursos de Administração e Economia promovem o Aulão, um calendário aos sábados que possibilita a revisão de conteúdos para o ENADE. A prioridade é para os quintos e sextos semestres, mas todos os alunos podem participar. Confira!



ENSAIO

Autores: Allan David Silva de Andrade; Lucas Jansen Pereira; Rodrigo Machado, alunos do curso de Administração da Strong/Esags ABC

Orientadora: Profa. Ma. Ana Yara Paulino, Docente da STRONG ESAGS

COMO SERÁ A SOCIEDADE APÓS A PANDEMIA DO COVID-19?¹

Para criarmos hipóteses ou previsões de como será a sociedade após a pandemia do COVID-19 é necessário analisarmos a nossa vida cotidiana, isto é, a realidade social. De acordo com os sociólogos Peter Berger e Thomas Luckmann, a construção social da realidade envolve um ciclo ininterrupto de produção e repro-dução pelos indivíduos/membros da sociedade. Sendo assim, apostamos que a so-ciedade não cesará esforços para reverter os preocupantes e tristes impactos do novo coronavírus.

Pensando em como estarão as interações sociais após a pandemia, é possível afirmar que uma nova tipificação estará concretizada em nosso meio social, e isso ocorrerá para com os chineses. Uma vez que o vírus teve origem na China, as pessoas passarão a fortificar

¹ "Os dois ensaios que seguem foram elaborados em resposta à atividade de Introdução às Ciências Sociais e Políticas (ICSP), nos primeiros meses da pandemia do COVID-19 (2020-1) no Brasil. Foram orientados pela Profa. Ana Yara Paulino, que teve muita dificuldade para eleger somen-te dois textos, entre tantos que também mereciam ser aqui publicados."

um olhar de estranhamento negativo, o que poderá ter como consequência um novo preconceito que se estenderá até mesmo aos des-cendentes chineses.

É cabível assegurar que essa pandemia pode ser considerada um ponto de inflexão (segundo o sociólogo Everett Hughes) para a sociedade global, uma vez que se configura como um impasse, há a alteração das possibilidades de percursos na nossa vida pessoal e coletiva. Por exemplo, uma frustração muito grande tomou conta da população, inúmeros planos e sonhos tiveram de ser duramente adiados por conta do isolamento social, e isso levou as pessoas a tomarem decisões não programadas.

Com isso, percebemos que nossos projetos e trajetórias não dependem unicamente de nossas virtudes, mas estão, constantemente, condicionados ao con-texto social do qual fazemos parte. O conceito de projeto em pauta é definido pelo antropólogo brasileiro Gilberto Velho como: "condutas organizadas para atingir fina-lidades específicas.". Todos nós, ou a grande maioria, envolve na consciência in-dividual o objetivo de combater o novo coronavírus para que toda a sociedade se beneficie, afinal, estamos lidando com uma profunda crise global. Nesse aspecto, evidencia-

-se que o projeto ultrapassa o âmbito puramente individual, uma vez que assume um diálogo direto com o campo de possibilidades, ou seja, com os parâmetros da realidade social – local e histórica -, em outras palavras, há uma inerente inseparabilidade entre indivíduo e sociedade.

O sociólogo alemão Georg Simmel afirma que a sociedade é um processo constante e resultante de interações sociais; na circunstância atual da pandemia que vivemos, a assunção eminente da cooperação como forma de interação social (defendida pelo historiador israelense Noah Harari) é o epicentro para que a sociedade (em todas as esferas: econômica, política, ambiental etc.) possa voltar à normalidade que conhecemos e temos em nossa memória, ou a um “novo normal”, como vem sendo dito.

Analisemos agora os estudos de Michel Foucault sobre sociedades disciplinares, incorporado as formas de organização social do mundo moderno e também os mecanismos de controle. Esses estudos, não obstante, são facilmente associados aos dias atuais de crise pandêmica, e também após o fim dessa situação que deixará marcas nas histórias de cada sociedade.

Inicialmente, é importante ressaltar o cenário ao qual Foucault analisa e descreve: a peste negra europeia no século XVII. Na época, o poder e o controle ostensivo foram efetivados como método de vigilância e “prisão” para evitar a proliferação da peste entre os indivíduos. Mesmo diante de saberes científicos emergentes, foi necessária a implementação de uma forte regulação de controle na sociedade por parte das autoridades governamentais.

Atualmente, estamos diante de um cenário onde o medo de contágio do coronavírus tomou conta da população, todos vigiam e observam o comportamento de todos, vide panoptismo. Segundo Yuval Harari, esse estado de emergência intensifica o uso de informações para o monitoramento da sociedade, não havendo espaço para a priorização da privacidade. E de fato é o que está acontecendo: forte fiscalização pelo governo, policiamento maior em espaços públicos etc. Essas condições disciplinares certamente se elevarão e permanecerão após o fim da pandemia, a sociedade sofrerá profundas transformações e haverá um revigoramento de vigilância que permeará definitivamente a vida cotidiana.

Todavia, Harari se opõe a uma vigilância totalitária entre os indivíduos, onde a privacidade é totalmente inexistente, certamente há maneiras mais eficientes de alcançar diretrizes benéficas. O autor concorda que

é papel fundamental das autoridades e órgãos governamentais instruir e alertar a população sobre métodos de prevenção de contágio e recomendações de produtos e utensílios que conscientizem os indivíduos a se cuidarem melhor.

Mas, e quanto ao poder das autoridades no controle da sociedade? As socializações (primárias e secundárias) que permeiam o dia a dia da vida social nos levarão a perceber, gradualmente, que a função ativa dos agentes governamentais ganhará maior notoriedade e presença na sociedade pós-pandemia pois, em nosso senso comum, dispomos de dados e informações científicas (muitas vezes de fonte governamental) que nos levam a tomar determinadas decisões, por exemplo: a necessidade de atentar-se a cuidados básicos de higiene (como lavar as mãos), e a adoção de comportamentos cautelosos na consciência coletiva.

As ideias contextualizadas anteriormente asseguram um outro intrínseco fenômeno social presente: o estabelecimento das relações de poder legítimo.

A autoridade conferida à instituição Estado para vigiar e controlar é legitimada pela aceitação por parte dos indivíduos, em outras palavras, nós compreendemos a necessidade de dominação e consentimos de modo obediente. Vejamos, então, como essa relação de poder está inserida no contexto atual.

Em sua formulação teórica, Max Weber afirma a existência de três tipos puros de dominação legítima: legal, tradicional e carismática. Dentre essas, a mais relevante e adequada para o contexto presente e futuro seria a dominação legal. Essa conceituação está acentuada no meio jurídico e legal, ou seja, através de leis e estatutos que subordinam as pessoas à autoridade para o bem delas mesmas. Assim, temos comumente que a expansão da fiscalização e vigilância, de modo geral, penetrará na sociedade de modo convencional, uma vez que os indivíduos analisam e compreendem a necessidade de obedecerem às normas jurídicas locais. Mas não podemos esquecer que pode haver influência da dominação carismática na dominação legal, o que pode levar a resultados imprevisíveis.

Em suma, a sociedade contemporânea terá passado por profundas mudanças e transformações no âmbito coletivo, principalmente no aspecto disciplinar e comportamental dos indivíduos. Considerando que a pandemia do coronavírus é um fato externo inédito em nossa época, dada as devidas proporções, as instituições e as cada um de nós carregarão consigo uma maior aptidão para lidar com situações similares futuramente.

Certamente, a sociedade não será a mesma de antes, afinal, estamos a todo momento construindo e reconstruindo socialmente nossa realidade. Contudo, os impactos ocorridos e as adaptações necessárias gradualmente nos levarão a vi-ver em novas condições reinventadas, viabilizando, portanto, a naturalização de novos hábitos e costumes nas relações sociais do dia a dia.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Celso. **Textos básicos de Sociologia**: de Karl Marx a Zygmunt Bauman. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

CASTRO, Celso; O' DONNEL, Julia. **Introdução às Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2015.

DE MASI, Domenico. **Coronavírus anuncia revolução no modo de vida que conhecemos**. Folha de São Paulo.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/03/coronavirus-anuncia-revolucao-no-modo-de-vida-que-conhecemos.shtml>. Acesso em: 07 ago. 2020.

HARARI, Yuval Noah. **Yuval Noah Harari**: o mundo após o coronavírus. Bahia Notícias.

Disponível em: <https://www.bahianoticias.com.br/artigo/1174-yuval-noah-harari-o-mundo-apos-o-coronavirus-financial-times.html>. Acesso em: 07 ago. 2020.

LUCENA, Eleonora; LUCENA, Rodolfo. **Pandemia de coronavírus exige esforço inédito de guerra, diz Nicolelis**. Rede Brasil Atual.

Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/saude-e-ciencia/2020/03/pandemiadecoronavirus-exige-esforco-inedito-de-guerra-diz-nicolelis/>. Acesso em: 20 mar. 2020.



ENSAIO

Autoras: *Vitória Barsaneli de Souza e Maria Eduarda Barsaneli de Souza, alunas dos cursos de Direito e Economia, respectivamente, da Strong/Esags ABC*

Orientadora: *Profa. Ma. Ana Yara Paulino, Docente da STRONG ESAGS*

COMO SERÁ A SOCIEDADE APÓS A PANDEMIA DO COVID-19?¹

A gripe espanhola, também conhecida como gripe de 1918, foi uma pandemia do vírus influenza incommumente mortal. De janeiro de 1918 a dezembro de 1920, infectou 500 milhões de pessoas, cerca de um quarto da população mundial na época. Nos dias atuais, estamos vivenciando a pandemia de um novo vírus da família Corona, que causa a doença denominada COVID-19. Logo, toda essa atmosfera de incerteza nos remete a uma pergunta, que, respondida nos anos da gripe espanhola, delimitou e remeteu ao nosso desafio atual: como será a sociedade depois da pandemia de COVID-19?

A mudança de cenário causada pela pandemia, onde é recomendado o isolamento social à população, fez com que muitos aspectos da nossa vida contempo-

rânea fossem reavaliados. Segundo o sociólogo Georg Simmel, o estudo da sociedade se dá a partir de três elementos: a realidade social, a vida cotidiana e a interação social. Desde o começo do decreto de quarentena, as relações e interações sociais se modificaram, pois, a vida cotidiana foi reduzida apenas ao ambiente doméstico e aos encontros virtuais, o que tornou nossas interações mais anônimas, mediadas pelas tecnologias, perdendo um pouco da espontaneidade das interações face a face. Logo, após a pandemia e o retorno às atividades sociais, as interações face a face terão uma nova perspectiva, porque nenhum mecanismo que possibilite a interação virtual pode substituir a experiência de encontros presenciais. Em contraste, as pessoas procurarão se integrar na tecnologia, pois neste momento o uso dela é fundamental para manter a comunicação e fluxos econômicos, e certamente será cada vez mais usada.

De acordo com o cientista Yuval Noah Harari, o coronavírus pode ser o ponto de inflexão (na concepção do sociólogo Everett Hughes) da batalha de informação e a privacidade, pois entre privacidade e saúde as pessoas geralmente optam pela saúde. Porém, o problema é que a sociedade deveria desfrutar de

¹ "Os dois ensaios que seguem foram elaborados em resposta à atividade de Introdução às Ciências Sociais e Políticas (ICSP), nos primeiros meses da pandemia do COVID-19 (2020-1) no Brasil. Foram orientados pela Profa. Ana Yara Paulino, que teve muita dificuldade para eleger somente dois textos, entre tantos que também mereciam ser aqui publicados."

ambos e não ter que escolher entre os dois. Conclui o mesmo que, a pandemia do coronavírus pode ser combatida sem a utilização de regimes totalitários de vigilância.

Em paralelo, um dos conteúdos de estudo do filósofo Michel Foucault sobre a sociedade ocidental foi a ideia de mecanismos de controle, o pressuposto da vigilância e punição para a finalidade de controle das populações e da peste no século XVII. Em março de 2020, a maioria das unidades federativas do Brasil estabeleceram a quarentena na procura de reduzir a disseminação do coronavírus e, caso algum indivíduo desobedecesse à ordem, seria advertido e eventualmente punido se insistisse na inobservância. Esta ordem e controle social pode ser vigiada pelo uso de câmeras, dos smartphones com a divulgação das localizações, check-in em estabelecimentos e de compartilhamentos nas redes sociais.

Portanto, após a pandemia da COVID-19, a privacidade dos indivíduos possivelmente será cada vez mais reduzida em nome de um bem maior que é a saúde e a estabilidade econômica, uma vez que a vigilância por meio da tecnologia causa efeito controlador sobre as sociedades podendo ajudar no combate de novas crises.

Ademais, a partir do século XVIII, em consequência da Revolução Industrial, a percepção do tempo começou a ser ditada pela lógica capitalista industrial, com a produção em massa de mercadorias: de tempo da natureza ou tempo da Igreja, passou a ser de tempo do relógio ou tempo do mercador. Por isso, para que se tivesse melhor aproveitamento do trabalho e do trabalhador, o tempo era metricamente cronometrado, pois como disse o historiador E. P. Thompson: “A atenção ao tempo no trabalho depende em grande parte da necessidade de sincronização do trabalho”. Desde então, o tempo tem sido cronometrado para que se tenha maior aproveitamento e maior lucro. Outrossim, na obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo”, Max Weber apresentou as ideias de Benjamin Franklin onde ele diz que “tempo é dinheiro” e que se é preciso trabalhar duro e em longas jornadas para se ter mais dinheiro. Essa afirmação, de certa forma, remete a Karl Marx e as formas de acumulação do capital e de exploração da força de trabalho.

Em um mundo capitalista em que vivemos, o “espírito capitalista” nos rodeia a todo instante, porém, devido à pandemia do coronavírus, nosso modo de viver vem sendo questionado e, junto com ele, o uso do tempo. Pessoas estão se dando conta de que a vida

é curta e o tempo é um recurso escasso, por isso, depois dessa pandemia, espera-se que as pessoas deem mais importância ao tempo com suas relações pessoais, a família e os amigos, e que se deem conta que a vida não se resume apenas no trabalho e no lucro, pois não importa quanto dinheiro acumulado você tenha, se não houver saúde para usufruir desse dinheiro, ele não terá o menor valor.

Na sociedade atual, industrializada e urbana, predomina a solidariedade orgânica (segundo Émile Durkheim), caracterizada pela consciência individual fortíssima, elevando mais o indivíduo em comparação ao grupo. Entretanto, na atual circunstância, tem-se percebido a importância dessa solidariedade (ou seja, fortalecimento dos laços que nos unem ao grupo) enquanto coletividade e não apenas de alguns indivíduos, pois para que as medidas de isolamento funcionem e que o número de infectados pelo vírus diminua torna-se necessária a colaboração de todos os cidadãos, garantindo o bem-estar do grupo. Portanto, espera-se que a sociedade pós Covid-19 torne-se uma sociedade que estima o valor do grupo, vendo que as atitudes de um indivíduo podem determinar e impactar na vida do coletivo, diminuindo o individualismo.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Celso; O' DONNEL, Julia. **Introdução às Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2015.

CASTRO, Celso. **Textos básicos de Sociologia**: de Karl Marx a Zygmunt Bauman. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

Gripe espanhola. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Gripe_espanhola. Acesso em: 07 ago. 2020.

HARARI, Yuval Noah. **Yuval Noah Harari**: o mundo após o coronavírus. Bahia Notícias. Disponível em: <https://www.bahianoticias.com.br/artigo/1174-yuval-noah-harari-o-mundo-apos-o-coronavirus-financial-times.html>. Acesso em: 07 ago. 2020.

O Papalagui. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Papalagui. Acesso em: 07 ago. 2020.



ESPECIAL

Autora: Profa. Ph.D Deirdre Nansen McCloskey¹, professora de economia pela Universidade de Illinois em Chicago (UIC)

O EQUIVALENTE IMORAL DA GUERRA

Nós estamos numa guerra, assim dizem todos os presidentes, os pensadores e quase-liberal presidentes como Emmanuel Macron na França e Moon Jae-in na Coreia, assim como os presidentes não pensantes e quase fascistas Donald Trump nos Estados Unidos e Viktor Orbán na Hungria.

Uma guerra terrível. Mas a pior parte não é só a guerra em si contra a doença e, como um dano colateral, o esmagamento da economia, mesmo ela já estando num estado miserável.

A pior parte é a probabilidade no pós-Guerra de existir um estatismo triunfante, acompanhada pelo fascismo que regularmente se origina no estatismo triunfante. A doença é para 2020. O fascismo é para sempre.

O jovem historiador Eliah Bures escreveu seis meses atrás uma resenha coletiva na *Foreign Affairs* sobre livros de esquerda e de direita, livros nos quais se

usam destacadamente o que ele chama a “outra palavra iniciada por F”, fascismo. Ele nota que a palavra pode ser usada de modo tolo, para significar “políticas que eu não gosto”. Do mesmo modo, como no “Anti-Fa,” isto é, no movimento Antifas, remanescente da esquerda nos Estados Unidos.

Bures está correto nesse ponto. Mas não é impossível que isso vá resvalar nos extremos de nacionalismo, socialismo, racismo e do resto do atoleiro dos 1930s. Afinal, os 1930s efetivamente aconteceram. Nesse mesmo ensaio, Bures, tentando extrair uma conclusão confortável da aparente segurança de novembro de 2019, escreve uma frase que adquiriu uma terrível relevância: “Barrando a crise no capitalismo e na representação democrática na escala dos 1920s e 1930s, não existe nenhuma razão para se esperar que o populismo de hoje em dia possa reverter para o fascismo.”

No livro escrito em 1949 “*Nineteen Eighty Four*”, o autor George Orwell coloca o quadro do Partido, O’Brien, para explicar o que significaria o futuro do fascismo, de esquerda ou de direita: “Mas sempre – não se esqueça disso, Winston – sempre haverá uma intoxicação do poder, constantemente aumentando e

¹ escrito em maio de 2020, e oferecido por McCloskey, especialmente, para publicação pela ESAGS. Tradução do Prof. Pedro Carvalho de Mello, docente STRONG ESAGS

constantemente crescendo de maneira sutil. Se você deseja uma fotografia do futuro, imagine uma bota esmagando um rosto humano - para sempre”.

Algumas pessoas atualmente, os de fato ou quase fascistas, “*Action Française*” ou a “*US Alt-Right*”, anseiam por algum resultado. Eles avaliam, assim eu suponho, que serão o povo do Partido divertindo-se na intoxicação do poder. Mas outros franceses e americanos, que não compartilham esses anseios, podem receber a bota nos seus rostos. Para sempre.

Por voto majoritário. O jornalista e literário americano H. L. Mencken, um século atrás, admirava a dignidade da participação numa democracia, o que Benjamin Constant em 1819 denominou “liberdade antiga”. Mas isso não se aplica para as decisões que resultaram do voto majoritário, tais como a expedição ateniense para Syracuse ou a teimosa e popular defesa no após guerra do imperialismo francês (embora se possa dizer o mesmo sobre todos os outros sistemas de tomada de decisão que são tentados de tempo em tempo. A vida é difícil, e mais ainda as sábias decisões coletivas). Mencken escreveu que o voto majoritário assume que “o povo comum sabe o que ele quer, e merece receber ... bom e difícil”. Bom e difícil, da maneira que o povo italiano sabia querer Mussolini e o povo alemão sabia querer Hitler, e acabaram recebendo... Bom e difícil.

Bures, no seu ensaio, chama a atenção que o populismo do voto, tendendo para o fascismo, foi inventado por Juan Perón, ao observar em 1945 a ruína do militarismo fascista na Europa. Perón, embora sendo um oficial do exército, concluiu da distante Argentina que seria mais seguro, para o futuro do estatismo autoritário, ser eleito com base em programas populistas do que invadir o Brasil. Daí porque podemos estar seguros que Trump não seguirá o caminho de Mussolini na Líbia e de Hitler na Polônia, e pensar em estender seu regime invadindo o Canadá. E qual foi o resultado do “*insight*” de Peron? A Argentina, após quase meio século da sua morte, continua assombrada pelo Peronismo, e não consegue se livrar. Um novo homem, ou mulher, num cavalo branco. Para sempre.

§

A questão política, em tempos do covid 19, é muito grave. Pode ser um ponto de transformação na história política. Nós devemos ficar em guarda.

Os intelectuais europeus, de Voltaire a Lenin, tiveram realmente três grandes ideias políticas. A primeira, o liberalismo concebido no século 18 por Voltaire e Adam Smith, e levado adiante pelos intelectuais Mary

Wollstonecraft, John Stuart Mill e Claude-Frédéric Bastiat, construiu o mundo moderno.

As outras duas ideias políticas, nacionalismo e socialismo, que foram concebidas no século 19 por Hegel e Marx e carregadas para o século 20 por Lenin e Mussolini, quase que desfizeram esse mundo moderno. A praga atual do covid-19 é uma ameaça para o fértil liberalismo, pois é um alento para o nacionalismo e socialismo, e, Deus nos ajude, para o nacional socialismo (nazismo).

Você pode responder, “Para o liberalismo, nos livramos dele!”. Se você está na direita, ficará contente se o medo da praga derrubar a União Europeia e reestabelecer as fronteiras nacionais e os ódios nacionais, com a Igreja. Se você está na esquerda, ficará contente se os “*lockdowns*” contra a praga derrubarem o capitalismo e restabelecerem a economia administrada tal como foi desfrutada por nossos felizes antepassados em cidades muradas e campos lavrados, mas agora com ciência.

Eu assumo que você dá valor à liberdade humana e ao florescimento humano. (Se você não aceita isso, não temos nada para discutir, e pode ir direto para a luta nas ruas). Você saberá que a ideia original do liberalismo foi que o povo deve ser livre da tirania humana. Mas talvez você não saiba que o resultado — imenso, universal, surpreendente e inteiramente não antecipado — foi o de liberar o povo da pobreza num grau espantoso.

Sabe-se hoje em dia que existe, para os mais pobres entre nós, uma vasta melhor chance para o florescimento humano. O liberalismo de Smith, Wollstonecraft e Benjamin Constant, quando incorporado numa política de fato como a libertação dos escravos, inspirou milhões de pessoas a experimentarem a inovação, tais como Joseph Monier em 1867 inventando o concreto reforçado ou Malcolm McLean em 1956 inventando os containers. O resultado foi que a renda real per capita explodiu. Ferrovias. Estetoscópios. Máquinas de costurar. Apontadores de lápis. Fotografia. Braille. Pasteurização. Baterias. Luz elétrica. Bicicletas. O *aqua lung*. A pílula, e um milhão de outras amotinações contra a rotina. Não foi o Estado em serviço do nacionalismo ou socialismo que fez essas coisas. Foram as pessoas, libertadas da tirania humana.

A efetiva capacidade dos mais pobres para comprar bens e serviços cresceu 3.000% de 1800 até o presente. Literalmente, um fator de trinta vezes. Literalmente. O dado é chocante, difícil de acreditar

se não se está acostumado para o resultado dos juros compostos (algo parecido com o que estamos aprendendo com a taxa de difusão do novo coronavírus). Nenhuma autoridade competente iria disputar sua aproximada exatidão. Os pobres foram os que mais se beneficiaram em termos de bem-estar real. Liliane Bencourt comprou outro yacht. Os pobres ganharam o bastante para se alimentarem.

É chamado de “*Great Enrichment*”, muito acima da mais costumeira Revolução Industrial, 1750-1850, a qual deixou a maior parte da população ainda muito, muito pobre. Em 1844 um funcionário público francês relatou sobre os trabalhadores dos vinhedos de Burgundy que, durante o inverno, “esses vigorosos homens agora passam seus dias na cama, grudando seus corpos com o fim de se manterem quentes e comerem menos comida”. Em 1879 Hippolyte Taine escreveu que “As pessoas são como um homem atravessando uma lagoa com água batendo no seu queixo... Caridade no velho estilo e a moderna humanidade os tentam ajudar, mas a água está demasiada alta. Até que o nível baixe e a lagoa encontre uma vazão, o desditoso homem apenas pode conseguir um ocasional trago de ar e a cada instante ele corre o risco de afogamento”.

A lagoa encontrou uma vazão, chamada crescimento econômico moderno. Até agora, com um fator de 20 ou 30 ou 100 de melhoria, dependendo de como se ajuste para uma melhor qualidade, entre outros, da medicina ou habitação ou transporte. Que surgiu não da acumulação de capital ou das pilhagens do império, mas da inovação criada por pessoas livres.

O nacionalismo e o socialismo, enquanto isso, reinventaram as tiranias, uma para a Nação, a outra para a Preferência Geral. As pessoas comuns foram re-escravizadas pelas ideias de intelectuais na linha de pensamento de Rousseau e Hegel. Não vamos aceitar.

§

A doença covid 19 e as necessárias quarentenas de massa, embora muito desagradáveis no momento, não são as maiores ameaças que estamos enfrentando agora. Com efeito, vendo no tempo, num prazo muito longo, a covid 19 e seus efeitos maléficos vão passar, e se tornar uma memória, mais lembrada por trabalhos de arte imortais, como Camus’ *La Peste* ou Daniel Defoe’s *A Journal of the Plague Year*.

Apesar disso, temos a esperança de que governos ao redor do mundo vão aprender com a praga duas lições práticas e permanentes, uma da epidemiologia e a outra da economia. Elas nos levam de novo para a política.

A *Epidemiologia* nos ensina que uma ação rápida e honesta pelo governo pode interromper a praga, e pode mesmo pará-la caso o governo já tenha investido pesadamente na pesquisa médica e facilidades médicas. A lição é matemática e biológica, a lógica do contágio aprendemos a chamá-la como sendo um “*R-naught less than 1.0*” (R que varia de zero a um) e a lição da biologia com base na recente promessa da microbiologia armada com novas e mais decisivas tecnologias. Nós não temos que tropeçar como crianças maldosas, tais como os governos fizeram durante a Gripe Espanhola um século atrás, e como grande parte dos governos tropeçam agora diante da covid 19.

Mas se os governos não levarem a sério a lição epidemiológica, se as tiranias tais como a China continuam a esconder e então exportar suas doenças e se populistas como Trump nos Estados Unidos e Jair Bolsonaro no Brasil continuarem a desdenhar da ciência e saírem para eventos e manifestações apertando mãos e tossindo em cima das pessoas, a humanidade estará condenada. A nova praga, ou aquela vindo após dessa (“segunda onda”), pode ser muito pior. Poderá ser o ato final. Imagine música assustadora num filme distópico mostrando o “fim do Mundo”.

Devido as condições do comércio e viagens nos últimos séculos, e especialmente na atualidade, nós estamos efetivamente rearranjando todas as terras do mundo num antigo, único continente da Pangeia, como foi em 176,000,000 AC. São imensas as implicações epidemiológicas para esse cenário. Um predador topo ou um inseto topo podem se espalhar velozmente em todos os cantos do planeta. Um vírus ou bactéria ou mesmo uma planta exótica tal como o eucalipto australiano introduzido na Califórnia ou um animal exótico como a *python* africana introduzida na Flórida podem assumir o comando da totalidade do ecossistema mundial.

Já aconteceu antes. A troca ocorrida logo após a descoberta das Américas (“*The Colombian Exchange*”) forneceu, para a Europa, batatas, pimento chili, chocolate e tomates (para *sauce tomate* entre “*Escoffier’s mother sauces*”), em troca dos quais os europeus gentilmente deram aos nativos varíola, sarampo, peste bubônica, catapora, resfriado comum, difteria, gripe, malária, doenças sexualmente transmissíveis (exceto sífilis, que pode ter ido na direção contrária), tifo, tuberculose, escarlatina e coqueluche.

A razão pela qual grupos pequenos de europeus sob comando de Cortes e Pizarro derrubaram grandes impérios aconteceu devido aos nativos já estarem

quase todos mortos. Quando os peregrinos ingleses desembarcaram em Massachusetts eles se depararam com vilas inteiras já esvaziadas por morte dos seus habitantes. Quando os franceses se aventuraram no Haiti ou Canadá a resistência foi muito enfraquecida devido às doenças.

Se você acha que o covid 19 é mau em termos epidemiológicos, tente ebola. Imagine se o Presidente Obama, a OMS e outras entidades não tivessem se movimentado logo na eclosão da praga. Para fixar essa ideia, suponha que nos Estados Unidos durante o outono de 2014 Donald Trump estivesse no comando, desdenhando os países africanos como “*shitholes*” sem importância, ou se na França o presidente fosse Marine Le Pen, desdenhando de todos os estrangeiros.

A Covid 19 é de transmissão fácil e não acarreta alta mortalidade, talvez 2 por cento, sendo maior para idosos. A ebola é de mais difícil transmissão, mas quando você é infectado a mortalidade é de 50 por cento, para todos os infectados. Se o “*ebola outbreak*” de 2014 tivesse recebido a ignorância e despreocupação de Trump e Le Pen em vez da ação inteligente de entidades governamentais e não governamentais, podemos imaginar mortes ao redor do mundo totalizando, vamos dizer, 1,8 bilhões de pessoas. Isso é bilhão com um B. Agradeço a Deus por Obama. E mesmo agora agradeço a Deus por Macron, que pelo menos é uma pessoa mais racional. E vamos fazer uma pausa para orar.

§

A ciência econômica ensina aos governantes que os “*spill-overs*” justificam a intervenção pelo Estado, e essa justificativa é admitida mesmo se o político ou o economista for um “liberal” como eu e o Macron.

A palavra “liberal” deriva do latim “*liber*”, que significa (de acordo com o *Oxford Latin Dictionary*), “possuir o status social e legal de um homem livre” (em oposição ao escravo)”. Ou seja, oposto a ter um dono empoderado com coerção física. Sob o verdadeiro liberalismo, nenhum adulto será tratado como escravo ou criança, pelo menos em teoria, a qual foi implementada de maneira devagar e desigual após 1789. Um viajante europeu perguntou para um homem americano livre no século 19 quem era seu senhor (“*master*”). O homem respondeu, “Ele ainda não nasceu”. Em 1935 o poeta afro-americano Langston Hughes caracterizou bem a ideia central do liberalismo: “O, let America be America again— / The land that never has been yet— / And yet must be—the land where every man is free.” (Minha tradução: Oh, deixe América ser de

novo América-/A terra que ainda não existiu-/ Mas que ainda precisa ser – a terra onde cada pessoa é livre”.

O argumento de derramamento (“*spill-over argument*”) para o Estado intervir nas vidas de tais *liberi* foi aplicado por economistas com mais e mais entusiasmo desde que a ideia foi inicialmente articulada nos 1920s. Mas é fácil de ser mal aplicado. Vários economistas antiliberais fazem isso, cada vez mais. O amigável e coletivista economista Joseph Stiglitz, Prêmio Nobel, que no passado teceu elogios simpáticos sobre o socialismo Peronista da Venezuela, advoga que qualquer “*spill-over*” merece intervenção. Qualquer. Isso é dito com base na matemática.

Mas espere: ninguém é uma ilha inteira isolada. Cada pessoa é uma peça do continente, a parte de um todo. Se um torrão de terra for levado embora pelo mar, a Europa fica menor. Nós experimentamos “*spill-over*” um com outro diariamente, massivamente, todo o tempo, direta ou indiretamente, mesmo não contando com o beijo (“*la bise*”) dado no rosto em tempos de praga respiratória. Suponha que você esteja profundamente ofendido, assustado, ultrajado por um horrendo vestido de cor laranja queimada que eu possa vestir. (Eu prometo: Eu nunca faria esse erro de *fashion*. Mas em teoria...) Essa atitude provoca um *spill-over*. A utilidade, visto pelos economistas, é reduzida cada vez eu sou vista em público. Ou quando você vê o vestido apenas na sua mente. Yuk.

Por outro lado, você não vai querer implementar um ministério estilo “*Arábia Saudista*” de vestidos para me impedir de vestir o que eu quero. No entanto, o princípio de “*spill-over*” não pode ser interrompido, mesmo numa sociedade de mercado. Quando você compra um *baguette*, outra pessoa não pode comprar esse mesmo pão. Sua ação de comprar aumenta o preço para ele e para milhões de outros, mesmo muito levemente, que quando somadas chegam exatamente ao preço você pagou pelo *baguette*. Deve o Estado impedir você de derramar (“*spilling*”) os aumentos no custo de oportunidade nele e nos outros?

Você vê o problema. Se a definição que nós escolhemos para “*spill-overs*” não é severamente limitada, toda ação humana iria cessar sem demora, pois todos nós estamos envolvidos em humanidade. Alguma coisa está dramaticamente errada quando se segue unicamente a matemática. A correta análise econômica referenda que a decisão do que seja um “*spill-over*” é no fundo uma decisão política. Por votação, se diga.

A “correção” inclusiva de cada possível “spill-over” nos leva diretamente a versão de fascismo seguida por Xi Jinping, pela qual o Estado vê todos, governa todos – não por igualdade, a qual é fraudulenta tanto no fascismo literal quanto no comunismo de fato, mas pela intoxicação do poder que atinge quadros do Partido e pelas recompensas materiais que desfrutam. A pessoa mais rica de Cuba foi Fidel Castro, e existe pouca dúvida que Putin é a pessoa mais rica da Rússia. Os historiadores vão descobrir mais tarde a evidência sobre Xi Jinping. Os tiranos capazes de apoderar-se aquilo que desejam a despeito de direitos de propriedade ou contratos existentes fazem com que Liliane Betancourt e Bill Gates pareçam como camponeses.

Algumas vezes, no entanto, embora num número bem menor de casos que meu amigo Joe Stiglitz ou a maioria dos meus queridos amigos franceses acreditam, o que o Estado nos obriga a fazer é uma boa causa, tal como coagir os pais a inocular seus filhos contra sarampo. No campo liberal nós dizemos, “Chame a *Police Municipale*. Obrigue os pais a fazer isso. Caso necessário, invada seus lares”. Um só caso de sarampo infecciona de 12 a 18 outras pessoas, e com frequência é fatal para pessoas com carência alimentar. Sobre esse assunto, pergunte aos nativos americanos após 1492. A região amazônica, como se descobriu recentemente, foi no passado significativamente populada.

O R zero (“*R-naught*”), número correspondente para o novo coronavírus, na ausência de distanciamento social e quarentena, é dois ou três, o que já é bastante ruim. Para a influenza é menor, entre um e dois, o que explica porque, durante as influências normais em certas estações do ano, onde existem inoculações para a maior parte delas, não faz sentido tomar medidas coercitivas. As pessoas, principalmente as idosas como eu, têm muitos incentivos para se auto protegerem, recebendo vacinas, e, quando a proteção contra o “flu” via vacina não funciona, como acontece a cada ano para milhares de pessoas, inclusive com mortos, não existe nada além do que ou autoproteção ou um Estado ativista possam fazer a respeito.

§

Já vimos o bastante sobre epidemiologia e economia. Vamos considerar as políticas subjacentes. Por razões “*Menckénitas*”, a maioria dos governos não são bons para tomar decisões coletivas com justiça ou racionalidade. Tal como notado pelo economista americano liberal Leland Yeager, o governo é “o protótipo de setor no qual os tomadores de decisão não levam em conta, com exata conformidade, todos os custos

assim como todos os benefícios de cada atividade”. É óbvio.

Esse é exatamente o ponto central da coerção do Estado, quando ele se torna violento, de não decidir racionalmente para o bem público, mas sim tirar o dinheiro de Peter para pagar Paul, ou criar regulamentos para remover Peter fora do negócio. Durante a breve participação dos Estados Unidos ao lado da França na Primeira Guerra Mundial (“*Lafayette, we are here*”), o governo federal e os governos locais dos Estados Unidos decidiram banir orações em alemão, paralisar todas as performances de Beethoven, e então, após a Guerra, proibir cerveja, alemã ou não. Mencken, que gostava de Beethoven e de cerveja alemã, protestou. Ele teve sorte de não ser preso, tal como aconteceu com o filósofo inglês Bertrand Russell ao protestar contra “a guerra para terminar todas as guerras”. Na Segunda Guerra Mundial o governo norte americano decidiu colocar em campos de concentração todos os japoneses americanos da Costa Oeste. E outras coisas.

Nossos amigos dentre os esquerdistas e direitistas que favorecem o estatismo imaginam, na sua ingenuidade de século 20, que os governos possuem a capacidade de “regular” os mercados com justiça e bom senso. Não. Há poucos anos foi discutida uma proposta no parlamento italiano para introduzir um estrito licenciamento governamental, a ser cumprido por força policial, para as pessoas especializadas que literalmente têm em suas mãos guardar o bem estar da nação. Os “Pizzaiolos”. No final das contas, a proposta não prosperou, mas a UNESCO passou desde então a incluir a arte de preparar e cozinhar pizzas como sendo parte da “herança intangível da humanidade. Tal como o cowboy humorista americano dos 1920s e 1930s Will Rogers costumava dizer “Eu não faço piadas. Eu apenas acompanho o governo e reporto os fatos”.

E assim, se o governo falhou no começo da praga, em que havia um alto R, para garantir a coerção racional diante da epidemiologia e economia — ou seja, atacar logo cedo, tal como fizeram Korea e Singapore e mesmo Hong Kong e Islândia e Vietnam, e testar, testar, testar e investigar, investigar, investigar —então tudo que possa ser feito com alguma racionalidade é uma quarentena geral. É uma técnica medieval. Ela funciona, com o resultado horroroso de aumentar mais ainda a pobreza.

Para que funcione, se você estiver na Idade Média ou se a testagem tiver sido má administrada por mais de dois meses tal como aconteceu com o “*Skeptical Trump*” (cético Trump) e seus incompetentes *Centers*

for Disease Control, a quarentena tem de ser imposta para todos. Na ausência de uma testagem rápida e barata (vamos rezar de novo), todo mundo passa a ser suspeito. O raciocínio implica que o atrasado Estado aplique a coerção tão rápido quanto possa juntar a vontade política, raciocínio esse que escapou em abril de 2020 aos governadores “abrindo as economias”, na Flórida, Geórgia, Tennessee Texas e South Carolina (*South Carolina “too small to be a nation, too large to be an insane asylum”*). Mesmo a racional França não foi veloz o bastante.

É como um goleiro tendo de agarrar um chute difícil. O técnico o aconselha: “Feche o ângulo. Não deixe o atacante dominar essa ação”. Ou seja, avance um passo na direção do atacante, para limitar o espaço e o deixar com um menor ângulo para o chute. Não recue da sua linha. Os Estados Unidos e França recuaram. Algumas democracias tais como South Korea não o fizeram e assim não necessitaram adotar a coerção medieval de quarentena de massa.

As tiranias da China e da Federação Russa tentaram no início fugir da questão, suprimindo a verdade, como é da sua natureza, e igualmente fez o seu amigo Trump (Vietnam, também uma tirania, não fez o mesmo). Seria como o goleiro alegando que a bola nunca chegou perto dele. Como dito por Trump, “Eu não assumo qualquer responsabilidade”. Ou que o chute seja “fake news”, ou fruto de uma conspiração pela CNN ou por outros inimigos do povo. Em 1954, ao retornar da União Soviética, Jean-Paul Sartre declarou, “A Liberdade de crítica na USRR é total”. Ha, ha. Eventualmente a China, tal como a Rússia no mês que vem, vai reverter para coerção abrangente, pois é o que fazem a tiranias, para sempre. Mas agora, mesmo razoáveis democracias liberais, como os Estados Unidos e a França, têm que tomar medidas de coerção, “mas só por enquanto”, assim dizem.

Em outras palavras, mesmo nós que somos liberais acreditamos que a coerção não é de todo ruim, não mais do que prevenir seu filho de dois anos que não deva atravessar a rua na frente de um ônibus em andamento. Se você tolamente deixar a criança chegar perto do ônibus no início, a coerção é a única política sensata a seguir (embora seja uma política “second best”). Necessitamos em algumas situações, numa maneira tipo “guerra de sobrevivência”, estender o âmbito e coagir pessoas. Afundando a frota francesa em Toulon em 1942, bombardeando Belgrado em 1999, estabelecendo o distanciamento social contra covid 19 em 2020. Os fracassos para exercer tais co-

erções racionais são infames, como por exemplo o *Dutch Battalion* em Srebrenica em 1995 não protegendo os Muçulmanos, como soldados honoráveis juram fazer, mas se retirando apressadamente para Schiphol, com engradados de Heinekens e aplausos do governo na sua chegada: nossos garotos estão seguros. No ano anterior, o fracasso dos governos belga, francês e norte americano para tomar medidas coercitivas em Rwanda. Ou Chamberlain em 1939, prometendo paz em nosso tempo. Nós, no liberalismo, não somos completos pacifistas ou anarquistas.

Nós liberais por exemplo aprovamos a coerção por impostos para apoiar com fundos a educação elementar compulsória, embora nós observemos que não existem boas razões para a própria instituição da coerção operar as escolas. Alguns outros exemplos: na era dos *transponders*, não construir estradas, que podem ser privatizadas amanhã, da maneira como Chicago privatizou em 2009 o “street parking”. E não a universidade “grátis”, como na França, que é um massivo subsídio extraído dos pagadores comuns de impostos para dar as pessoas ricas, cujos filhos estão melhor preparados para ingressarem na universidade.

Mas, sim, certamente saúde pública numa praga.

§

Até que a doença e a dor econômica tenham ido embora. Muitos irão morrer em países ainda sem hospitais e enfermeiras suficientes, que são tão pobres que o *lockdown* causa a morte por fome. Índia, por exemplo. Mas nós conseguiremos, no final, desenvolver uma vacina, talvez no próximo ano. As cortinas na economia serão abertas, e a luz vai entrar. As multidões vão se juntar em Marselha para *rugby*. O *Café de Flore* e o *Café aux Deux Magots* vão de novo florescer.

O que pode não ir embora, eu repito, é o triunfo do estatismo. O estatismo é a ideologia, há muito tempo dominante na França, que advoga que a coerção feita pelo Estado é sempre melhor do que acordos comuns. Os padeiros de Paris que fabricam baguettes estão sendo regulados desde a Idade Média, os aluguéis parisienses estão sob controle desde a Primeira Guerra Mundial e assim por diante. De um modo geral, os parisienses e os outros franceses aprovam essa intervenção. Quando Colbert, em 1681, perguntou aos homens de negócios franceses o que o Estado poderia fazer para eles, responderam que “*Laissez-nous faire*.” Colbert não entendeu essa mensagem. Desse modo, até hoje a França é estatista.

Tocqueville escreveu em 1856, “A nação francesa está preparada para tolerar governos, que favoreçam

e agradem seu desejo por igualdade, práticas e princípios que são, de fato, os instrumentos de despotismo”. Os franceses “iriam insistir para igualdade de direitos mesmo durante a escravidão. Eles não respeitam nem os contratos nem direitos de propriedade; de fato, dificilmente reconhecem quaisquer direitos individuais devido a sua devoção embevecida pelo bem público”.

É parecido com o aplauso derramado da esquerda ao “Modelo Chinês”. Uma crença arraigada da esquerda é que a China está provando ser um erro se apoiar no liberalismo econômico – pois na China o Estado fez isso. “Observem”, alguns dirão, “todo o mapeamento, saneamento e construção de estradas”.

Seu erro decorre de usar um raciocínio legal, e não o raciocínio econômico, para analisar essa questão. Os economistas defendem que se, por exemplo, no distrito Pudong de Xangai os desenvolvedores privados não recebessem saneamento e estradas do governo, eles teriam que construir essas obras mesmo sem receber ajuda do governo. Fazendo, em alguns casos, um trabalho melhor. Um arquiteto de Chicago, meu amigo, que trabalhou em tais projetos na China e na Índia, me contou que a autoconstrução de estradas e saneamento pelo empreiteiro privado é o que acontece de fato na Índia, onde o governo local é ainda especialmente corrupto e incompetente. No entanto, a renda per capita dos pobres na Índia desde a mudança para o liberalismo econômico em 1991 (Índia já tinha tido naturalmente uma leve e estranha forma de liberalismo político) cresceu quase tão rápido como na China e, recentemente, excetuando o coronavírus, mais rápido.

E, afinal, Xangai e a grande China já tiveram no passado um estado altamente intervencionista, certamente capaz de executar o querido planejamento estatista e corrigir as horríveis imperfeições de mercado que Joe Stiglitz, Mariana Mazzucato, e muitos economistas modernos sonham fazer, sem, no entanto, mostrar factualmente que tais imperfeições sejam importantes. Mas o Estado Maoísta não alcançou nada parecido com os resultados obtidos pelo desenvolvimento privado no distrito de Pudong, e em outras partes da China, e agora na Índia. Caso o planejamento fosse tão bom, então o comunismo pre-1978 teria sido um paraíso.

Quando finalmente o Partido adotou o liberalismo econômico, e parou de matar o crescimento econômico ao assassinar os homens de negócio, a renda real para os mais pobres começou a dobrar a cada dez anos. Índia mostra a mesma história depois de 1991,

após quarenta e quatro anos infelizes de socialismo Gandhiano e igualitarismo que resultou em taxas de crescimento da renda per capita em termos reais dos pobres de 1 por cento ao ano. Com essas taxas, a renda per capita levaria sete décadas, e não uma, para dobrar de tamanho. Nenhum grande enriquecimento na História – nem a Grã-Bretanha, Suécia, Japão, Hong Kong, Irlanda, Chile, China ou mesmo a Índia (embora ainda tão pobre que a dor econômica do *lockdown* pode matar mais pessoas que o vírus) — ocorreu antes da chegada do liberalismo.

Nem tudo que o governo chinês fez após 1978, quando permitiu que se tentassem melhorias comercialmente testadas, foi uma boa ideia. Imagine isso: um estado, sem ter passado por um teste de mercado, realiza iniciativas não lucrativas, que reduzem ao invés de aumentar a renda nacional, embora agradando o Partido no poder. Eu fiquei muito surpreso. O economista verdadeiramente liberal Jeffrey Tucker comenta com similar, porém mais gentil, sarcasmo: “Se toda sua ideologia se reduz a acreditar que governos fazem coisas gloriosas, isto é um problema”.

Por exemplo, o sistema chinês de trens de alta velocidade é um glorioso projeto do Estado, que agora se espalha nesse imenso país — e em que todas ferrovias foram construídas tendo mais de vinte metros de altura por encima do “grade” dos viadutos. Espantoso. Mas foi boa ideia? A China, que a despeito do sucesso obtido com o liberalismo econômico ainda mostra renda per capita 25% daquela da França, tem mais desses “two-hundred-mph trains” que o resto do mundo combinado. Tal como o TGV, os trens são bons para os ricos, e são massivamente subsidiados para seus benefícios. Mas eles reduzem renda para o restante do País.

Bastiat escreveu em 1845 um ensaio brilhante com o título “A Ferrovia Negativa”, no qual ridiculariza as pressões políticas para que cidades intermediárias como Bordeaux demandassem que os trechos propostos para a linha de Madri a Paris parassem ali na “Gare du Nord”, e fizessem com que passageiros e cargas baldeassem para a “Gare du Sud”, gastando dinheiro com taxis, carroças, hotéis e outras facilidades para o benefício de Bordeaux. Bastiat propôs que para seguir estritamente essa lógica, cada cidade e vila na rota fizesse igual arranjo. Assim, Poitiers, Tours, Orléans, e, mais Ruffec, Châtelleraut e outros pontos, tanto quanto Bordeaux. A lógica é insuperável, desde que se aceite a idiotice dessa lógica. O resultado seria que a capacidade econômica inteira da França e Espa-

nha seria devotada para uma ferrovia, e nada sobriaria para alimentação. Seria uma “infraestrutura negativa”, para usar a palavra com que as pessoas elogiam os projetos estatais. Consequentemente as ferrovias chinesas de alta velocidade.

O que tornou a China melhor não foi a gloriosa infraestrutura e certamente não a imprestável gestão das empresas estatais chinesas. Mesmo agora Xi Jinping está muito ocupado comprando as firmas privadas com o propósito que o Partido controle em benefício dos seus membros. O que tornou de fato a China melhor foi seu sólido experimento em melhorias comercialmente testadas deixadas a cargo do setor privado. O processo de melhoria foi permitido graças ao Partido Comunista se comportando moderadamente bem desde 1978 (pelo menos nesse período), no que diz respeito ao papel do setor privado em assuntos econômicos, em comparação com o padrão absurdo que existiu durante o governo de Mao Tse Tung.

§

O resultado do estatismo pode ser o fascismo, tal como acontece com Xi Jinping. Esse resultado não é inevitável, mas suficientemente comum na História para ser preocupante, tal como durante os 1930s, e sempre que ocorre “uma crise do capitalismo e da representação democrática”, mesmo na França. O fascismo foi bem denominado pelos alemães como “*Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei*”, ou seja, “Partido Trabalhista Nacional Socialista Alemão”. Sua ideia central, evidentemente, foi que o povo serve ao Estado, e não ao contrário, portanto deveríamos subordinar a economia aos “propósitos sociais”. Quebrando as vitrines de lojas de propriedade de judeus, digamos. A Nação lhe diz o que comprar e como trabalhar e ademais o que pensar e quais livros para queimar, e quais frases como “*Tiananmen square*” ou “*Hong Kong Protests*” devem ser bloqueadas na internet. Desta maneira “*sozialistische*”.

E o Estado o faz por razões entendíveis se não sempre admiráveis. O Estado é coercitivo, necessariamente e por definição. Max Weber em 1919 o definiu sucintamente como sendo “o monopólio, num determinado território, do uso legítimo da detenção física/força/violência/coerção”, ou em alemão “*das Monopol legitimen physischen Zwanges*”.

Assim é, e deve ser. O poder coercitivo nas sociedades deve ser um monopólio, e não um polipólio. A “força da lei”, como dizemos, aglomera os grupos desejando estabelecer a proteção e outros serviços do Estado, como a quarentena para bloquear a covid 19.

Os liberais aceitam que mesmo um Estado imperfeito é melhor do que ter múltiplas gangues criminosas se multiplicando para disciplinar pessoas — ou mesmo os guardas privados e alternativas que surgem quando o Estado é, por boas ou más razões, inefetivo. (A Mafía se originou de guardas armados em fins do século 19 contratados, tendo em vista a incompetência do Estado italiano e o curto espaço de tempo necessário para otimizar a colheita, para proteger a colheita de limões em Palermo, e daí evoluiu para “proteger”).

A monopolização, mesmo quando em princípio sendo legítima e útil, é um instrumento tentador, facilmente desviado para dar proteção ilegítima para grupos favorecidos — tais como os médicos nos Estados Unidos contra competidores oferecendo serviços médicos, como parteiros e farmacêuticos, que perderam sua independência há muito tempo. O poder é a capacidade de usar a coerção física para forçar alguém a fazer algo que ela não quer fazer. Não é a persuasão macia, nem a mão invisível que desenvolve a linguagem, arte, maior parte da ciência, costumes sociais e outras realizações. O impulso estatizante na vida francesa é bem ilustrado pela tentativa da *Académie française*, desde 1632, de governar a “verdadeira” língua francesa. Suas batalhas contra “*le computer*” (muito embora a palavra inglesa seja derivada de uma palavra francesa) e “*le weekend*” serve meramente para mostrar que “*Les Immortels*” sejam tolos centralizadores.

Nesses movimentos contra arranjos espontâneos e voluntários tais como a linguagem e a economia aparecem o “pequeno fascismo” e o “grande fascismo”. O “pequeno fascismo” aparece quando um funcionário do Estado utiliza sua pequena porção do poder do Estado para lhe coagir a o tratar como se ele fosse um pequeno e arbitrário senhor (“*lord*”). Por um lapso de tempo você se transforma no seu escravo. Nós nos deparamos repetitivamente com esse tipo de situação. Tente lidar com o “*US immigration bureaucrats*”, e isso mesmo antes do governo Trump. O antropólogo americano Laurence Wylie realizou seu estudo de campo na *Vaucluse*, e relatou como um carteiro postal descreveu a articulação da teoria sobre a relação entre o Estado e o público: “Se o público não gosta dos meus métodos, eu serenamente “*shit on it*”. Quanto mais o público for “*shat upon*”, melhor é servido o Estado”.

Não podemos fazer muito sobre o “pequeno fascismo”. Algumas pessoas são desse jeito, alas, e todos nós somos tentados a agir assim quando recebemos

em nossas mãos o poder de coerção. Isso explica as agressões contra mulheres (“wife beating”), que aumentaram muito durante o *lockdown*. “Ela me insultou”, o marido diz, isto é, ela usou apenas palavras, mesmo desagradáveis. “Por isso eu bati nela”, isto é, usou coerção física, poder.

Mas o “grande fascismo” é o resultado de uma ideologia que está se fortalecendo. Como já notei, não é exclusivamente uma ideologia só da direita. Raymond Aron, uma das raras personalidades do século 20, um genuíno liberal francês, expressou no seu trabalho escrito em 1955, “*The Opium of the Intellectuals*”, sua devoção para uma temperança cética na política: “Como ele gosta de seres humanos individuais, participa em comunidades, e respeita a verdade, . . . [o liberal] refusa a render sua alma para um ideal abstrato de humanidade, um partido tirânico e um absurdo escolasticismo”.

O ópio dos intelectuais é o comunismo, e vem de longa data. Nesse Sistema, a liberdade econômica é totalmente desdenhada em troca de “total liberdade de crítica na USSR”. Pelo contrário, Vasily Grossman (1905-1964), no Quadro que descreveu em seu último (e proibido) livro sobre a vida no tempo de Stalin e seus sucessores (ele foi uma das raras personalidades, um escritor soviético de sucesso que se tornou um liberal), disse que “liberdade”, para a maior parte das pessoas, não é o elaborado conceito de liberdade que os intelectuais que escrevem aquilo que querem em revistas literárias, mas sim a liberdade das pessoas comuns para efetuarem transações. “Eu pensava que liberdade era a liberdade de falar, a liberdade da imprensa, a liberdade de consciência. Aqui significa o seguinte: você tem o direito de semear o que desejar, fabricar sapatos ou casacos, assar como pão a farinha do trigo que você colheu, e vender ou não vender do jeito que você quer; para o torneiro, o metalúrgico e o artista é uma questão de ser possível viver do jeito que você gosta e de trabalhar como você deseja e não da maneira que lhe ordenam fazer”.

O pessoal “*bien pensant*” acredita que as pessoas estão dispostas a sacrificar a riqueza atual, principalmente aquela que foi ganha pelos outros, em prol de uma imaginária igualdade. O resultado normal é que eles acabam sem receber nada. Comentando o trecho escrito por Grossman, o crítico búlgaro-francês Tzvetan Todorov notou que o primo de Grossman, ao falar do “*gulag*”, observou haver uma separação no regime de prisão, que variava conforme fosse sua posição na hierarquia do Partido. Era melhor ser um

comissário do Partido em desgraça do que um simples trabalhador. É surpreendente constatar quão rapidamente algumas pessoas esqueceram aquilo que mesmo pessoas ingênuas de fora descobriram após a queda do comunismo. Um Estado bem abrangente, a despeito de alegar seguir uma ideologia oficial de igualdade, criou, como dito por Todorov, “um reinado de irrestritos interesses pessoais... [no qual] as instituições políticas corrompidas... devastaram o ambiente, a economia e as almas humanas”.

§

Tendo em vista esses fatos sobejamente conhecidos, como explicar a tendência para o estatismo, e daí para o fascismo? O economista e historiador americano Robert Higgs argumentou algumas décadas atrás que as guerras no século 20 resultavam regularmente em expansões permanentes do governo. Deve existir uma razão para que todos os níveis de governo, num típico país, gastem agora cerca de 40 por cento do PIB, enquanto em 1910 se gastava em média cerca de 10 por cento do PIB. Na França, atualmente, chega a 56 por cento, e grandes partes da economia são rigorosamente regulamentados e monopolizados, assim como nos Estados Unidos e Alemanha, um pouco menos. O criminoso de Guerra e laureado pelo Prêmio Nobel, o capaz Henry Kissinger dizia que a França era o “único país comunista de sucesso”.

É uma guerra, pois, tais como as guerras de Kissinger? Nos séculos passados eram vistas como um hobby de reis. Consulte as cenas iniciais da peça patriótica de Shakespeare sobre a invasão inglesa da França em 1315, Henry V. Mas em 1315, após a Grã Bretanha ter gasto um século esmagando a França nessa guerra, de *King-Queen William-and-Mary* para *King George III*, algumas vezes surpreendentemente se apropriando de grandes parcelas do PIB inglês privado para isso, a guerra chegou ao fim. O peso na economia dos gastos governamentais, supervisões e coerções declinou instantaneamente. Em poucas décadas o governo britânico foi capaz de liquidar sua dívida em títulos. Para pagar essa dívida, que tal como nos Estados Unidos em 1945 tinha crescido, contando a partir de 1815, para o dobro do PIB. Nos Estados Unidos essa proporção caiu mais tarde, subiu um pouco na Guerra da Coréia e em cada uma das outras guerras não declaradas. A proporção nunca chegou perto de uma aclamada distância de zero, e com a covid 19 deu outro salto.

Alguma coisa, com efeito, tem sido estranhamente estatista sobre o século 20, uma estranheza revivida no século 21 nos escritos dos nostálgicos pelo so-

cialismo, tais como Thomas Piketty. Afinal, a Guerra está sempre conosco, dessa maneira dificilmente pode ser a causa central. A estranheza está no âmbito das ideias, em particular no florescimento da ideia de coerção na economia e no socialismo. John M. Keynes, que contribuiu poderosamente para seu florescimento mesmo em países livres que contam com pessoas sensíveis de boa vontade, e cujas ideias de almoços grátis miraculosos foram recentemente revividas pela *New Monetary Theory*, disse sabiamente em 1936 que “Loucos tendo autoridade, que escutam vozes no ar, estão destilando seus delírios de algum escrevinhador acadêmico de anos passados. Eu estou seguro de que o poder dos interesses assentados (“vested interests”) é vastamente exagerado em comparação com a gradual invasão de ideias”.

As guerras, tal como na guerra contra o novo coronavírus, são utilizadas meramente como desculpas para implementar as ideias bizarras de professores europeus no século 19 e seus estudantes revolucionários nos séculos 20 e 21. Mesmo em países sem muitas guerras, tais como na América Latina, ideias socialistas misturadas com nacionalismo se divulgaram, e turbinaram o tamanho do Estado. A votação majoritária, seguramente, contribuiu para tal, bom e forte. Se você votou pelo socialismo e nacionalismo nas suas formas atualizadas no século 20, foi fácil votar por populismo, Peronismo, nacional socialismo e o estado regulador. Desse modo a significativa expansão durante o governo do Presidente Wilson do controle estatal da economia em 1917-18, ao mesmo tempo que usava sua máquina de propaganda dirigida pelo brilhante George Creel para suprimir as notícias sobre a Gripe Espanhola (“*Spanish Influenza*”). Que começou, você precisa saber, numa fazenda de suínos no Kansas (minha tia-avó Tillie de Illinois morreu por causa dela).

Caso fossemos começar uma Guerra, no entanto, países socialistas como China ou o “*Third Reich*” naturalmente são melhores nos estágios iniciais do que países capitalistas como a Suécia e os Estados Unidos. Naturalmente. Uma Guerra, especialmente sob as condições modernas de totalidade, diferentemente das guerras “*hobby*” de antigamente, mostra um único e claro objetivo para a nação, tal como um jogo de futebol.

Um sistema de coerção que busca direcionar os recursos existentes, que é o que o socialismo trata de buscar, e que os governadores dos Estados Unidos estão demandando de Trump (mas não conseguindo) na alocação de equipamentos de proteção pessoal, será

obviamente melhor para se alcançar um objetivo único do que um sistema de acordos mútuos que expanda o verdadeiro significado de recursos, que é o que o capitalismo trata de buscar. O “*National socialismo*” não é a maneira de se ir para frente.

Mas você deveria saber que são profundamente enganosos os verdadeiros significados das palavras Socialismo e Capitalismo. Os dois foram inventados pelos inimigos da Liberdade. Tal como “a Nação” ou a “Vontade Geral” ou o “Balanço de Comércio Internacional”, usar esses termos nos faz desviar para outros caminhos.

O capitalismo deveria ser chamado de “inovacionismo”, o que de fato é, um sistema de inovação liberada que fez com que os pobres ficassem bem melhores. Chamar de “capitalismo” é se render à noção errônea, histórica e econômica, de que se trata de acumulação bruta. Não. A inovação, novas ideias indo de cortinas de janelas para inoculações, é que fizeram isso. A acumulação de capital é necessária, do mesmo modo que a força de trabalho, a ausência de uma ativa guerra civil, a existência de água líquida durante as temperaturas de verão, o caminhar do tempo e a existência do universo.

O “inovacionismo” foi mais do que necessário. Sob condições de ampla disponibilidade de direitos de propriedade e outras instituições foi suficiente para nos dar riqueza. “Capitalismo”, um erro científico compresso numa única palavra, soa como desagradável e egoísta, e daí porque apela para os inimigos da liberdade. O “inovacionismo”, em contraste, é cientificamente preciso e politicamente agradável. Vamos inovar, e assim salvar os miseráveis do planeta.

O “Socialismo”, em contraste, soa agradável e colaborativo. Ele me encantou quando eu era um esquerdista cantor de “*folk songs*” na escola secundária. Bernie Sanders, Jeremy Corbyn, Marie-George Buffet e eu estamos todos com mais de 70 anos. Em meados dos 1960s nós tínhamos a mesma opinião sobre “capitalismo”. Vamos acabar com ele. Ah, Paris em maio de 1968. Desde então, eu aprendi um pouco mais. O Socialismo, de algum modo, é literalmente e admitidamente o uso do monopólio governamental de coerção física para forçar as pessoas a fazer o que não haviam escolhido ter feito. É a coerção na economia. Naturalmente, se seu amigo docemente socialista não pensa assim, e empaca com a palavra “coerção”, compre para ela uma cópia do livro de Grossman e a ajude a aprender como era efetivamente a vida durante o regime socialista. O poder tende a corromper, e o poder absoluto sobre a economia corrompe absoluta-

mente. O Socialismo deveria ser chamado de “coercionismo econômico”.

Numa sociedade de adultos livres se observa que tratando as pessoas como, uh, adultos livres funciona muito bem. Mesmo os leitores franceses desse texto não irão discordar, embora alguns deles, verdadeiros conservadores nos moldes de Joseph de Maistre e Thomas Carlyle, vão ter dúvidas se a maior parte das outras pessoas merecem o *status* de “adultos.”

Carlyle, que era amigo pessoal, porém inimigo político do liberal John Stuart Mill, cunhou a descrição da economia clássica liberal como a ciência lúgubre (“*the dismal science*”). Por que isso? Não devido a que suas conclusões fossem pessimistas, embora elas fossem, mas sim porque Mill e seus aliados liberais aprovaram em 1833 a libertação de todos escravos no Império Britânico. Carlyle estimou que os escravos, tal como os servos medievais, necessitariam amável supervisão por seus senhores. Oh, alegria. Desse modo negar que existisse a amável supervisão seria “lúgubre”. Seria como burocratas num regime de coercionismo econômico supervisionar os cidadãos infantilizados. Oh, alegria. No fim de tudo, é tão lúgubre imaginar que os burocratas dos Estados Unidos e seu presente senhor na *White House* possam ter seus próprios motivos não relacionados com o bem público, tal como buscando ser reeleito e indicado de novo, apelando ao público para que desdenhasse o impacto do novo coronavírus. Com certeza, eles são nossos queridos e amorosos pais.

Em 1999 um economista francês causou um clamor nacional por fazer mera menção ao bom senso da assim chamada “*public-choice school of economics*” nos Estados Unidos, em que foi pioneiro o verdadeiro economista liberal James Buchanan (Nobel 1986). Segundo ele, os funcionários públicos na política, economia e sistema judicial poderiam muitas vezes agir buscando seus interesses próprios, e tais interesses poderiam estar por vezes imperfeitamente correlacionados com o bem público. Eu quero dizer, talvez. Como dito por Geoffrey Brennan e James Buchanan,

“Em praticamente todos casos relevantes, governos – ou mais precisamente os indivíduos envolvidos no processo governamental — possuem o poder de coerção. Eles exercem um poder discricionário genuíno, e é tanto empiricamente razoável quanto analiticamente necessário assumir que dentro dos limites de sua atuação eles irão explorar este poder para seus próprios interesses, quaisquer eles sejam”.

A classe intelectual francesa ficou revoltada pela mera menção a tal ideia maluca, liberal e anglo-saxã. Tão lúgubre.

Outro bom nome para o sistema favorecido pelos verdadeiros liberais – os não conservadores e não-socialistas entre nós – seria “adultismo”. Muitas décadas no passado, os holandeses defenderam seu império indonésio alegando que os infantis indonésios necessitavam uma longa aprendizagem feita por seus senhores antes de estarem prontos para a independência. Quanto tempo? Oh, um ou dois séculos.

Inovacionismo e adultismo, mesmo deixando de lado o seu mérito intrínseco de elevar as pessoas para a dignidade de seus próprios costumes, tem o mérito extrínseco de tornar a pessoas comuns como eu e você muito ricos em comparação com nossos ancestrais. Talvez você descenda dos Bourbons, mas os meus ancestrais eram camponeses irlandeses e noruegueses, incrivelmente pobres. O “*Great Enrichment*”, de 1800 ao presente, aquele fator de trinta vezes em bens e serviços, não foi causado por coerção, que é antiga, mas pela liberdade, que era nova. Sua magnitude foi multiplicada ainda mais pelo livre comércio, livre imigração e livre imprensa que Trump e seus conselheiros Peter Navarro e Stephen Miller tanto desdenham.

Tais riquezas fazem mesmo o distintamente “*second-best*” do distanciamento social menos que desastroso. Nós iremos recuperar, naturalmente, e não temos de sacrificar nossas liberdades para sempre para conseguir isso. Não vamos fazer isso. Vamos manter um verdadeiro liberalismo que suporte o inovacionismo e o adultismo. Não vamos cair novamente nos braços de um pai ignorante com gostos autoritários. Não vamos supor que uma ocasional necessidade de coerção justifique um futuro de coercionismo, com a bota fascista em nossas caras, para sempre.

Os últimos livros de Deirdre Nansen McCloskey são: *Why Liberalism Works: How True Liberal Values Produce a Freer, More Equal, Prosperous World for All* (Yale University Press, 2019) e *Historical Impromptus: Notes, Reviews, and Responses on the British Experience and the Great Enrichment* (American Institute for Economic Research, 2020).

Em 2020, em coautoria com Craden, vai ser publicado, *Leave Me Alone and I'll Make You Rich: How the Bourgeois Deal Enriched the World* (University of Chicago Press).



DICA DO ESPECIALISTA

Autora: *Prof. Ma. Lara Matos, Docente da STRONG ESAGS*

COMO RECONHECER O INDISPENSÁVEL *VERSUS* O PRESCINDÍVEL NA GESTÃO DO SEU NEGÓCIO PÓS-PANDEMIA

A imprevisibilidade é uma constante enquanto estamos em quarentena. Não temos perspectivas futuras devidamente delineadas porque o ineditismo da situação interfere, inclusive, nas análises preditivas para a tomada de decisão.

Este cenário trará o conceito do 'pré' e 'pós' coronavírus afetando todas as nossas ocupações sociais - como trabalho e lazer - fazendo-nos lembrar de como a nossa vida era diferente antes da pandemia e nos forçando a buscar respostas de como será a nossa vida daqui para a frente.

Vivemos a dicotomia entre 'preservar a nossa vida' - através de *lockdowns* - ou preservar a nossa 'sobrevivida' financeira. Segundo Smit et al (2020), na Europa e nos Estados Unidos os *lockdowns* necessários para controlar o vírus devem levar ao maior declínio trimestral da atividade econômica desde 1933.

Os negócios, em linhas gerais, estão sendo devidamente afetados. Restaurantes e prestação de serviços voltados a viagens, por exemplo, terão sua 'dinâmica' pós-pandemia modificada. Além do viés econômico, considerando que nas recessões as pessoas reduzem - por precaução - em torno de 50% dos gastos discricionários (aqueles que podem ser devidamente adiados) e que pode levar a uma redução de aproximadamente 10% no PIB (SMIT et al., 2020), há o viés logístico promovendo alterações dos espaços de convívio para evitar a aglomeração de pessoas. Há de se considerar que nas economias mais avançadas, os gastos dos consumidores representam cerca de dois terços da economia e praticamente metade deste montante é considerado gasto discricionário (SMIT et al., 2020)

E O QUE NOS ESPERA?

Um novo "normal". Uma provável reestruturação de ordem social e econômica que afetará as nossas relações de consumo e, conseqüentemente, a forma como fazemos negócios.

Segundo Sneader e Singhal (2020), os cinco estágios que os líderes deverão atentar são (a). resolução,

caracterizada pela necessidade de buscar saídas imediatas e necessárias em face da urgência atual; (b). resiliência, movimentos de recuo de curto prazo para sustentar iniciativas para avanço de médio e longo prazos; (c). retorno, necessidade de um plano de ação para a retomada de toda a cadeia produtiva mediante o risco das ressurgências regionais do vírus; (d). reimaginação, para atender às novas preferências e expectativas do consumidor desenvolvendo um 'olhar' para as oportunidades; (e). reforma, necessidade de reconfigurar a atividade econômica diante de todas estas mudanças.

INDISPENSÁVEL VERSUS PRESCINDÍVEL

A economia mundial da história moderna nunca enfrentou batalha mais difícil. Há um risco iminente de que nossas vidas sofram danos permanentes e irreversíveis.

Diante disso, para a sustentabilidade dos negócios há de se considerar o que será indispensável, ou seja, aquilo que nós não poderemos 'abrir mão' daquilo que é prescindível para esta retomada.

Estas medidas visam nos prevenir de possíveis enfrentamentos futuros considerando que ainda não há respostas para a compreensão do comportamento deste vírus, especificamente, bem como de outras circunstâncias como essa que possam vir a acontecer.

Para os negócios, como prescindíveis temos (a). a necessidade de grandes áreas de produção e (b). a condição de uma mão de obra abundante. Menores volumes de investimentos e o avanço tecnológico - que encurtará as cadeias de produção e substituirá boa parte da mão-de-obra humana - justificam o dispensável.

Em contrapartida, as condições indispensáveis para o negócio são (a). adoção tecnológica, em virtude de uma reestruturação econômico-financeira e, inclusive, social; (b). mão-de-obra especializada, diante da condição de menores contingentes de pessoas nas organizações - em face da tecnologia e da prevenção à contaminações - mas com competências pontuais à necessidade dos negócios; (c). desenvolvimento de competências humanas de alta cognição como criatividade e habilidades sociais, emocionais e tecnológicas, (d). senso de comunidade, porque percebemos que as saídas a estas situações carecem de pessoas e equipes que busquem soluções inovadoras; (e). protocolos comportamentais que reforçam o senso de comunidade considerando que não poderemos mais adotar velhos comportamentos que colocam a vida de um núcleo social em risco.

LÍDER, E COMO COMUNICAR A EQUIPE?

A adoção de protocolos comportamentais será um grande desafio por dois motivos. Pessoas negam ou relativizam a gravidade da situação como uma forma de autodefesa e, além disso, os protocolos comportamentais devem respeitar as características regionais.

O vírus não se manifesta de forma igualitária em todos os contextos e, para que sejam aceitos pela população, devem preservar o senso de liberdade e privacidade individuais, além do senso de justiça social.

Que o enfrentamento da crise dependerá das ações de nossos governantes nós não temos dúvidas. Porém, o comportamento de cada um de nós e a responsabilidade social de cada negócio farão a diferença.

A comunicação do líder para que iniciativas como estas sejam validadas é crucial. Entender as peculiaridades do seu time e persuadi-los para a adoção de posturas sustentáveis é papel do líder comprometido com o grupo e o que transcende a ele, que é a causa social. E vejam que oportunidade este contexto traz para o seu exercício de liderança. A comunicação não é prescindível. Ela é indispensável!

REFERÊNCIAS

SMIT, Sven et al. **Protegendo nossas vidas e nossos meios de sobrevivência**: o imperativo de nosso tempo. o imperativo de nosso tempo. 2020. McKinsey & Company. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/safeguarding-our-lives-and-our-livelihoods-the-imperative-of-our-time/pt-br>. Acesso em: 24 fev. 2020.

SNEADER, Kevin; SINGHAL, Shubam. **Beyond coronavirus**: the path to the next normal. The path to the next normal. 2020. McKinsey & Company. Disponível em: <https://www.mckinsey.com.br/~media/McKinsey/Industries/Healthcare%20Systems%20and%20Services/Our%20Insights/Beyond%20coronavirus%20The%20path%20to%20the%20next%20normal/Beyond-coronavirus-The-path-to-the-next-normal.ashx>. Acesso em: 24 abr. 2020.



FILOSOFANDO

Autor: Prof. Me. Getúlio Pereira Junior, Docente da STRONG ESAGS

HANNAH E O HOMEM NA CABINE DE VIDRO

Ricardo Klement era um homem pacato e tranquilo, trabalhador, pai e marido honesto. O típico sujeito regular que cumpria suas tarefas e funções. Ao menos era assim que seus vizinhos o viam. Todos os dias, sempre nos mesmos horários, era visto indo e vindo do trabalho. Aquele era um fim de dia como outro qualquer para ele. Depois de mais um dia normal de trabalho na fábrica da Mercedes-Benz ele retornava para casa para encontrar a esposa e os filhos. O clima ameno do mês de maio já anunciava a chegada do frio do inverno que se aproximava no tranquilo distrito de San Fernando. Mas, ao descer de um ônibus, já perto de casa, Ricardo Klement de repente se viu cercado por alguns homens. Ainda sem estar muito certo do que se tratava, ao ser agarrado ele então começa a gritar por ajuda. Luta. Tenta se desvencilhar dos seus algozes. É arrastado. Seus sequestradores o jogam dentro de um carro. Usam um cobertor para escondê-lo. Ricardo Klement já não luta mais. Ele sabe que não pode escapar. Sabe que não poderá mais fugir do seu destino. Afinal, ele sabe muito bem quem é e,

desconfia, já com alguma quase certeza, do porquê de tudo que está acontecendo. Os homens que sequestraram Ricardo Klement estão convencidos de quem ele é. Mas não podem cometer equívocos. Depois de um breve tempo o levam para uma casa alugada. Lá o amarram, o torturam. Examinam minuciosamente o seu corpo em busca de cicatrizes coincidentes com as descrições que possuem. Finalmente, confirmam: Ricardo Klement é na verdade Adolf Eichmann.

Adolf Eichmann era há muito procurado. Durante os julgamentos dos crimes de guerra, em Nuremberg, após o final da Segunda Guerra, o nome de Eichmann foi apontado como sendo o do homem responsável por organizar os transportes dos prisioneiros para os campos de concentração nazistas a partir da operação conhecida como Solução Final. Com o fim da guerra, Eichmann fugiu e nunca fora encontrado.

Assim como outros nazistas, Eichmann havia fugido, com o fim da guerra, para a América Latina. Ele se estabeleceu com sua família em um distrito de Buenos Aires chamado San Fernando. Lá, seguiu tendo uma vida simples e pacata, trabalhando em algumas empresas e sem levantar suspeitas por vários anos. No final da década de 50, algumas informações levaram o Mossad (serviço secreto israelense) a investigar o

paradeiro de Eichmann na Argentina. Depois de investigações preliminares, o serviço secreto de Israel concluiu que Ricardo Klement era, na verdade, o tão procurado oficial da SS nazista Adolf Eichmann. O Mossad, então, organizou uma operação para sequestrar o ex-oficial nazista e levá-lo para Israel, para que lá ele fosse julgado por seus crimes. A operação, batizada de Garibaldi (nome da rua na qual vivia Eichmann e sua família), envolvia diversos riscos. Não se tratava de uma operação oficial, com a qual o governo argentino colaborasse, ou mesmo que sequer soubesse dela. Mas o governo de Israel aceitou os riscos diplomáticos e a operação foi realizada. Um grupo de agentes observou os hábitos de Eichmann por vários dias. Enfim, no dia 11 de maio de 1960 Eichmann foi sequestrado pelos agentes do Mossad. Ele foi mantido prisioneiro em uma casa que havia sido alugada pelo grupo e, alguns dias depois, drogado, foi levado dissimuladamente para dentro de um avião israelense que estava na Argentina e que havia levado para lá uma comitiva de Israel, que visitava o país, por conta das comemorações dos seus 150 anos de independência. A operação foi bem sucedida.

Eichmann foi levado para Israel no dia 20 de maio de 1960. Em pouco menos de um ano teve início o seu julgamento em Jerusalém. No dia 11 de abril de 1961 Eichmann fazia sua primeira aparição, dentro da famosa cabine de vidro, na qual permaneceria durante as sessões do julgamento. A partir do julgamento de Eichmann, foi formulado um dos mais importantes conceitos da filosofia política no século XX: a banalidade do mal.

Hannah Arendt era já uma renomada filósofa quando Eichmann foi sequestrado na Argentina e levado para Israel. Nascida em 14 de outubro de 1906 em Hannover, alemã, de família judia, ela passou a infância e parte da juventude em Königsberg, cidade em que viveu Kant, um dos filósofos que mais a influenciou. Ao ingressar na Universidade de Marburg em 1924, teve lá aulas com o grande filósofo alemão Martin Heidegger.

Heidegger era então um professor famoso e carismático, que atraía alunos de todas as partes do país e que exercia certo fascínio no meio universitário da época, chegando a ser chamado por seus alunos de “o pequeno mago de Messkirch”. Heidegger foi professor de uma lista impressionante de alguns dos mais influentes pensadores do século XX. Hannah Arendt e Martin Heidegger acabaram por se enamorar. O amor entre os dois levantou uma série de discussões, principalmente a partir da década 1980, com a publicação

de uma biografia de Hannah Arendt feita por Elizabeth Young-Bruhel. Evidentemente, o escandaloso no romance entre os dois residia principalmente no fato de ser Hannah Arendt judia, e Martin Heidegger alguém que flertou com o nazismo, isso se não quisermos ser mais exatos, e chamá-lo com certa propriedade de nazista, tendo em vista o famoso discurso de posse de Heidegger como reitor (conhecido como o ‘discurso da reitoria’) proferido por ele na Universidade de Fribourg em 1933, em um salão com estandartes estampando suásticas e com uma plateia em boa parte composta de oficiais nazistas uniformizados. Apesar de todas as incoerências e paradoxos, Arendt e Heidegger permaneceram de alguma forma conectados e trocaram correspondências por toda a vida. (DIAS, 2020).

Já em 1928 Hannah Arendt vai para Heidelberg e lá torna-se aluna de Karl Jaspers, terminando seu doutorado. A partir de 1929 ela passa a participar ativamente de movimentos sionistas e, no ano seguinte, casa-se com o filósofo Gunther Stern. Por conta do envolvimento em atividades relacionadas ao movimento sionista Hannah Arendt é detida algumas vezes para ser interrogada. Depois de ser presa em Berlim, em 1933, ela então foge para Paris, junto com o marido e a mãe. Lá, ela se separa de Stern e, anos depois, casa-se então com o poeta e filósofo Heinrich Blücher. Com o início da Segunda Guerra, ela, a mãe e o marido são presos e levados para um campo de concentração. Em 1941 conseguem fugir e vão para os Estados Unidos. A partir de então ela irá trabalhar em algumas organizações judaicas como escritora e professora. Em 1951 ela, que por vários anos tinha sido uma apátrida, recebeu o título de cidadania americana e, no mesmo ano, publicou o livro ‘As origens do totalitarismo’, no qual levantou polêmica por equiparar como totalitarismo o nazismo e o stalinismo. Passou os anos seguintes escrevendo e dando aulas e publicou, em 1958 outro importante livro: ‘A condição humana’. Em 1961, após o sequestro de Eichmann, ela é convidada pela revista *The New Yorker* pra cobrir o julgamento do criminoso em Israel. É a partir dessa cobertura que fez do julgamento de Eichmann, e dos textos publicados na revista, que Hannah Arendt publicou, em 1963, o livro: ‘Eichmann em Jerusalém: um relato sobre a banalidade do mal’. (CORREIA, 2006).

A banalidade do mal tornou-se, desde então, importante conceito filosófico dentro da filosofia política contemporânea. Ao ver Eichmann surgir pela primeira vez no julgamento, Hannah Arendt esperava ver um monstro, alguém frio, abominável: algo como a personificação e encarnação da maldade. Nada mais distante

da realidade: Eichmann era absolutamente normal, comum, habituado ao uso de clichês, ou seja, habituado ao lugar-comum. O terror em Eichmann residia precisamente no fato de que ele não era um perverso ou um sádico, mas sim, um sujeito normal. Trata-se de um novo tipo de criminoso, como ela mesma escreveu, um "hostis generis humani": os crimes são cometidos de modo que ele sequer percebe, ou sabe, que está agindo de modo errado (ARENDR, 1999, p. 299). Ele não era um monstro: mesmo os psicólogos e psiquiatras que o examinaram afirmaram que ele era um homem de comportamento normal e mesmo desejável. Normal, um "bom pai de família, filho exemplar, irmão dedicado", (ANDRADE, 2010), ou seja, o típico burocrata honesto cumpridor de deveres. Já no final do livro, quando Arendt nos fala da "temível banalidade do mal, que desafia as palavras e os pensamentos", ela nos lembra da incapacidade do homem comum, que não pensa, não reflete sobre sua realidade, em fugir dos clichês: mesmo diante da morte, da própria morte, Eichmann é apenas capaz de ecoar lugares-comuns, algo como: "Esse é o destino de todos os homens". Como nos diz ainda Hannah sobre Eichmann: "ele simplesmente nunca percebeu o que estava fazendo".

Assim, de modo geral, podemos dizer que o conceito da banalidade do mal parte do princípio da culpa dos indivíduos pelo mal, mas não necessariamente uma culpa ativa, no sentido de que os indivíduos praticam o mal em uma sociedade movidos por forças demoníacas ou por perversões patológicas e sádicas. O que assombra, a partir desta noção, e do caso exemplar de Eichmann, é a capacidade, não de monstros e sádicos em praticar o mal, mas na capacidade de pessoas normais, todos os dias, em todas as sociedades, praticarem o mal. De ser o mal praticado por bons homens, boas mulheres, maridos, esposas, filhos, filhas, funcionários exemplares, etc., enfim, por aqueles que simplesmente nunca percebem, e nunca pensam, no que estão fazendo.

A publicação de 'Eichmann em Jerusalém' trouxe uma série de problemas para Arendt relacionados às controvérsias levantadas pelo livro, principalmente no seio da comunidade judaica, que não aceitou muitas das análises feitas por ela.

Hannah Arendt continuou lecionando e escrevendo importantes ensaios na década de 1960, tendo publicado, dentre outros, 'Homens em tempos sombrios' (1968). Seu marido morreu em 1970. E ela veio a falecer em 4 de dezembro de 1975, aos 69 anos de idade. (CORREIA, 2006).

Eichmann está morto. Depois de um longo julgamento em Jerusalém, foi condenado à morte por ter come-

tido crimes contra a humanidade e contra o povo judeu, além de crimes de guerra. No dia 31 de maio de 1962 ele foi enforcado. Seu corpo cremado. Suas cinzas foram lançadas ao mar, longe de Israel. Mas os tempos sombrios não morreram com Eichmann, nem a banalidade do mal. Ainda é possível identificá-la. Às vezes, ainda temos a impressão de ouvir homens como Eichmann falando... "E daí? Lamento. Quer que eu faça o quê? Eu sou Messias, mas não faço milagre". Às vezes, se tem a impressão, que de o espírito de Eichmann está à espreita.

PARA SABER MAIS:

ANDRADE, Marcelo. **A banalidade do mal e as possibilidades da educação moral:** contribuições arendtianas. Revista Brasileira de Educação v. 15, n. 43; jan./abr. de 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782010000100008>. Acesso em 23/08/2020.

ARENDR, Hannah. **Eichmann em Jerusalém:** um relato sobre a banalidade do mal. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo. Companhia das Letras. 1999.

CORREIA, Adriano. **Hannah Arendt (1906-1975).** Revista Ética & Filosofia Política. Volume 9, Número 1, junho de 2006. Disponível em: <https://www.ufrj.br/eticaefilosofia/edicoes/anteriores/9_1/>. Acesso em 23/08/2020.

DIAS, Thiago. **Resenha de Hannah Arendt e Martin Heidegger:** história de um amor, de Antonia Grunenberg. Cadernos Arendt, vol. 01, número 01, 2020. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/ca/article/view/9977/6405>>. Acesso em: 23/08/2020.

MARTÍNEZ-BASCUÑÁN, Máriam. Hannah Arendt continua pensando. El País – Brasil. 31 de maio de 2020. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/babelia/2020-05-31/hannah-arendt-continua-pensando.html>>. Acesso em 23/08/2020.

O ESTADO DE SÃO PAULO. (Redação). Há quase 60 anos, Israel capturava na Argentina o 'homem da Solução Final'. São Paulo, 09 de maio de 2020. Disponível em: <<https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,ha-quase-60-anos-israel-capturava-na-argentina-o-homem-da-solucao-final,70003297570>>. Acesso em 23/08/2020.

PENNA, João Camillo. Nota introdutória. In: HEIDEGGER, Martin. A AUTO-AFIRMAÇÃO DA UNIVERSIDADE ALEMÃ (O DISCURSO DA REITORIA). Revista Terceira Margem. Vol. 11. Número 17. pp. 149-166. Julho/dezembro de 2007. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/tm/article/view/11176/8172>>. Acesso em 23/08/2020.

NORMAS

NORMAS PARA APRESENTAÇÃO DE ARTIGOS

> **Publicação de artigos sobre administração, economia, contabilidade, publicidade e propaganda e áreas afins.**

> **Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es).**

> **Os artigos deverão ser encaminhados para a Coordenação Editorial com as seguintes especificações:**

Formatação:

> Folha: A4 (29,7 x 21 cm)

> Editor de texto: Word.

Margens:

> Superior: 3 cm;

> Inferior: 2 cm;

> Esquerda: 3 cm;

> Direita: 2 cm.

Fonte:

> Times New Roman ou Arial, tamanho 12.

Parágrafo:

> Espaçamento entre linhas: 1,5; alinhamento justificado;

reco especial da primeira linha: 1,25.

Texto: a primeira página do artigo deve conter:

> Título em maiúsculas e negrito;

> Nome completo do(s) autor(es);

> Nome completo do(s) orientador(es), se houver;

> Resumo em português, com cerca de 100 a 250 palavras, em único parágrafo, justificado, contendo campo de estudo, objetivo, método, resultado e conclusões;

> Até cinco palavras-chave, alinhamento à esquerda, em português;

> Em seguida, deve ser iniciado o texto do artigo.

Referências:

> Apenas as citadas no texto. As referências completas deverão ser apresentadas em ordem alfabética no final do texto, de acordo com as normas da ABNT (NBR-6023).

Outras normas para consulta: ABNT (NBR 6028, NBR 10520), IBGE (Normas de Apresentação Tabular) e o Manual de Normalização de Trabalhos Acadêmicos em: <http://www.esags.edu.br/biblioteca>

Alguns exemplos:

Livro

Até 3 autores:

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe.

Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

Mais de 3 autores indica-se o primeiro, acrescentando-se a expressão et al.:

ROSS, Stephen A. et al. **Fundamentos de administração financeira.** 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

Capítulo de livro:

RODRIGUES, Sandro. Ontologia existencial e filosofia da existência. In: ROVIGHI, Sofia Vanni. **História da filosofia contemporânea:** do século XIX à neoescolástica. Tradução por Ana Pareschi Capovilla. São Paulo: Loyola, 1999. cap. 15, p. 397-412.

Artigo de revista:

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S. Estrutura social e criação de empresas. **Revista de Administração,** São Paulo, v. 50, n.4, p. 432-446, out./nov./dez. 2015. Disponível em: < http://200.232.30.99/busca/artigo.asp?num_artigo=1667>. Acesso em: 30 maio 2016.

Site:

ITAÚ. Home page. Disponível em: <<https://www.itaunet.com.br>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

CALEIRO, J. P. **EUA, China e Alemanha precisam consumir pelo resto do mundo.** Exame, 20 maio 2016. Disponível em:

<<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/eua-china-e-alemanha-precisam-consumir-o-resto-do-mundo>>. Acesso em: 29 maio 2016.

Trabalho acadêmico:

PAULETTE, Walter. **Teoria dos caracteres para grupos finitos.** 1992. 126 f. Dissertação (Mestrado em Matemática)-Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1992.

Figuras, gráficos e tabelas:

> Devem apresentar título na parte superior e fonte na parte inferior.

> A fonte deve constar na lista de referência.

Envio via e-mail para:

Endereço: estudosenegocios@esags.edu.br

Identificar no assunto: Revista STRONG ESAGS.



Cursos:

- **Administração**
- **Economia**
- **Ciências Contábeis**
- **Publicidade e Propaganda**
- **Direito**

Unidade ABC

Av. Industrial, 1455
Bairro Jardim - Santo André/SP
[11] 4433.6161

Unidade Santos

Av. Conselheiro Nébias, 159
Paquetá - Santos/SP
[13] 2127.0003

www.esags.edu.br

